

# China

land van onbegrensde  
mogelijkheden?



Praktijkverhalen over ondernemen in China



The background features a stylized world map in shades of orange and light beige. Overlaid on the map are several concentric orange circles that are centered on the geographical location of China. The text is positioned in the center of these circles.

**China**

**land van onbegrensde mogelijkheden?**

**Praktijkverhalen over ondernemen in China**



# Inhoudsopgave

Over dit boekje	4	四
Tweegesprek met Loek Hermans en Han de Ruiter	5	五
China in het kort	8	八
Zakendoen in China, beknopte handleiding	13	十三
Peter van Hoorn, Van Hoorn Carbide	22	二十二
Jan Kreijkes, Ankersmid B.V. (onderdeel van de M&C Groep)	26	二十六
René Zaal, MOSO International B.V.	30	三十
Ben Dieterink, Kipp & Zonen	34	三十四
Ronald Wils, BioComp Industries B.V.	38	三十八
Ewald en Cisca Beumer, Twee Bee Hoogwaardige Verpakkingen B.V.	42	四十二
Henri Geursen, Noord Nederlandse Draadindustrie (NNDI)	46	四十六
Tot slot	50	五十

# Over dit boekje

‘China, land van onbegrensde mogelijkheden?’ is een nieuwe gezamenlijke publicatie van MKB-Nederland en ABN AMRO. Ondanks de grote afstand, een nog beperkte koopkracht van de Chinese bevolking en handelsbarrières die er zijn biedt de enorme Chinese markt het Nederlandse bedrijfsleven volop kansen op het terrein van export, import, outsourcing en samenwerking. In een onderzoek van Fenedex/Atradius<sup>1</sup> onder 283 exporterende bedrijven noemt bijna tien procent van de respondenten China een nieuw handelsland. China staat daarmee op een gedeelde derde plaats met Polen.

Voor veel mkb-ondernemers is China nog een onbekende markt. Dit is niet zo verontrustend, wanneer we ons realiseren dat drievierde van onze handel gedreven wordt met nabij gelegen markten zoals de EU lidstaten. De Chinese markt zal niet voor iedere internationaal opererende mkb-ondernemer interessant zijn, maar wij adviseren u om u in ieder geval te oriënteren op de mogelijkheden die deze markt voor u kan bieden. Deze publicatie helpt u hierbij. In dit boekje vindt u informatie over de kansen en bedreigingen van de Chinese markt. Aan de orde komen relevante onderwerpen zoals het vinden van een goede zakenpartner in China en de etiquette van het zaken doen met uw Chinese klanten. Middels zeven aansprekende verhalen van mkb-ondernemers die u voor zijn gegaan willen wij u graag informeren over het zaken doen met China. De contactgegevens van instanties die u behulpzaam kunnen zijn bij uw oriëntatie op de Chinese markt vindt u achter in dit boekje.

Eerder verschenen in deze reeks: ‘Grenzen verleggen met export’, waarin tien mkb-ondernemers over hun eerste exportstappen vertellen, ‘De EU breidt uit, en uw export?’, een informatief boekje over zaken doen in en met de nieuwe EU lidstaten en ‘Zakendoen kent geen grenzen’, met informatie over de wijze waarop u als ondernemer succes kunt behalen uit handelsreizen. Bent u ook geïnteresseerd in één van deze publicaties dan kunt u deze bestellen via: [www.internationalehandel.mkb.nl](http://www.internationalehandel.mkb.nl) of downloaden via de website van ABN AMRO, [www.abnamro.nl/internationaal](http://www.abnamro.nl/internationaal)

1 Bron: Trends in export 2004, een gezamenlijk onderzoek van Atradius en Fenedex

# Tweegesprek met Loek Hermans en Han de Ruiter

China biedt kansen voor het mkb! Loek Hermans, voorzitter van MKB-Nederland en Han de Ruiter, directeur Zakelijke Relaties bij ABN AMRO zijn het hier over eens. In een tweegesprek lichten zij hun enthousiasme over China toe.

## *Han de Ruiter*

“China heeft in korte tijd een enorme omwenteling doorgemaakt. Sinds de open markt politiek is geïntroduceerd heeft het land groeicijfers van 8 à 9 procent. De wereld opent zich voor China en China opent zich met 1,3 miljard consumenten voor de wereld. Dit biedt enorme kansen en die moeten we als Nederlandse ondernemers zeker benutten.”

## *Loek Hermans*

“Ik onderstreep dit. Als wij niet naar China gaan, komen de Chinezen wel hier naar toe. Ik heb wel eens een vergelijking gemaakt met Japan. In de jaren '60 kwam Japan op de markt als een enorm gesloten economie. Nu komt er een partij op de markt die zowel importeert als exporteert, die een geweldig belangrijke positie heeft en zeven keer zo groot is als Japan. Ook al exporteer je als Nederlands bedrijf niet, de effecten van de komst van de Chinezen zullen enorm zijn.”

“Zaken doen met China is niet voor alle mkb-bedrijven weggelegd en ook niet voor alle sectoren interessant. Maar voor bedrijven in de metaal, media, landbouw en op termijn horeca biedt China zeker kansen.”

## *Han de Ruiter*

“Verder liggen vooral ook kansen voor het mkb op terreinen waar wij als Nederlanders van oudsher goed in zijn, zoals waterbeheersing, packaging, logistiek/haven/containervervoer, en agrifood. Het mkb is de motor voor onze economie en zal moeten blijven openstaan voor nieuwe opportuniteiten. Internationale handel is daarbij enorm belangrijk. Voor een deel zullen mkb-bedrijven naar nabije markten kijken, maar China heeft een soort ‘magische’ aantrekkingskracht. Ben je als mkb-ondernemer op zoek naar een nieuwe markt, relatief goedkope arbeid en hardwerkende mensen, dan is China eigenlijk een vanzelfsprekende kandidaat met veel potenties.”

*Loek Hermans*

“En de weg ligt al een beetje voor ons open, want Chinezen doen graag zaken met Nederlanders. Zij zien ons als een mooie opstap naar de Europese markt. We zijn ook een beetje de Chinezen van Europa. Wat zaken doen betreft begrijpen Chinezen en Nederlanders elkaar vrij snel.”

*Han de Ruiter*

“Maar China is geen gemakkelijke markt om aan de slag te gaan. Het land kent vele deelmarkten. Mkb-ondernemers moeten dan ook goed kijken met welke producten ze welke markt willen bedienen en hier een keuze in maken. Je gaat niet ‘naar China’, maar doet zaken met een klein stukje China.”

*Loek Hermans*

“Je moet ook absoluut ambitie hebben om zaken te willen doen met China, maar dat is toch inherent aan het mkb? Je kunt niet even op de bonnefooi naar China. Succes in China staat of valt met een goede voorbereiding. Vooral de Oostkust van China is interessant voor mkb-bedrijven. Daar zitten al heel veel Nederlandse bedrijven, waar starters op de Chinese markt veel van kunnen leren. In China draait alles om contacten en relaties. Sluit je aan bij een handelsmissie en praat met deze bedrijven, praat als ondernemer met je MKB- en/of brancheorganisatie en overige organisaties die aan ondersteuning van internationale handel doen, bouw een goede relatie op met je bank, bezoek seminars en noem maar op; werk aan je netwerk, voordat je naar China gaat!”

*Han de Ruiter*

“Succes begint inderdaad bij de start. China doe je er niet ‘even bij’. Met een goede voorbereiding en een goed product kun je als mkb-bedrijf een heel eind komen. Een handelsmissie is een uitstekend middel om je op China te oriënteren. Tijdens de reis krijg je een snelle ingang op de markt, word je overal geïntroduceerd, zit je met goede gesprekspartners om de tafel en kun je heel snel beoordelen of China echt iets voor je bedrijf/product is. Als je een goed product hebt, waarom zou je dan niet profiteren van de groei in China?”

*Loek Hermans*

“Ik ben drie keer in China geweest. Twee keer zakelijk en één keer privé. Ik vind het een geweldig imponerend land in al zijn facetten: de werkkraft en handelsgeest van de bevolking en de complexiteit. Het is bijna een open deur, maar China biedt voor mkb-ondernemers echt ongekende mogelijkheden. Om ondernemers al



vast op weg te helpen in het oriënteren op Chinese markt hebben wij relevante informatie over het zaken doen met China gebundeld in dit boekje ‘China, land van onbegrensde mogelijkheden’. Ook bieden wij de lezers een kijkje in de keuken van collega-ondernemers die hen zijn voorgegaan. Ik hoop dat de lezers van dit boekje net zo enthousiast over China worden als wij.”

# China in het kort

De Chinese markt ontwikkelt zich razendsnel. Met 53 miljard dollar aan directe investeringen passeerde China vorig jaar de Verenigde Staten. Het aandeel van China in de wereldhandel is toegenomen van 3,9% in 2000 tot 6,4% in 2003. Om de enorme groei bij te benen nam de invoer in China in 2003 zelfs met meer dan 40% toe. In 2003 stijgt de totale handel van China met 37% en wordt daarmee derde handelsland van de wereld na de Verenigde Staten en Japan. Het land spreekt inmiddels tot de verbeelding van veel buitenlandse bedrijven.

## ► Chinafeiten

### Volksrepubliek China (VRC)

<i>Internationale aanduiding:</i>	The People's Republic of China
<i>Regeringsvorm:</i>	eenpartijstelsel (CCP; Chinese Communistische Partij)
<i>Staatshoofd:</i>	President Hu Jintao
<i>Hoofdstad:</i>	Beijing
<i>Tijdsverschil met Nederland:</i>	+ 7 uur (zomertijd +6)
<i>Oppervlakte:</i>	9.956.690 km <sup>2</sup> = 282 x zo groot als Nederland
<i>Bevolkingsaantal:</i>	1.295,2 miljard
<i>Bevolkingsgroei:</i>	0,7% (2002)
<i>Taal:</i>	Putonghua (=Mandarijn) en vele dialecten
<i>Munteenheid:</i>	Renminbi/Yuan (RMB)
<i>Belangrijkste luchthavens:</i>	Beijing, Chengdu, Dalian, Guangzhou, Hangzhou, Harbin, Hohhot, Kunming, Qingdao, Shanghai, Shenyang, Tianjin, Urumqi, Xiamen, Xi'an en Zuhai.
<i>Belangrijkste (zee-) havens:</i>	Aihui, Beihai, Changsha, Dalian, Dangdong, Fuzhou, Guangzhou, Haikou, Hangzhou, Hankou, Harbin, Huangpu, Jiujiang, Lianyungang, Nanjing, Qingdao, Qinhuangdao, Sanya, Shanghai, Shantou, Shenzhen, Simao, Tianjin, Weihai, Xigang, Yangzhou, Yantai, Zhangjiang en Zhenjinag.

De bevolking van China is de grootste ter wereld. Ongeveer 90% van de bevolking woont in de oostelijke kustprovincies. In 2008 is Beijing gastheer van de Olympische Spelen.

## ► **Nederlanders in China – van ‘roodhoofden’ tot diplomaten en succesvolle handelaars** <sup>1</sup>

Als zeevarend volk zetten de eerste Nederlanders al aan het einde van de 16e eeuw voet op Chinese grond. Dirck Gerritsoon Plomp uit Enkhuizen deed in de jaren tachtig van de zestiende eeuw als bemanningslid aan boord van een Portugees handelsschip Macao aan. De Portugezen hadden sinds 1557 op het schiereiland Macao (Zuid-Chinese kust) een handelspost gevestigd, die de Nederlanders graag in handen hadden. De handelsbetrekkingen met China waren – als je al van handelsbetrekkingen kon spreken – weinig subtiel. Nederlanders (en over het algemeen alle Europeanen) waren in die tijd dan ook niet zo geliefd bij de Chinezen. Onze voorvaderen maakten zich regelmatig schuldig aan moord en plunderingen. Als rovende en bedreigende Hollanders werden we door de Chinese autoriteiten ook wel Hong Mao ofwel roodhoofden genoemd.

De VOC probeerde enkele decennia later op een meer diplomatieke wijze directe handelsbetrekkingen met China aan te knopen. Na in eerste instantie vreedzame, maar vruchteloze pogingen, ondernam de VOC vanuit Batavia of direct vanuit de Republiek, handelsreizen naar Kanton. Belangrijkste handelswaar waren thee en porselein. De handel in thee tussen China en Nederland ging goed, tot deze na 1830 niet meer rendabel voor de Nederlanders was. Kanton bleef voorlopig wel de verblijfplaats van een Nederlandse handelsagent in China, waarmee de ‘deuren’ naar China op een kier stonden. Buiten veel interessante wetenswaardigheden over het land, de cultuur en de bevolking hebben de pogingen van de VOC geen intensieve economische relaties opgeleverd.

In 1950 erkent Nederland de Volksrepubliek China, wat in 1954 leidt tot de uitwisseling van zaakgelastigden. Ook vanaf die tijd zijn de handelsbetrekkingen met China broos. Na het ‘Lassersincident’ in 1966 worden de relaties lange tijd vertroebeld. In 1980 volgt de eerste Duikbotencrisis. Er volgen er nog twee, in 1983 en 1991. Deze crises komen de relatie met China niet ten goede. In 1981 worden de ambassadeurs teruggetrokken. In 1997 breekt opnieuw ruzie uit. Dit keer door Nederlandse kritiek op de naleving van het mensenrechtenbeleid van China. China weigert als reactie hierop toelating van een handelsmissie onder leiding van minister Wijers (EZ) en bevriest de diplomatieke en economische contacten. Later dat jaar worden de banden weer aangetrokken en in 1998 mag minister Wijers zijn handelsmissie alsnog volbrengen. Dit doet hij met succes. Sindsdien is de handelsrelatie met China stabiel gebleven. Het huidige klimaat van politieke betrekkingen tussen Nederland en China is gunstig voor de handel.

De Nederlandse expertise, kennis, technologie en hoge kwaliteitsproducten worden in China gewaardeerd.

