



Export!

# Go East!

Begin 2010 start in Sjanghai het drie jaar durend incubatorprogramma 'Dutch Design WorkSpace'. Hiermee biedt initiatiefnemer Dutch Design Fashion Architecture (DutchDFA) ontwerpers en architecten ondersteuning en een fysieke plek bij het werken op de Chinese markt.

**Hoe de kansen ervoor liggen ervoeren ontwerpers en architecten al in oktober tijdens de door DutchDFA belegde matchmaking-ontmoetingen met potentiële Chinese zakenpartners.**

## Betere tijden

Incubator betekent zoveel als broedmachine. Maar is er in een hoge drukpan als Sjanghai nog tijd om rustig iets uit te broeden? 'Er zijn hier zoveel kansen dat je eigenlijk niet weet waar uit te kiezen. Kies je voor het geld en loop je binnen? Of ga je voor de ontwerperavering?', vraagt een architect zich af. Anderhalf jaar geleden vestigde hij zich in Sjanghai.

Nu begeleidt hij de delegatie ontwerpers en architecten die op verkenningreis naar Zuid-oost-China komen.

Net als in het precommunistiche Sjanghai tussen 1911 en 1936 barst de miljoenenstad weer van de creativiteit. Toen waren het buitenlandse reclamebureaus en boekuitgevers die kortstondig hedendaags Chinees design stimuleerden. Onder het huidige kapitalistisch communisme zullen ook nu weer betere tijden aanbreken, beloven de 'Better City/Better Life'-borden die de bouwputten voor de Expo 2010 maskeren. Al eerder transformeerden oude industriecomplexen in

stadswijken tot creatieve broedplaatsen. Zo verrees in opdracht van een Duitse investeerder het tentoonstelling- en kantoren-centrum '800Show' binnen recordtijd op wat kort daarvoor nog een ijzerfabriek was. De omwonenden zijn blij verrast met de verandering. Op de in 800Show gehouden Creative Capital-exposities sloffen nieuwsgierige omattjes binnen. Hun kleindochtertjes bekijken later met open monden de spetterende modeshow van DutchDFA. Dankzij vooraf gelegde contacten bieden Chinese investeerders de zich presenterende ontwerpers en modelabels Daryl van Wouw, Beyond en Lew na de show studioruimte en productiefaciliteiten aan.

# Go East! vervolg

Chris Reinewald  
is freelance journalist

Afgezien van een lezing door productontwerper Bert-Jan Pot en een stand van het tijdschrift 'Frame' is anders dan vorige edities geen Nederlands design te zien op de teleurstellende 100% manifestatie, die hier en daar een 'poor man's' miljonairsbeurs lijkt.

## Vinex in China

Anders dan de meeste internationale en lokale presentaties met een hoog bazaarkarakter presenteert DutchDFA een eenvoudige – uiteindelijk bekroonde – architectuurexpositie over ecocitydesign. Een lezingendag met Nederlandse en Chinese architecten omlijst het geheel. Duidelijk wordt dat het ontwerpen van de openbare ruimte in China nog amper bestaat en dus kansen voor Nederland kan bieden. Het geïnteresseerde Chinese publiek is jong en fotografeert naar hartenlust.

Sinds Rem Koolhaas/OMA bouwt aan het spectaculaire hoofdkantoor voor CCTV, de Chinese staatstelevisie, zijn vele Nederlandse architectenbureaus actief in China. Ook de Nederlandse mentaliteit is gewild. Zo bouwde men zelfs een Sjanghaise buitenwijk naar Nederlands model. Het hiervoor gevraagde architectenbureau vroeg zich af of het Vinex-principe eigenlijk wel paste bij de uithuizige Chinezen, maar aanvaardde het project uiteindelijk. Een andere naar China gereisde architect van kleinschalige projecten constateerde gaandeweg dat de Chinezen zijn tegendraadse insteek voorlopig niet vatten.

