

# Geen machines, maar nagelschaartjes

NAARDEN — Supermarktconcern Albert Heijn ontketende tijdens het WK voetbal een Wuppie-rage. Bijna 16 miljoen oranje pluizenbolletjes verlieten de winkels. 'Het is een onwaarschijnlijke hoeveelheid die in zes weken tijd geproduceerd is in China. Dat kan dus, maar alleen als je er zelf volledig induikt en ter plaatse aanwezig bent', zegt algemeen directeur Tom Bodt van het Naardense bedrijf voor reclameproducten Clix Global. Bodt ontwikkelde de Wuppie dertig jaar geleden en speelde een cruciale rol bij de herontdekking van het pluche beestje door in China persoonlijk te waken over de uitvoering van het megaproject.

'Als ik erop terugkijk, kan ik zeggen dat het alleen gelukt is doordat ik in China al contacten had en ik ervaren heb dat je als opdrachtgever zelf aanwezig moet zijn. Je moet naar de Chinese fabrieken toe om te weten te komen wie of wat je partner is. Het is een vak op zich om de juiste keuze te maken met wie je in zee gaat. Je moet vaak op je gevoel afgaan, op je intuïtie en niet te bang zijn. Veel gaat op onverklaarbare wijze goed', zegt Bodt, die sinds begin jaren negentig in China komt.

De Wuppie-rage schoot volgens hem enkele maanden vóór het WK voetbal wortel bij de marketingafdeling van Albert Heijn. 'Ze waren in februari nog naarstig op zoek naar een leuk idee. Ze zijn enthousiast geworden over de Wuppie na een presentatie van Karin Stoevenbeld, de huidige directeur van Interall, dat ik in 1985 ben gestart. Ze maakten het steeds gekker, beschouwden het als onderdeel van de retrostijl, die erin is. In maart zijn we in China op zoek gegaan naar fabrieken en in mei lagen 15 miljoen kleine en zeventhonderdduizend grote Wuppies in Zaandam.'

Meer dan twintig fabrieken bezocht de Clix Global-directeur. Hij selecteerde er zeven voor de productie. Alle karakteristieken van ondernemen in China heeft hij in die weken weer aan den lijve ondervonden. Hij vertelt over de proefproductie in een van de fabrieken waar vrouwen met grote scharen probeerden de bolletjes rond te knippen. 'De Wuppies zagen er niet uit. Toen ik later terugkwam waren ze overgestapt op nagelschaartjes, maar dat ging veel te lang duren. Ik heb toen gezegd dat er een machine moest komen, want dat anders de order niet door zou gaan. Een week later

**Zakendoen in China** is niet eenvoudig. Bij de productie vorig jaar van de 16 miljoen **Wuppies** voor Albert Heijn kwam de Naardense ondernemer **Tom Bodt** voor verrassingen te staan. Maar dankzij zijn China-ervaring liep het megaproject goed af.

» *Yvonne van der Heijden*



Tom Bodt met een Chinese zakenpartner (rechts). Op de linkerfoto de werkplaats van Bodt in China.

stond een machine de bolletjes rond te knippen. Dat hoort heel erg bij ondernemen in China: volkomen onverwachts gebeurt precies wat jij hebt gevraagd. Het is een kwestie van rustig blijven en stap voor stap aangeven wat je wilt. Draag zelf de oplossing aan, want Chinezen hebben hun eigen logica, waarbij ze gemakkelijk voorbij gaan aan onze kwaliteitseisen.'

Bodt werkte in het begin in China via zijn bedrijf Interall, dat hij in 2004 gedeeltelijk verkocht om weer zelf 'vernieuwende producten in de reclamesfeer te kunnen ontwikkelen'. Hij heeft enkele patenten op zijn naam staan, zoals voor

dunne zaklampjes en voor noodbatterijen voor mobiele telefoons. Hij heeft 'veel ervaring' met het namaken door Chinezen van zijn producten, maar hij bespeurt veranderingen op dit gebied. 'In China

begint een ontwerpindustrie te ontstaan, die zelf last krijgt van de inbreuk op patenten. De Chinese overheid toont ook meer inzet om overtreders te straffen.'

Voor zijn eigen vindingen vraagt

Bodt in China een technisch patent en een ontwerpapatent aan. 'Ik neem mijn Chinese patenten altijd mee als ik naar beurzen ga. Als ik een namaakproduct zie, toon ik de patenten en dan schrikken ze bij die bedrijven. Of ze de producten uit de markt nemen is niet altijd duidelijk maar ze voelen de waarschuwing wel.'

Clix Global werkt met drie mensen in Nederland en nog eens drie in Hongkong. 'Mensen die ik extra nodig heb, huur ik in. Om flexibel te blijven. Ik zie voor Clix Global in China in de komende vijf jaar heel veel mogelijkheden. Daarna kan dat best anders zijn.'

## Wuppie-weetjes

- ▶ Ingenieur Tom Bodt heeft de Wuppie in de jaren zeventig bedacht
- ▶ Wuppie staat voor Worldwide Unique Promotional Product with its own Identity and Emotion
- ▶ Er zijn wereldwijd al meer dan 250 miljoen Wuppies verkocht
- ▶ AH heeft het alleenrecht voor de 'megawup'-verkoop in Nederland

