

NV NEDERLAND ZET IN OP CHINA

TEKST: JASPER JANSEN EN MIKE KRAUS

Nederlandse beursfondsen zetten al hun geld op opkomende landen en voornamelijk China. Maar achter de Chinese groeicijfers schuilen ook risico's.

Het is de 'Pacific century'. De economische machtsverhouding verschuift van het Westen naar het Oosten, en vooral naar China. China zal dit jaar Japan voorbijgaan als tweede economie van de wereld, nadat het land in 2007 Duitsland inhaalde, en in 2005 Groot-Brittannië. Vorig weekend kregen de Chinezen letterlijk meer invloed binnen het Internationaal Monetair Fonds (IMF), wat Europa twee zetels kostte. IMF-topman Dominique Straus-Kahn sprak van "de grootste hervorming in de geschiedenis van het IMF".

Ook de NV Nederland verschuift zijn omzetmix in ijtempo richting China en andere opkomende landen, zoals India en Brazilië. De derdekwartalcijfers laten zien dat de omzetgroei voor concerns als AkzoNobel (plus 30%) en Philips (7%) uit deze landen moet komen.

De motor van westerse economieën sputtert. Overheden gaan gebukt onder hoge schuldenlasten en moeten bezuinigen, net als de overbeleende (voornamelijk Amerikaanse) consument. De gemiddelde

westerling wordt steeds grijzer en krijgt steeds minder kinderen. Een cocktail die er volgens veel economen voor zal zorgen dat de westerse economische groei, als het een beetje meezit, de komende jaren rond de 1 à 2 procent zal schommelen. Een weinig enerverend klimaat voor topmannen en aandeelhouders, omdat bedrijven onder aan de streep vrijwel alleen meer kunnen overhouden door in de kosten te snijden.

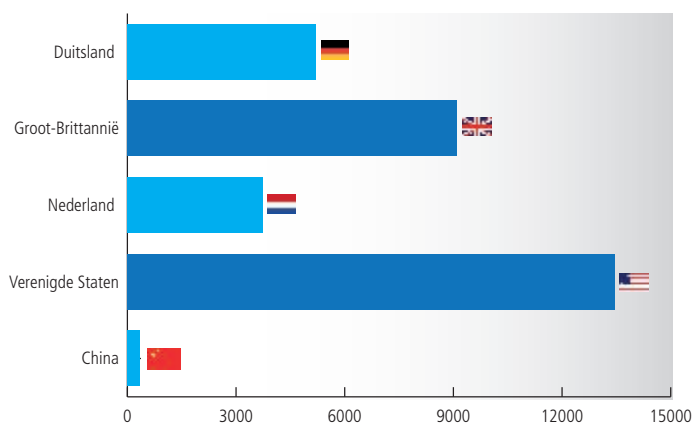
ALLES OP CHINA

Niet verwonderlijk dat veel topmannen hun focus verleggen naar China. Het naar inwonertal grootste land ter wereld (1,3 miljard) heeft een jonge, snel groeiende bevolking, waarvan de opbloeiende middenklasse steeds meer te besteden heeft. Het land heeft overschotten in plaats van tekorten op de betalingsbalans en in vergelijking met de westerse wereld staan de overheid en particulieren nauwelijks rood bij de bank. Niet verwonderlijk dat bijvoorbeeld AkzoNobel, Unilever en Philips in hun doelstellingen aangeven fors meer omzet te willen halen uit China.

AkzoNobel-topman Hans Wijers laat beleggers graag weten dat de consumptie van verf en coatings in China op één à twee liter per jaar ligt, terwijl Europa en de Verenigde Staten negen liter per hoofd verbruiken. Philips-topman Gerard Kleisterlee gelooft dat de uitdijende middenklasse een steeds groter budget zal hebben voor verlichting en scheerapparaten. Ook de derde tak, medische apparaten, heeft mooie vooruitzichten, aangezien de Chinese overheid 125 miljard dollar in de nationale gezondheidsverzekering investeert. Voor de verzorgingsproducten van Unilever – Chinezen gebruiken nauwelijks deodorant en shampoo – ziet topman Paul Polman ook een potentiële groeimarkt in China.

China heeft ondernemingen en hun aandeelhouders meer te bieden dan een groeiende groep steeds rijkere consumenten, zo schetste Hans Wijers in juli van dit jaar tijdens een presentatie op de World Expo in Sjanghai. "China is niet alleen een belangrijke groeimotor, maar ontwikkelt zich ook in snel tempo tot een groot centrum voor innovatie. Zo gaan we van 'gefabriceerd in

Publieke en private schuld (\$mrd)



Beroepsbevolking (mln)

