

## **Tchai International en Reklet Groep in Indonesië Pionieren met een schat aan ervaring**

**Met ingang van maart 2008 zijn Tchai International en Reklet Groep een joint venture in Indonesië aangegaan onder de naam Reklet-Tchai Indonesia.**

**Beide bedrijven zijn toonaangevend op het gebied van het ontwerpen en produceren van instore en outstore communicatie oplossingen. Hierbij kunt u denken aan displaymaterialen (wand,- vloer- en toonbankdisplays), schappresentaties, shop in shop systemen, digitale media/narrowcasting en complete winkelinrichtingen. Kortom, de visuele communicatie van merken en formules en alles wat daarbij komt kijken.**

Het is misschien een verrassende samenwerking, maar vooral ook een logische. Want dankzij de combinatie van deze twee bedrijven wordt bijna honderd procent van de instore en outstore communicatie markt bereikt. Reklet Groep heeft sinds 1982 faam verworven in de visuele communicatie voor retail- en horecaformules, zoals Kruidvat, C1000, Trekpleister en Ici Paris en concepten ontwikkeld voor fastfood restaurants.

Tchai International is een toonaangevend familiebedrijf en al meer dan 45 jaar werkzaam voor nationale en internationale A-merkfabrikanten (Samsung, Polaroid, Keune, Forbo Flooring, Yamaha, Philips en Revlon) en retail organisaties (Pearle, Hema, Cadillac, Hummer). Als geen ander weet Tchai hoe de consument zich tijdens het winkelen gedraagt en beïnvloed wordt.

### **Waarom Indonesië?**

Beide bedrijven hebben ruime internationale ervaring. Reklet Groep heeft vestigingen in Polen, Rusland en de Oekraïne. Tchai International heeft veel ervaring in Europa en Noord-Amerika en sinds enige tijd een sales kantoor in India, alsmede productiefaciliteiten in China en Oost-Europa.

Maar Indonesië is niet de gemakkelijkste plaats om zaken te doen. De concurrentie richt zich mede daarom vooral op India en China. Mogelijkheden dus voor ondernemers met durf en visie. De directeurs van Reklet Groep en Tchai International, Evert van der Waal en Ed Tchai, zien in Indonesië namelijk grote mogelijkheden. De markt is groeiende, ruim 14%, en dankzij een bevolking van 250.000.000 inwoners buitengewoon interessant.

Bovendien heeft de directeur van Reklet-Tchai Indonesia, Edwin Weert, grote bekendheid en feeling met de Indonesische samenleving, wat grote voordelen oplevert. Zoals gezegd bestrijken beide bedrijven gezamenlijk bijna de volledige instore en outstore communicatie markt. De joint venture vindt dus plaats op het juiste moment met de juiste personen.

Maar dat wil niet zeggen dat de ondernemers zich niet bewust zijn van de moeilijkheden die ze tegen kunnen komen. In Indonesië heerst een wezenlijk andere handelscultuur.

### **Modern trade, traditional trade**

Ten eerste moeten we onderscheid maken tussen *traditional trade* en *modern trade*. De grote steden in Indonesië kennen al vele jaren grote winkelcentra. Een markt waar zowel multinationals als lokale ondernemingen belangrijke posities hebben veroverd. De vormgeving en presentatie van de producten, de kwaliteit van het communicatiemateriaal en interieuronderdelen blijven echter achter. De opzet van RTI is de kwaliteit op het niveau van West- Europese maatstaven te brengen.

Ook in de traditional trade, die 95 % van de markt beslaat, ziet Reklet-Tchai Indonesia mogelijkheden. De kleine winkels, de toko's, kennen een grote groei dankzij het verbeterde economische klimaat. De presentatie van de producten in deze sector is echter vergelijkbaar

met die van Europa in de jaren zestig. Belangrijke merken zouden dat graag anders zien. De lokale concurrenten zijn niet in staat aan die wens te voldoen. Derhalve een mooie uitdaging voor Reklet-Tchai Indonesia.