De handel tussen Nederland en China is de afgelopen jaren dan ook enorm gestegen en bedroeg in 2003 totaal zo'n twaalf miljard euro. Er wordt door Nederland vooral veel geïmporteerd uit China, met name elektrotechnische apparaten, kleding, machines, fabrikaten en aanverwante artikelen. Outsourcing wordt, als onderdeel van de handel met China, steeds belangrijker. Minder wordt geëxporteerd en ook het aangaan van samenwerkingsverbanden met Chinese bedrijven gebeurt niet veel. Van de 80.000 exporterende Mkb-bedrijven in Nederland exporteert slechts vijf procent naar China en dan met name industriële producten in de categorieën chemie, metaal, papier, machines en transportmateriaal. De export naar China beslaat nog geen één procent van de totale Nederlandse export. In 2003 bedraagt dit zo'n 1,6 miljard euro.

### ► **China als dynamisch productieland**

De Volksrepubliek China is op 1 oktober 1949 door Mao opgericht. Tot die tijd wordt China geleid door de Qing Dynastie (keizerrijk). Aanvankelijk wordt de Volksrepubliek naar het communistisch sovjetmodel ingericht, maar sinds 1958 is het economisch beleid gericht op groei van de agrarische sector en industriële productie. Slechte planning veroorzaakt in 1960 - '61 een grote hongersnood en in 1966 - '76 een culturele revolutie. China verkeert in staat van politieke en sociale chaos, maar na de dood van Mao in 1976, breekt onder leiding van diens opvolger Hua Guofeng een tijdperk van normalisering aan. In 1978 worden ingrijpende politieke hervormingen in gang gezet door Hua en Deng Xiaoping. Hervormingen, die een expansie van de Chinese economie mogelijk maken.

China heeft zich de afgelopen twintig jaar ontwikkeld van een gesloten communistisch en hoofdzakelijk ruraal bolwerk tot een dynamisch productieland en industriële natie van formaat. Tal van fabrieken draaien overuren voor de export, vaak in opdracht van Westerse bedrijven. Denk aan producten voor de machine-industrie, met name computerproducten. China is van oudsher erg in zichzelf gekeerd geweest, maar wordt door de internationale economische en politieke ontwikkelingen gedwongen haar blik naar buiten te richten. China heeft op dit moment samen met India de snelst groeiende economie buiten de G8, de groep belangrijkste, democratische industrielanden. Het land wordt al jaren 'getipt' als potentiële kandidaat om toe te treden tot de G8, maar past vanwege de socialistische signatuur nog niet bij deze groep. Diplomaten verwachten dat China in 2006 wel zal toetreden.

## ► **China als opkomende markt**

Sinds 1993 streeft China een socialistische markteconomie na. Dat wil zeggen een markt die door vraag en aanbod wordt gestuurd. Socialistisch aspect hierin is dat de Chinese regering - middels vijfjarenplannen - de richting, het tempo en de kernsectoren van de economische ontwikkeling blijft bepalen. De status van markteconomie zou voor China van groot economisch en politiek belang kunnen zijn. Als erkende markt zou China een betere positie kunnen innemen tegen de beperkende antidumpingmaatregelen op de Chinese export. De Europese Unie wil deze status echter voorlopig niet geven, omdat de Europese commissie van mening is dat er in China nog steeds teveel staatsbemoediging is en onvoldoende rechtszekerheid. De Chinese regering is inmiddels begonnen met een diplomatiek offensief en een grootscheepse mediacampagne om zowel de eigen bevolking als het buitenland, waaronder de EU, ervan te overtuigen dat zij de status van markteconomie wel verdienen. Een campagne die - volgens zeggen - vooral geïnspireerd is door binnenlandse politieke en economische motieven om de hervormingen in eigen land aan te zwengelen en het internationale imago van China te verbeteren.

## ► **China als WTO-lid**

Op 11 december 2001 wordt China lid van de Wereldhandelsorganisatie (WTO). Met dit lidmaatschap opent het land zijn economie voor de buitenwereld. Het WTO-lidmaatschap vereist dat China zijn handels- en investeringswetgeving publiceert (ook in het Engels). De Chinese investeringsomgeving wordt hiermee transparanter. Tot op heden is buitenlandse handel voorbehouden aan bepaalde Chinese im- en exportfirma's of 'Foreign Trade operators' (FTO's). Alle buitenlandse of Chinese ondernemingen die zelf niet bevoegd zijn om te importeren of exporteren moeten via deze licentiehouders handelen. Conform WTO-bepalingen krijgen buitenlandse ondernemingen gefaseerd 'trading rights' (im- en exportrechten) en gefaseerd toegang tot diverse (diensten)sectoren. Door het lidmaatschap van de WTO stroomt op deze wijze meer buitenlands kapitaal binnen. Positief gevolg van de toetreding tot de WTO is ook dat de Chinese overheid op gaat treden tegen het in China bekende kopieergedrag. Sinds 1 januari 2002, de ingangsdatum van de transitieperiode, zijn voor veel goederen verlaagde invoerrechten van kracht, waardoor buitenlandse ondernemers een betere concurrentiepositie op de Chinese markt hebben. Buitenlandse investeerders betalen nu tussen de 12 en 24% en Chinese bedrijven 33%. Overeenkomstig de WTO-afspraken zal China uiterlijk in 2005-2006 de belastingtarieven voor buitenlandse investeerders en Chinese bedrijven harmoniseren naar een gelijk tarief tussen 24 en 28%.

## ► China's economische vooruitzichten <sup>2</sup>

De economische ontwikkelingen gaan de afgelopen jaren in China snel. Gevoed door een overcapaciteit in industriesectoren, dreigt eind 2003 een economische oververhitting en een bankcrisis. De in het voorjaar van 2003 uitgebroken longziekte SARS heeft ernstige gevolgen voor de Chinese economie. Buitenlandse investeerders en toeristen mijden China. In het derde kwartaal van 2003 herstelde de economie weer en sluit China af met sterke export- en investeringscijfers. De Chinese overheid doet er alles aan om de economie verder te stabiliseren. Zoals het er nu naar uit ziet met succes. Ondanks tegenslagen stijgt de import van China in de eerste zeven maanden van 2003 met 42,9 procent. Een ontwikkeling die deels is veroorzaakt door de toenemende vraag van de Chinese consument naar buitenlandse producten. Het BBP zal dit jaar waarschijnlijk stijgen tot 9,4 procent (was in 2003 0,1 procent) en de consumentenprijzen zullen dit jaar met 3,2 procent zijn toegenomen. Helaas stijgt ook het werkloosheidspercentage in China (10,1 procent in 2003 en stijgende). Ook de omvangrijke ambtelijke corruptie werpt een schaduw op de economische euforiestemming. Een overdaad aan formele en informele regelgeving, een ondoorzichtige bureaucratie, onduidelijke juridische kaders en onvoorspelbaarheid van wetshandhaving vormen hiervoor een belangrijke voedingsbodem.

China's lage loonkosten (voor geschoolde medewerkers stijgt deze jaarlijks echter met 10 procent) in de industrie en de toenemende koopkrachtige consumentenmarkt zullen desondanks buitenlandse investeerders naar dit land blijven lokken. De industriesector maakt – wat betreft productieprocessen – een enorme moderniseringsslag door. De hiervoor benodigde kapitaalgoederen en kennis zullen eveneens voor een belangrijk deel uit het buitenland moeten worden betrokken. China heeft de weg vrij voor vergaande markttoegang, open economie en een grote mate van integratie in de wereldeconomie. Kortom: een interessante en enorme markt van 1,3 miljard consumenten, die steeds meer binnen het bereik lijkt te komen van (sommige) buitenlandse investeerders en ondernemers door:

- betere vooruitzichten voor import door verlaging van de invoerrechten en opheffing van quota's en licenties op diverse producten;
- openstelling van diverse sectoren, zoals distributie, telecommunicatie, beveiliging, bankwezen en toerisme voor buitenlandse investeerders;
- een transparante investeringsomgeving door verplichte publicatie van handels- en investeringswetgeving;
- verbeterde infrastructuur;
- nieuwe uitdagingen voor buitenlandse investeerders.

# Zakendoen in China, beknopte handleiding

China is een economische grootmacht, maar zeker geen transparante markteconomie. Het land staat dan ook bekend als een moeilijk toegankelijke en complexe markt. In China zijn zo'n vijftig culturen te onderscheiden. Elke provincie, regio of stad kan al een afzetmarkt op zich zijn, met grote welvaart- en koopkrachtverschillen, gedragscodes, regels en gebruiken. China is als opkomende markt, in commercieel opzicht, ook continu aan verandering onderhevig. Dit is geen reden om China links te laten liggen, maar zorg er als ondernemer voor dat u goed bent voorbereid. U zult zich goed moeten oriënteren op uw (on)mogelijkheden op de Chinese markt en de wijze van marktbenadering. Zonder goede voorbereiding en veel geduld is de kans op succes klein. Wij zetten alvast een aantal 'zakelijke' wetenswaardigheden voor u op een rij.

“China is groot. De Chinezen zijn ontzettend handige zakenlieden. Kredietwaardigheidsbeoordeling is nog slecht ontwikkeld. Juridische kaders zijn beperkt. Provinciale wetgeving kan sterk verschillen en wetgeving lijkt soms meer op willekeur en alleen in het belang van de Chinese partij of China te zijn. Kortom: Gebruik referenties van Nederlandse bedrijven die al bekend zijn in China en maak gebruik van de kennis van de NBSO's aldaar en handelsbevorderende instanties in Nederland. Deze beschikken vaak over veel nuttige informatie. Doe eerst goed uw huiswerk voordat u met een Chinese partij in zee gaat!”  
*Frits Ronday, International Desk Manager ABN AMRO, regio Amsterdam*

## ► **Handelsovereenkomsten China met andere landen**

China heeft met een groot aantal landen handelsovereenkomsten gesloten, zo ook met Nederland. Voor goederen uit deze landen hanteert China, mits de goederen zijn voorzien van een certificaat van oorsprong, preferentiële invoerrechten.

Tussen China en Hongkong is in juni 2003 een Closer Economic Partnership Agreement (CEPA) getekend. Een soortgelijke overeenkomst wordt nog gesloten tussen China en Macao. Het CEPA is een vrijhandelsakkoord. Voor veel producten betekent dit akkoord een verlaging van de invoertarieven. Voor veel producten die gemaakt zijn in Hongkong gelden zelfs geen invoertarieven. Zowel Hongkong als

Macao zijn vrijhavens. Dit betekent dat deze regio's geen invoerrechten heffen op in te voeren producten en buitenlandse diensten. Exporteurs in Hongkong moeten echter wel invoerrechten betalen voor goederen en diensten naar het moederland China.

China kent enkele officiële free trade zones. Dit zijn: Futian, Shatoujiao, Guangzhou en Shantou (*provincie Guangdong*), Xiamen en Fuzhou (*provincie Fujian*), Haikou (*provincie Hainan*), Dalian (*provincie Liaoning*), Tianjin, Qingdao (*provincie Shandong*), Zhangjiang (*provincie Jiangsu*), Waigaoqiao (*Shanghai*), Wuhan (*provincie Hubei*) en Ningbo (*provincie Zhejiang*).

“Niet iedere mkb-ondernemer zal het aandurven om nu naar China te gaan. Het is een grote stap, zeker gezien de huidige economische omstandigheden in Nederland. Maar ondernemers zullen altijd op zoek gaan naar nieuwe mogelijkheden, ook internationaal. Dan is China een hele interessante optie. Voor het mkb liggen dan vooral kansen in de Oostkust van China, rond Shanghai. Daar zitten al veel Nederlandse bedrijven en de mogelijkheden voor ondersteuning bij het vinden van de juiste zakenpartners zijn hier groot.”

*Bureau Internationale Handel MKB-Nederland*

### ► **Regelgeving omtrent invoer/uitvoer** <sup>3</sup>

China gebruikt tarifaire en non-tarifaire maatregelen om de invoer te reguleren. Tarieven zijn inclusief invoertarieven, BTW en 'consumption' tax. De non-tarifaire maatregelen omvatten onder meer invoervergunningen, verboden, quota, inspecties en antidumpingmaatregelen.

Het Chinese ministerie van Economische Zaken administreert de in- en uitvoervergunningen en quotasystemen. De GAC (General Administration of Customs) controleert de invoer en uitvoer van goederen, incasseert de invoerrechten en verzamelt de statistische handelsgegevens. Invoervergunningen zijn voor verschillende producten vereist. Informatie hierover kan worden verkregen bij de EVD<sup>4</sup> onder vermelding van de HS-goederencode. Chinese importeurs kunnen een vergunning aanvragen bij het Chinese ministerie van Economische Zaken. Een vergunning is een jaar geldig, met mogelijkheid tot verlenging van zes maanden. Een invoervergunning is niet nodig voor producten die ingevoerd worden voor de verwerking tot een ander eindproduct dat na verwerking weer wordt uitgevoerd.

Alle goederen bedoeld voor de consumentenmarkt moeten voorzien zijn van een



etiket in de Chinese taal. Hou er rekening mee dat alleen verpakkingshout met een merkteken met het ISPM-logo in aanmerking komt voor export naar China. Bij zendingen zonder stuw- of verpakkingshout is de exporteur verplicht een vormvrije 'Declaration of Non Wood Package' op te maken. Onder 'Wood packaging' worden hout en houtproducten (uitgezonderd papier) verstaan die worden gebruikt voor ondersteuning, bescherming of transport van goederen.

Documenten die vereist zijn voor de inklaring van goederen in de volksrepubliek China kunnen wisselen per product. Meest vereiste documenten zijn:

- handelsfactuur
- pro forma factuur
- connossement
- vrachtbrief
- paklijst
- fyto-sanitair certificaat
- certificaat van oorsprong
- andere certificaten die mogelijk nodig zijn: inspectie-, kwaliteits-, veiligheids- en gezondheidscertificaten
- preshipment inspectie
- verzekeringsbewijs
- invoervergunning
- confirmation certificate

Uw handelsnaam moet in Chinese tekens worden ingeschreven bij de State Administration for Industry and Commerce (SAIC). Het is niet mogelijk een buitenlandse handelsnaam te registreren.

