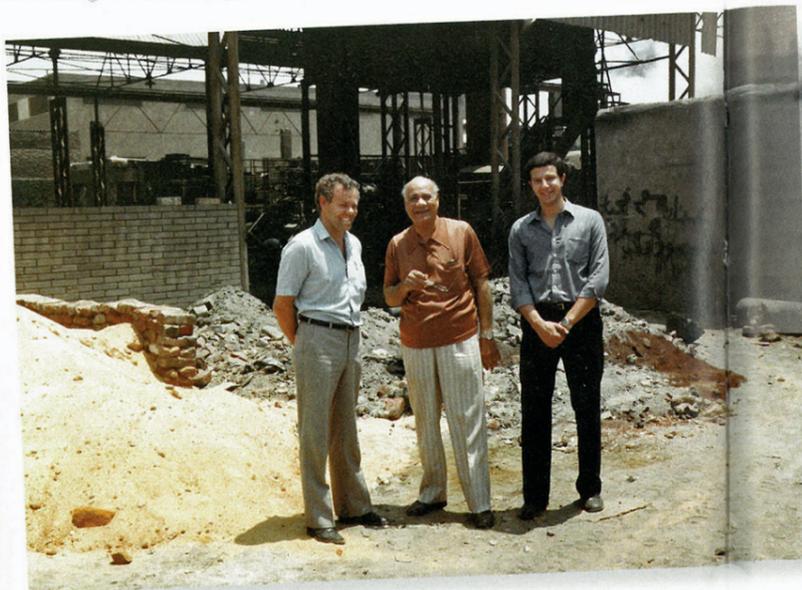


Over de grens

Toen ik op de TU mijn stages deed, koos ik voor bedrijven in het buitenland. Het buitenland trekt mij aan. Het is een uitdaging om je te verdiepen in een andere cultuur en in de denkwijze van je klanten. Ik heb daar altijd van genoten en in verre landen prachtige mensen ontmoet. Zaken doen in Afrika is wat betreft de infrastructuur niet meer zo ingewikkeld als toen ik daar begon. In de jaren tachtig deed de telefoon het in de meeste landen nauwelijks en je had geen mobieltje, noch internet. In mijn hotel zat ik

In Egypte met vader en zoon, eigenaren van de gieterij ERKS bij de gesprekken over modernisering van hun bedrijf.



's nachts vaak zelf achter de telex voor het contact met Eindhoven. Er was in Dar es Salaam één net en dus duur hotel, het Kilimanjaro, en een retourtje per KLM kostte fl 4.500.

In de eerste maanden van GEMCO ging ik met een Nederlandse missie mee naar de Verenigde Naties en de Wereldbank. De Wereldbank maakt een ontwikkelingsprofiel van een land, inclusief de industrialisering. De kleinere projecten die daaruit voortkomen, worden vaak uitgevoerd door de United Nations Industrial Development Organisation, Unido, onderdeel van de ontwikkelingsorganisatie van de VN. Ik heb bij die clubs altijd geïnvesteerd in contacten. In industrialiserende landen ging ik naar hun kantoren en daar hoorde je wat er stond te gebeuren. Veel op het gebied van spoorwegen en werkplaatsen, industrie in het algemeen en ook technisch onderwijs voor de mensen ter plaatse. Zo zijn GEMCO International en GEMCO Industrial Development ontstaan, de een voor de hardware, de ander voor de software.



Jos Ritzen werkte in Zambia aan een groot project voor Zambian Railways. Ik zei altijd tegen onze mensen dat ze moesten uitkijken naar mogelijkheden om ter plaatse nog méér zaken te doen. Hier neemt Jos dat heel letterlijk.



Op bezoek in Jemen. Mijn metgezel is voorzien van de traditionele Jemenitische dolk in zijn gordel en de even gebruikelijke prop qat-bladeren in zijn wang.

Voor het PAK Holland Metal Project in Peshawar hadden wij ter plaatse een kantoor ingericht.