Een bezoek aan het grootste Sjanghaise architectenbureau MADA s.p.a.m. (dat hiervoor een toegangsprijs berekent) spreekt boekdelen. Het in 1999 door de in de VS opgeleide QingYun Ma gestichte bureau heeft 25 architecten in dienst. 'De meesten werken er vrijwel dag en nacht. Als je het hier langer dan drie weken uithoudt hoor je bij de harde kern', zegt de gidsende Nederlands-Sjanghaise architect. Maquettes tonen MADA's megalomane projecten – een verbouwde berg bijvoorbeeld – en de nodige imitaties van Koolhaas, Hadid of MVRDV.

## Gekke grafische ziekte

De in Berlijn opgeleide Chinese grafische ontwerper Li Degeng waardeert het Nederlands grafisch ontwerp vanwege de 'sociale energie' die het maatschappelijk teweeg brengt. Een door Li samengestelde expositie reisde

langs grote Chinese universiteitssteden met als doel een dergelijke emancipatie ook in China te stimuleren. In totaal trok de expositie zo'n 100.000 bezoekers en kreeg ook de nodige publiciteit. Een lifestylemagazine karakteriseerde het geëxposeerde Dutch design – van uiteenlopende grootheden als Irma Boom, Karel Martens, Studio Dumbar, Niessen & De Vries, Mooren & Van der Velden en Lust – als 'Maikeluoke': 'de gekke Nederlandse ziekte'. Li verzorgde educatieve publicaties en documentatiemappen om de ontwerpraktijken nader te verklaren. Dat Chinese ontwerpers beïnvloed raken door hun Nederlandse collega's verwacht hij echter niet zo gauw: 'Stijl of vaardigheid zijn in wezen oppervlakkig. Mij gaat het om de sociale impact waarmee Nederlands design zich onderscheidt. Daarvoor zouden wij in China oog moeten krijgen.'

Kansen voor bureaus als Dumbar dus...

Li grinnikt: 'Ze zitten hier al in Sjanghai, waar men traditioneel het meest open staat voor het westen. Dat ligt in Guangzhou (Kanton) of Beijing toch echt anders. De Chinese markt is te groot en te gesegmenteerd om je onvoorbereid zomaar ergens te vestigen. Wil je slagen dan zul je je commercieel, Amerikaans, moeten profileren. Iets wat niet mijn voorkeur heeft, maar zo ligt het voorlopig nog wel.'

## Tumbah is hier

Dat ontwerpbureau Studio Dumbar in 2005 een Sjanghaise vestiging opende komt in zekere zin voort uit een pril contact tussen Gert Dumbar en zijn eerste Chinese stagiaire Zhao Jian, twaalf jaar geleden. Terug in Beijing startte Zhao zijn ontwerpstudio Art in One Mastermind en verspreidde als hoofddocent aan de Tsinghua Universiteit de faam van 'Tumbah', die daarop lezingen kwam geven. Ook pitchte de studio voor het logo voor de Olympische Spelen in Beijing (2008). De opdracht belandde uiteindelijk bij een Chinese ontwerper met goede contacten in het partijkader: 'Guanxi', ofwel vriendjespolitiek, aldus het Chinese roddelcircuit. Zoals verplicht bij een buitenlandse onderneming in China wordt de Chinese Studio Dumbar gerund door een buitenlander, de Nederlander Joost Roozekrans als creatief directeur en een Chinees zakelijk directeur: Zou Zhenghang. Zou, ooit reclamemaker, kent Dumbar sinds 1999 via 'Behind the Seen',

een expositie in Sjanghai en Beijing: 'Die eerste presentatie van een westerse ontwerpstudio ooit in China blies ons Chinese designers ondersteboven. Dat design zo'n impact kan hebben. Wat later leerde ik Michel de Boer en Gert Dumbar kennen via Wangxu, de vertegenwoordiger van Dumbar in China en ik bezocht ze in Den Haag.' Samenwerkingsprojecten leidden ten slotte tot de huidige Studio Dumbar China, met Zou als founding partner.

'Dumbar vertegenwoordigt niet alleen creatieve power maar ook een mentaliteit. Een balans tussen wild denken, experimenteren en het exploreren van het onbekende. Uiteindelijk levert dat toch een realistisch en bruikbaar ontwerp op; meer dan bij grote designfirma's als Landor of Interbrand of kleine studio's.

