

verschenen in VM, juni 2008 (ongeredigeerde versie)

# Maritieme inhaalslag in China

**Voor 2003 had de Nederlandse maritieme toeleveringsindustrie weinig te betekenen op de Chinese scheepsbouwmarkt. Een systematische aanpak door de Vereniging Holland Marine Equipment (HME) zorgde ervoor dat het marktaandeel sindsdien sterk is toegenomen.**

door: Gabor Mooij

Bij maritieme toelevering gaat het om alles dat met de uitrusting van schepen te maken heeft. "Het is een hele brede industrie, die zowel bedrijven omvat die ankers leveren als bedrijven die complexe advisering doen en bedrijven die specialistische software verzorgen", legt Martin Bloem, directeur van branchevereniging HME, uit.

In de periode 2001 - 2002 besloot HME dat de Nederlandse maritieme toeleveringsindustrie meer aan de weg moest timmeren in China. "We merkten dat de buitenlandse concurrentie veel meer deed in China. Concurrenten uit Denemarken, Duitsland, Engeland, Noorwegen, Amerika, Japan en Korea waren vijf jaar eerder dan wij actief in China. Een rol speelde ook een angst bij Nederlandse bedrijven om de Chinese markt op te gaan. Dat was zowel vanwege onbekendheid met het zaken doen in China als omdat ze bang waren om intellectueel eigendom kwijt te raken", vertelt Bloem.

De branchevereniging koos voor een ambitieuze aanpak om de Chinese markt open te breken voor haar leden. "We riepen 2003 uit tot Chinajaar. Dat jaar organiseerden we veel activiteiten zoals handelsmissies en deelname aan beurzen en zorgden we voor speciale catalogi en websites. We financierden de activiteiten in het Chinajaar met de bijdragen van de bedrijven die deelnamen aan de activiteiten en met projectsubsidies. Tijdens het Chinajaar hebben we 50 bedrijven geïntroduceerd in China. De meeste van deze bedrijven zijn daarna succesvol zaken gaan doen in China."

In het China-jaar was er tegenslag in de vorm van de uitbraak in China van de longziekte SARS. "We konden enkele maanden niet naar China toe. Deze vertraging gebruikten we om de mogelijkheden van een lokale vestiging uit te zoeken. We besloten met een kopgroep van vier leden een Holland Marine House China (HMHC) in Sjanghai op te richten. Toen de eerste schepen over de dam waren, volgden er snel meer bedrijven en konden we van start gaan."

De eerste twee maanden na de opening van het HMHC in december 2003 kon ieder geïnteresseerd bedrijf zich aanmelden als lid. Na die periode ging een ballotage-systeem gelden. Dit betekent dat de leden van het HMHC stemmen over de toelating van een nieuw bedrijf. "Het HMHC heeft nu elf leden, die ook allemaal lid zijn van HME. We hebben het HMHC overgedragen aan de individuele bedrijven, maar zijn er nog wel bij betrokken."

In het HMHC werkt een Chinese staf. "Het gaat om drie mensen: een algemeen manager, een technisch manager en een ondersteunend medewerker. Zij zetten zich in voor de bedrijven die lid zijn en helpen bij het afsluiten van orders voor deze bedrijven. Daarnaast houden ze voor de bedrijven het lokale netwerk bij."

## Ondersteuning

China is belangrijk voor de Nederlandse maritieme toeleveringsbedrijven omdat de Chinese scheepsbouwindustrie op weg is om de grootste ter wereld te worden. "China kent een enorme groei van de scheepsbouw bij de steden Sjanghai, Guangzhou en Dalian. Nederlandse bedrijven hebben inmiddels een inhaalslag gemaakt in Sjanghai en Guangzhou. Maar eigenlijk waren we te laat in deze bestaande scheepsbouwgebieden. We waren wel op tijd bij de nieuwe gebieden in het binnenland aan de Yangtze rivier, zoals bij Wuhan. De Yangtze is een diepe rivier zodat je ook landinwaarts grote schepen kunt bouwen. Op deze opkomende markt zijn we succesvoller dan de concurrentie. Dat komt onder andere omdat hier kleinere schepen worden gebouwd dan aan de kust. De Nederlandse maritieme toeleveringsbedrijven zijn meer gespecialiseerd in deze schepen."

Momenteel heeft HME twee keer per jaar handelsbevorderende activiteiten in de vorm van een beurs of handelsmissie. "Hieraan neemt een groep van 15 tot 35 bedrijven deel onder begeleiding van mensen van HME. Medewerkers van het Holland Marine House sluiten zich in China aan bij de delegatie. Verder hebben we een Chinese catalogus met daarin 70 tot 80 bedrijven die we verspreiden in China via beurzen, ambassades en het HMHC. Er is één grote inspanning nodig geweest, namelijk het China-jaar. Nu houden we een ritme aan van twee tot drie activiteiten per jaar."

HME verleent geen individuele ondersteuning aan bedrijven, tenzij het om het geven van marktinformatie gaat. "We hebben iemand in dienst die specifieke vragen over de markt beantwoordt. Hij verricht daarvoor internetresearch. Daarnaast krijgen we marktinformatie van het Nederlandse consulaat-generaal in Guangzhou en van het HMHC. Verder verstekken we algemene informatie via seminars, zoals over inkopen in China."

