

1. Macro economische gegevens

BNP groei	6,3% (2007) / 6,1% (voorspelling 2008)
Inflatie (consumentenprijs)	6,4% (2007) / 10,3% (voorspelling 2008)
Handelsbalans	+ 33,00 miljard USD (2007)
Balans lopende rekening	+ 3,28 miljard USD (0,69% van het BNP)
Deviezen reserves (excl. goud)	49,08 miljard USD ('07) / 49,37 (voersp. 2008)
Buitenlandse schuld	140,0 miljard USD (18,6% van het BNP)

Na in 2007 een gemiddelde groei van 6,4% te hebben gekend, lijkt Indonesië deze resultaten in 2008 te kunnen hernieuwen, ondanks de algemene vertraging van de wereldeconomie. Dit omwille van:

- toenemende binnenlandse vraag/consumptie;
- aanhoudende groei van investeringen en
- toegenomen en meer gediversifieerde export.

Omdat de vraag groter is dan het aanbod, blijft de inflatie hoog. Indonesië wordt aldus slachtoffer van haar eigen succes (hoge invoer van kapitaalgoederen versus beperkte invoer van grondstoffen en hoge uitvoer van eigen grondstoffen), met aldus een verhoging van de prijzen van basisproducten zoals rijst, olie, enz.

Om aan de schaarheid van liquiditeiten een oplossing te bieden, besliste de *Minister van Financiën* om openbare fondsen, momenteel gedeponereerd bij overheidsbanken, naar private banken te versluizen zodat deze liquiditeiten vlotter beschikbaar zouden zijn op de Indonesische geldmarkt. Er is een gebrek aan investeringskapitaal wat verhindert dat waardevolle initiatieven ten uitvoer worden gebracht. *Belgische investeerders zijn dus welkom.*

De officiële werkloosheidscijfers verdoezelen de cijfers van de "grijze economie" en het aantal die officieel niet werken (kinder- en vrouwenarbeid). Er is een groot verschil tussen de officiële economische statistieken en de werkelijke, grotendeels niet geregistreeerde, economische activiteit. De economie van Indonesië is dus veel dynamischer dan dat zij, op grond van officiële cijfers, lijkt.

2. Thema: ZAKENDOEN in INDONESIE

In wat volgt zal u geen lijst van "do's en don't" vinden. Wel werd gekozen om selectief een aantal aspecten te duiden. Omwille van plaatsgebrek diende een aantal zaken sterk veralgemeend te worden. Wat volgt is enkel een vereenvoudigde inleiding en weerspiegelt de complexe Indonesische realiteit niet.

2.1 / Algemeen houding

Arrogantie en enige vorm van (valse) superioriteit worden zeker niet gewaardeerd. Het gebeurt jammer genoeg nog te vaak dat een Westering de bescheiden houding van Indonesiërs niet begrijpt en dat zij beoordeeld worden volgens hun kennis van het Engels, wat een vergissing is. Hoewel Indonesiërs zelf zeer kritisch kunnen zijn ten opzichte van hun eigen instellingen en hun land, en ze kritiek - waarom ze verzocht hebben - kunnen aanvaarden, wordt spontane kritiek van buitenlanders bijzonder slecht gemaakt. Over het algemeen is de Indonesiër tolerant, open en eerlijk. De Europeaan geniet een hoog aanzien.

2.2 / Basisconcepten

- *"Face"*

"Face" (gezicht, aanzien) kan men verwerven, geven en verliezen. Gouden stelregels zijn:

- a) nooit iemand publiekelijk gezichtsverlies doen lijden maar wel
- b) aanzien geven door gepaste waardering publiek te kennen te geven.

De hoffelijkheid schrijft voor om gevoelens niet te tonen en steeds zijn goed humeur te bewaren. Dit belet echter niet dat gezichtsverlies vergeven/vergeten kan worden.

- *Tijd*

De Indonesische benadering van tijd is "kwalitatief" (goede vs. slechte momenten), de Belgische is lineair (te vroeg, op tijd, te laat).

Voor zakenlui betekent dit dat punctualiteit (naleven van afspraken, deadlines en betalingstermijnen) niet gegarandeerd is. Enerzijds is er een onvoorzienbare verkeerssituatie in de grote steden (in het bijzonder Jakarta), anderzijds zijn er talloze onvoorzienbare zaken die plots kunnen opduiken en meer onmiddellijke aandacht vereisen. Wat voorafgaat betekent geenszins dat Belgische zakenlui zelf niet punctueel moeten zijn, wel dat ze op de mindere punctualiteit van hun tegenpartij voorbereid moeten zijn, zonder dat dit een afwezigheid van interesse voor de voorgestelde operatie betekent .

