

Diep buigen hoeft in Japan niet meer

Japan, het land van de rijzende zon; het klinkt als een ver-van-je-bedshow, maar het is met de op twee na grootste economie van de wereld een land met veel mogelijkheden. Japan is qua logistiek zeer goed georganiseerd en gestructureerd. Op het moment van schrijven van deze column is de Foodex in Tokio van start gegaan, de grootste foodbeurs van Azië. Op de laatste editie van de Foodex Japan waren er 3.316 bedrijven uit 94 landen en bezochten ruim 80.000 mensen de beurs. In het 'Nederland Paviljoen' staan toch veertien Nederlandse bedrijven die via een lokaal team vertegenwoordigd worden. De Europese Unie en Japan hebben een goede band en dat heeft geresulteerd in het handelsverdrag 'Japan-EU Free Trade Agreement' (JEFTA). Levensmiddelen spelen een belangrijke rol in de export naar Japan. Vlees, wijn en kaas zijn de grootste exportcategorieën (als ik de landbouw niet meetel). In de komende tien tot vijftien jaar zullen de importtarieven langzaam worden afgebouwd.

Business bouwen in Japan heeft tijd nodig, bijvoorbeeld omdat je met tussenpersonen werkt en omdat Japanners graag een vertrouwensband opbouwen. Wanneer die er eenmaal is, leidt dat ook tot een samenwerking op lange termijn. Buitenlandse leveranciers worden in Japan vaak geconfronteerd met een verkooppiramide ('keiretsu'), die begint bij een Japanse importeur. Deze importeurs vormen van oudsher de internationale handel van Japan: ze verkennen nieuwe producten of markten, verzorgen internationale betaling, transport, invoerprocedures etc. en helpen bij taalbarrières. En ze hebben een brede klantenkring binnen groot- en detailhandel. Hierdoor is het soms moeilijk om rechtstreeks een 'eindklant' te beleveren, maar het komt wel voor.

Zaken doen in Japan verschilt uiteraard op allerlei manieren van zaken doen in Europa. Een handdruk of een buiging? In Japan is het nog altijd gebruikelijk om elkaar met een buiging te begroeten, maar komt de handdruk steeds vaker voor, zeker als je zakenpartner al internationale omgangsvormen gewend is. De gewoonte om te buigen stamt uit de tijd van de samoerai, toen deed men dit om te laten zien dat je geen zwaard achter je rug hield. Toen mijn collega Daan vorig jaar maart in Tokio een Japanse zakenpartner bezocht, wilde hij een buiging inzetten, maar zijn gesprekspartner was hem al voor met het

'Bied het kaartje met twee handen aan, en dan zó, dat de ontvanger de tekst kan lezen'

reiken van de hand. Het was meteen ook Daans laatste handdruk tot nu toe... daarna kwam corona.

Zo'n kennismaking begint vaak met visitekaartjes uitwisselen. Bied het kaartje met twee handen aan, en dan zó, dat de ontvanger de tekst kan lezen. Wissel eerst visitekaartjes uit met de zakenpartner die de hoogste in rang is en stop de kaartjes niet meteen weg in je (binnen)zak. Gewoon even op tafel laten liggen.

Wanneer je een order uit Japan ontvangt, is de kans groot dat jouw Japanse partner die order al heeft doorverkocht aan de verkooppiramide onder hem/haar. Er wordt dan ook verwacht dat jij precies de goederen levert zoals gevraagd, inclusief correcte verpakking, etikettering en leveringstermijn. Voordat het zover is, is het verstandig om met je Japanse handelspartner een secure check te doen of je producten het land in komen. Japan hanteert een uitgebreide lijst van niet toegestane producten. Denk bijvoorbeeld aan het kleurmiddel ijzeroxide: bij ons toegestaan, in Japan niet. Daarnaast moet je zeker zijn

dat je product exact overeenkomt met je specificaties en je labels. Dat moet je allemaal perfect op orde hebben, anders komt die container niet langs de douane. Heb je dit goed onder controle, dan is je Japanse klant een partner for life!

Vloeiend Japans spreken? Nou, dat zou al geweldig zijn, maar voor velen onder ons net een brug te ver. Om toch aan een vertrouwensrelatie te werken, kun je een paar standaardwoorden en -zinnen leren. Hiermee laat je zien dat je moeite doet! Ook een brochure in het Japans en een Japanstalige website doen het hier erg goed. Laat zien dat je bereid bent tijd en moeite te steken in jouw relatie met de Japanse partner.

Steek tijd in de opbouw van een relatie. Als je zakenpartners jou vragen om een biertje te drinken om de dag af te sluiten, zeg dan niet nee. Je leert elkaar beter kennen, tijdens dit 'onschuldige biertje' kan het zakelijke gesprek soms gewoon verder gaan en aan die bar worden soms zelfs beslissingen genomen. Sla dat biertje dus niet af, ook al heb je last van een jetlag!

Er is een grote verscheidenheid aan supermarkten in Japan, maar de drie grootste ketens zijn Ito Yokado, 7-Eleven en de Tokyu Store; zij verkopen een enorme verscheidenheid aan alledaagse ingrediënten die uniek zijn voor Japan. Deze drie bieden meer assortiment dan de vele conveniencewinkels, en ook nog eens tegen lagere prijzen. Verder is de foodservicemarkt erg groot en divers, met veel kansen voor Nederlands eten en drinken.

Een interessante economie, veel interesse voor onze westerse producten en interessante exportvoorwaarden door dat handelsverdrag. Daarnaast heeft Japan een vrijhandelsakkoord met andere landen in die regio, zoals China en Zuid-Korea. Dit maakt dat je vanuit Japan eenvoudig naar de omringende landen kunt springen. Kortom, extra kansen voor onze Hollandse handelsmentaliteit!

Oefen nog wel even met eten met chopsticks, want we passen ons uiteraard wel aan, aan hun gewoonten!



Guido Jacobs en Pepijn van der Heijden van Export Partner wisselen elkaar af als columnisten over 'Nederlandse levensmiddelenartikelen exporteren.' Deze maand Pepijn van der Heijden over de Japanse markt; pepijn@exportpartner.com

