



De Wereldbank verwacht dat Thailand snel herstelt zodra COVID-19 onder controle is. Opvallend is dat dit land in Zuidoost-Azië vooroploopt als het gaat om een inclusief handelsklimaat. Dat maakt Thailand interessant voor vrouwelijke ondernemers.

Vrouwelijk ondernemerschap speelde belangrijke rol bij virtuele handelsmissie

Thailand wil goed betalen voor Nederlandse knowhow



De Wereldbank verwacht dat Zuidoost-Azië na corona een enorme economische groei zal doormaken. Deze regio groeide voor de pandemie namelijk ook al hard. Het is daarom tijd je als Nederlandse ondernemer op onder andere de Thaise markt te oriënteren, zegt Thomas van Leeuwen, plaatsvervangend ambassadeur in Bangkok. Grote bedrijven en de overheid zijn volgens hem bereid goed te betalen voor Nederlandse knowhow.

Wat betekent de handelsrelatie tussen Nederland en Thailand voor onze economie?

"Thailand is de tweede economie in Zuidoost-Azië, en exporteert voor 3,5 miljard euro naar Nederland en importeert voor 1 miljard van ons. Zuidoost-Azië groeit sterk, en Thailand is zeer interessant voor ondernemers als logistieke hub. Veel van de Thaise export levert ook bij ons bedrijvigheid en werkgelegenheid op. De Europese Unie (EU) en Thailand zijn momenteel in overleg over een vrijhandelsakkoord. Als dat er is, zijn Nederlandse ondernemingen hier nóg waardevoller dankzij de korte lijntjes die ze hebben naar het eigen land. De handel zal dan alleen maar toenemen."

Kun je een voorbeeld geven van een succesvolle Nederlandse onderneming in dit land?

"De Smit Food is een Nederlands bedrijf dat in Thailand jaarlijks 20.000 ton chili produceert. Tien containers daarvan gaan wekelijks naar de EU, en ook naar Nederland, waar het in de supermarkten voor omzet, en dus indirect voor werkgelegenheid,



Thomas van Leeuwen: "Thailand is toegankelijker voor vrouwelijke ondernemers dan veel andere landen in de regio"

zorgt. Zo zijn er heel veel voorbeelden. Niet alleen de Thaise infrastructuur en logistiek zijn voor zulke bedrijven belangrijk, ook voedselveiligheid is hier goed geregeld. De herkomst van ingrediënten en grondstoffen is vaak *from seed to bottle* te herleiden; in veel andere landen in de regio is dat moeilijker."

In welke branches liggen kansen voor Nederlandse bedrijven?

"Wij doen het heel goed in landbouw en veeteelt. Grote Thaise bedrijven, maar ook de over-

heid, zijn bereid goed te betalen voor die Nederlandse knowhow. Beide landen liggen in een deltagebied en kampen deels met dezelfde uitdagingen, zoals het stijgen van de zeespiegel. Hoe beschermen Hollanders zich tegen het water, en hebben zij oplossingen voor verzilting? Dát willen ze hier weten."

Wat kan de ambassade betekenen voor ondernemers die zich in Thailand willen vestigen?

"Wij kunnen ondernemers helpen hun eerste contacten met

mogelijke partners te leggen. Meestal verplicht de Thaise wetgeving bedrijven zaken te doen met een Thaise handelspartner. Wij maken ondernemers bekend met de geldende wetgeving en de noodzaak van vergunningen. Verder kennen we de economie en de verschillende markten, daar adviseren wij over. Ook organiseren we regelmatig handelsmissies, waarbij geïnteresseerden meer te weten komen over zakendoen in deze regio.”

Enkele maanden geleden organiseerde de ambassade een gezamenlijke digitale handelsmissie naar Thailand, Vietnam, Singapore, Maleisië en Indonesië; de ASEAN-5. Een van de besproken onderwerpen was de rol van vrouwelijke ondernemers in Thailand. Dit land blijkt voorop te lopen als het gaat om een inclusief handelsklimaat.

Waarom staat Thailand bekend als zo progressief als het gaat om de wijze van zakendoen?

“Een groot deel van het hoger management hier is vrouw, zoals veertig procent van de CFO's. Vrouwelijke entrepreneurs en ma-

nagers zijn bepaald geen uitzondering. Daar worden verschillende redenen voor genoemd, bijvoorbeeld dat Thailand in hoge mate een matriachale samenleving is. Dat wil zeggen dat vrouwen hier traditioneel een belangrijke rol spelen. Vrouwen hadden hier al in 1933 stemrecht en kregen als eerste in de regio toegang

tot universiteiten. Dat speelt allemaal mee. Als vrouwelijke prominenten vaak zichtbaar zijn in de media, helpt dat om het tot de norm te maken. Rolmodellen zijn belangrijk.”

“Wij kennen de economie en de verschillende markten. Daar adviseren wij over”

Komt die acceptatie van diversiteit ook bij ondernemers ter sprake?

“Zeker. Thailand is toegankelijker voor vrouwelijke ondernemers dan veel andere landen. Maar diversiteit gaat verder dan dat: leeftijd is bijvoorbeeld geen issue, en de acceptatie van LGBTI in sleutelposities is ook groot.”

Het land heeft door COVID-19 een zware periode achter de rug. Hoe verwacht je dat Thailand opkrabbelt?

“De prognose van de Wereldbank is helder; die verwacht dat Thailand snel herstelt zodra COVID-19 onder controle is en de grenzen weer opengaan. De boodschap is dan ook hier te zijn, zodra dat zover is. Dit is de tijd voor huiswerk, voor het opstellen van een plan, voor oriëntatie op de markt. Zodat je, als reizen weer mogelijk is, hierheen kan komen om relaties op te bouwen. Als ambassade helpen wij ondernemers met de voorbereiding, en zodra het reizen weer kan, ook met het traject daarna.” ●●●



Foto: De Smit Food

B-Quik, de Thaise KwikFit

Jaren geleden bracht de Nederlandse ondernemer Henk Kiks de succesformule van zijn oude werkgever KwikFit naar Thailand. Kiks nam, samen met een partner, 25 autogarages van B-Quik over en zette daarmee in op de verwachte groei van autoverkeer in de regio. Inmiddels is zijn bedrijf met ongeveer 175 vestigingen marktleider op het gebied van autoservice in het land, en breidt het zich in omliggende landen uit. Kiks laat met zijn investering zien dat het kan lonen de lokale markt in kaart te brengen, en daar met een goed geplande investering op in te springen.