



CHINA MAAKT INHAALSLAG

China is een bijzonder groot land, qua oppervlakte zo'n 240 maal Nederland. Ook al is de beschaving daar eerder begonnen dan in het westen, en claimen ze de uitvinder te zijn van de boekdrukkunst en de ontdekker van Amerika, China heeft nog een inhaalslag te maken.



Uw nieuwe concurrent? De Wuxi Meinengda Printing Co.

Standplaats Shanghai

Miguel Delcour verhuist naar China. Hij bericht vanuit zijn nieuwe woonplaats Shanghai elke maand in *Graficus* over opvallende (grafische) zaken in Azië.

Delcour's interesse voor Azië ontstond uit gebrek aan informatie hierover tijdens zijn opleiding Grafisch Management in Tilburg: 'Dan zit er maar één ding op, en dat is zelf gaan.' En dus begaf Delcour zich al in 1999, nog voor de 'China-hype', in de grafische industrie in China. Met deze bijzondere stage-ervaring was hij één van de pioniers die intensief China bezocht. Na zijn studie stond hij in zware tweestrijd: verder studeren of een baan in China. Het werd de studie bedrijfskunde, omdat hij zijn analytische vaardigheden verder wilde ontwikkelen. Maar wat doe je als je al jaren droomt van wonen en werken in China en je krijgt ineens alsnog die kans? 'Precies: gaan!'

Delcour's adviesbureau Firm in Enterprise verhuist mee, want er liggen in China nieuwe uitdagingen: 'Veel bedrijven willen wel meer weten of iets onderzoeken, maar er heen gaan is gewoon te duur, moeilijk en ris- kant. Geen ervaring met het land geeft soms hilarische



taferelen. Best leuk natuurlijk, alleen zakelijk niet altijd even aantrekkelijk. Betrouwbare 'handjes' ter plaatsen zijn dan een uitkomst, zeker als deze wél in de eigen taal en cultuur communiceren.'

VAN COMMUNISMISME NAAR CONCURRENTIE

Waarom loopt zo'n groot land, dat een bijzonder 'first-mover-advantage' had, niet vór voor op andere landen? Zeker van de ontdekker van het 'geavanceerde' Amerika (een claim die de Chinezen onlangs neerlegden) zou je in eerste instantie meer verwachten. Er zullen nog vele raadsels worden opgelost, omdat de onderzoeken naar dergelijke minder belangrijke zaken nu pas worden uitgevoerd. China is een trots land, trots op

'Je ziet echte entrepreneurs opstaan'

het collectief en trots op de 'vrije' volksrepubliek. Zo trots dat China in het Chinees 'land van het midden' betekent. En voor we dat als arrogant bestempelen, is het handig te weten dat zij daar dan ook nog het midden tussen hemel en aarde mee bedoelen. Er is veel te vertellen over China. Veel verhalen hoor je wel vaker, andere hoor of lees je nauwelijks. Daarom wil ik in deze eerste aflevering van *Graficus in China* eens naar de achtergronden en de geschiedenis van het land kijken.

Het CMYK-paskruis maakt ook in China duidelijk wat een bedrijf doet.



Een groot land

Waarom doet China, met zo veel mensen en zo veel ondernemingen, pas enkele jaren op grote schaal mee in de wereldeconomie? De basis is simpel. Een groot land is moeilijk bij elkaar te houden en zo hier en daar zijn er wel eens politieke meningsverschillen. Wat wij zien als bezetting (Mongolië), noemen zij heroveren, en wat wij als een land beschouwen (Taiwan), heet daar een afval- lige provincie. Met alle oorlogen en bezet- tingen uit het verleden en enkele curieuze keizerlijke besluiten heeft menig leider de klok bepaald niet vooruit geholpen. Toch komen de eerste grote strategen, filosofen, levenovertuigingen en vele wijsheden uit dit oude China. Op lange termijn wint een land vaak van oorlogen, ook als deze worden verloren. Kijk maar eens naar de industrie in Duitsland, waar de (grafische) machinebouw een hoge vlucht heeft genomen na WO II. Het zijn dan ook niet de oorlogen die China hebben afgeremd. Het zit hem in de grootte van het land.