### ► **Intellectueel eigendom**

China staat, helaas, bekend om kopieergedrag. Denkt u een uniek product te hebben, dan is de kans groot dat u even later een exacte kopie van uw product aantreft. Chinezen zijn meesters in het kopiëren. Hier is - behalve waakzaamheid van uw kant - nauwelijks iets tegen te doen. De Chinese overheid heeft beloofd om zich meer in te spannen om het kopieergedrag tegen te gaan, maar op welke termijn dit concreet wordt is nog niet duidelijk.

“Chinezen zeggen wel: u kunt investeren, maar wij willen uw technologie. U kunt zich dus afvragen in hoeverre u uw toekomstige concurrent in het zadel moet helpen.”

*Hans Gunning, International Desk Manager ABN AMRO,  
regio Midden Nederland*

Het aanvragen van patent is niet zo duur, maar loont zich niet altijd door gebrek aan goede controle op naleving. Een andere – vrij kostbare – mogelijkheid is om voor de afzetmarkten in bijvoorbeeld Europa patenten aan te vragen. Voor elk land moet dan wel apart een patent worden aangevraagd. Ondernemers bedenken vaak zelf slimme oplossingen om kopiëren onmogelijk te maken. Zij brengen bijvoorbeeld zoveel unieke details in hun product aan, dat kopiëren niet of nauwelijks mogelijk is.

### ► **Ondernemingsvormen**

Hoe uw strategie er voor het benaderen van de Chinese markt uit ziet is afhankelijk van wat u in China wilt bereiken. Het is ondoenlijk om alle deelmarkten tegelijk te willen benaderen. Beter is het om voor één deelmarkt (stad of regio) te kiezen en uw marktgebied langzaam uit te breiden. Wilt u alleen af en toe wat exporteren naar China, dan kunt u gebruik maken van de al eerder genoemde Foreign Trade operators (Chinese handelsmaatschappijen), een lokale agent of ervoor kiezen direct te leveren aan een producent. Handelsmaatschappijen en lokale agenten beschikken over kennis van de Chinese markt, over een uitgebreid netwerk en

(als het goed is) over de mogelijkheid om te handelen in een groot assortiment goederen en producten. Heeft u grotere plannen met China, dan kunt u denken aan het vestigen van een Representative Office of bijvoorbeeld een Joint Venture.<sup>5</sup> Het opzetten van een eigen Representative Office in China heeft als voordeel boven het inhuren van een lokale agent of het werken met een FTO dat u meer controle over en zekerheid voor uw buitenlandse onderneming heeft. Voordat u een Joint Venture aangaat is het van groot belang dat u zeker weet dat u met een betrouwbare partner in zee gaat. Een andere mogelijkheid is de Wholly Owned Foreign Enterprises (WOFE). De WOFE zorgt ervoor dat de investeerder ook de (financiële) controle heeft over de operatie. Het is nu veel makkelijker dan enkele jaren geleden om een bedrijf op te zetten zonder de eerdere verplichting om met een Chinese partner in zee te gaan. De meeste nieuwe buitenlandse investeringen hebben dan ook deze vorm.

## ► Financiering

### Een rekening openen

Een buitenlands bedrijf mag geen RMB-rekening openen in China. Alleen het openen van een vreemde valutarekening is toegestaan. Aangezien de meeste exporteurs geen zaken 'on open account' met China doen, zijn de klassieke collection accountstructuren niet zo zinvol. Betalingen kunnen snel en efficiënt via een SWIFT-netwerk worden ingevoerd. Hierop zijn alle grote overheidsbanken en een groot aantal middelgrote (deels beursgenoteerde) banken aangesloten.

Het bankwezen in China staat bekend als inefficiënt opererend. Informatie over betrouwbare banken in China kunt u opvragen bij de ABN AMRO International Desk in uw regio.

De Bank of China wikkelt tegenwoordig transacties af in US Dollars, en in toenemende mate ook in Euro's. In financieel opzicht gaan de vier grote staatsbanken\* gebukt onder een slechte leningportefeuille (zeer slecht inbare vorderingen). Dit komt de solvabiliteit van deze banken niet ten goede. De liquiditeit van de staatsbanken is wel goed.

### Betalingen

Als u als buitenlandse onderneming exporteert naar China is het gebruikelijk om te factureren in USD of EUR. De lokale munt, de RMB (Renminbi), is beperkt inwisselbaar. Buiten China kunt u geen RMB's betalen of ontvangen. Verkoopcontracten dienen dan ook altijd in vreemde valuta te worden opgesteld. Sluit als buitenlands bedrijf dus geen contracten af in RMB!

“Onlangs heb ik contact gehad met een bedrijf dat een voorschot heeft ontvangen voor werkzaamheden (diensten) die dit bedrijf in China heeft verricht. Dit voorschot werd door de Chinese opdrachtgever in RMB voldaan. Het Nederlandse bedrijf kon de RMB niet ontvangen en moest deze noodgedwongen op rekening van een bevriende Chinese relatie laten overmaken. Ik denk dat weinig bedrijven dit een aantrekkelijke optie vinden.”

*Hans van der Woerd, International Desk Manager ABN AMRO, regio Zuid Nederland*

### Betalingsgedrag

De international Desk van de ABN AMRO in China geeft aan dat het beoordelen van kredietrisico's van Chinese bedrijven niet zo makkelijk is en dat de gegevens

die hiervoor nodig zijn niet zo transparant zijn als in het Westen. Een ondernemer zei eens over het betalingsgedrag van de Chinezen: “Chinezen hebben wel het geld, alleen kunnen ze het zo moeilijk uitgeven.” Voor internationale transacties geldt dat u als ondernemer altijd voorzichtig en alert moet zijn. Zorg ervoor dat u voldoende weet over uw Chinese klant en een dusdanige handelsrelatie met hem heeft opgebouwd om in te kunnen schatten of deze betrouwbaar is. Het is verstandig om op basis van een aantal vragen te bepalen welk betalingsinstrument het beste bij u en uw klant past. Natuurlijk is de keuze ook afhankelijk van de grootte van de order en daarmee van het financiële risico dat u loopt. De gehanteerde betalingstermijn in China is afhankelijk van de branche waarin u opereert. Deze ligt meestal tussen de 30 en 60 dagen, en is nooit langer dan 90 dagen.

### **Letter of Credit**

De Letter of Credit (LC) is het meest gebruikte betalingsinstrument bij zakelijke transacties met China. Chinezen zijn goed op de hoogte van het gebruik van een LC. Chinese importeurs zullen echter wel proberen om een goedkopere en voor hen meer flexibele betalingswijze uit te onderhandelen. Chinese exporteurs kunnen kredietfaciliteiten krijgen op basis van de ten gunste van hen geopende LC's die ze ontvangen via gerenommeerde Issuing Banks, zoals de ABN AMRO. Op een LC wordt gewoonlijk geen confirmatie gegeven. Het is wel mogelijk een 'silent confirmation' aan uw bank te vragen, waarvan de Chinese bank niet op de hoogte wordt gesteld.

### **Silent confirmation**

Stille confirmatie, Confirmatie Eigen Gezag en Commitment to Pay (CtP) zijn begrippen voor hetzelfde. In China wordt vaak op verzoek van de Chinese importeur geen confirmatie meegegeven met het LC-bericht van de openende (Chinese) bank aan de adviserende bank. Dit houdt officieel in dat de adviserende bank geen confirmatie mag toevoegen aan de LC. Wanneer dit toch gebeurt zonder de openende bank hiervan op de hoogte te stellen is er sprake van Stille Confirmatie. Dit betekent een verhoogd risico voor de adviserende bank, dus ook een extra toeslag op de confirmatieprovisie. De exporteur kan verzoeken om Stille Confirmatie door de adviserende bank, na ontvangst van het advies aan de adviserende bank. De adviserende bank zal dan aangeven of er wel of niet geconfirmeerd kan worden en welke kosten hieraan verbonden zijn.

## Subsidiemogelijkheden

Er zijn enkele subsidiemogelijkheden voor het zakendoen met China. Deze zijn vaak gekoppeld aan het stadium waarin u zich in het zakelijk proces met China bevindt. Denk aan subsidies voor de oriëntatiefase (PSB, PESP, PSOM, TSI), voor de transactiefase (ORET/MILIEV, TAOM, IFOM, IBTA-OL, NIMF) en voor verzekeringen (EKV exportkredietverzekering en RHI). Meer informatie over subsidiemogelijkheden kunt u krijgen bij Senter: [www.senter.nl](http://www.senter.nl). of bij diverse internationale instellingen (ALA-Fonds en IFC).

## ► Etiquette

‘Op zijn Hollands te werk gaan en snel even knopen doorhakken’ werkt niet in China. Chinezen hechten veel waarde aan het opbouwen van een langdurige, persoonlijke relatie. Voordat u zaken gaat doen zult u dus moeten investeren in het opbouwen van een goede verstandhouding met uw zakenrelatie en, misschien naar uw idee, veel tijd en energie moeten steken in activiteiten die misschien niet direct resultaat opleveren.

Chinezen zijn ook harde en taaie onderhandelaars. Niets gaat vanzelf, maar alles is mogelijk. Contacten en onderhandelingen vragen om tactisch optreden en veel geduld. Bescheidenheid wordt op prijs gesteld en het is verstandig om niet alle informatie weg te geven in de ‘verkenningfase’. Een Chinese zakenman zal zelf eerder te weinig zeggen dan te veel. Voor een goede onderhandeling is het wel belangrijk dat u uw Chinese handelspartner iets concreets kan bieden. Chinezen denken in termen van ‘wederzijds voordeel’, ga hier ook altijd van uit in uw onderhandelingen.

“China heeft pas de laatste 15 tot 20 jaar de ‘vensters’ naar het Westen openstaan. Ga er dan ook niet van uit dat Chinezen de Westerse taal spreken. Dat mag je ook niet verwachten. Voor een land dat nog maar zo kort geleden haar blik naar buiten heeft gekeerd, houdt China al razendsnel rekening met ons.”

*Bureau Internationale Handel MKB-Nederland*

Een aantal praktische tips:

- Gebruik in uw communicatie en documenten de juiste naam voor China: The People’s Republic of China.
- Na begroeting worden direct visitekaartjes uitgewisseld. Biedt een visitekaartjes met twee handen aan. Bekijk het kaartje dat u ontvangt goed en leg het tijdens het gesprek voor u op tafel neer.

- Ter kennismaking kunt u een maaltijd aanbieden. Neem de tijd voor eten en drinken. Hou in China rekening met overvloedige diners met volop alcoholische versnaperingen.
- Iemands blik vasthouden wordt als onbeleefd gezien en amicale, vaak goed bedoelde aanrakingen zoals een schouderklopje worden over het algemeen niet gewaardeerd.
- Bouw een goed netwerk op. En investeer in contacten op verschillende niveaus en op verschillende posities. Chinezen zijn gevoelig voor cachet.
- Chinezen zijn een zelfbewust volk. Onderschat uw Chinese handelspartner nooit en benader hem of haar op voet van gelijkheid.

“Mianzi of gezicht (aanzien en respect) is erg belangrijk voor uw Chinese partner. Voor uzelf is het echter ook belangrijk om gezicht te hebben en te houden. Door iemand in het openbaar af te vallen laat u die persoon gezichtsverlies lijden. Niets is zo erg als dat! Niet alleen de relatie met de persoon die gezichtsverlies lijdt is verstoord, maar ook de relatie met de overige aanwezigen. Gezicht kun je krijgen en geven, echter beter niet verliezen en doen verliezen.

*Pieter Ris, International Desk Manager ABN AMRO, China*

- Uw Chinese zakenrelatie zal niet snel toegeven dat hij of zij iets niet begrijpt. Hij zal ook nooit direct ‘nee’ zeggen, maar eerder iets in de trant van ‘ik zal zien wat ik voor u kan doen’ of ‘ik zal mijn best doen’ of andere eufemistische termen gebruiken om ‘nee’ te omzeilen.
- Chinezen vinden het belangrijk dat u betrouwbaar bent en ook consistent in wat u zegt. Dit geldt voor afspraken tijdens de onderhandelingen (maak aantekeningen), maar ook in de omgang.
- Juich niet te vroeg. Pas wanneer het contract is getekend beginnen de echte onderhandelingen. Na ondertekening zullen er nog vele ‘friendly consultations’ volgen. Niet zelden zijn die dan ook als clause opgenomen in het contract. Als het contract geen uitsluitel geeft, kunnen problemen worden opgelost door deze ‘friendly consultations’, met andere woorden: alles blijft bespreekbaar. Heb geduld en forceer de ondertekening van een contract niet.

## ► **Ondersteuning**

Achterin dit boekje vindt u een uitgebreid overzicht met adressen en indien aanwezig links naar websites van organisaties die u van dienst kunnen zijn bij uw internationale activiteiten in China.

- 1 Netwerk van het Koninkrijk der Nederlanden in de Volksrepubliek China; [www.hollandinchina.org](http://www.hollandinchina.org)
- 2 Bron: EVD - voor meer informatie [www.evd.nl](http://www.evd.nl)
- 3 Bron EVD
- 4 [www.evd.nl](http://www.evd.nl) of via de infolijn internationaal ondernemen 0800-6080
- 5 Kijk voor een uitgebreide lijst met voor- en nadelen van de diverse ondernemingsvormen op [www.hollandinchina.org](http://www.hollandinchina.org) -> bedrijfsvormen



► Peter van Hoorn, Van Hoorn Carbide

“Er liggen veel goede kansen in China, ondanks de vele verschillen en zaken waar je rekening mee moet houden. Wij zijn er nog niet zo lang actief, maar nu al komt 10 à 15% van onze internationale omzet uit China. En dan zitten wij alleen nog maar in Hong Kong en Guandong!”

Hoofdproduct van Van Hoorn Carbide ([www.hoorn-carbide.com](http://www.hoorn-carbide.com)) zijn hardmetalen hogesnelheidsfrezes, ontwikkeld op basis van jarenlange praktijkervaring en in samenwerking met technische universiteiten en onderzoeksinstituten. De hogesnelheidsfrezes worden in een bijna geheel geautomatiseerd productieproces gemaakt en over de hele wereld afgezet. De hardmetalen slijtvaste onderdelen die Van Hoorn Carbide daarnaast produceert, worden onder andere ingezet in de semi-conductor- en blikverwerkende industrie.

