Tiel van den Heuvel

Nederlanders doen al sinds ongeveer 1600 zaken met het land van de rijzende zon, waardoor de Japanners ons goed kennen. Japan is de derde economie van de wereld en er is steeds meer vraag naar producten en diensten waar Nederland goed in is.

Fascinatie voor goede spullen uit het buitenland

Japan ook na Olympische Spelen interessant

Over een paar weken vinden in Tokio de Olympische Spelen plaats. Net als bij voorgaande edities zijn verschillende Nederlandse bedrijven hofleverancier van het grootste sportevenement ter wereld. Volgens Peter van der Vliet, ambassadeur in Tokio, blijft Japan ook na de Spelen interessant voor Nederlandse ondernemers. “Zolang je kwaliteit levert en innovatief bent, kun je hier goede zaken doen.”



Waarom is het goed zakendoen voor Nederlandse bedrijven in Japan?

“Er is veel vraag naar landbouwproducten en -diensten in de breedste zin van het woord. Van kalfsvlees tot bloembollen en van automatisering tot kassentechnologie. Verder zit Japan midden in de energietransitie, waardoor er erg veel interesse is in wind op zee en waterstof. Verder is werkelijk alles op het gebied van digitalisering interessant, want daarin loopt Japan nog achter. Denk hierbij aan hightechbusiness als automatisering, nano- en cybertechnologie, robotisering en halfgeleiders. Overigens kun je ook met een heel ander innovatief bedrijf succesvol zijn. Zo zijn de fietsen van VanMoof hier zeer populair. Die maakt fietsen met allerlei technische snufjes en een prachtig design. Dat vinden Japanners heel cool. Want ze zijn gefascineerd door goede spullen uit het buitenland.”



Peter van der Vliet: “Japan zit midden in de energietransitie. Daardoor is er erg veel interesse in wind op zee en waterstof”

Zijn er nog meer succesverhalen?

“Zeker, neem bijvoorbeeld iChoosr, een bedrijf dat actief is in de collectieve inkoop van zonnepanelen. Wij hielpen hen met toegang tot lokale overheden, en daar kwam een contract uit voort. Zonder ambassade blijft dat lastig: wij hebben toch een bepaalde status en houden de spreekwoordelijke deuren open die toegang geven tot lokale overheden en organisaties. Een ander voorbeeld is de e-gamescompetitie die we op de residentie, mijn huis, organiseerden. Daar konden Nederlandse producenten hun nieuwste games presenteren. Dat was een succes op de grote Japanse markt voor e-games.”

Leeft er een misvatting dat Japan al wél enorm technologisch geavanceerd is?

“Ik dacht dat zelf ook, toen ik hier kwam. Op sommige gebieden is het land ook technologisch hoogwaardig; dat zie je wel in een stad

als Tokio. Maar op andere terreinen loopt Japan nog achter. Zo vindt bijna tachtig procent van de betalingen nog met contant geld plaats. Ook de overheid is nog totaal niet digitaal. Je hebt hier bijvoorbeeld nog de *hanko*, een ouderwetse stempel waarmee documenten worden getekend. En als je van iemand een visitekaartje krijgt, staat daar negen van de tien keer een faxnummer op. Dat zie je in Nederland niet meer."

Zijn er grote cultuurverschillen in het zakendoen met Japan?

"Ja, daar moet je wel oog voor hebben. Japan ligt ver weg, geografisch en cultureel. Hier zaken komen doen is een proces van lange adem, een deal komt niet zomaar van de grond. Het is een kwestie van aftasten, respect tonen en elkaar leren kennen. Je moet bewijzen dat je volledig te vertrouwen bent. Maar als je eenmaal een relatie hebt, is die vaak ook blijvend."

Nederlanders staan bekend om hun directe manier van communiceren. Japanners zijn juist notoir indirect. Botst dat?

"Als een Japanner heel direct is tegen een landgenoot, heeft hij een probleem. Van buitenlanders zijn ze dat wel gewend. Het is vooral belangrijk er rekening mee te houden, dat je in Japan soms een 'ja' krijgt te horen die eigenlijk 'nee' betekent. Dit moet je uit de context opmaken, en dat is soms lastig."

Kwamen er in aanloop naar de Olympische Spelen meer Nederlandse ondernemers naar Japan?

"Er zijn zeker enkele Nederlandse bedrijven die zakelijk betrokken zijn bij de Spelen in Tokio. Het zand dat gebruikt wordt voor de paardensport komt van De Grondslag uit Utrecht. Zij bewezen in een test heel hoogwaardig zand te kunnen leveren, dat door de ruiters is goedgekeurd. En MTD International uit Tilburg doet de watervoorziening van het Olympisch dorp. Zij werkten ook al voor de Spelen in Londen en Rio de Janeiro, en blijven zich bewijzen als een betrouwbare partner die goede kwaliteit levert."

Deze bedrijven zijn bewezen organisaties. Maken opportunisten ook een kans?

"Nee, startups doen het over het algemeen ook niet zo goed hier. Dit komt doordat Japanners niet zo van het experimenteren zijn. Als je aankomt met een goed, innovatief product en aan kunt tonen dat jouw product het in Amsterdam, Londen en Los Angeles goed doet, dan is het interessant voor Japanners."

Wat kan ik het beste doen als ik mijzelf herken in je laatste antwoord?

"Ik hoop dat je dan contact met ons opneemt! Japanners weten dat Nederlanders creatief zijn in oplossingen bedenken. Als ambassade kennen wij de markten en signaleren we marktkansen. We helpen bij problemen en hebben de juiste contacten al gelegd. Doe mee met een van onze webinars of neem deel aan een (online) handelsmissie. Als je kwaliteit levert en innovatief bent, heb je hier kans van slagen en kun je een goede prijs ontvangen voor je producten of diensten."



De ambassadeur bezoekt een volledig geautomatiseerde melkveehouderij in Hokkaido, met melkrobots van Lely uit Maassluis.

Geïnteresseerde ondernemers kunnen contact opnemen met de economische afdeling van de ambassade via:
tok-ea@minbuza.nl
+81 357 765 400.