

# Studiereis voor Marketing Professionals



Van vrijdag 2 oktober t/m zondag 11 oktober 2015 hebben ruim 30 NIMA Register Marketeers en Professionals deelgenomen aan de door SWOT Strategie Innovaties georganiseerde studiereis naar Japan en Zuid-Korea.

Een van de deelnemers, [Joris van der Waart RM](#), heeft via Facebook zijn volgers op de hoogte gehouden van de inzichten en indrukken die hij tijdens de reis heeft opgedaan.

## 3 oktober

Na een lange (van Amsterdam via Dubai naar Osaka) reis aangekomen in Kyoto. Genoten van een heerlijke Japanse maaltijd in een traditionele gasterij. Nu lekker slapen, want morgen vroeg uit de veren. Eerst naar Yamazaki Distilleries waar ze één van 's werelds beste whisky's stoken (<http://whisky.suntory.com/distilleries/yamazaki/>) om vervolgens op de fiets Kyoto te ontdekken en door Gion te wandelen. Slaap lekker (alvast 😊)

## 4 oktober

Vandaag een geweldige dag in Kyoto beleefd. Eerst naar Yamazaki Distilleries waar een van de beste whisky's ter wereld wordt gemaakt. Vervolgens een lunch met een buitengewoon interessant verhaal van de Nederlandse Consul Generaal Roderick Wols. Wist je dat Japan en Nederland van oudsher een hele bijzondere relatie met elkaar hebben? Ik niet... Het blijkt dat wij Nederlanders 212 (!) jaar lang een status aparte hebben gekend omdat we - samen met de Chinezen - de enige nationaliteit waren die welkom waren in Japan op voorwaarde dat we gingen handelen. Dat leert ieder Japans kind op school. Na de lunch hebben we Kyoto op de fiets verkend, en hebben we het authentieke Japanse Gion district per voet verkend en een traditionele Japanse voorstelling, bekeken, met echte Geisha's. Tot slot hebben we genoten van de Japanse keuken. Het was een indrukwekkend mooie dag. Nu lekker slapen. Morgen vroeg uit de veren voor een reis met de supersnelle Shinkansen trein naar Tokyo.

## 5 oktober

Maandag zijn we met de Shinkansen - de Japanse hogesnelheidstrein - met 300 kilometer per uur van Kyoto naar Japan 'gevlogen'. Tokyo is een enorme stad (ruim 13 miljoen inwoners en de totale metropool telt naar schatting zelfs zo'n 35 miljoen inwoners) maar wat me direct opvalt is dat het er zo rustig en schoon is. Je zult op straat nog geen papiertje zien liggen. Ik voel me hier meteen thuis, op mijn gemak. Wat me enorm opvalt en aanspreekt in de Japanse mensen en cultuur is de ingetogenheid / bescheidenheid en het enorme wederzijdse respect waarmee ze met elkaar omgaan.

Onder andere door elkaar te begroeten met een buiging. Ik merk bij mezelf dat ik dit gebruik heel snel overneem. De Japanse sereniteit staat in schril contrast met de uitbundigheid van onze groep Nederlanders (en twee Belgen ☺) Af en toe bezorgt me dat een ongemakkelijk gevoel. We hebben een tweetal bedrijven bezocht: UltraSuperNew en Randstad. UltraSuperNew is een bureau van de Nederlander Marc Wesseling. Hij woont al 13 jaar in Tokyo en slaat met zijn creatieve bureau een brug tussen de Japanse en de Westerse cultuur. Daarmee is hij enorm succesvol: hij werkt voor een paar toonaangevende merken (o.a. RedBull en Heineken) en er werken 35 mensen bij hem. Marcel Wiggers, CEO van Randstad in Japan, heeft zijn ervaring met het van de grond af opbouwen van een Nederlands bedrijf in Japan met ons gedeeld. Dit heeft voor ons veel waardevolle inzichten opgeleverd over de do's en don'ts van zakendoen in Japan. Waarbij respect, aandacht voor de relatie en engelengeduld belangrijke ingrediënten zijn om tot zaken te komen. Vandaag staat een bezoek aan Ricoh en HiBot op het programma. Wordt vervolgd!

## 6 oktober

Vandaag weer een intensieve en indrukwekkende dag in Tokyo beleefd.

Vanochtend zijn we door een aantal hooggeplaatste heren van Ricoh ontvangen op het wereldwijde hoofdkantoor. Ricoh is een indrukwekkend bedrijf: met 108.000 medewerkers wordt een jaarlijkse omzet van ruim 22 miljard dollar gerealiseerd. Kijk voor een indruk op <http://youtu.be/hOvq5SCjDZI>.