Bij het betreden van een nieuwe markt werkt HME met 'roadshows'. "Kleinere groepen bedrijven gaan dan voor een eerste missie naar het buitenland. Dat is leuk, want het is pionierswerk. We zijn onder andere met een roadshow naar het binnenland van China geweest."

### **Partners**

Volgens Bloem moet een branche die nieuw is in China in een heel vroeg stadium naar goede lokale partners zoeken. "Een lid van ons had contacten met een Chinees ingenieursbureau in Sjanghai. Dat stelde zijn uitgebreide netwerk voor ons beschikbaar. In Guangzhou hebben we veel gehad aan het consulaat-generaal. Voor een missie in Wuhan in juni werken we onder meer samen met een ontwikkelaar van een industriepark."

Geduld loont. "Je moet een lange adem hebben voor de entree op de Chinese markt, maar als je er eenmaal binnen bent, gaat het snel."

Daarnaast heeft HME goede contacten met een Chinese zusterorganisatie. "Zij verzorgen onze Chinese catalogi en het vertaalwerk in het Chinees."

Bij taalproblemen kan de email uitkomst bieden. "In eerste instantie verliep ons contact met de zusterorganisatie moeizaam. We hadden te maken met iemand die een mix van Duits en Chinees sprak. Het contact verloopt beter sinds het via de email verloopt."

Bloem beveelt branches aan tijd te investeren in mensen als ze betrouwbare partners in China willen vinden. "Het is belangrijk om een persoonlijke band met iemand te krijgen. Dat houdt bijvoorbeeld in samen eten en borrelen. Daarnaast moet je checken wat voor zaken iemand doet. Je moet niet bang zijn om door te vragen."

Volgens Bloem is het handig om Chinese partners te benaderen vanuit het principe 'voor wat hoort wat'. "Chinezen zijn gevoelig voor win-win situaties. Als je een tegenprestatie kan leveren, krijg je eerder zaken gedaan."

Voor de communicatie met Chinese klanten heeft Bloem een belangrijke tip. "Wees duidelijk. Stel heel direct vragen en draai niet om zaken heen. Zeg gewoon wat je te bieden hebt en laat goed zien wat je in huis hebt. Je moet daarbij niet bescheiden zijn, maar vooral uitstralen dat je trots bent op je producten. Steek verder geen lange verhalen af. Chinezen houden van concrete informatie."

De Chinezen zijn volgens Bloem gewend snel zaken te doen. "Ze houden niet van getreuzel. Offertes willen ze bijvoorbeeld snel hebben. Verder moet je rekening houden met een kortere tijdshorizon. Chinezen maken vaak op het laatste moment afspraken."

### **Hindernissen**

Het is niet zomaar mogelijk om als buitenlandse partij investeringen in China te doen. "Bedrijven en branche-organisaties moeten goed kijken waar ze terecht kunnen. Het is sterk afhankelijk van de stad en de provincie aan welke regels ze moeten voldoen."

Bloem onderstreept dat de overheid en de Kamers van Koophandel (KvK) in China ongelooflijk veel macht hebben. "Het hebben en inzetten van een lokaal netwerk is daarom heel belangrijk. Dat heb je hard nodig voor je contacten met die organisaties."

Belangrijk is het volgens Bloem ook dat bedrijven en branches niet teveel productiegeheimen verklappen. "Ze zijn in China goed in het kopiëren van productietechnieken."

Op dit moment is er één grote hindernis met betrekking tot de export naar China. "Vanwege de Olympische spelen kun je het land niet in. Dat kan alleen als een bedrijf of organisatie een uitnodiging vanuit China krijgt. Met name voor beginners is het nu lastig zaken doen."

### **Succes**

De aanpak van HME in China heeft zijn vruchten afgeleverd. "De Nederlandse maritieme toeleveringsindustrie heeft zijn marktaandeel in China sterk vergroot." HME heeft de marktbenadering inmiddels ook toegepast in andere landen. "Het model met eerst een 'landenjaar' en het oprichten van een Marine House hebben we gekopieerd naar Vietnam en ook in India en Rusland zijn we ermee begonnen. In Vietnam is het inmiddels een groot succes."

Bloem is trots op de aanpak in China. "Ik ken geen andere branche die een dergelijke lange-termijnbenadering heeft toegepast. Je ziet dat het ministerie van EZ nu ook voor een dergelijke methode

kiest met het programma '2g@there'. Een ontwikkeling die wij zeer toejuichen en alle collega-branches kunnen aanraden."

**Fusie**

De Vereniging Holland Marine Equipment (HME) is de branchevereniging van de maritieme toeleveringsindustrie. Op 1 januari 2008 is HME samengegaan met de Vereniging Nederlandse Scheepsbouw Industrie (VNSI). Hieruit is de branchevereniging Scheepsbouw Nederland ontstaan. VNSI had geen soortgelijke op China gerichte aanpak als HME. "De scheepswerven hebben daar zelf de markt betreden."

Scheepsbouw Nederland heeft een bureau in Zoetermeer. Daarnaast is het 'exportdeel' van HME in Rotterdam gebleven. "We hebben gekozen voor een scheiding van het branchegedeelte in Zoetermeer (dertien mensen) en het commerciële gedeelte in Rotterdam (veertien mensen). De commerciële tak ontwikkelt projecten zoals de activiteiten in China, maar ook innovatie- en opleidingstrajecten voor de deelnemende bedrijven", licht Bloem toe.