## 'De Chinese markt is te groot en te gesegmenteerd om je onvoorbereid zomaar ergens te vestigen.'

Studio Dumbar vermengt cultuur, business en publieke sector. Dat onderscheidt ons. Die mentaliteit heerst ook in de studio. We hebben lol en zijn relaxt, maar kunnen ook serieus zijn en flink doorbuffelen. Het helpt dat we een middelgroot bedrijf zijn. Cultuurverschillen blijven bestaan maar wel delen we dezelfde mentaliteit: pragmatiek en flexibiliteit.' Dumbar China bedient een mix aan westerse, Nederlandse en Aziatische opdrachtgevers: Chinese vestigingen van TNT en Randstad, Sjanghai General Motors en technische firma's in Taiwan en Zuid-Korea: 'De Chinese markt is mega, maar branding en design staan in de kinderschoenen. Daarin lijkt het op Japan rond 1980 of Zuid-Korea en Taiwan rond 1995. In China spelen economische ontwikkelingen zich binnen een jaar af, wat elders zo'n acht



tot tien jaar kost. Maar Chinese, internationaal georiënteerde bedrijven vergeten een sterk merk daarbij te bouwen. Goede vormgeving is geen prioriteit. Een advies? Om voor de Chinese markt te werken heb je geduld nodig. Begrip van de Chinese mentaliteit is belangrijker dan Chinees spreken.'

### Ningbo lokt

Drie uur rijden ten zuiden van Sjanghai ligt Ningbo, een havenstad met zo ongeveer alle spaarlampfabrieken ter wereld. De stad is zo groot als Noord-Brabant en telt 100.000 fabrieken met een arbeidspotentieel van 5 tot 7 miljoen bewoners. Ningbo wil de designstad van China worden. Een begin is de toezegging dat Ningbo het Chinese centrum voor de Duitse Red Dot Awards wordt. Op een matchmakings-dagtrip gaan een product- en retailontwerpbureau en een architect op pad. Een van de bureaus bezoekt een potentiële producent van stadsmeubilair: 'Ze gaan precies maken wat we willen. Nee, we hebben geen ambities om ook opdrachten te scoren. Tien jaar terug deden we veel in Zuid-Korea en Taiwan. Dat is nu minder. Eigenlijk was ik wel klaar met Azië.' Het designcentrum bevindt zich voorlopig – ook al – midden in een bouwput. Verderop aan de rivier prijkt een babyblauw gebouw met daarin de Chinese afdeling van het Twentse ontwerpbureau Indes, gespecialiseerd in medische apparatuur. Cynthia Tang, directeur Indes Asia, promoot haar stad: 'Ningbo is schoner en ruimer dan Sjanghai met zijn verstopte rondwegen. Door de infrastructuur en lagere arbeidskosten produceren we hier twee keer goedkoper dan in Sjanghai en vier keer goedkoper dan Hongkong. Een goed gekwalificeerde Chinese medewerker verdient 8000 euro op jaarbasis tegen 40.000 in Nederland. Jongeren vestigen zich hier en stichten een gezin. Dat vergroot de loyaliteit ten aanzien van de baas. Helaas leidt dat ook wel eens tot een te afwachtende houding.' Iemand met Chinese medewerkers preciseerd het haperende arbeidsethos nader: 'Chinezen doen vaak de goede dingen op de verkeerde momenten. Bedrijven missen een goed geschoold middenkader. Daarom leiden westerlingen meestal de processen.' Indes nam daarvoor een jonge Nederlandse ingenieur aan. Bij de Europees georiënteerde keukenfabrikant Oilin beleeft de retailontwerper zijn 'finest

hour'. Aanvankelijk zocht hij een voordelige producent van balies en keukens voor een te vernieuwen non-profitketen. Met aanstekelijke pingpongconversaties en zelfspot – 'onze klanten koken nooit' – peilen de Chinese keukenprinsen zo om de zeven minuten wat zij aan de enthousiaste Hollander zouden kunnen hebben. Hijzelf ontvouwt zijn portfolio met internationale projecten: brand experiences die de bedrijfscultuur van een firma smaakvol gestalte geven. Oilin toont oprechte interesse.

