

'Leer eerst het land en de gebruiken kennen'

Veel ondernemers willen zakendoen over de grens, maar waar moet je zijn? Waar liggen de meeste kansen en met welke valkuilen moet je rekening houden? En wat is een groeiemarkt eigenlijk? Hoogleraren Steven Brakman en Rob van Tulder leggen uit.

TEKST RUTGER HUIZENGA

"Een groeiemarkt kan je lokaal definiëren of internationaal. Een lokale groeiemarkt is de markt voor een bepaald product, bijvoorbeeld mobiele telefoons, internationaal worden er snelgroeiende economieën mee bedoeld, zoals de BRIC-landen (Brazilië, Rusland, China en India), maar ook de Filipijnen, Indonesië en Zuid-Oost-Azië." Aan het woord is hoogleraar internationale economie aan de Universiteit van Groningen, Steven Brakman. Volgens hem zijn de groeiemarkten vooral sinds de ICT-revolutie van twintig jaar geleden spectaculair gegroeid. "Vroeger moest je als producent bij wijze van spreken de mijn bezitten, het ijzererts winnen en het staal smelten en uiteindelijk rolde er een auto uit de fabriek. Door de ICT-revolutie hoef je niet meer in een land een hele industriële basis op te bouwen. Je kunt in China alleen chips laten bouwen voor een auto, zoals veel bedrijven hebben gedaan. China heeft daar bijvoorbeeld erg van geprofiteerd."

CHINA IS DAN OOK nog steeds de belangrijkste groeiemarkt, samen met de andere BRIC-landen (Brazilië, Rusland en India). Het Aziatische land alleen al is goed voor circa twintig procent van de wereld-economie. Maar concurrentie ligt op de loer, want volgens diverse experts wordt in de toekomst niet China of

Zuidoost-Azië de heilige graal, maar Afrika. Volgens het adviesbureau Bain & Company verdubbelt de financiële sector binnen Afrika zich de komende tien jaar. En in het rapport *Inside Africa* zegt ook adviesbureau Roland Berger dat Afrika de nieuwste wereldwijde groeiregio wordt (zie kader rechts).

VOLGENS ROB VAN TULDER, hoogleraar international business aan de Erasmus Universiteit en samen met Marjolein Lem en Kim Geleynse co-auteur van het boek *Doing business in Africa, A strategic guide for entrepreneur* loop je als ondernemer zelfs minder risico om in Afrika te investeren dan in China of India. "Als je kijkt naar stabiliteit van de regering, de aanpak van corruptie, het wisselkoersrisico, dan geldt voor veel landen in Afrika dat die beter is dan van bijvoorbeeld China en India." Investeren in groeiemarkten is dan ook rekening houden met veel facetten, aldus Van Tulder: "Je moet kijken naar de politieke en economische stabiliteit van een land, maar je ook afvragen of je in een land voor de korte of lange termijn gaat zitten. Dat heeft namelijk ook weer consequenties voor de producten die je aanbiedt. In Ghana bijvoorbeeld is nu een paar keer een regering democratisch gekozen. Aan zo'n overheid kun je ook infrastructuur verkopen, want je weet dat besluiten vermoedelijk niet direct teruggedraaid worden."

WEET DUS IN WELKE markt je stapt, adviseert ook hoogleraar Steven Brakman ondernemers die de grens over willen. "Zorg dat je goed voorgelicht wordt door de regionale Kamer van Koophandel. Ken de regels en gebruiken van het land. En houd rekening met smaakverschillen. In Duitsland houden ze van die dikke vieze worsten, heel anders dan hier. In China en Afrika zijn die verschillen nog groter. Als je dat van

tevorens niet weet, ben je kansloos als startende ondernemer."

EN DENK NIET GELIJK dat de pot met goud aan het einde van de wereld ligt, aldus Brakman. "Het is niet voor niets dat Duitsland nog steeds ons grootste exportland is. Er zijn ook in Europa interessante groeiemarkten. Daar zou ik toch als eerste naar kijken als ondernemer. Je kent de cultuur daar beter en dat kan je onmiskenbaar helpen." Het laatste advies van de hoogleraar: zorg dat je eerst sterk wordt in eigen land. "Vaak beginnen bedrijven al in het buitenland terwijl ze nog geen goede voet aan de grond hebben in hun thuisland. Je moet sterk zijn om te kunnen exporteren. Dat vergeten bedrijven weleens."

'In Afrika loop je minder risico dan in China'

Rob van Tulder

'Laat je goed voorlichten bij de regionale Kamer van Koophandel'

Steven Brakman