Foto: ©2015 Joris van der Waart

In alle openheid heeft Ricoh ons een kijkje in hun keuken gegeven en ons een uitdagende marketingcase voorgelegd.

We zijn hiermee aan de slag gegaan en hebben onze bevindingen aan Ricoh gepresenteerd. Ricoh was hier heel blij mee en onder de indruk van onze ideeën en suggesties.

Vervolgens hadden we een paar uur vrij af en zijn we Tokyo gaan verkennen. We zijn vooral gaan kijken naar een aantal sterke (retail)formules, waaronder Uniqlo (<http://www.uniqlo.com/jp/sp/>). Maar ook een Foodmarket waar fruit en allerlei andere lekkernijen als premium product wordt aangeboden... Wat dacht je van een tros (reuze)druiven voor € 67,50 euro of een appel voor € 6,00? Eerlijk is eerlijk, de producten worden buitengewoon aantrekkelijk aangeboden. Na het bewonderen van een van 's werelds drukste kruisingen (qua oversteken) op Shibuya zijn we een kijkje gaan nemen bij HiBot (<http://www.hibot.co.jp/>). VPRO's programma Tegenlicht had in haar programma 'De Robot als mens' aandacht voor dit innovatieve bedrijf. De betreffende uitzending vind je hier: [http://www.npodoc.nl/speel.VPWON\\_1232885.html](http://www.npodoc.nl/speel.VPWON_1232885.html)

HiBot richt zich op het ontwikkelen en produceren van geavanceerde, functionele robots. Bijvoorbeeld om pijpleidingen of kabels van hoogspanningsmasten te controleren. HiBot gelooft dat robots geen bedreiging zijn voor mensen maar juist een handig instrument om het leven van mensen makkelijker, veiliger en aangenamer te maken. Het was weer een geweldige dag. De foto's spreken voor zich. Morgen weer vroeg uit de veren voor de reis naar onze volgende bestemming: Seoul, Zuid Korea. Ik houd jullie op de hoogte. Bedankt voor alle leuke reacties, echt heel erg leuk dat jullie met me meereizen!

## 7 oktober

Vandaag hebben we wereldstad Tokyo verruild voor Seoul. En lieten we Japan achter ons voor Zuid Korea. Vanuit de lucht hadden we een prachtig zicht op Mount Fuji (die er zonder sneeuw wat anders uitziet dan je wellicht gewend bent). Japan laat een onvergetelijke indruk op me achter. Wat een andere cultuur. Qua tuchtigheid (reinheid), organiserend vermogen en structuur doet Japan zeker niet onder voor Duitsland. Wat me vooral bijblijft is de gereserveerdheid, geïsoleerdheid, bescheidenheid, het respectvol zijn naar de ander en het in zichzelf gekeerd zijn. Voelt als een verademing ten opzichte van onze vaak wat luidruchtige en vluchtige maatschappij. Kunnen wij Nederlanders veel van leren. Het naar elkaar toe buigen als uiting van diep wederzijds respect vind ik zo mooi en fijn, dat gebruik wil ik er in Nederland op een gepaste manier in te houden (let's start a movement 😊) Uiteraard heeft deze cultuur ook een keerzijde. Zo komen onderdrukte emoties onder andere tot uiting in een van de hoogste aantallen zelfmoorden ter wereld en een pervers gevoel voor humor. Ook de salarymen (zie <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Salaryman>) is een opmerkelijk fenomeen. Japanners wonen vaak met hun gehele familie (kinderen, opa en oma) in een klein appartement. De man levert zijn salaris in bij zijn vrouw en krijgt in ruil daarvoor van zijn vrouw wat zakgeld waarmee hij zich tot in de late uurtjes kan gaan bezatten (vaak met collega's in de kroeg) of in zijn seksuele behoeften kan voorzien. De ogenschijnlijke sereniteit kent dus wel degelijk een keerzijde. Energie wil stromen. Hoe anders voelt het Zuid Koreaanse Seoul. Een stad die zijn naam eer aan doet want deze stad heeft ontegenzeggelijk een uitgesproken ziel. Je merkt het verschil in cultuur direct op. Ook hier voel je je thuis. Maar ook wat meer op je gemak. De sfeer is open, vriendelijk. De stad en de mensen léven. Sta je in Tokyo temidden van veel Japanners in een doodstille metro (en voel je je als extraverte Hollander al snel een indringer), in Seoul wordt er gezellig gepraat en gelachen. East meets West! Vanavond hebben we door middel van een Running Man Race de stad Seoul beter leren kennen. Erg leuk om te doen. Je krijgt een aantal opdrachten en