Aan het eind van de jaren zeventig woedde de oliecrisis en stonden alle potten met veel geld in het Midden Oosten. Daar gingen de grote bedrijven dan ook naar toe. Maar ik pakte het vliegtuig naar Afrika. Daar dachten mijn concurrenten nog niet aan, maar de mensen ter plaatse waren dankbaar dat er iemand met hen kwam praten over hun problemen en behoeften. Zo heb ik veel leuke projecten binnengehaald. In de ontwikkelingslanden hadden de mensen zelf genoeg ideeën, maar het ontbrak ze aan kennis voor de planning en uitvoering. Daarvoor wilden ze onze hulp. Voor GEMCO waren het relatief kleine, overzichtelijke en betaalbare opdrachten. Je moet wel een organisatie hebben die erbij past: flexibel, efficiënt en dus met medewerkers die van veel markten thuis zijn. Grote bedrijven lieten dit soort projecten daarom meestal liggen.

Als ik naar Afrika ging, nam ik meestal een week voor een bezoek aan een land. Bij een ontwikkelingsorganisatie of een ministerie word je nogal eens doorverwezen naar een potentiële klant en daar heb je tijd voor nodig. Aan het eind van zo'n week kom je niettemin steeds tijd tekort want dan heb je veel contacten gelegd. Maar dat los je op als je na enkele maanden opnieuw een bezoek brengt. Even binnenvliegen en de order noteren werkt in onze business niet.

Het maakt indruk op je klant als je geen haast hebt en de tijd neemt om goed te luisteren. Mensen merken het aan je als je hen als gelijkwaardig beschouwt en belangstelling voor ze hebt. Daar heb ik nooit moeite voor hoeven doen. Ik word nog steeds kwaad als iemand het heeft over "apenlanden". Daar spreekt zo'n minachting uit.



TRANSLATION

Extract from "the first thirty years" by Jan van Gemert (2008).

De eerste dertig jaar

" ... Across the border

When I did my internships at the Technical University, I chose companies abroad. Abroad attracts me. It is a challenge to immerse yourself in a different culture and in the mindset of your customers. I have always enjoyed that and met wonderful people in faraway countries. In terms of infrastructure, doing business in Africa is no longer as complicated as when I started there. In the eighties the telephone barely worked in most [African] countries and you had no cell phone or internet. In my hotel I could be found behind the telex at night to keep in touch with Eindhoven. There was one neat and therefore expensive hotel in Dar es Salaam, Kilimanjaro, and a return ticket by KLM cost fl.4,500

In the first months of GEMCO, I accompanied a Dutch mission to the United Nations and the World Bank. The World Bank makes a development profile of a country, including industrialization. The smaller projects that result from this are often carried out by the United Nations Industrial Development Organization, Unido, part of the UN development organization. I have always invested in contacts at those organizations. In industrializing countries I went to their offices and there you heard what was about to happen. A lot in the field of railways and workshops, industry in general, and also technical education on site. This is how GEMCO International and GEMCO Industrial Development came into being, one for the hardware, and the other for the software.

At the end of the 1970s, the oil crisis was raging and all the pots of money were in the Middle East. That's where the big companies went. But I took the plane to Africa. My competitors hadn't thought of that yet, but the people on the spot were grateful that someone came to talk to them about their problems and needs. I have won many "fun" and "worth the effort" projects that way.

In the developing world, people had enough ideas of their own, but lacked the knowledge for planning and implementation. They wanted our help for that. You have to have an organization that suits the assignment: flexible, efficient and therefore with employees who are "of all trades" GEMCO has that organization. Large companies therefore usually left these types of projects behind.

When I went to Africa, I usually took a week to visit a country. At a development organization you are often referred to a potential customer and you need time for that. At the end of such a week, you are nevertheless always short of time because of the many contacts you have made. But you can solve that when you visit again after a few months. Just flying in and "writing down the order" doesn't work in our business.

It is appreciated by your customer if you take the time to listen carefully. People notice if you consider them equal and take an interest in them. I've never had a problem with that; it is the right thing to do....