- *Onderhandelen*

De fase die de eigenlijke onderhandelingen voorafgaat, is van groter belang dan in België. Het verdient aanbeveling om van tijd tot tijd over andere zaken te spreken dan de zaken.

Door gehaaste Westelingen wordt dit soms onterecht als tijdsverlies beschouwd.

Bedenk echter dat deze fase een belangrijke 1ste kennismaking is, die zijn investering absoluut waard is, en waarna pas de eigenlijke onderhandelingen kunnen aanvangen.

Gewoonlijk worden mensen ook bevraagd over gezin en persoonlijke aangelegenheden die in Europa slechts in privé besproken worden maar hier als heel normaal beschouwd worden.

Gezien de indirecte manier waarop de eigenlijke onderhandelingen verlopen wordt het opleggen van deadlines afgeraden. Het is productiever om herhaaldelijk beleefd te verzoeken naar de stand van zaken. Zelfs indien er contacten zijn op hoog niveau, is het niet aan te raden een project/product in te dienen zonder hierbij tegelijk het midden management te betrekken. Hoewel in fine de top beslist, wordt het proces ook beïnvloed door traditionele consensusbuilding. Een project/product wordt dus het best ingeleid bij het middenmanagement, waar het ook effectief zal behandeld worden.

Gelet op het belang van persoonlijke contacten en het opbouwen van een vertrouwensrelatie, is het belangrijk om geen wijzigingen door te voeren in het Belgische onderhandelingsteam (zoniet dient steeds terug van bij het begin te worden gestart).

Dikwijls zullen de Indonesische onderhandelingsteams veel uitgebreider zijn, voorgezeten door een delegatiehoofd. Dit maakt deel uit van het consensus systeem.

2.3 / Sociale klassen

In de grote steden verdwijnt soms de werkelijkheid van het land onder een schijn van luxe en welstand

- *Lage klasse*

De helft van de bevolking leeft rond de armoedegrens, met een inkomen van 1 tot 2 USD per dag. Deze groep is dus zeer kwetsbaar voor prijsstijgingen van de primaire levensbehoeften. Het is belangrijk in de werkrelaties een "gezinssfeer" te scheppen en belangstelling te tonen voor de persoonlijke toestand van de mensen.

Er wordt verwacht van de ("rijke") buitenlander/ondernemer dat hij ook (financiële/materiële/morele) steun verleent bovenop het loon en naast de werkrelatie "stricto sensu". Er wordt verwacht dat u steeds uw kalmte bewaart en vermijdt u boos te

maken op uw personeel of op wie dan ook. Een inbreuk op dit principe wordt niet gauw vergeven.

▪ *Middenklasse*

Zowel op het platteland als in de grote steden voert de middenklasse een eenvoudige levensstijl, wat nog versterkt werd door de gevolgen van de economische stagnatie van de jaren 1995-2003. In denkwijze is men sterk traditioneel en gezagsgetrouw en vaak, in toenemende mate, zeer godsdienstig. Gelet op de socio-culturele druk is het bijzonder belangrijk eerbied te tonen voor de verschillende godsdiensten en geloofsbelijdenissen.

De hogere middenklasse is veel beperkter. Het gaat hoofdzakelijk om mensen met een universitaire opleiding, die een management functie uitoefenen, ofwel gespecialiseerd zijn hetzij in het bedrijfsleven hetzij bij de overheid. De opvattingen van de hogere middenklasse zijn modern, al volgt zij nog getrouw de culturele en religieuze tradities.

▪ *Hoogste klasse*

De top laag bestaat uit de Javaanse en andere traditionele aristocratie, een aantal groot ondernemers en topambtenaren. Deze bevolkingsgroep is zeer beperkt waarbij "iedereen iedereen kent". Er bestaat een nauw netwerk van top politici, hoge ambtenaren en belangrijke zakenlui. Ondanks een sterk verkwistend consumptiegedrag (gezien als de maatstaf van maatschappelijk succes), blijven de contacten direct en eenvoudig, zelfs met de invloedrijkste mensen.