### Plagiaat

Wie China zegt, zegt plagiaat. Het Duitse Authentics, producent van design-huishoudproducten in kunststof ging mede kapot doordat Chinese mallenmakers voor de thuismarkt goedkope kopieën produceerden die ook in het westen belandden. Hoe voorkom je dit? Eva Olde Monnikhof (Creative Amsterdam) adviseert: 'Bouw "kindersloten" in. Philips legt online alle gepatenteerde ontwerptekeningen met datum vast. Registreer van elk product ook alle mogelijke varianten.' Een tweede belangrijke tip: 'Voor ons is het tekenen van een contract definitief, maar Chinezen zien het als een ceremonie en onderhandelen daarna verder. Met buitenlanders doen ze anders zaken dan met landgenoten. Nederland zien ze als een middelgrote provinciestad.'

Chinezen kunnen onredelijke eisen stellen. Wél een door buitenlandse sponsors voorgefinancierd boek uitgeven, maar weigeren hun logo's af te drukken. Monnikhof: 'Stel dus zelf ook eisen. Verbied niets, maar leg contractueel vast dat je Chinese partner niet met subcontractors mag werken zonder jouw voorkennis. Houd zicht op welke fabrieken voor je werken. Het Nederlandse modelabel G-star ontdekte bijvoorbeeld dat er bij hun Chinese producenten slechte arbeidsomstandigheden heersten. Toen ze daar niets tegen deden trok G-star hun orders terug.' Ook onbegrip kan een rol spelen. Shanghai Century Star, de beoogde licentiehouder van het Pierre Cardin-label, 'betrapte' het Franse bedrijf op 'stiekeme' onderhandelingen met Cardano, een schoenenfabriek in Wenzhou, zo meldde de krant China Daily. Het Sjanghaise kledingbedrijf was furieus omdat het met de twintig bestaande Chinese verkooppunten al een vitaliseringsplan was begonnen voor het 'gevalueerde' merk dat zo'n dertig jaar

actief is in China. Qi Xiaozhai, econoom en researcher, wijt het conflict aan het gemis aan internationale handelservaring van China: 'Bij overeenkomsten moet je elk detail naspeuren om mogelijke dubbelzinnigheden eruit te halen. In dit geval bleken de lederwaren buiten de licentieovereenkomst tussen Cardin en Century Star te vallen.'

### Chinees les

Het kan – uiteraard – ook goed gaan. Op weg naar het diner, na het bezoek aan keukenfabrikant Oilin, belt Oilin's grote baas de retailontwerper. Hij heeft met zijn gesprekspartners van zo-even gesproken en komt over drie weken in Nederland de zaak beklinken. 'Houzjo!' (prachtig doelpunt)! Bij de toast aan het diner belooft de ontwerper een designafdeling in Ningbo te vestigen voor de duur van het project en misschien langer. 'En mijn dochtertjes gaan op Chinese les.'

Dutch Design WorkSpace is een drie jaar lopend ondersteuningsprogramma, geïnitieerd door DutchDFA met het Consulaat Generaal, het Shanghai Creative Industry Centre, FAR Architecture & Design Center Shanghai en lokale partners. De 'creative business incubator' in het 800Show-complex bestaat uit een te delen werkruimte van 500m<sup>2</sup> en is bedoeld voor product- en modeontwerpers en architecten die zich op de Chinese markt willen begeven. Het programma kent drie scenario's: design in residency met een ondersteuningsprogramma en/of een marketingcampagne. Na een verkennende fase van drie maanden zullen deelnemers hun zaak opzetten met lokale en professionele ondersteuning. Er lopen al uitwisselingsprogramma's tussen TU Delft, Willem de Kooning, Artez, Design Academy en Donghua (mode en productontwerp) en de bouwkundefaculteit aan Tongji Universiteit. Dutch Design WorkSpace staat ook open voor Chinese ontwerpers met interesse voor Nederland. De bedoeling is dat het programma zichzelf, na een aanloopsubsidie, financieel bedruipt.

–  
**Chris Reinewald**

[www.dutchdesignworks.cn](http://www.dutchdesignworks.cn)  
[www.dutchdfa.nl](http://www.dutchdfa.nl)