vragen mee die je kunt beantwoorden door met elkaar de stad te verkennen. Na de game hebben we voortreffelijk gegeten in een leuke tent. De Koreaanse keuken is écht een aanrader! Gevarieerd, lekker en spicy. Aansluitend hebben we nog een biertje met elkaar gedronken. Ook hier was de sfeer buitengewoon gezellig. De Koreanen zochten ons echt op, waren benieuwd wie we waren. Dat leverde leuke en mooie gesprekken op in een fijne sfeer. Nu lekker slapen, morgen vroeg weer op. We gaan op bezoek bij Kia en Ehwa Business School (een Universiteit uitsluitend gericht op en voor jonge vrouwen). Morgen weer een nieuw reisverslag van mijn studiereis Japan - Zuid Korea met mijn collega Register Marketeers. Omdat één beeld zegt meer dan duizend woorden deel ik nog wat foto's... Wordt vervolgd!

## 8 oktober



Foto: ©2015 Joris van der Waart

Vandaag hebben we een bezoek gebracht aan het hoofdkantoor van Kia in Seoul. Kia is in 1944 begonnen als fietsfabrikant en sindsdien uitgegroeid tot het 8e automerk ter wereld. Een indrukwekkende prestatie. In 1998 is Kia samengegaan met Hyundai (#5). Samen vormen ze de Hyundai - Kia Automotive Group (kijk voor de geschiedenis op <http://www.kia.com/nl/modellen/historie>). Kia zet stevig in op design en kwaliteit. De Nederlander Peter Schreyen is sinds 2007 Chief Design Officer en

Kia geeft 7 jaar garantie op haar aut's. De naam Kia is opgebouwd uit Ki (de opkomst van de zon) en A, dat voor Azië staat. Na een interessante presentatie

hebben we een bezoek gebracht aan het Hyundai Experience Center. Na een traditionele Koreaanse lunch hebben we een bezoek gebracht aan Ewha Business School (<http://biz.ewha.ac.kr/eng/>), met stip de beste Women's University van Korea met een uitstekende reputatie in Azië. We hebben op verzoek van Ewha nagedacht over de positionering van Ewha in West Europa. Daar kwamen veel ideeën en suggesties uit voort waar onze gastheren erg blij mee waren. 's avonds hebben we een bezoek gebracht aan Seoul's Fish Market en aansluitend een hapje gegeten in een nabijgelegen visrestaurant dat populair is onder locals. Morgen weer lekker vroeg op. We gaan naar de grens met Noord Korea en brengen een bezoek aan de gedemilitariseerde zone. Daarna gaan we in opdracht van de gouverneur van Hwacheon Region aan de slag met een marketingcase.

9 oktober 2015

Time flies when you're having fun. Vandaag zijn we voor dag en dauw op pad gegaan voor een bezoek aan een wel heel bijzondere plek: de Koreaanse Gedemilitariseerde Zone (DMZ), waar we als VIPS werden ontvangen. Zie voor meer info [https://nl.m.wikipedia.org/wiki/DMZ\\_Korea](https://nl.m.wikipedia.org/wiki/DMZ_Korea). Samen met Tsjernobyl (waar ik een paar jaar geleden samen met mijn broers ben geweest) is de DMZ de meest surrealistische plek waar ik



Foto: ©2015 Joris van der Waart

ooit geweest ben. We mochten slechts op één plek fotograferen dus ik kan je niet alles laten zien maar het is een indrukwekkende ervaring als je er bent en oog in oog staat met Noord Korea. Wat me overigens net als bij Tsjernobyl opviel is de prachtige natuur in en om de DMZ. Daar waar de mens zich terugtrekt gaat de natuur haar gang. Na een heerlijke, traditionele Koreaanse lunch hebben we een bezoek gebracht aan Hwacheon County waar we werden ontvangen door de



Foto: ©2015 Joris van der Waart

burgemeester. In Hwacheon County vind je bergen, prachtige valleien en riviertjes en meren met het zuiverste water. Zo zuiver dat de zeldzame Sancheoneo forel er kan leven. Ieder jaar organiseert de bevolking een aantal festivals, waarvan het Sancheoneo Ice Festival (<http://youtu.be/L9xbOOj6IAU>) met 1,5 miljoen (!) bezoekers het grootste is. Hoe mooi ook, Hwacheon County heeft te maken met vergrijzing, is afhankelijk van de besteding van militairen en is een van de armste regio's van Zuid Korea. De burgemeester heeft ons gevraagd naar onze visie en

