



Filip en Mathilde tijdens een koninklijk bezoek aan China in 2015. Hun gastheer is Yang Xiong, de burgemeester van Sjanghai, een stad groter dan heel België. © blg

REPORTAGE | Vlaamse kmo's willen graag zakendoen in China. Maar vertrek beter niet onvoorbereid. Weet dat Chinezen veel liever chatten dan mailen, en dat contracten er niet heilig zijn. En vooral, geen stemverheffing alstublieft.

'In China tellen vrienden meer dan contracten'

GOELE DE CORT

STEENOKKERZEEL | Ooit gehoord van Guanxi? Het betekent 'relatie' en staat voor het ingewikkelde web van connecties dat ontbeerlijk als je in China zaken wil doen, zegt Bart Horsten, die Vlaamse bedrijfsleiders adviseert die naar China willen trekken. 'Pas op, Guanxi is daarom nog geen corruptie. Maar er zijn ontzettend veel onzichtbare links tussen bedrijven en politiek', vertelt hij een zaaltje vol kmo-leiders in Steenokkerzeel.

'Bij ons kun je perfect zakendoen met iemand die je op persoonlijk vlak niet meteen aangenaam vindt. In China word je eerst vrienden. Dat heeft gevolgen voor bedrijven. Als bijvoorbeeld een Chinese salesmanager van Coca-Cola naar Pepsi vertrekt, dan is de kans groot dat zijn klanten mee verhuizen naar Pepsi, gewoon wegens de persoonlijke relatie.'

Het seminarie over 'Zaken doen met China' lokt veel interesse. Dat China een interessante markt is, is nu zowat bij ons doorgedrongen, maar de handel met het land blijft beperkt. Minder dan 2 procent van de

uitvoer gaat naar China, dat pas op de tiende plaats staat van landen waarnaar we exporteren.

Tatjana van den Driesch van brouwerij Haacht is komen luisteren. Haar bedrijf botst al eens op culturele verschillen in zijn handel met China. 'We merken dat de contacten met China vaak beginnen met grote beloften, maar als puntje bij paaltje komt, wordt het allemaal plots veel minder', vertelt ze. 'We werken met een zelfstandige Chinese agente, maar zij zegt dat ze niets gedaan kan krijgen als ze geen mooie titel van ons krijgt.'

Gezichtsverlies

Het verhaal klinkt Horsten niet onbekend in de oren. 'Face is een belangrijk begrip. Chinezen willen geen gezichtsverlies lijden en ze willen ook zakenpartners in onderhandelingen voor gezichtsverlies behoeden. Vaak zullen ze dus niet toegeven dat ze niet zo geïnteresseerd zijn in je product, of dat ze gesprekken niet helemaal begrepen hebben. Directheid is niet aan hen besteed: als je met een tolk werkt, zal die

'Het is zelfs voor een Chinees soms moeilijk om te interpreteren of een uitspraak positief of negatief bedoeld is'

'Een handtekening betekent niet zo veel in China: de "company shop", de bedrijfsstempel, is veel belangrijker'

niet zelden uiterst omfloerst vertalen.'

Niet welkom zijn alvast beeldspraak, sarcasme en stemverheffingen.

WeChat

Qing Chen, een conferentietolk, is naar het seminarie gekomen voor een ander perspectief op de Chinese zakencultuur. 'Het is nogal stereotiep. Natuurlijk zijn niet alle Chinezen hetzelfde', zegt ze. 'Maar het klopt wel dat ik als tolk de sfeer goed probeer te houden en soms hier en daar wat filter. Het is zelfs voor een Chinees soms moeilijk om te interpreteren of een Chinese uitspraak positief of negatief bedoeld is.'

Zelf is ze ondertussen meer gesteld geraakt op de westerse manier van zaken doen. 'Chinezen antwoorden niet meer op mails, alles gaat via WeChat. Maar dan verwachten ze dat je na de uren ook meteen antwoordt. En ze doen moeilijk over contracten. "We zijn toch vrienden", zeggen ze. "Waarom hebben we een contract nodig? Vertrouw je me niet misschien?"'

Dat beaamt Horsten. 'Contracten worden in China niet altijd grondig gelezen. Al-

leen wat jullie duidelijk hebben afgesproken, telt. Het heeft dus weinig zin kleine lettertjes in het contract te smokkelen. Ze trekken zich daar achteraf toch niets van aan. En een handtekening betekent er niet zo veel: de *company chop*, de bedrijfsstempel, is veel belangrijker.'

Culturele muren

In tegenstelling tot andere deelnemers is Gert Ardies nog maar op weinig culturele muren gebotst in China. Zijn bedrijf laat er mode-accessoires maken. 'En de contacten verlopen niet anders dan met andere landen', zegt hij. 'Maar misschien helpt het dat we zelf altijd ter plaatse gaan en heel duidelijk zijn over wat we willen.'

Moet je een kaartje nu met twee handen afgeven? En is het een goed idee om oogcontact af te dwingen? Dat soort tips vindt Horsten overbodig. 'Chinezen weten ook wel dat wij hun cultuur niet kennen. Je hoeft hen niet in alles na te doen. Hetzelfde met de Guanxi. Weet dat je goed Chinees personeel nodig hebt. Maar je hoeft zelf niet aan alles mee te doen.'

Drie tips van de China-adviseur

1. Vergeet visitekaartjes. Zelfs e-mail is passé. Chinezen gebruiken voor alles **WeChat**, ook voor zaken. Aanwezigheid op Chinese sociale media is een absolute noodzaak.
2. Heeft er iemand een fout gemaakt, kaart dat dan nooit aan in groep, en alleen op een **heel indirecte** manier. Gebruik eenduidige taal als je een tolk inschakelt, en test tussendoor subtiel of de gesprekspartner alles begrepen heeft.
3. Boek je prospectiereis in China niet vol met meetings en afspraken. Bouw ook wat **flexibiliteit** in en neem de tijd om relaties op te bouwen met lokale contacten. Vaak op restaurant gaan en Chinese liikeur drinken horen daarbij. (gdc)