

Taiwan: 'westerse' producten zijn populair

Taiwan is niet groot. Net zo min als Nederland. Taiwan wil de doorvoerhaven worden voor de exploderende Aziatische economieën. Die rol speelt Nederland al veel langer voor Europa. Taiwan heeft een beperkt agrarisch oppervlak, vanwege de vele onherbergzame gebieden. Nederland is een vlak land met vruchtbare grond en een exporterende agribusiness. De economische groei van Taiwan vraagt meer en meer om hoge kwaliteit in food en flora. Bent u al op de gedachte van Taiwan als exportland gekomen?

De Taiwanese regering zet zich in een voor de verbetering van de logistiek. Met een groot aantal projecten investeert het eiland 1,33 miljard euro in infrastructurele maatregelen. De ligging van Taiwan rechtvaardigt de investering, die bedoeld is om te bereiken dat het land een aandeel neemt in de economische stromen die op gang komen.

Het gemiddelde inkomen van de 22,5 miljoen inwoners bedraagt rond de 12.000 euro per inwoner. In het democratische en van een vrije markt profiterende land kunnen de inwoners een kwart van hun inkomen aan voedingsmiddelen uitgeven. De bewoners van Taiwan zijn internationaal gericht en willen graag proeven van de smaken van de wereld. Er is een groeiende interesse in westerse consumptiegoederen en vooral Italië, Frankrijk en Denemarken zijn op dit gebied al heel actief.

Nederland loopt achter, terwijl wij in het voordeel zijn. Ons land is in Taiwan onwaarschijnlijk populair. Dat heeft te maken met de bekende VOC-historie, de zeer gewaardeerde reputatie van Nederland in zowel agro als logistiek, de kracht van onze buitenlandse handel en de strijd tegen het water. In die laatste twee kwaliteiten wil ook Tai-



Buitenlandse producten in trek: Frico op de laatste Taipei International Food Show.

wan zichzelf graag herkennen. Dit betekent dat de deuren voor Nederlandse ondernemers wagenwijd open staan.

Relatie China-Taiwan

Het is een misvatting te denken dat je Taiwan links moet laten liggen als je China als handelspartner wilt betreden. Eerder is het tegendeel te bewijzen. Wie sterk staat in de goed ontwikkelde Taiwanese markt heeft een betere toegang tot China. Taiwan investeerde al zo'n 150 miljard euro in China.

Meer dan 30% van de Taiwanese export gaat naar China en 12% van de import komt uit China. Alleen al in het eerste kwartaal van dit jaar was de export 11,8 miljard euro en de import 7,3 miljard euro. Veel Taiwanese agrobédrijven zijn actief in China of hebben er productie uitbesteed. Samenwerking met een Taiwanees bedrijf kan het betreden van de Chinese markt vergemakkelijken.

De Taiwanese consument

Door de snelgroeiende welvaart kan de



Orchideeënkwakerij in Taiwan.



Nederlandse kaas in de Carrefour te Taipei.

consument de aandacht richten op buitenlandse producten en waarde hechten aan imago's en nieuwigheden. Kwaliteit en de toegevoegde waarde in exposure staan in de belangstelling. Daarnaast is de prijs-prestatieverhouding van groot belang om de

eiland zijn gevoelig voor communicatie en avontuurlijk in hun productkeuzes. Een interessant detail voor de desbetreffende fabrikanten: de vraag naar etenswaren met een gezond laag suiker- en zoutgehalte stijgt. Ongeveer 10% van de bevolking is

herkenbaar. Net als de tendens naar kant-en-klaarproducten, snacks, uit eten gaan en kiezen voor de internationale keuken. Het mag allemaal vanwege het relatief hoge inkomen, het groeiende aantal tweeverdienergezinnen en de cultuur van uit eten gaan.

‘Groeiende interesse voor gezondheidsvoeding’

Taiwanese consument te boeien. Het is niet verwonderlijk dat Japanse producten het goed doen, met hun goede kwaliteit tegen een redelijke prijs. De bewoners van het

namelijk boven de 65 en onder alle leeftijden raken dieet- en gezondheidsvoeding steeds meer in zwang. Dat proces is ook in Nederland en bij onze richtlijnen voor de productie

