



Interview med Peter Sand - leder af handelsafdelingen ved Den danske Ambassade i Beijing

v/ Center for Erhvervsudviklings udsendte medarbejder Else Christensen Redzepovic

Blå bog:

Peter Sand, 40 år, Cand. Oecon, bosiddende i Beijing siden 2002
Gift med Anne, børn Camilla 11, Rebecca 8
Fra 2004 leder af handelsafdelingen, Ambassaden i Beijing
2002-2004: Sektorekspert, Ambassaden i Beijing

Tidligere:

2000-2002: Elsam Projekt (senere omdøbt til Tech-wise), Fredericia: Marketing Manager
1996-2000: Danfoss, Kolding, Marketing Services Manager
1991-1996: Daimler-Benz, Tyskland

Handelsafdelingens ydelser:

Handelsafdelingens formål er at hjælpe danske virksomheder – kort og godt. Paletten af rådgivning og konsulentytelser er bred. Den omfatter markedsanalyser, etableringsformalia - herunder myndighedskontakter, acquisitions (opkøb), identifikation af sourcing partnere, rekruttering, arrangering af seminarer, møder og studieture, etablering af øvrige relevante kontakter og hvad der ellers måtte være af større eller mindre opgaver. Herudover varetager afdelingen også public service opgaver

Billig rådgivning:

Men gratis er det altså ikke understreger Peter Sand. "Den første halve til hele time giver vi gerne gratis råd og vejledning for at se, om der er noget for kunden at gå efter. Men herefter er vi underlagt det, der hedder Udenrigsministeriets Betalingsordning for Eksportfremme, og det koster 675 kr i timen. Der er et ganske overkommeligt honorar, men vi skal jo heller ikke tjene penge som så, idet vi jo er en non-profit organisation."

"Vi udarbejder først et tilbud om opgaveløsningen. Så har kunden mulighed for at overveje, om man vil gå videre".



Vi sparker døre ind!

"Der er mange ganske udmærkede Kinarådgivere hjemme som herude, så hvad skal det offentlige Danmark i den sammenhæng", siger Peter Sand spørgende om sin egen rolle herude. "På ambassaden mener vi at gøre en forskel ved at vi med den danske kongekrone, så at sige, formår at sparke døre ind i det officielle Kina – en ikke hel nem opgave for uerfarne", skulle han hilse at sige. "Etableringsprocesser kræver nemlig en hel del kontakt med de kinesiske myndigheder og her har vi mange års erfaring og gode kontakter. Desuden har vi også en meget stor berøringsflade med det danske erhvervsliv herude. Men iøvrigt oplyser vi da gerne om alle de konsulentvirksomheder, vi har kendskab til herude, så kunden har mulighed for at shoppe rundt. Vi er jo det offentlige Danmark og dermed ikke i konkurrence med andre virksomheder herude."

Danmarks Eksportråd har ikke mindre end 5 handelskontorer i Kina

"Handelsafdelingen oplever et sandt boom fra danske virksomheder i interessen for Kina" siger Peter Sand. "Foruden at handelsafdelingen her i Beijing konstant ekspanderer, har vi også etableret afdelinger i Shanghai, Guangzhou, Hong Kong og senest også i Chongqing. Vi holder ugentlige videomøder i afdelingerne, for på den måde at højne vores faglighed, forbedre informationsflowet og opgavekoordineringen. Herved sikrer vi, at alle medarbejderne er ajour og har det nødvendige overblik, så rådgivningen til de danske virksomheder kan være optimal."

Ny gren på stammen – et væksthus

"For at imødekomme den store forespørgsel lancerer vi om kort tid et væksthus i "Sunflower Tower" siger Peter Sand, og peger ud af vinduet i retning af SAS hotellet. "Ikke at et væksthus er nogen ny ide som så, men vi har altså vurderet, at det nu også er blevet vores opgave her i handelsafdelingen at stille en sådan "kuvøse" eller "accelerator" til rådighed til små og mellemstore virksomheder i Danmark, som ønsker at prøve kræfter herude i en rum tid uden de store investeringsomkostninger". Væksthuset stiller kontorlokaler til rådighed samt fælles sekretærbistand og administration. "Så lejer man sig ind i en kortere eller længere periode og prøver tingene af", siger Peter Sand. Han forestiller sig dog ikke, at en lejeperiode bliver mere end højst to år. "I løbet af to år har man fundet ud af, om man kan stå på egne ben eller om man skal droppe Kina."

Hvad er der så at komme efter i Kina?

Ifølge oplysninger fra LO går de fleste danske virksomheder efter nye markedsandele i Kina. Det handler ikke om, at man fyrer folk i Danmark for at ansætte kinesere og producere til knap det halve i Kina. De fleste virksomheder etablerer sig i Kina som et led i en veloveret strategi i udviklingen af virksomheden i Danmark såvel som i Kina. Der er ikke så meget at hente i eksport til Danmark. Det kan helt enkelt ikke svare sig at transportere varer fra Kina til Danmark og have et "lager på søen" i 8 uger eller mere. Omvendt har de høje toldmure og store transportomkostninger ved at eksportere fra Danmark til Kina været anledningen til at mange har valgt at etablere sig i Kina.