Aan het woord is Peter van Hoorn, managing director van Van Hoorn Carbide uit Weert. Zijn firma ontwikkelt, produceert en verkoopt hoogwaardige hardmetalen hogesnelheidsfrezes en slijtvaste hardmetalen onderdelen. Van Hoorn zette het bedrijf in 1990 op, samen met zijn vrouw. Hij heeft inmiddels zo'n 25 vaste medewerkers in dienst, waaronder de twee zoons van de familie Van Hoorn. Sinds 1 mei 2003 werkt Van Hoorn Carbide met een kantoor in Hongkong met twee medewerkers.



# Van Hoorn Carbide

## ► Internationaliseren: een noodzaak

“Wij voelden ons gedwongen om te internationaliseren toen de markt van de semi-conductorindustrie inklapte. Een groot gedeelte van de omzet zou hierdoor verloren zijn gegaan en het was daarom noodzaak om vooruit te kijken en het roer om te gooien. Als je als onderneming wilt groeien en je winstgevendheid wilt waarborgen moet je internationaliseren. We hebben binnen vijf jaar met ongeveer 25 distributeurs een samenwerking opgebouwd in ongeveer 20 landen.” Sinds 2003 is Van Hoorn Carbide ook in Azië vertegenwoordigd middels een samenwerkingsverband met een betrouwbare partner in Hongkong. “Een schot in de roos! Hong Kong is een vrije handelszone en een goede uitvalsbasis voor de Aziatische markt. Werken met een kantoor ter plaatse maakt bovendien de bevoorrading en financiële afwikkeling een stuk eenvoudiger.”

## ► Ondersteuning vanuit een goed relatienetwerk: essentieel

“Een betrouwbare handelspartner ter plekke is één van de voorwaarden voor succes, zo hebben we het zo noodzakelijke netwerk op kunnen bouwen. Persoonlijke relaties zijn essentieel als je zaken doet in China.”

Van Hoorn Carbide kreeg voorts ondersteuning van haar branchevereniging, de Koninklijke Metaalunie, en van de Nederlandse Export Combinatie, bijvoorbeeld bij het opstellen van internationale contracten. “Bij het maken van de contracten voor China hebben wij ook nog ondersteuning gekregen van een jurist in Hong Kong. Deze jurist was ons aanbevolen door onze bank. Dat soort netwerken heb je wel nodig, ze kunnen je zoveel tips geven. Zo hebben wij bijvoorbeeld ook informatie gekregen van het consulaat en de Nederlandse ambassade ter plaatse.”

## ► Goed personeel door eigen opleiding

Van Hoorn Carbide heeft veel aandacht voor haar personeel. Het bedrijf in Weert is gevestigd in een prachtig, schoon en licht pand. “In een mooie en schone omgeving werken mensen harder én met meer plezier. Wij leiden bovendien al ons eigen personeel en internationale distributeurs zelf op, hier in Nederland. De mensen komen daarvoor gewoon een aantal dagen naar Weert. We zijn inmiddels een erkend opleidingsinstituut en werken veel samen met scholen. Dat is meteen ook één van de belangrijkste redenen van ons succes in China: onze verkoper in China wordt regelmatig technisch door ons bedrijf ondersteund. Hij is mede daardoor technisch zeer goed onderlegd en kan laten zien hoe je met ons product op de hoogwaardige machines veel sneller kunt produceren.”

## Een andere wereld, een andere zakelijke cultuur: dat vergt begrip en geduld

“Zakelijke relaties met Chinezen kunnen stuklopen op de communicatie. Daar moet je goed op letten. China is echt een compleet andere wereld.” De beste tip die Van Hoorn kan geven, is om niet alleen ‘op afstand te communiceren’ maar ook regelmatig naar China te gaan om persoonlijk te praten met de Chinezen.



Wanneer je probeert de cultuur te begrijpen, kom je te weten wat zij van jou verwachten. “De zakelijke cultuur verschilt sterk van de onze”, aldus Van Hoorn. Onderdanigheid is bijvoorbeeld erg belangrijk. Chinezen verwachten een extreem goede service en een bereikbaarheid van 24 uur per dag, 7 dagen in de week.

“Heb vooral geduld”, zegt Van Hoorn. “Geef je klanten en zakenpartners steeds het idee dat je voor hen klaar staat. Ga er in mee en stel niet al te harde eisen, want je moet ze te vriend houden als je zaken wilt doen. Zij maken het jou ook graag naar de zin en rijden desnoods tot diep in de nacht door om een goed restaurant voor je te vinden. China is net een mierenhoop, veel mensen die allemaal voortdurend erg druk in de weer zijn. Tussen die massa mensen heb je beslist een Chinese partner met privé-chauffeur nodig, anders kom je

## “Een andere wereld, een andere zakelijke cultuur: dat vergt begrip en geduld”

nergens! Ze werken bovendien snel: waar onze kansen liggen in kennis en innovatie, bieden de Chinezen ons vooral snelheid en bereidwilligheid.”

### ► Technologische kennis is onze kans

Van Hoorn Carbide richt zich op de export van hardmetalen hogesnelheidsfrezes en hardmetalen slijtvaste onderdelen en kan zich voorstellen dat dit vraagtekens oproept. Hoe kun je een – in de ogen van Chinezen wellicht duur – West-Europees product in China verkopen? “De overheid heeft in China enorm geïnvesteerd in hoogwaardige machines. Om die machines zo goed mogelijk te laten werken, zijn moderne gereedschappen nodig. En die zijn er niet. Men probeert deze benodigde gereedschappen te kopiëren maar vanwege onze technologische voorsprong is dat tot op heden niet gelukt. Onze hogesnelheidsfrezes hebben een veel betere per-

formance en voldoen veel beter aan de gestelde hoge kwaliteitseisen. Door de betere performance en de hogere kwaliteit is het prijsaspect alleen niet meer doorslaggevend bij het verkrijgen van een order.” Met de leergierigheid van de Chinezen zal de achterstand in technologie misschien niet al te lang blijven bestaan, maar er blijven voorsnog voldoende mogelijkheden voor West-Europese bedrijven. Het is echter wel zaak technologische voorsprong te houden.

### ▶ **Een kantoor ter plekke heeft veel voordelen**

De vestiging van een kantoor in China zelf is bijna een noodzaak, maar ook aantrekkelijk, zo bepleit Van Hoorn. “Chinezen spreken wel Engels, maar erg goed doen ze dat niet. Je hebt handen en voeten nodig bij de communicatie. Het wordt erg op prijs gesteld als je bijvoorbeeld vanuit Hong Kong werkt. De afstanden zijn dan bovendien korter, de financiële afwikkeling is eenvoudiger en je kunt sneller leveren. De kosten van een kantoor ter plekke zijn beslist te overzien. Je zou er een ‘limited’ kunnen openen, een soort BV, of er een partnership aangaan met een lokale Chinese persoon. Dat gebeurt daar erg veel. Een waarschuwing is op zijn plaats. Je loopt een risico dat, als je klant een ‘limited’ is, je – in geval van problemen - het geld meestal op niemand kunt verhalen. Wij werken dan ook met een bank in Hongkong. Dat is beslist aan te raden.”

### ▶ **Financiële risico’s te beperken door korte communicatielijnen**

“Financiering is in China in principe geen probleem. Je moet gewoon boven op je debiteuren blijven zitten. In het begin kan vooruitbetaling of een ‘letter of credit’ een betalingsvorm zijn. Als er vertrouwen is opgebouwd zou je voorzichtig kunnen starten met betaling op rekening. Zo dek je het risico een beetje af. Een tip is wel om, net als wij hebben gedaan, de communicatielijnen kort te houden. Wij kunnen ons kantoor in Hong Kong elk uur van de dag bereiken. En zorg dat jij de controle houdt op de boekhouding.” Van Hoorn Carbide kreeg veel hulp van haar bank. “En dat was geen overbodige luxe! Wij hebben het zo geregeld dat het kantoor in Hong Kong een beperkte tekenbevoegdheid heeft. Die ligt bij de bank en dat werkt goed. Zo houden wij de controle over de betalingen. Wij vertrouwen onze partner wel, maar als het op geldzaken aankomt, hebben wij liever zelf de touwtjes in handen!”

### ▶ **Veel verschillen, maar goede kansen!**

“Veel verschillen, kortom, en veel zaken waar je rekening mee moet houden of waar je voor op je hoede moet zijn, maar al met al liggen er veel goede kansen in China,” aldus Peter van Hoorn.



► **Jan Kreijkes, Ankersmid B.V. (onderdeel van de M&C Groep)**

“Ik wilde mijn bedrijf in de breedte en diepte laten groeien en om dat te bereiken moest ik internationaal ondernemen. Ik heb altijd gevonden dat Nederland te klein is. Zeker in het marktsegment waarin ik opereer, merk ik dat. Ik ben bewust naar China gegaan, omdat dit volgens mij een sterk opkomende markt is. Ik zag kansen in China. De afzetmarkt voor onze producten is enorm. Ik wilde de boot niet missen en er vooral op tijd bij zijn.”

Ankersmid B.V. ([www.ankersmid.com](http://www.ankersmid.com)) en M&C Indumation ([www.mcindumation.com](http://www.mcindumation.com)) behoren tot de M&C Groep, welke zich bezig houdt met ontwikkeling, fabricage en assemblage van analyseapparatuur en systemen voor de procesindustrie. Het bedrijf maakt onder andere gas-conditioneringsproducten voor de procesindustrie. Denk bij gasconditionering bijvoorbeeld aan het analyseren van gas om dit zo schoon mogelijk aan een analyseerapparaat aan te bieden. Op deze wijze wordt de meting zo min mogelijk aangetast. M&C is opgericht in 1984 in Oosterhout en is inmiddels actief in tien landen, waaronder Israël, België, Frankrijk en de VS. Ankersmid B.V., dat later aan de M&C Groep is toegevoegd, is actief voor apparatuur voor laboratoria en medische analyse.

Jan Kreijkes is directeur/eigenaar van Ankersmid, een productiebedrijf in apparatuur voor laboratoria en medische analyse. Kreijkes is begonnen met het

# Ankersmid B.V.

## **“Zaken doen met China is een kwestie van planmatig werken en het benutten van kansen die je op je weg tegenkomt”**

bedrijf M&C Indumation. Een bedrijf, gespecialiseerd in het ontwerpen van oplossingen voor industriële analysemetingen. “In 1997 heb ik voor M&C Indumation een ‘representative office’ gestart in China, in Shanghai. Momenteel werken daar 12 mensen”. Kreijkes wilde een bredere productlijn en zo werd overgegaan tot de koop van Ankersmid. Met beide ondernemingen is Kreijkes direct internationaal gegaan. Nederland was voor het bedrijf relatief duur en in Nederland is bovendien slechts een klein facet van het hele marktgebied van de M&C Groep aanwezig. Ook Ankersmid B.V. heeft sinds 2003 een kantoor in China. Op dit kantoor werken vijf mensen.

### **► De juiste contacten**

Kreijkes is ervan overtuigd dat in China alles draait om relaties en een uitgebreid netwerk. Het vinden van betrouwbare contacten is moeilijk. Kreijkes is door schade en schande wijs geworden. Hij heeft aan den lijve ondervonden wat de gevolgen kunnen zijn als je in zee gaat met een verkeerde partner. Zelfs tot fraude aan toe. “Ik ben in China door een diep dal gegaan. Onze accountant<sup>2</sup>, een international met eigen vestigingen in China, heeft ons flink geholpen om hier weer uit te komen en nu gaat het prima”. Zakendoen met China betekent veel praten met veel partijen. Een relatie opbouwen is een intensief en langdurig traject, met voldoende aandacht voor nazorg. Chinese zakenpartners willen het gevoel hebben dat er volop aandacht voor hen is. In feite is het proces van eerste contact tot levering van je product en nazorg nooit af. Kreijkes beaamt dit: “je moet iemand kennen, die iemand anders kent, die weer iemand anders kent, en die weer wat tegoed heeft...zo werkt het. Belangrijk is dat je betrouwbaar overkomt en regelmatig je gezicht laat zien. Naarmate een goede relatie is opgebouwd wordt het makkelijker.”

## **“De grootste valkuil is dat je in zee gaat met een onbetrouwbare zakenpartner”**

Kreijkes heeft zijn eerste stappen in China gezet met hulp van een business club. Eens in de zoveel tijd komen op deze club een aantal ondernemers bij elkaar om ervaringen uit te wisselen. Erg leerzaam, volgens Kreijkes. Verder heeft Kreijkes

contact gehad met de Nederlandse ambassade in China ten behoeve van een aantal praktische zaken.

### ► **Hobbels in het zakendoen in China**

De Chinese taal vormt een barrière in het zakendoen in China. Veel Chinezen spreken niet of nauwelijks Engels. “Het is soms zelfs zo erg dat ik, wanneer ik een taxi naar het vliegveld neem, een kaartje bij me heb met daarop in het Chinees mijn bestemming. Ik denk dat de slechte kennis van de Engelse taal te wijten is aan het overheidsdenken. Dat zit er nog steeds in, zeker bij de oudere generatie. Er



komt wel verandering in. In 2008 organiseert China de Olympische Spelen. Je ziet nu ook dat de staat duizenden taxichauffeurs wat Engelse woorden bijbrengt. Jongeren spreken wel Engels. Niet goed, maar toch... ze spreken het. Verder beschikken jongeren vaak over de modernste apparatuur. Je moet niet denken dat je in China tweederangs producten kunt slijten, dat kun je echt vergeten.” Om het taalprobleem te onder-  
vangen werkt Kreijkes veel met tolken, vooral in zijn contacten met klanten.

De regelgeving in China vormde voor de M&C Groep een probleem. China is een groot land. Regels wisselen per stad, per provincie of zelfs per ambtenaar. “Alsof dat nog niet genoeg is, wisselt één en ander ook nog per maand. Voor dit soort zaken heb je absoluut een betrouwbare contactpersoon nodig. Iemand die de weg kent in de wirwar van regels, cultuur en taal, weet wat speelt en welke zaken belangrijk zijn. Zonder een betrouwbare medewerker of partner kun je in China nog geen bankrekening openen”, aldus Kreijkes.