### **Verschillen in omgang**

Van alle landen in Oost-Azië blijft Indonesië het sterkst traditioneel en daarom ook een veel moeilijker land om zaken te doen dan bijvoorbeeld India en China. Westerse zakenmensen in Indonesië zijn zich niet altijd bewust van de verschillen in omgang van Indonesiërs. Weert: 'Kennis over het sociale en culturele milieu van de Indonesiër is absoluut noodzakelijk. Het is net zo belangrijk en misschien wel belangrijker dan het bestuderen van het economische klimaat of het maken van een businessplan. Zonder culturele kennis kan men geen bedrijf opzetten.'

Reklet-Tchai Indonesia is gevestigd op Java, Jakarta. Politiek, cultureel, en geografisch, vormt Java het centrum van de Indonesische natie. Hoewel Java slechts 7% van het totale uitgestrekte gebied van Indonesië vertegenwoordigt, bestaat de bevolking voor 45% uit Javanen. Javaanse tradities en verhoudingen beheersen volledig de Indonesische bureaucratie, overheid en het leger. Vandaar het grote belang om het 'Javaanse' perspectief te begrijpen wanneer we spreken over Indonesië. Zelfs het taalgebruik vereist inzicht in de culturele verhoudingen. Misverstanden, miscommunicatie van westerlingen in Indonesië leveren vaak grote problemen bij het zakendoen op.

De Javaanse maatschappij en cultuur is een complex mengsel van moderne, traditionele en godsdienstige invloeden. Men toont op gepaste manier zijn eerbied in spraak en gedrag. Maar het is ook een hiërarchische maatschappij. Binnen die sociale structuur kent iedereen zijn plaats en verplichtingen.

Weert: 'De gemiddelde westerling op Java probeert iedereen min of meer gelijk te behandelen. Dat veroorzaakt vaak verwarring en ongemak bij de mensen.. Bovendien schatten westerlingen vaak de diepte van hun verhouding met Indonesische bedrijfsvennoten verkeerd in, één en één is niet altijd twee, maar soms ook drie. Indonesië is aan het veranderen, wat een moeilijk proces is voor alle Indonesiërs. De gewoonten en denkpatronen van een generatie verdwijnen niet op korte termijn, dit duurt misschien nog wel 100 jaar. Een belangrijke oorzaak daarvan is de diepgewortelde "KKN" (Corruptie, Collusie, Nepotisme).'

### **Laag werkniveau**

Hoewel de Indonesische arbeid relatief goedkoop is, is deze niet productief vergeleken met andere economieën. Bedrijven moeten vaak arbeiders zelf opleiden en vaardigheden bijbrengen. De Indonesische arbeider werkt niet graag met apparatuur. Vijftig procent van de bevolking is werkloos, dus is handmatige arbeidskracht wel goed voor de werkgelegenheid, maar minder goed voor de efficiëntie van het werk en de kwaliteit van de producten.

Het aanwerven van administratieve of professionele werknemers van lokale universiteiten is vaak een uitstekende manier om talent in een onderneming te introduceren. Toch laten ook op dit niveau de basisvaardigheden, zoals gegevensverwerking en het schrijven van rapporten, te wensen over.

Ondanks al deze problemen ziet Reklet -Tchai Indonesia veel mogelijkheden. Weert: 'Met een juiste inzicht in de culturele, sociale en wettelijke regelgeving zijn zaken en investering in de meeste delen van Indonesië vrij veilig en voordelig. Veelbelovende veranderingen zijn hier aan de gang. Daarom is Indonesië een aantrekkelijke investeringsbestemming, en een voordelige markt voor westelijke producten.'

## **Pionieren**

De directeuren van Reklet Groep en Tchai International zien hun samenwerking in Indonesië als een vorm van pionieren. Maar dan wel pionieren met een schat aan ervaring en producten die hun waarde hebben bewezen. Relaties hebben beide bedrijven dus genoeg en daar zal in Indonesië uiteraard gebruikt van gemaakt worden. Toch geloven Tchai en Van der Waal dat het mes aan twee kanten snijdt: 'Natuurlijk brengen wij onze ervaring daar over, maar wij geloven ook dat de kennis die we in Indonesië opdoen weer elders gebruikt kan worden.'