China bood ruimte aan duizenden commu- nes. De hoge mate aan samenwerking in die communes zorgde voor geografische spreid-



De Chinezen konden al drukken voordat de Europeanen het 'uitvonden'.

ding van specialisme in activiteiten zonder concurrentie. Maar ook al is je land nog zo groot, er komt een tijd dat communes tegen elkaar aangroeiën. Bovendien worden de reistijden met nieuwe uitvindingen kleiner en zo ontstaat er een groter afzetgebied, en

daarmee ook voor het eerst concurrentie tus- sen communes onderling. Het is gemakkelijk voor te stellen welke gevolgen zo'n ontwik- keling had kunnen hebben: oorlog, harde zakelijke concurrentie, piraterij, sabotage, en criminaliteit. Maar in collectieve trotsheid is het land als een grote commune doorge- gaan, onder leiding van een aantal verschil- lende keizers – progressieve, conservatieve en fantasten – en daarmee dus commu- nistisch. Het was in 1949 dat Mao 'de Grote Roerganger' de Volksrepubliek China uitriep, het China zoals wij het nu (nog) kennen.

Private ondernemingen

Door de gang van de communes via het collectieve communisme naar een volksre- publiek wordt ook in China de cultuur meer en meer individualistisch. Dit uit zich al meerdere jaren waarin je een verschuiving ziet van staatseigendom via collectief eigendom naar individualistisch eigendom. Ook al is de besturing nog niet helemaal om, De Partij verschuift (nood)gedwongen wel mee. Inmiddels al meer dan 2 miljoen private ondernemingen. Veel van deze ondernemin- gen leren op de harde manier wat het is om

concurrentie te hebben. Want in China is de gedachte: als je buurman iets kan verdienen met een idee dan kun jij dat zelf ook. Creati- viteit van ondernemen is er nog in invol-

'Dát ze komen, is helder'

doende mate, maar juist daar zie je steeds meer echte entrepreneurs opstaan, met een meer internationale visie en inmiddels ook meer internationale mogelijkheden.

Tweede oosterse dreun?

We hebben genoeg methoden en technieken om zaken te voorspellen en in de gaten te houden. We hebben voldoende geschiede- nis om van te leren. Neem de autobranche, waar Europa en Amerika de taart netjes hadden verdeeld, tot opeens de Japanse autofabrikanten zich meldden. Een concu- rent, die jarenlang werd bespot, die 'nooit zo geavanceerd kon zijn als wij'. En dan opeens, zonder dat we het aan zagen komen, van rechts (uit het oosten), een enorme dreun! Van bloedserieuze Japanners in mooie grijze pakken, luisterend naar namen als Toyota en Honda.

Maar goed, geen angst, we hebben er van ge- leerd. En waarom zouden we in de grafische industrie vrezen? Heidelberg ligt immers vlak bij ons en niet bij hen! Wij hebben toch de Duitse degelijkheid en de machines komen toch lang niet zo onverwachts onze kant op als de auto's en motoren kwamen. Namen als Komori, Mitsubishi, en Ryobi zijn ons niet meer vreemd.

Veel mensen zijn bang voor een tweede oos- terse dreun. Wellicht zien we deze aankomen, maar of dat dan minder pijn doet, daar zijn de geleerden het nog niet over eens. Maar goed, er is maar één manier om achter te komen. Precies, er zelf heen gaan! Dát ze komen, is helder. Maar hoelang, hoe- lang blijft een Chinees?

Miguel Delcour

Reageren

Wilt u reageren op de artikelen van Miguel Delcour, of heeft u vragen over de ontwikkelingen en mogelijkheden op de Chinese grafische markt? Stuur uw berichten aan redactie@graficus.nl, dan leggen wij ze voor aan onze *Graficus in China*.