De producten van de M&C Groep moeten worden gekeurd. Dit gebeurt door Chinese instanties, vergelijkbaar met bijvoorbeeld TNO in Nederland. Afhankelijk van het resultaat van de keuring mag het product dan al dan niet worden ingevoerd en in China worden gebruikt. Een keurmerk kan ook via Kema geregeld worden. “Al met al was het keuringstraject voor ons behoorlijk gecompliceerd, doordat er zoveel partijen bij betrokken moesten worden. Het gevolg van al die

betrokken partijen is ook dat je soms bij een klant wel met acht man komt aanzetten. Dat vinden ze heel normaal.”

Verder heeft de M&C Groep haar logo's gedeponereerd. “In China wordt alles gekopieerd. Waar je je kunt indekken, moet je dat ook doen. Naast het deponeren van je logo is ook het aanvragen van een patent verstandig. Dit biedt nog geen zekerheid, maar de Chinese overheid onderneemt wel steeds meer actie om illegale praktijken tegen te gaan.”

### ▶ **Indirect importeren**

In China werd op 1 juli 1994 de Foreign Trade Law van kracht. Basisprincipe van deze wet is vrije in- en uitvoer van goederen en technologie. Desondanks staat het niet iedere Chinese organisatie of ondernemer vrij om te importeren of exporteren. Toestemming voor elke transactie is echter niet meer nodig. Is een Chinese afnemer of leverancier niet bevoegd om te importeren, dan moet incidenteel toestemming worden verkregen voor de transactie. Een andere optie is dat contact wordt gezocht met (staats)bedrijven die wel een vergunning hebben, bedrijven met im- en exportrecht. De M&C Groep importeert haar producten in China via deze zogenaamde ‘importcompanies’ of ‘foreign trade operators (FTO)’.

“Ik verkoop mijn producten aan research instituten en universiteiten. Deze huren op hun beurt een importagent in, vaak nog via de Chinese overheid. Via deze agent krijg ik vervolgens de opdracht om het gevraagde product naar China te vershippen. Een omslachtige procedure, waarbij licenties van de overheid nodig zijn om ook maar iets het land in te krijgen.”

### ▶ **Zakendoen in China: gewoon ‘op zoek gaan’ en contacten leggen**

“Al met al bleek China als markt voor ons gemakkelijker te betreden dan de VS, maar dat is sterk afhankelijk van je bedrijf en je product. De beste methode om zaken te doen in China is gewoon op zoek gaan en contacten leggen. Wees voorzichtig. Ik durf bijvoorbeeld nog geen joint venture aan te gaan. Ik doe ook niets zonder ‘letter of credit’. Begin met kleine investeringen. Open niet direct een kantoor, maar begin rustig vanuit een hotelkamer of appartement.”

- 1 Representative offices, ook wel rep offices genoemd, mogen in China ‘liaisonactiviteiten’ verrichten voor het moederbedrijf. Een rep office biedt controle en zekerheid voor buitenlandse ondernemingen die voor een langere periode in China aan de slag willen en heeft daarmee voordelen boven het werken met een agent of Trade company.
- 2 Deloitte & Touche Tohmatsu.



► René Zaal, MOSO International B.V.

“Toen ik naar China ging, zocht ik bewust een fabriek die met mij wilde samenwerken. Die in potentie de beste was. Ik zeg bewust ‘in potentie’, omdat je zelf nog wel wat wilt en moet kunnen bijsturen. Door het begeleiden van het productieproces, worden uiteindelijk producten geleverd die geschikt zijn voor afzet op de Europese markt en andere markten.”

MOSO International B.V. ([www.moso.nl](http://www.moso.nl)) uit Hoorn is een bedrijf op het gebied van bamboetoepassingen. Het bedrijf koopt, verkoopt en ontwikkelt innovatieve en milieuvriendelijke bamboeproducten, van parketvloeren tot bamboe wanden, plafonds en meubilair. De producten van MOSO International B.V. vinden hun weg naar verscheidene landen in Europa, maar ook naar de VS en Aziatische landen. De bamboe waar de producten van gemaakt worden komt uit China. MOSO is de Chinese benaming voor de bamboesoort *Phyllostachys pubescens*, een bamboesoort die door het bedrijf veel gebruikt wordt voor decoratieve toepassingen als vloeren en meubels.

Aan het woord is René Zaal, directeur/eigenaar bij MOSO International B.V., importeur van bamboeproducten. Het bedrijf produceert een groot deel van de producten niet zelf, dat gebeurt door Chinese fabrikanten. Moso International coördineert het productieproces en werkt samen met de fabrieken aan product-



ontwikkeling. “Als importeur kun je in China heel goed met fabrieken samenwerken. Fabrieken zijn voor hun afzet voor een groot deel van ons afhankelijk. We fungeren als importeur en groothandel in feite als tussenschakel, vallen wij weg, dan vallen ook de klanten weg. Dat maakt je onderhandelingspositie sterker.”

## “Ik plaats soms een ‘testbestelling’. Zo peil ik hoe de fabriek met klanten omgaat”

### ► Continu boven op het productieproces zitten

Sleutelwoorden in het productieproces van bamboe zijn: een zorgvuldige oogst, snelle verwerking en kleurselectie. “Bamboe is een kwaliteitsproduct, dat met grote precisie verwerkt moet worden. Belangrijk is dat de gekapte stammen zeer snel (binnen enkele dagen) verwerkt, behandeld en gedroogd worden. Bij langere opslag van (natte) stammen, wordt bamboe donkerder en ook vatbaarder voor insectenaanvallen en schimmels, waardoor donkere verkleuringen kunnen ontstaan.” Om dit in goede banen te leiden zit MOSO International ‘bovenop’ het productieproces. René Zaal hierover: “Chinezen zijn over het algemeen opportunistisch, ze kunnen nieuwe activiteiten zeer snel op poten zetten en willen snel scoren. Ze houden daarbij vaak te weinig rekening met de eisen en verwachtingen van Europese klanten ten aanzien van het product. Ik wil dan ook zelf kunnen kijken wat er uit de machines komt. Door er bovenop te zitten kan ik het productieproces bijsturen en krijgen we uiteindelijk het product dat we willen hebben voor onze afzetmarkt. Een product dat voldoet aan Europese normen en keurmerken.”

### ► Representative office in China

Volgens René Zaal is het een aanrader om in China een representative office te openen. Op deze manier krijgt een bedrijf een ‘formelere’ uitstraling en is het makkelijker om Chinese werknemers aan te trekken. Op het kantoor van MOSO International in China werken vijf mensen. Zij houden nauwlettend in de gaten of de geleverde producten voldoen aan de gestelde kwaliteitsnormen. De medewerkers in China zijn door MOSO International zelf opgeleid en staan dagelijks in contact met het hoofdkantoor in Hoorn. “Ik ben zelf sinds 1994 zo’n zes tot zeven keer per jaar in China geweest. Dan bezoek ik met mijn medewerkers de leveranciers. Wanneer ik niet in China ben, communiceer ik vooral direct met de representative office. De Chinese medewerkers wisselen vervolgens informatie uit met de leveranciers. Zij begrijpen immers de cultuur, spreken de taal en weten door de interne opleiding waar ze op moeten letten.”

## ► **Voel het ritme!**

“Je kunt natuurlijk op zijn Hollands te werk gaan, maar dat is gewoonweg niet verstandig in China. Neem de tijd voor een begroeting, raffel niets af en voel het ritme. Moeilijke gespreksonderwerpen worden vaak zo lang mogelijk vooruit geschoven. Wacht geduldig op het goede moment. Wanneer de relatie langer bestaat, is het geen probleem meer om aan te geven dat je weinig tijd hebt.”  
Waar enerzijds veel tijd moet worden uitgetrokken voor het leggen van contacten en het opbouwen van relaties, kan de snelheid waarmee Chinezen zakendoen echter nogal eens voor verrassingen zorgen. “Zijn wij nog in de fase van nadenken en beslissen – bijvoorbeeld over de bouw van een kantoor – dan staat de schop als het ware al in de grond en is de bouw in volle gang. Is de relatie goed en alles in kannen en kruiken, dan wachten Chinezen niet graag. Ze gaan het liefst zo snel mogelijk aan de slag. De financiële afwikkeling is dan voor latere zorg.”

## ► **Afdwingen van exclusiviteit niet altijd zinvol**

Exclusiviteit afdwingen bleek in het kopieerlustige China voor MOSO International moeilijk. In sommige gevallen kan het zinvol zijn om nieuwe



productvindingen te patenteren. Zo heeft MOSO patentaanvragen voor diverse Europese landen lopen voor bamboefineer. Over het algemeen probeert het bedrijf door voortdurend innoveren het Chinese kopieergedrag voor te blijven en afspraken te maken voor alleenrecht voor slechts een bepaalde periode. “Daarnaast wil ik altijd een prijsvoordeel, omdat ons bedrijf immers ook veel tijd en energie steekt in productontwikkeling. Op deze manier win ik tijd om het uiteindelijke product als eerste op de markt te brengen. Chinezen houden niet zo van exclusiviteit, zijn in dit opzicht niet altijd even goed te vertrouwen, maar op deze wijze werkt het prima.” Onlangs is MOSO International – voor de bamboefineer – een joint venture

aangegaan met een Chinese producent, waardoor op basis van gelijkwaardigheid beslissingen kunnen worden genomen over productontwikkeling en verkoopstrategie.

Voor veel van haar producten gaat MOSO International met meerdere fabrieken in zee. Dit laat het bedrijf op subtiële wijze doorschemeren aan de fabrieken. Zaal zegt hierover: “Een beetje concurrentie is niet slecht en de producenten mogen dan ook best het vermoeden hebben dat wij ook met andere producenten in onderhandeling zijn. Zo kunnen we prijs, kwaliteit en concurrentie goed in de gaten houden. Doe je met een bepaalde producent even geen zaken, verbreek die contacten dan niet. Ze zullen het niet raar vinden dat je met andere producenten werkt. Bovendien zul je elkaar altijd weer tegenkomen.”

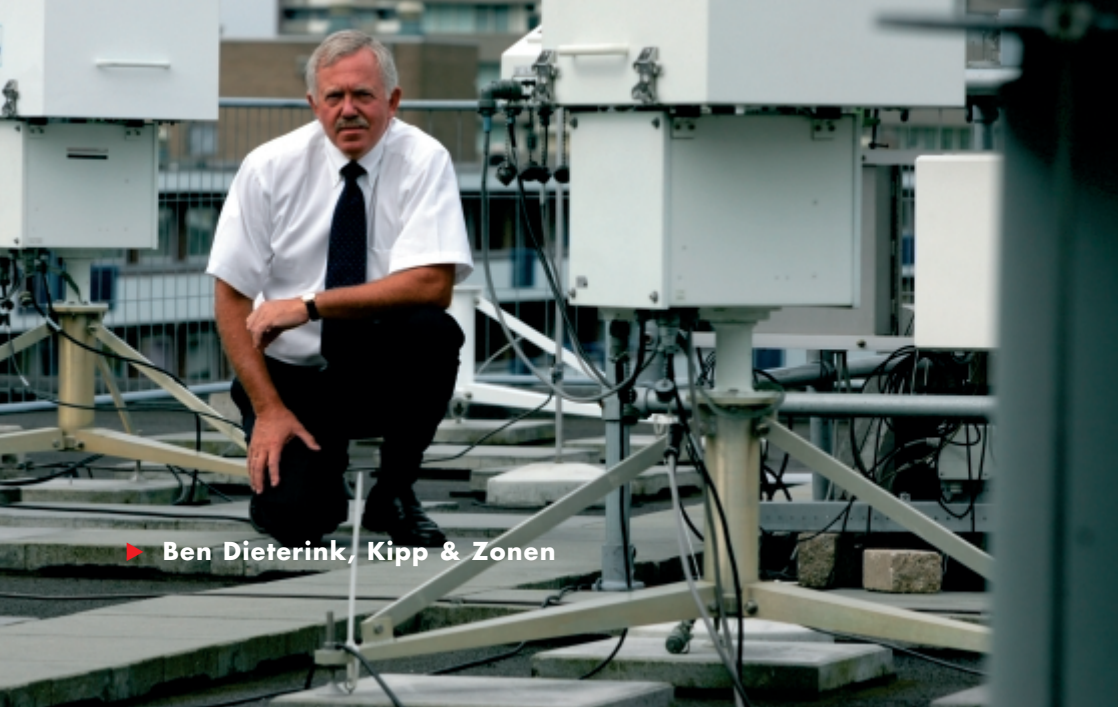
### ▶ **Innovatie kost geld**

Om koploper in haar marktsegment te blijven liepen de kosten voor productontwikkeling voor MOSO International behoorlijk op. Na zware aanloopjaren worden de meeste investeringen door het bedrijf nu uit eigen opbrengsten gefinancierd. De joint venture investeringen in China worden, na de eerste financiële inbreng van beide partners, voornamelijk bekostigd door leningen bij een Chinese bank.

### ▶ **Tax reduction**

De Chinese overheid geeft de geheven BTW bij export gedeeltelijk terug, afhankelijk van het type product. “Als importeur is het belangrijk te weten hoe hoog dit percentage is, omdat dit mede mijn importprijs bepaalt.” Zaal heeft veel informatie over tax-reduction en andere belastingwetgeving in China gekregen via Trade companies (Foreign Trade Operators). “Deze bedrijven bieden allerlei services aan, tot en met de onderhandelingen met een fabrikant en het organiseren van de export. Uiteraard tegen betaling. Meestal komt dit neer op een percentage van de fabrieksproductie of van de tax reduction. Via beurzen en de kamer van koophandel in China ben ik met Trade companies in contact gekomen. Veel leveranciers hebben inmiddels zelf een exportlicentie en organiseren de export-activiteiten zelf”.

**“Het Chinese opportunisme maakt meer en meer plaats voor realisme, met oog voor marktgericht werken”**



► **Ben Dieterink, Kipp & Zonen**

“In 1992 heb ik met een stand van ons bedrijf op een beurs in China gestaan. Ik werd overspoeld door Chinezen. De interesse voor onze producten was echt verbluffend. We halen nu zo’n 10% van onze omzet uit China.”