De tijd nemen om dit netwerk te leren kennen is geen tijdsverlies. Het is aangeraden uiterst terughoudend te zijn in persoonlijke beoordelingen van een derde. Arrogantie is in deze kringen geen deugd terwijl een goed humeur en humor zeer gewaardeerd worden.

2.4 / Enkele "tips"

a) Indonesië is een land waar persoonlijke (vertrouwen) relaties meer belang hebben dan contractuele spitsvondigheden. De kwaliteit van de tussenpersoon of vertegenwoordiger is dus uiterst belangrijk.

b) De tendens is een aversie voor risico en op zoek gaan naar "snel geldgewin". Lange termijn investeringen eisen weliswaar meer tijd en goede partners maar kunnen winstgevender zijn.

c) Bijzondere aandacht moet uitgaan naar de bescherming van patenten/know-how via concrete maatregelen (productiewijze, enz.) eerder dan via (de facto) zwakke juridische bescherming.

d) Een juridisch geschil dient zoveel mogelijk vermeden te worden. Een rechtszaak wordt altijd een persoonlijke twist die zelden een positief resultaat levert, vooral als het om een conflict gaat met een lokale partner.

e) Vaak krijgen buitenlanders een warm en hartelijk ontvangst in Indonesië. Echter, als Indonesische zakenlui naar het Westen komen, ervaren zij wel vaker een (te) bescheiden ontvangst. Wederkerigheid is hier het sleutelwoord.

2.5 / Waarschuwing bij "online" zakendoen

"If it's too good to be true, it's almost always not true"

Deze ambassade maant zakenlui aan zeer voorzichtig te zijn vooraleer in te gaan op verleidelijke online aanbiedingen van b-2-b sites (in het bijzonder *Alibaba* of *e-Bay Indonesië*). Al te vaak betaalt de koper voor goederen die hij nooit ontvangt. Het verdient dus aanbeveling om preventief te werk te gaan.

Conform de waarschuwing op www.diplomatie.be/jakartanl/ suggereren we:

- a) grondig het bedrijf waar u zaken mee wenst te doen na te gaan (background check)
- b) advies in te winnen bij een ervaren tussenpersoon (Handels en Economische Attaché, Kamer van Koophandel, forwarders, ...)
- c) stelregel hanteren "If it's too good to be true, it's almost always not true".

3. Interessante bronnen & websites

Bronnen

- Business in Indonesia 1996, Brandt, Th., Kunci Budaya, (Cultural key to success, Business in Indonesia), Go one Verlag - Verkrijgbaar bij Ekonid (Duitse Kamer van Koophandel)

- Culture of business in Indonesia 1998, Mann, R., The Culture of Business in Indonesia, Gateways Books, 203 p. Verkrijgbaar in boekhandels in Jakarta.

- Werken met Indonesië 2007, Bouma, E en Challik, D, Werken met Indonesië, KIT Publishers, Amsterdam, 123 p. Verkrijgbaar bij Benelux Kamer van Koophandel (INA: www.ina.or.id)

- Cultuur bewust Indonesië 2007, Saunders, G., Cultuur bewust Indonesië, Reeks Cultuur Bewust, Een leidraad voor gewoonten & etiquette, 167 p. Verkrijgbaar in Ndl bij betere boekhandel.

- Doing Business in Indonesia 2006, Tax and Business Guide (Ernst & Young), 102 p. Te downloaden op: www.ey.com (onder Indonesië)

Doing Business and investing 2003, Doing Business and Investing in Indonesia (PWC), 237 p. Te downloaden op: www.pwc.com (onder Indonesië)

Websites

www.diplomatie.be/jakarta : Belgische Ambassade te Jakarta

www.delidn.ec.europa.eu : Vertegenwoordiging Delegatie EU COM

www.ina.or.id : Benelux Kamer van Koophandel (INA)

www.ekonid.com : Duitse Kamer van Koophandel (EKONID)

www.missioneco.org/indonesie : Franse commerciële dienst

www.bappenas.go.id : National Development Planning Agency

www.bi.go.id : Bank Indonesia

www.bkpm.go.id : Capital Investment Coordinating Board

www.thejakartapost.com : Engelstalig dagblad

www.worldbank.org/id : Wereldbank in Indonesië

Site van "University of Colorado": grote verzameling van diverse links (gouvernementele sites, landenprofielen, databases, diplomatieke relaties, gezondheid, ...) :

<http://ucblibraries.colorado.edu/govpubs/for/indonesia.htm>