100 millioner middelklasse kinesere

Peter Sand mener, at det er med at få sig positioneret på det kinesiske marked meget snart, hvis man vil sikre sig en behørig del af "kagen". Der er nu over 100 millioner middelklasse kinesere ud af en befolkning på 1,3 milliarder – en gruppe der er stærkt voksende. Lønniveauet i Kina har haft fuld fart på de senere år – i byerhvervene er indkomsterne steget 75 % fra 1997 til 2004 oplyser LO, hvor lønfremgangen alene i 2004 var 7,8 %. På landet er fremgangen dog noget langsommere og i nogle områder spores endog tilbagegang.

Hvor længe varer festen?

En kinesisk arbejdsmarkedsforsker Niu Xiong Ying, udtaler sig i et interview til LO, at han mener der går mindst 20-30 år før lønniveauerne i Danmark og Kina kan sammenlignes. Så han mener, at Kina vil være interessant for udenlandske produktionsvirksomheder i et par årtier til – ikke kun pga. af det lave løn- og omkostningsniveau, men også fordi arbejdskraften opkvalificeres med stor hast. Som marked vil Kina være interessant på ubegrænset tid, pga. den samlede økonomiske vækst, der gør kineserne til et stærkt forbrugermarked.

Økonomisk robusthed en nødvendighed

Peter Sand advarer, at man ikke bare skal hoppe med på bølgen og tro, at der er guld i den anden ende. Han mener, at man som virksomhed skal være realistisk i sine overvejelser om at etablere sig i Kina. Man skal desuden have en økonomisk robusthed og så skal der være råd til at kunne investere TID for at få sig etableret. Det tager typisk et par år at finde fodfæste. Og i den tid skal man ikke regne med at tjene de store penge.

Sproglig barriere og kulturforskelle

Som virksomhed skal man desuden gøre sig klart, at den sproglige barriere og de store kulturelle forskelle kan vise sig at være noget større end man umiddelbart vil antage. Kun få kinesere taler engelsk – selv blandt de unge mennesker. Det kan gøre den daglige ageren meget besværlig. Man må desuden kunne acceptere at fungere under til tider kaotiske tilstande – langt fra danske normer. "Her gælder det om at være flexibel", siger Peter Sand.

Netværk er uundværligt

"De danske virksomheder herude er gode til at netværke og teame up med kinesere", siger Peter Sand. Det er nødvendigt for at få det hele til at glide nemmere, at få bedre adgang til distributionsnet og myndigheder. Man skal ikke bare tro, at man kan det hele selv. Nogle få lykkes det måske for, men for langt de fleste betyder det, at de knækker nakken.

Samarbejdsprojekter med EU og Kina

Her må Peter Sand melde pas. Handelskontoret har ikke paratviden om EU og andre støttemuligheder til samarbejdsprojektet med Kina. Men som en del af handelskontorets store netværk, har man også regelmæssige kontaktmøder med f.eks. EU's repræsentation i Kina, der i øvrigt kun ligger et stenkast fra den danske ambassade. Så selvom handelskontoret ikke selv ligger inde med viden på det område, agerer man gerne "facilitator", som i så mange andre anliggender.



Personlige omkostninger

Medaljen i det eksplosive forretningsliv i Kina har også en bagside, erkender Peter Sand. "Livet som forretningsmand i Kina er meget spændende og udfordrende og det kan tære på familien. Der er mange lange og hektiske arbejdsdage og ofte må man stille op i formelle og uformelle sammenhænge for at pleje netværket. Så tiden med familien er knap. Men har man en fleksibel indstilling, vil man kunne få en stor oplevelse ud af livet herude for hele familien."

Ikke til Sønderborgområdet i denne omgang:

Peter Sand er som leder af Handelsafdelingen i Beijing med 12 medarbejdere ofte i Danmark, ikke blot for at fortælle om handelskontoret i erhvervsfora og i virksomheder, men også for at være udfarende og opsøge nye virksomheder, som man på handelskontoret har fået nys om kunne være interesseret i Kina.

"Jeg kommer dog ikke til Sønderborgområdet i denne omgang, men hvis interessen er der, så stiller vi gerne op til et informationsmøde om det, vi kan tilbyde danske erhvervsfolk her på ambassaden i Beijing", siger Peter Sand.

Men hvis nogen vil vide mere om hvad vi laver, så har handelskontoret en udmærket hjemmeside. Og så kan man iøvrigt også til enhver tid ringe og få en snak. Adressen er: www.eksporttilkina.dk og tlf. +45 86 10 6532 2431

Kort:

Der er over 300 danske virksomhedsadresser registreret på den danske ambassade i Beijing. Desuden er der en del andre danske virksomheder, som ikke ønsker at være registreret på ambassaden. Udover de danske virksomheder i Kina, besøger et ukendt, men – ifølge danske erhvervsfolk i Beijing – stort antal danske virksomheder Kina for at sælge, købe eller outsource produkter.

Der er på ambassaden ikke kendskab til danske virksomheder, der har flyttet hele virksomheden herud og lukket og slukket bag sig i Danmark.