Kipp & Zonen ([www.kippzonen.com](http://www.kippzonen.com)) is in 1830 opgericht door dr. Kipp, uitvinder van de ‘Kipp Gas Generator’, een instrument om gas te maken. Het bedrijf uit Delft ontwerpt, fabriceert en verkoopt meetinstrumenten voor onder andere de klimatologische en hydrologische wetenschap en relevante industriële bedrijven. Met name bedrijven die zich bezig houden met het meten van de gevolgen van veranderingen in ons klimaat. De instrumenten van Kipp & Zonen worden onder andere ingezet door het KNMI voor zonnestralingmetingen, uv-straling en voor het monitoren van de kwaliteit van de ozonlaag. Het bedrijf heeft 44 medewerkers in dienst. Naast het hoofdkantoor in Delft heeft het bedrijf verkoopkantoren in Engeland, Frankrijk en Duitsland en is een joint venture opgestart met een Russische partner. Ook werkt Kipp & Zonen wereldwijd met distributeurs.

Ondanks dit succes was Ben Dieterink, algemeen directeur bij Kipp & Zonen minder enthousiast over de agressieve manier van zaken doen in China. “Ze laten je niet met rust. Ik vond dat zelf niet prettig en heb bewust gezocht naar een zakenpartner die hier wat ‘meer ontspannen’ mee omging. Eén keer per jaar ga ik

# Kipp & Zonen

samen met mijn distributeur op bezoek bij onze klanten. We reizen dan samen en dat is heel prettig. Je moet niet alleen reizen in China, want buiten de grote steden wordt slecht Engels gesproken.”

## ► **China niet geschikt voor starters!**

Dieterink vindt de Chinese markt niet geschikt voor echte starters. “De Chinese wijze van zakendoen verschilt enorm van de onze. Ik heb daar erg aan moeten wennen. In het zakendoen moet je een lange adem en vooral ook veel geduld hebben. Denk nooit ‘Oh prima, die order is rond’, want dan begint het pas. Een order is pas rond als er betaald is. Tot die tijd kan er werkelijk van alles gebeuren. Heb je bijvoorbeeld alle goederen al verpakt, ingeladen en voor verzending klaar staan op Schiphol, dan word je doodleuk gebeld over de prijs. Afdingen en onderhandelen doen Chinezen graag en dan het liefst op een zo laat mogelijk moment in het proces van zakendoen. Bouw daarom ook voldoende marge in, zowel in tijd als in geld. Ondanks die lange adem, moet je ook snel kunnen schakelen. Als Chinese klanten dit willen moet je bijvoorbeeld direct een PowerPoint presentatie van je producten kunnen verzorgen. Ik heb ook altijd een notebook en folders bij me.” Volgens Dieterink is het verstandig om eerst ervaring op te doen in en rond Europa. “Eenmaal in China kun je wel informatie en ondersteuning krijgen van de Ambassade en de diverse steunpunten, maar ik vond ze niet allemaal even behulpzaam. Hun deuren gaan toch makkelijker open voor grote bedrijven. Als mkb’er is het een stuk moeilijker om voet tussen de deur te krijgen. Wij hebben ook geen gebruik gemaakt van subsidies. Het ontbrak ons eenvoudigweg aan tijd en mankracht om subsidiemogelijkheden uit te zoeken en het traject van zo’n aanvraag te doorlopen.”

## **“Denk nooit ‘Oh prima, die order is rond’, want dan begint het pas”**

## ► **Kopieergedrag**

Ook Kipp & Zonen werd op een onaangename manier verrast door het kopieergedrag van de Chinezen. “Enige tijd na afloop van de conferentie in ’92 kwam ik onze eigen producten tegen, terwijl wij nog niets geleverd hadden. Ik vroeg: ‘goh, waar zijn die twee gaten voor’, maar ze moesten mij het antwoord schuldig blijven. Er was een kopie gemaakt, zonder oog en kennis voor details van het ontwerp. Ik besloot dat dit me geen tweede keer zou overkomen door vooral een uniek product op de markt te zetten, met heel veel unieke (en daarmee moeilijk



kopieerbare) details. Wat dat betreft moet je in China ‘outstanding’ zijn en waar mogelijk patenten aanvragen. Meer dan dit kun je helaas niet doen. Vanwege de kans op kopieergedrag heb ik op advies van mijn tolk/distributeur zelfs enkele goede potentiële partners laten lopen. Zorg er dus voor dat je met een distributeur in zee gaat die zowel bekend is met de Chinese als de Europese cultuur. Hij kan je op weg helpen om verschillen tussen de Chinese en Westerse (zakelijke) cultuur te

## **“Ik kwam in China onze eigen producten tegen, terwijl wij nog niets hadden geleverd”**

overbruggen.” Dieterink heeft een jaar na de bewuste conferentie contact gezocht met de Chinese Meteorological Association ([www.cma.gov.cn](http://www.cma.gov.cn)). Zijn ervaring is dat Kipp & Zonen het in haar marktsegment moet hebben van klanten die vanuit een wetenschappelijke achtergrond interesse hebben in het product. Op deze wijze omzeilt het bedrijf ‘klanten’ die slechts uit zijn op het kopiëren van de producten van het bedrijf.

### **► Vooral voldoende inlezen in cultuur en gebruiken**

Dieterink heeft voordat hij naar China ging veel informatie verzameld over de Chinese cultuur en gebruiken. Hij vond de informatie uit “Lonely Planet” handig. “Non-verbale communicatie vinden Chinezen erg belangrijk. Laat bijvoorbeeld niet de onderkant van je voeten zien door met je benen over elkaar te zitten. Laat ook wijdse gebaren met je armen achterwege. Verder moet je er rekening mee houden dat een Chinees niet graag gezichtsverlies lijdt. Stuur een gesprek dan ook nooit aan op een duidelijk ‘ja’ of ‘nee’ en praat niet over politiek. Als je met een directeur in gesprek gaat, is het verstandig een cadeau mee te nemen. Ik neem regelmatig tegeltjes mee van Delfts blauw, of een reproductie van Vermeer of Rembrandt. Die vinden gretig aftrek. Om financiële problemen te voorkomen, stel ik verder zelf onze contracten op. Zo voorkom ik Chinese contracten, waar ik geen wijs uit kan en ook geen verstand van heb.”

Ondanks goede voorbereiding is Dieterink in de omgang met Chinezen al heel wat



keren door zijn zakenrelaties op de proef gesteld: “Dan gaf ik tijdens een diner bijvoorbeeld aan dat ik niet van kippenpoten hield, maar kreeg ik deze toch te eten, in afwachting van mijn reactie. Leer ook met stokjes eten, want iets anders krijg je niet en ons gestuntel ziet er leuk uit voor Chinezen. Ook hebben zakenrelaties mij wel eens uren op een sofa in de hal laten zitten, terwijl zij druk in gesprek waren over mijn producten. Af en toe werd mij dan wat gevraagd over een toepassing, waarna het gesprek werd voortgezet en ik weer op mijn sofa zat ... tot de volgende vraag kwam.”

► **Tot slot**

Volgens Dieterink kun je nooit genoeg kennis hebben van China. Vooral niet van het beschermen van intellectueel eigendom, Chinese rechtssystemen en zakelijke overeenkomsten. Informatie hierover is altijd welkom. Verder verwacht hij goede economische ontwikkelingen in China, vooral wat betreft industrie en landbouw. “In ons marktsegment – de wetenschap – verwacht ik een verzadiging van de markt. Maar als wij sterk blijven op het gebied van kwaliteit en marktleiderschap, blijven onze afzetkansen prima”, besluit Dieterink.



► **Ronald Wils, BioComp Industries B.V.**

“China kwam in 1996 voor ons eigenlijk zomaar binnen wandelen”. Voor die tijd had ik nog helemaal niet aan China gedacht als mogelijke afzetmarkt. Wij produceren een tandheelkundig implantaatsysteem. Omdat implantaten in het menselijk lichaam worden aangebracht gelden enorm strenge regels en wordt veel onderzoek gepleegd, alvorens zo’n product op de markt komt. Dit geldt ook voor China. Om onze producten in dit land te kunnen afzetten moet dus een traject van strenge keuringen en certificering doorlopen worden.”

BioComp Industries b.v. ([www.biocomp.org](http://www.biocomp.org)) ontwerpt, ontwikkelt en verhandelt sinds 1992 het tandheelkundige implantaatsysteem ‘BioComp’ met bijbehorende onderdelen en bijbehorend instrumentarium. Het bedrijf laat haar producten verhandelen. ‘BioComp’ is een systeem waarbij kunstwortels worden geïmplant, waar tanden of complete kunstgebitten op kunnen worden bevestigd. Het bedrijf heeft haar producten ontwikkeld in samenwerking met universiteiten en Philips. Klanten van BioComp Industries zijn onder andere tandartsen, kaakchirurgen en ziekenhuizen.

Ronald Wils, directeur/eigenaar van BioComp Industries heeft vanaf het begin met zijn bedrijf gestreefd naar internationalisering. Binnen de Europese Unie heeft hij dit ook goed kunnen realiseren. China was een ander verhaal. Toen hij zich midden



jaren '90 op China wilde richten, was het land nog niet aangesloten bij de WTO.

De EU certificeringen op de producten van BioComp waren in China dan ook niet geldig. Voet aan de grond krijgen in dit land was voor BioComp, gezien de benodigde keuringen en certificaten, een heel langdurig en duur traject.

Wils: "ook hebben we tot drie keer toe subsidie aangevraagd in Nederland voor financiering van een onderwijsproject voor het opleiden van Chinese tandartsen en tandtechnici in het land zelf. Om hen zo bekend te maken met onze producten. Want ons product staat of valt met de kennis ervan. Onze aanvragen werden helaas niet gehonoreerd. Jammer, want met subsidiegelden zou het voor ons een stuk aantrekkelijker zijn geweest om ons product in China te vermarkten. Desondanks heeft de Chinese overheid, op basis van onze CE- en ISO-certificering, ons in 2000 een vergunning verleend om onze producten te verhandelen. Overigens is China sinds 2001 aangesloten bij de WTO, dus het is nu allemaal wat makkelijker om in China met ons product voet aan de grond te krijgen."

## ► **China kwam onverwachts 'binnen wandelen'**

Wils liet China voorlopig voor wat het was, maar in 1996 gingen onverwachts de deuren naar China toch nog open voor BioComp Industries. Al ging het niet om de producten van BioComp, maar om het overbrengen van tandheelkundige expertise: "omstreeks 1996 werd de vereniging van tandtechnici door de universiteit van Beijing (Peking) benaderd met het verzoek om in China een opleiding voor tandtechnici op te zetten. De contacten tussen de vereniging en de universiteit werden gelegd door een Chinese handelsvertegenwoordiger van de China Counsel for the Promotion of International Trade (CCPIT), gevestigd in Amsterdam. De Chinezen hadden zelf in nauwe samenwerking met een Nederlandse universiteit een systeem voor tandheelkundige implantaten ontwikkeld. Ze zochten in Nederland iemand om de opleidingen voor het werken met deze implantaten in China te verzorgen. De productie van implantaten wilden de Chinezen zelf blijven doen. De vereniging van tandtechnici bracht de handelsvertegenwoordiger met ons in contact en zo kwam China toch nog onverwachts bij ons bedrijf 'binnen wandelen'."

## **"China kwam onverwachts bij ons binnen wandelen"**

## ▶ **Als opleider naar China**

Wils is met zijn bedrijf naar China gegaan om een groot aantal uitgebreide cursussen te verzorgen. BioComp zorgde voor het schriftelijk cursusmateriaal, dat door de Chinese Universiteit werd vertaald in het Chinees. Overig materiaal was in China aanwezig. Wils werkte in China in eerste instantie dus niet met eigen materiaal. “Een cursus geven in China was voor ons een enorme ervaring. Het

kennisiniveau van onze cursisten viel me behoorlijk tegen. Dat moest ik echt op peil brengen. In ons vakgebied is het ook van belang dat met grote precisie wordt gewerkt. We kunnen het ons niet permitteren om maar wat te ‘prutsen’. Ik heb helaas meegemaakt dat cursisten een patiënt rustig uren met de mond open in de behandelstoel lieten liggen, terwijl zij de onderdelen op de implantaten passend slepen en vijlden. Met veel kunst- en vliegwerk paste het geheel dan wel, maar echt mooi was het resultaat niet. Dit kan gewoon niet! Ik vond het heel moeilijk om dit mijn cursisten duidelijk te maken en bovendien kon ik met de cursisten niet beschikken over de goede materialen. De kwaliteit van de Chinese implantaten liet enorm te wensen over.”



Volgens Wils zijn Chinezen enorm leergierig en welwillend, maar hij maakte ook regelmatig mee dat de helft van de cursisten halverwege de cursus opstapte. Het echte werk ging voor. Waar Nederlanders vrij krijgen om een aan het werk

gerelateerde cursus te volgen, is dat in China niet mogelijk. Cursussen worden in de eigen tijd gevolgd en daarom gebeurde het regelmatig dat Wils halverwege de week geen cursist meer over had. “Heel vervelend, want zo kun je dus nooit iets structureels opbouwen en je cursus tot een goed eind brengen”, aldus Wils.

## ▶ **Grote investeringen, nauwelijks concrete verkoop**

Ondanks grote investeringen is het Biocomp Industries tot op heden niet gelukt om concreet zaken te doen in China. “Het liep continu stuk op de prijs. We hebben daar enorm over moeten onderhandelen. Chinezen zijn hier heel volhardend in en gaan er mee door tot de laatste minuut.”

“Ik wilde geen concessies doen en ben op zoek gegaan naar andere wegen. Inmiddels zijn we al zo’n drie keer naar een vakbeurs in China gegaan om een importeur te vinden voor onze producten. Erg makkelijk gaat dat tot nog toe niet.