ideeën om tot een duurzame economische en toeristische ontwikkeling van het gebied te komen. Aan mij de eer om samen met [Ronald Jans](#) de sessie te modereren. Er kwam een geweldige energie los bij alle marketeers en in drie kwartier ontstond er veel kwalitatieve en creatieve output. Dan zie je dat je te maken hebt met echte, bevlogen vakmensen. De bestuurders van Hwacheon County lieten duidelijk blijken dat ze heel erg blij waren met alle suggesties en ideeën. Na een kort bezoek aan het grootste stuwmeer van Korea hebben we de dag afgesloten met een voortreffelijk diner (de Koreaanse keuken is écht verrassend goed) en werden de organisatoren Ronald Jans en John van der Veer nog even in het zonnetje gezet door Gerrit Jan Bomhof. Al met al weer een heerlijke dag. Morgen eerst naar de grote retailer Lotte en dan - na een middag vrij af voor het verder ontdekken en beleven van Seoul - via Dubai weer lekker naar huis.

## Maandag 11 oktober 2015

Het zit er op. Na een fijne vlucht van Seoul via Dubai naar Amsterdam zijn we weer in Nederland. Nu lekker naar huis, heerlijk! Negen dagen zitten er tussen nu en het begin van onze studiereis naar Japan en Zuid Korea, maar het voelt als veel langer. Zal vast met de vele opgedane indrukken te maken hebben. Want wat hebben we een hoop gezien, geleerd en ervaren. Én gelachen.

Kyoto, Tokyo, Seoul en de gedemilitariseerde zone tussen Noord en Zuid Korea. Vliegen met de A380 en laagvliegen met de Shinkansen. Het bezoeken van Hi-Bot, Kia, Lotte Group, Randstad, Ricoh, UltraSuperNew en Yamazaki Distilleries. Een mooie mix van bekende en (voor ons) minder bekende bedrijven met gastvrije mensen die bereid waren om ons een kijkje in hun keuken te gunnen. Ze hebben ons geïnspireerd met hun kleurrijke verhalen en ons kennis laten maken met de Japanse en Koreaanse (zaken)cultuur. Wat erg leuk was: een aantal bedrijven hebben ons een stevig potje laten stoeien door met elkaar aan een uitdagend marketingvraagstuk te werken. En dan heb ik het nog eens niet gehad over de geweldige momenten die we als collega marketeers met elkaar hebben beleefd onder het genot van een



Foto: ©2015 Joris van der Waart

heerlijk etentje of het drinken van een biertje. Kortom: een reis om nooit te vergeten. Japan en Korea laten een diepe indruk achter. Graag maak ik een diepe buiging voor Ronald Jans en John van der Veer van SWOT Strategy & Marketing Innovations voor het organiseren van deze geweldige studiereis. En bedank ik al mijn mede reis- en studiegenoten voor hun positieve energie, inspiratie en vriendschappelijkheid. Tot slot nog een kort (ja, echt waar 😊) verslag en een paar foto's van mijn laatste dag in Seoul. Zaterdagmorgen gaat de wekker vroeg af voor vroeg een bezoek aan Lotte World Tower, de nog in aanbouw zijnde hoogste toren van Korea (en de op vijf na hoogste toren ter wereld). Het is een immens project van Lotte Group en omvat o.a. een luxe winkelcentrum, een zes sterren hotel, kantoren, woningen, een aquarium, bioscoop etc. etc. Lotte Group is een wereldwijd concern, vooral actief in retail en food service. Als je meer over dit enorme conglomeraat wilt weten kijk dan eens op <http://www.lotte.co.kr> en voor een mooi filmpje (met timelapse) over de bouw van de Lotte World Tower op <http://youtu.be/LJw6rsq20WQ>. Na het bezoek aan Lotte ben ik met de metro en te voet Seoul gaan verkennen. Ik vind het heerlijk om op in je eigen tempo het ritme van een stad in je op te nemen. Ik ben op

consumentensafari gegaan in Sinsa, een leuke wijk met een paar straten waar je de laatste mode- en retailtrends en jonge, hippe mensen kunt spotten. Natuurlijk ook nog even rondgelopen in Gangnam, het gebied onder (nam) de rivier (gang) en bekend van de wereldwijde hit van Psy (komt 'ie: <http://youtu.be/9bZkp7q19f0>). Tot slot het Koninklijke Paleis bezocht. Een stukje eeuwenoude historie in de bruisende wereldstad Seoul. Dit was mijn laatste reisverslag. Iedereen die heeft meegelezen, gedeeld, geliked en gereageerd: heel erg bedankt! Ik vond het erg leuk dat jullie met me mee hebben gereisd!

Joris van der Waart

Website: [www.jorisvanderwaart.nl](http://www.jorisvanderwaart.nl)

LinkedIn: <https://nl.linkedin.com/in/jorisvanderwaart/nl>

Facebook: <https://www.facebook.com/joris.vanderwaart?fref=ts>