Chinezen proberen liever je product na te maken. Dat zorgde soms voor genante vertoningen. Tijdens de beursdagen werden in mijn stand alle schroefjes en onderdelen van onze producten gewoon opgemeten.” Ook werd Wils gevraagd om een joint venture aan te gaan in China om vervolgens de producten van BioComp in China te produceren. Wils durfde dit niet aan uit angst zijn hele bedrijf in China aan de Chinezen kwijt te raken: “Dan hebben zij 51% in handen en sta je op een dag zelf met lege handen.”

## **“Chinezen zijn in prijsonderhandelingen heel volhardend; gaan hier tot de laatste minuut mee door”**

### **► Tips**

Ook het SARS-virus heeft gevolgen gehad voor de activiteiten van BioComp Industries in China. Inmiddels heeft Wils zijn activiteiten in China dan ook weer even stil gelegd. Wij vroegen hem – gezien zijn bijzondere ervaringen – om wat nuttige tips voor Nederlandse ondernemers. Wils gaf die graag.

- “Werk met een handelsagent<sup>1</sup>. Hij kan echt overal mee helpen. Van het vertalen van invoerrechten tot de certificering, hij kent de weg in China.”
- “Buit je sterke kanten uit. Je hoeft geen ervaren exporteur te zijn, maar je moet gewoon goed doordacht te werk te gaan.”
- “Investeer in je netwerk, zowel het formele als informele circuit is belangrijk. Het helpt als je wat ‘belangrijke’ mensen kent. Chinezen zijn erg gevoelig voor status. Je moet niet al te verbaasd zijn als bij een volgend contact je contactpersoon zonder bericht gewisseld is.”
- “Nee is voor Chinezen nooit nee, en dat verwachten ze van jou ook”
- “Laat je niet uit het veld slaan. De Chinese markt verandert in een hoog tempo. Zijn er nu geen mogelijkheden voor sommige Westerse bedrijven, dan zijn die er wellicht over een aantal jaren wel.”

1 BioComp Industries werkte met een agent van het CCPIT, inmiddels samengegaan met het Certification Center for US Standards: <http://www.ccus.com.cn>



► **Ewald en Cisca Beumer, Twee Bee Hoogwaardige Verpakkingen B.V.**

“Wij doen zaken met China via Korea en dat werkt prima! Eenvoudiger zelfs, dan een directe lijn van Nederland naar China. We werken nauw samen met een Koreaanse producent die zich inmiddels in China gevestigd heeft. Koreanen zijn erg welkom in China en dat is ons geluk. Als Nederlander is het toch veel lastiger om je in China te vestigen.”

Twee Bee Hoogwaardige Verpakkingen b.v. ([www.tweeb.nl](http://www.tweeb.nl)) is in 1993 opgericht en produceert en verkoopt verpakkingen als bijvoorbeeld cello's, de plastic hoesjes waarin wenskaarten worden verpakt. De verpakkingen worden geproduceerd in China. In de Chinese fabriek, gerund door Koreanen, werken zo'n 100 medewerkers. Naast Nederland en China is Twee Bee actief in andere EU-landen. Sleutelwoorden van het bedrijf zijn: hoogwaardige kwaliteit, uitgekiend voorraad-beheer en stipte leveringen.

Aan het woord zijn Ewald Beumer en zijn vrouw Cisca, eigenaren van Twee Bee Hoogwaardige Verpakkingen in Aerdenhout. Ewald Beumer is jaren lang werkzaam geweest in de verpakkingssector voordat hij een eigen onderneming startte. Over de eerste stappen in China zegt Beumer: “Ik ben puur toevallig in China terechtgekomen. Ik raakte tijdens een beurs in het World Trade Center hier in Nederland met een Koreaan aan de praat die in dezelfde sector werkzaam was als

# Twee Bee Hoogwaardige Verpakkingen B.V.

ik destijds. Hij werkte als bedrijfsleider voor een grote onderneming in verpakkingen in Korea. Al snel na dit gesprek volgde een proeforder. Een toevalstreffer dus!”

## ► Van Korea naar China

De zakelijke contacten met het Koreaanse bedrijf verliepen goed, tot dit bedrijf na een jaar failliet ging. Dit betekende niet het einde van de zakelijke relatie met de Koreanen voor Twee Bee. “De bedrijfsleider wilde na het faillissement een eigen bedrijf beginnen in het produceren van folieverpakkingen en mij graag beleveren. Ik vond dit een prima voorstel”, vertelt Beumer. In eerste instantie startte de Koreaanse bedrijfsleider productiefaciliteiten in Korea. Twee Bee werd exclusieve afnemer van de folieverpakkingen voor Europa. Dit ging negen jaar goed, maar naar mate Korea meer en meer verwesterde moest Twee Bee invoerheffingen gaan betalen. Bovendien ging de levensstandaard in Korea omhoog en daarmee stegen de loonkosten. Voor Twee Bee was het – gezien de gestegen kosten – niet meer aantrekkelijk om op deze wijze zaken te blijven doen. “Samen met onze Koreaanse producent zijn we toen op zoek gegaan naar andere plaatsen om de productie naar toe te verplaatsen. We hebben nog aan Indonesië gedacht, maar die samenwerking verliep moeizaam. Uiteindelijk heeft mijn producent zich in 2003 in China gevestigd. Hij woont zelf in Seoul, een uurtje vliegen van de Chinese provincie Shangdong. Dat is goed te doen.”

## “Verdiep je, voordat je naar China gaat, in het land”

## ► Betrouwbare handelspartner

Om zaken te doen met China heb je een Chinese zakenpartner nodig, vindt Beumer. “Of in ons geval een Koreaanse. Hij regelde alle vergunningen. Als wij dit zelf vanuit Nederland zouden moeten doen zou dat ons enorm veel tijd en energie kosten.” Twee Bee heeft een gentleman’s agreement met de Koreaanse producent en dat werkt naar tevredenheid. “Oosterlingen, waaronder ook de Koreanen, zijn erg betrouwbaar en trots. Als je een goede relatie hebt opgebouwd kun je echt op je contacten daar bouwen. Wij doen nu al jaren zaken met onze producent”, aldus Beumer. Het echtpaar Beumer is daarnaast enorm positief over de snelheid van zaken doen. Ze staan vanuit Nederland in directe verbinding met hun producent, die overigens goed Chinees heeft leren spreken. Als klanten offertes aanvragen kan daar dezelfde dag op gereageerd worden.



De fabriek staat onder leiding van Koreanen. Zij nemen Chinese werknemers aan en leiden ze op. In de fabriek in China werken nu zo'n 100 werknemers. Hoewel de werknemers meestal geen vaste arbeidsovereenkomst hebben, wordt in de fabriek vrijwel altijd met hetzelfde team gewerkt. De producten uit China komen per schip (containers) naar Nederland. Vanaf de haven van Rotterdam worden ze over de weg vervoerd naar Haarlem, waar de dozen met verpakkingen opgeslagen worden. Vanuit Haarlem levert Twee Bee aan de klanten in Nederland en in andere Europese landen. Al met al kost het proces

van grondstof tot een eindproduct, dat vanuit Nederland geleverd kan worden aan de klanten van Twee Bee, een week of acht. Vier weken voor productie en vier voor het verschepen van de verpakkingen naar Nederland.

### ► **“Do you want to be my brother?”**

Het echtpaar Beumer heeft erg moeten wennen aan de gebruiken en gewoontes in China. Volgens hen zijn Chinezen wat afstandelijker dan Nederlanders. Ze kijken eerst de kat uit de boom, houden, vooral ook in fysieke zin, wat afstand. “Niks schouderklopjes, maar wel heel veel buigen ... dat gaat de hele dag door. Opvallend is dat de Chinezen je, als de relatie eenmaal goed is, bijna als een familielid beschouwen. Wij zijn al heel wat keren ‘brother and sister’ genoemd.” Voor mevrouw Beumer kostte het wat meer tijd voordat zij als zakenpartner door de Chinezen benaderd werd. Vrouwen nemen in China toch nog een wat andere positie in dan in Nederland, is haar ervaring. Inmiddels worden zowel Ewald als Cisca als volwaardige zakenrelaties benaderd.



## “Je kunt niet vandaag naar China en morgen zaken doen. Dat lukt niet!”

### ► Tips

Ook het echtpaar Beumer heeft wat nuttige tips voor wie zijn of haar contacten in China wil uitbouwen en daar zaken wil gaan doen:

- “Verdiep je, voordat je naar China gaat, in het land. Lees boeken, praat met Chinezen, stap desnoods een Chinees restaurant binnen en vraag daar wat rond. Of bezoek beurzen. Op deze wijze worden cultuur en gebruiken je al wat meer eigen. Vergis je niet.....je kunt niet vandaag naar China en morgen zaken doen. Dat lukt niet! Zaken doen met Chinezen kost veel meer tijd en energie dan wij gewend zijn. Daar moet je je dus echt op instellen.”
- “Regel de zaken goed met een in China bekende bank. Wij deden alle betalingen de eerste jaren met een letter of credit of vooruitbetaling. Dat moet je financieel wel aankunnen. In ons geval duurt het een week of acht voordat we uiteindelijk ons product in handen hebben. We krijgen van onze bank (ABN AMRO) gelukkig wel medewerking in de vorm van een krediet”.
- “Als je zaken wilt doen in China heb je ook absoluut een betrouwbare partner in China nodig. De afstand vanuit Nederland is gewoon veel te groot. Je hoeft niet naar China om een betrouwbare handelspartner te vinden. Ook in Nederland zijn genoeg gelegenheden om deze te ontmoeten, zoals wij destijds op een beurs in het World Trade Center.”
- “Tot slot denken wij dat het makkelijker is om in China bijvoorbeeld te produceren, dan om Nederlandse producten naar China te exporteren. Dat heeft alles te maken met het ontwikkelings- en vervoersniveau in China en de daaraan gerelateerde vraag naar onze producten. Maar dat is natuurlijk per product verschillend. China is geen wenskaartenland, dus op folie verpakkingen zitten ze daar echt niet te wachten. Voor Twee Bee werkt de productie in China en afzet in Europa dus prima.”



▶ **Henri Geursen, Noord Nederlandse Draadindustrie (NNDI)**

“Een ondernemer moet zelf constateren wat de Chinese markt voor hem te bieden heeft. Als ondernemer moet je gewoon je blik verruimen en zorgen dat je op de hoogte bent van de mogelijkheden van deze enorme markt, maar ook van de bedreigingen.”

De Noord Nederlandse Draadindustrie ([www.NNDI.nl](http://www.NNDI.nl)) heeft zich sinds de oprichting in 1928 gespecialiseerd in de productie van blank getrokken draad en wapeningsstaal op rollen en staven, spiraalwapening en draadnagels. De NNDI behoort tot één van de vijf zelfproducerende draadnagelfabrieken in West-Europa. Het bedrijf brengt de draadnagels (spijkers) op de markt onder het label ‘Mac Nails’. Daarnaast produceert het bedrijf ook walsdraad, dat geschikt is voor lassen en buigen, verzinken, lakken en poedercoaten. De producten van de NNDI worden verwerkt door diverse industriële sectoren, waaronder machinebouw, sieraardrijen, automotive industrie, constructiewerkplaatsen en verbruikers van draadhalffabrikaten. De NNDI is gevestigd in Dokkum in Friesland en heeft 35 medewerkers in dienst.

Henri Geursen is directeur van de NNDI. Hij oriënteert zich al een aantal jaren op de Chinese markt en vertelt over ervaringen met het land, de inwoners, de zakelijke cultuur en de mogelijkheden voor zijn bedrijf en andere mkb-bedrijven.



# Noord-Nederlandse Draadindustrie

一  
二  
三  
四  
五  
六  
七  
八  
九  
十

## ► Zakelijk missieleider

In 2002 reisde Geursen voor het eerst af naar China. Daarna volgde nog een aantal reizen naar verschillende provincies in China. “Ik was in juni van dit jaar zakelijk missieleider van een handelsmissie voor de metaal- en kunststofsector naar de provincies Guangdong en Hubei. Aan deze reis namen ongeveer 25 bedrijven deel.” Om de bedrijven voor te bereiden op de reis werd in Nederland een kennismakingsbijeenkomst georganiseerd in een Chinees restaurant in de zogenaamde Chinese wijk in Den Haag. “Om de deelnemers alvast een beetje kennis te laten maken met de grote cultuurverschillen tussen Oost en West heb ik de restauranteigenaar verzocht om de gasten niet te voorzien van bestek, maar van de traditionele stokjes.”

## ► Wachten op de eerste levering

De heer Geursen doet pas sinds kort zelf zaken met China. Na een intensieve oriëntatie concludeerde hij dat de Chinese markt voor met name het spijkersegment van de NNDI geen grote kansen biedt, maar ook nauwelijks bedreigingen. “Uiteraard kunnen de fabrieken in China goedkoper produceren dan wij dat kunnen in Nederland. De gemiddelde werknemer in China verdient slechts €100,- per maand. Maar wanneer wij alle onkosten meerekenen, zoals de kosten voor transport, dan is het rendement om in China te produceren niet noemenswaardig.” Geursen heeft wel een order geplaatst in China. Het betrof een bestelling van een type machinenagel dat in Nederland niet wordt geproduceerd. “We hebben deze order vooruit betaald, want Chinezen doen altijd zaken op basis van honderd procent vooruitbetaling. Dan is het wachten op de eerste levering en moet je wel vertrouwen hebben”, aldus Geursen.

## ► ‘Yes, no problem’

“Eén van de grootste barrières in het zakendoen met Chinezen is de taal”, vindt Geursen. Chinezen spreken slecht Engels. Heel vaak kreeg Geursen ‘Yes, no problem’ te horen, maar begrepen de Chinezen niet waar een vraag van zijn kant over ging. Dat kan voor miscommunicaties zorgen. De NNDI onderhandelt dan ook met de Chinezen middels een Chinees exportbureau. De medewerkers van deze bureaus beheersen de specifieke vraagmethodiek, kennen de Chinese zaken-cultuur, spreken Chinees en Engels en de kwaliteit van de bureaus is volgens Geursen uitstekend. Ook de ‘Netherlands Business Support Offices (NBSO’s)’ in China worden door Geursen enorm gewaardeerd. Deze Nederlandse overheidsloketten bieden goede ondersteuning aan ondernemers die zich willen oriënteren op de Chinese markt. Tot slot kan het consulaat generaal het Nederlandse bedrijfsleven eveneens prima ondersteuning bieden, is de ervaring van Geursen.

## ► Enorme verschillen

Geursen heeft een aantal fabrieken in China bezocht, voordat hij een order ging plaatsen. Hij trof enorme verschillen aan: van authentieke, kleine werkplaatsen met één à twee werknemers, tot hypermoderne fabrieken. Ook in het productieproces zelf trof hij grote verschillen aan. Met name verschillen met de wijze



waarop dit proces in Nederland verloopt. “Aan de productie in China komt nog heel veel handwerk te pas. Ik noem dat ‘handjes en aandacht’. Het is ongelooflijk hoe snel er handmatig gewerkt wordt. Soms sneller dan bijvoorbeeld de machines die de NNDI in Dokkum heeft staan om spijkers te produceren en te verpakken. In China worden veel werknemers nog beloond op basis van stukloon. In Nederland is dit al een aantal jaren wettelijk niet meer toegestaan. De arbeidsomstandigheden in veel fabrieken die ik heb bezocht, zijn vergeleken met Nederland schrijnend. Werknemers komen vaak nog in aanraking met schadelijke stoffen, waarvan je weet dat ze hier jaren later lichamelijke klachten

## “Veel grote fabrieken in China bieden werknemers, naast een betaalde baan, kost en inwoning.”

van zullen ondervinden. Veel grote fabrieken in China bieden werknemers, naast een betaalde baan, kost en inwoning. De fabriek voorziet in alle benodigde faciliteiten op het eigen terrein voor de werknemer en zijn gezin. Om deze reden blijven veel werknemers dan ook vaak hun hele leven bij dezelfde fabriek werken. Bijna alles in het leven van deze werknemers draait om de gemeenschap in en om de fabriek.”

## ► Pas je aan!

Nederlandse ondernemers moeten zich vooral goed voorbereiden op de verschillen in het zakendoen. En dan met name op kleine nuanceverschillen, is de mening van Geursen: “zo zit de gastheer altijd tegenover de deur, de gast rechts van de

gastheer en is het bij het klinken van de glazen gebruikelijk dat de gastheer dit als eerste doet. Visitekaartjes mag je na ontvangst niet in de borstzak steken. Dit is onbeleefd. Je legt het kaartje voor je neer tijdens het gesprek. Een visitekaartje overhandig je met twee handen aan je potentiële zakenpartner. Hetzelfde geldt voor je bedrijfsbrochure. Neem ook altijd een presentje mee voor je zakenpartner. Ik heb zelf Nederlandse pepermunt in cadeauverpakking met daarop afgebeeld prinses Amalia meegebracht. Zorg er verder voor dat zowel je visitekaartjes als je bedrijfsbrochure zijn vertaald in het Chinees. Bespaar hier ook niet op en neem ook voldoende proefmonsters of iets anders van je bedrijf mee. Ook al kost dit wat extra op het vliegveld, omdat je teveel bagagegewicht hebt. Investeer in je potentiële zakenpartners.”

## **“Nederlanders zijn vaak veel te zuinig, wat ten koste gaat aan effectief zakendoen”**

### **► China als opkomende markt – kansen benutten kost tijd**

“De ontwikkelingen in China moeten niet worden onderschat. De industrie en handel groeien razendsnel. Veel Chinezen leven nu nog onder de armoedegrens, maar er wordt een enorme inhaalslag gemaakt. Er komen steeds meer kapitaalkrachtige Chinezen. Ze spelen in op de kansen en (economische) mogelijkheden die hen geboden worden en dat moeten wij ook doen. Maar de zakelijke cultuur verschilt enorm van de onze. Dus wie zaken wil doen met China moet hier tijd in investeren. Door regelmatig een bezoek te brengen aan relaties in China en door je voldoende te oriënteren op de mogelijkheden die de Chinese markt biedt”, besluit Geursen.

# Tot slot

Zaken doen met China is niet eenvoudig, maar dat is geen reden om China links te laten liggen, ook niet voor ondernemers in het mkb. Heeft u plannen om internationaal te ondernemen, neem de kansen en mogelijkheden die China voor uw bedrijf kan bieden dan ook zeker in uw overwegingen mee. Doe uw voordeel met de informatie en de praktijkverhalen die wij in dit boekje de revue hebben laten passeren.

Tot slot zetten wij de belangrijkste kansen, knelpunten, tips, nuttige adressen en links voor u op een rij.

## ► **Kansen**

- China is 'booming'. Er liggen kansen in deze enorme markt. Maar de ontwikkelingen gaan enorm snel. Grijp nu uw kans en voorkom dat u de boot mist!
- Chinezen zijn erg leergierig en willen zich graag ontwikkelen.
- De Chinese overheid werkt hard aan het uitbannen van excessen van de enorme economische groei als corruptie en kopieergedrag.
- De (nu nog vrij) lage lonen maken uitbesteding van productie interessant.

## ► **Knelpunten (o.a.)**

- De grote contrasten in het land, zowel wat betreft welvaartsniveau, gebruiken, cultuur, als economische ontwikkeling en infrastructuur.
- Chinezen spreken niet of nauwelijks Engels (dit geldt met name buiten de steden).
- De technische kennis van Chinezen is op veel gebieden nog onvoldoende.
- Grote afstand tussen Nederland - China brengt kosten mee qua transport & logistiek.
- Financiering en facturering behoeven extra aandacht.
- Er is veel overheidsbemoedienis in China. Officiële besluiten gaan 'over veel lagen'. En voor bijna alle zakelijke stappen heeft u een Chinese partner of importagent nodig.
- Kopieergedrag.

## ► **Gouden tips van ervaren Chinagangers!**

- Onderzoek of er een lokale markt is voor uw product.
- Maak een goed bedrijfsprofiel. Zet alles op papier. Hoe globaler, hoe minder kans op succes.

# Tot slot

- Houd de prijzen van uw producten nauwlettend in de gaten in verband met wisselkoersen.
- Investeer niet meer dan u beoogt te verliezen.
- Zorg dat u een controlerende meerderheid hebt (in geval van samenwerking). Neem met minder geen genoegen, want Chinezen hebben graag zelf de touwtjes in handen.
- Houd ook het recht om het management zelf te benoemen en te ontslaan. Zo houdt u vinger in de pap!
- Zorg voor een betrouwbare agent/distributeur of partner die bekend is met de Chinese taal en cultuur en neem de tijd om deze te vinden.
- Regel een betrouwbare tolk die vloeiend Chinees spreekt en een betrouwbare chauffeur.
- Ga na of de tolk bestand is tegen de druk die Chinezen uitoefenen tijdens onderhandelingen.
- Verdiep u in het land en de cultuur, taal en manieren.
- Toon respect, neem de tijd en wees geduldig.
- Bouw vriendschappelijke relaties op.
- Wees standvastig in uw onderhandeling. Chinezen weten van geen ophouden!
- Profiteer van de flexibiliteit van de Chinezen. Als het moet werken ze zeven dagen per week.
- Chinezen staan bekend om hun kopieergedrag, dus leg niet direct al uw kaarten op tafel. Bescherm uw intellectueel eigendom, laat alle merken en namen registreren.
- Maak gebruik van het beschikbare buitenlandnetwerk (ambassades, consulaten, en NBSO's). Zij kunnen u voorzien van eerstelijns handels-ondersteuning.

## ► Interessante adressen en links

De makers van dit boekje: MKB-Nederland en ABN AMRO

*[www.internationalehandel.mkb.nl](http://www.internationalehandel.mkb.nl)*

Website van het Bureau Internationale Handel van MKB-Nederland. Hier kunt u ook gratis de eerder in deze reeks verschenen publicaties bestellen. Ook vindt u op deze site een kalender voor de geplande handelsreizen. U kunt het Bureau Internationale Handel telefonisch bereiken op: 015-219 14 08.

*[www.abnamro.nl/internationaal](http://www.abnamro.nl/internationaal)*

Op deze website vindt u alle informatie over producten en diensten van de bank op dit gebied, inclusief een exportvaardigheidstest. Voor specifieke vragen kunt u terecht bij de International Desk in uw regio:

Regio Amsterdam:	020-629 26 09	Frits Ronday
Regio Midden Nederland:	030-232 76 71	Hans Gunning
Regio Noord en Oost Nederland:	038-498 45 89	Leo Brouwer
Regio Rotterdam:	010-402 53 28	Adrie Offringa
Regio Zuid Nederland:	040-237 95 54	Hans van der Woerd

### **Vertegenwoordigingen van de Nederlandse overheid in het buitenland (postennetwerk)**

*[www.hollandinchina.org](http://www.hollandinchina.org)*

Op deze website vindt u de vertegenwoordigingen van de Nederlandse overheid in China en veel informatie over het zaken doen met China, zoals nuttige tips, verschillende bedrijfsvormen, overheidsprogramma's, nuttige adressen en links.

*[www.cadz.org.cn/en/](http://www.cadz.org.cn/en/)*

De website van de China Association of Development Zones. Hier vindt u onder andere informatie over de investeringszones in China, waar soms preferentiële voordelen gelden voor investeerders.

### **Nederlandse Ambassade in Peking en Consulaten Generaal**

Hier kunt u terecht voor generieke informatie over marktkansen in China en over economische ontwikkelingen. Daarnaast uiteraard voor consulaire hulp, hulp in noodgevallen, paspoortuitgifte etc.

Nederlandse Ambassade Peking  
Liangmahe Nanlu 4  
Peking 100600  
Volksrepubliek China  
Tel: 00 86 (0)10 6532 1131  
Fax: 00 86 (0)10 6532 4689  
E-mail: [pek@minbuza.nl](mailto:pek@minbuza.nl)

Consulaten Generaal zijn er in Guangzhou, Hong Kong en Shanghai.

## Netherlands Business Support Offices (NBSO's)

Bij een NBSO kunt u terecht voor praktische ondersteuning bij uw activiteiten in China. Het NBSO is onderdeel van het postennetwerk. U kunt hier terecht voor informatie over het lokale investeringsklimaat, marktinformatie over bepaalde sectoren, producten en diensten, adressen en contactnummers van potentiële distributeurs, agenten en klanten en nog veel meer.

Aan de dienstverlening van een NBSO zijn geen kosten verbonden.

In China vindt u NBSO's in: Chengdu, Jinan, Kunming, Nanjing, Shenyang, Tianjin en Wuhan. Zie voor adressen [www.hollandinchina.org](http://www.hollandinchina.org) of [www.evd.nl](http://www.evd.nl).

## Ondersteuning van de overheid in Nederland

### *[www.internationaalondernemen.nl](http://www.internationaalondernemen.nl)*

Website van het ministerie van Economische Zaken ter ondersteuning van de gelijknamige campagne. Naast veel nuttige informatie vindt u op deze website ook links naar andere organisaties die u van dienst kunnen zijn op het terrein van internationaal zakendoen. U kunt ook bellen: 0800-6080.

### *[www.evd.nl](http://www.evd.nl)*

De Economische Voorlichtingsdienst is een agentschap van het Ministerie van Economische Zaken en heeft landenexperts in dienst. Op de landenpagina vindt u een uitgebreide rapportage over China. Ook vindt u op deze pagina contactgegevens van de regio informatie manager China.

### *[www.senter.nl](http://www.senter.nl)*

Senter is een agentschap van het Ministerie van Economische Zaken. U kunt bij Senter terecht voor advies over financiering en subsidiemogelijkheden.

## Overige organisaties

### *[www.export.nl](http://www.export.nl)*

Website van Fenedex. Deze organisatie biedt exporttrainingen, opleidingen en seminars over onder andere China.

### *[www.kvk.nl](http://www.kvk.nl)*

Site van de kamers van koophandel in Nederland. Met informatie over exportdocumenten, heffingen en subsidiemogelijkheden.

*[www.handelsbevordering.nl](http://www.handelsbevordering.nl)*

Site van het Nederlands Centrum voor Handelsbevordering. Organiseert diverse handelsreizen.

*[www.nec.nl](http://www.nec.nl)*

De Nederlandse Export Combinatie kan u helpen bij het vinden van zakenpartners in het buitenland.

*[www.dccc.nl](http://www.dccc.nl)*

Nederlands-Chinese kamer van koophandel. Deze organisatie kan u van dienst zijn bij het verkennen van de mogelijkheden voor uw bedrijf op de Chinese markt.

*[www.ccpit.org](http://www.ccpit.org)*

CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade).

Deze organisatie wordt ook aangeduid als de China Chamber of International Commerce (CCOIC). Deze instantie promoot internationale handel in China en beschikt over gedetailleerde handelsinformatie.

*[www.metaalunie.nl](http://www.metaalunie.nl)*

De Koninklijke Metaalunie is de branchevereniging voor de metaalsector en biedt onder andere ondersteuning aan haar leden bij het internationaal zaken doen.

*[www.modintbusiness.nl](http://www.modintbusiness.nl)*

Ondernemersorganisatie voor de mode, interieur en textiel. Leden van Modint kunnen er o.a. terecht voor ondersteuning bij internationaal ondernemen.

*[www.fhi.nl](http://www.fhi.nl)*

Federatie van technologie branches. Ook hier kunnen leden terecht voor advies en ondersteuning met betrekking tot internationalisering.



► **Geraadpleegde bronnen:**

Netwerk van het Koninkrijk der Nederlanden in de Volksrepubliek China

EVD (Economische Voorlichtingsdienst)

CCPIT (China Council for the Promotion of International Trade)

Nederlands-Chinese kamer van koophandel

Embassy of the People's Republic of China

Fenedex

Atradius

*Met dank aan genoemde organisaties*







**ABN·AMRO**



**ABN AMRO Bank N.V.**

Foppingadreef 22, Postbus 283 (AA3311), 1000 EA Amsterdam-Zuidoost  
Internet: [www.abnamro.nl](http://www.abnamro.nl)

**Koninklijke Vereniging MKB-Nederland**

Postbus 5096, 2600 GB Delft  
Internet: [www.mkb.nl](http://www.mkb.nl)