Agro-import

Dat zijn enkele van de redenen dat de waarde van de Taiwanese agro-import ruim boven de 10 miljard euro ligt. De Verenigde Staten neemt daarvan het leeuwendeel voor zijn rekening. Australië en Japan nemen voor 7% deel. En Nederland doet in zuivel en aardappelproducten goed mee. Maar met een zeer adequate logistiek en een nieuwsgierige consumentenmarkt heeft Taiwan alle kenmerken van een geschikt exportland voor onze agribusiness. Er ligt namelijk al druk om hoogwaardige agrotechnologie in te schakelen. Nederland beschikt over de kwaliteit en Taiwan is als rijk land in staat met onze leveranciers in zee te gaan. Hoewel de grote spelers met een eigen importafdeling werken en rechtstreeks in het buitenland kopen, worden de meeste grondstoffen voor voedingsmiddelen door importeurs en distributeurs ingevoerd. Het distributiekanaal tot en met de consument is op het hoogste niveau verzorgd. Taiwan heeft één *convenience store* per 3.000 inwoners. Per 229.000 inwoners één hypermarkt. De supermarktdichtheid bedraagt één op iedere 20.000 inwoners. Veel Aziatische landen zouden zich graag aan deze gegevens spiegelen.

Taipei International Flower Exhibition (TIFE) 2007

Van 31 oktober tot en met 4 november zal Taipei dit jaar voor het eerst een grote internationale bloemententoonstelling organiseren. Een speciale uitnodiging is verzonden aan onder andere Nederland, en de organisatie stelt gratis per land 100 m² aan ruimte ter beschikking voor een paviljoen. Een land dat deelneemt, kan twee personen sturen om dit paviljoen in te richten, waarbij de kosten voor verblijf gedurende vijf nachten en voor lokaal transport door Taiwan worden gedekt. De Council of Agriculture zal exposanten assisteren bij de procedure rondom importquarantaine, bij het transport van materialen naar de locatie, en subsidieert randdecoratie tot een maximum van omgerekend 3.370 euro per land.

In de maand juni besluit Nederland definitief al dan niet deel te nemen. De LNV-sectie van het NTIO hoopt dat er bij het bedrijfsleven interesse bestaat is voor deze show. Aanmelden kan tot 31 augustus a.s. Voor meer informatie: Cindy Hsiung (NTIO), e-mail cindyhsiung@ntio.org.tw of de Taiwan Floricultural Development Association (tfda@ms14.hinet.net).



Dit jaar vonden in Taiwan al verschillende tulpenshows plaats.



Nederland in Taiwan: Hollandse equipe bij drakenbotenrace.

Van sierteelt tot varkensvlees

Enige tijd geleden leverde het NTIO een bijdrage aan de doorbraak van een aantal Nederlandse bedrijven met producten als koekjes, zoutjes en chocolade tijdens de grote Catalogue Show. Dergelijke activiteiten kan men vanzelfsprekend ook voor andere exporteurs organiseren.

Nederland speelt in de handel in sierteeltproducten met Taiwan vooral een rol op het gebied van uitgangsmateriaal. In de snijbloemenhandel zijn er, afgezien van de lokale productie, genoeg spelers als Thailand in de onmiddellijke nabijheid. Maar onze bloembollen hebben daarentegen een marktaandeel van 90%.

Voor de export van vlees liggen de zaken ingewikkelder. Kalfs- en rundvlees worden beoordeeld op basis van, voor ons, achterhaalde feiten. In Taiwan staat Nederland nog steeds negatief geregistreerd vanwege de BSE-crisis, net als alle overige Europese landen. Toch zijn de recente onderhandelingen in een vergevorderd stadium en heeft het ministerie van LNV veel Taiwanese vertrouwen weten terug te winnen. Een doorbraak kan ieder moment tot stand komen en het opbouwen van een marktpositie in kalfsvlees kan dan worden opgepakt. Hetzelfde geldt voor pluimveevlees. Er wordt druk gewerkt aan het opheffen van importverboden vanwege de hoogpathogene aviaria influenza (2003) en ook in dit geval kan elk moment

doen een volledig westerse aangelegenheid. Het management is veelal in de Verenigde Staten geschoold. Na een eerste kennismaking met een positief resultaat kan al heel veel per internet worden afgehandeld. De ervaring van het NTIO leert dat de slagingskansen voor nieuwkomers groot genoeg is om op 'ontdekkingsreis' naar Taipei te gaan.

Frits H. Emmerik, journalist

Contactpersonen bij het Netherlands Trade and Investment Office (NTIO) Taiwan:

Menno Goedhart,
Representative,
e-mail: mennogoedhart@ntio.org.tw

Jack Damen,
LNV-Raad en hoofd van de LNV-sectie van het NTIO (gestationeerd in Seoul, Korea),
e-mail: main@lnvseo.org

Cindy Hsiung,
Senior agricultural officer NTIO,
e-mail: cindyhsiung@ntio.org.tw

Website: www.ntio.org.tw

‘Taiwan heeft een westerse manier van zakendoen’

Er liggen kansen voor de primaire productie van sierteeltproducten, tuinbouw- en veredelings technologie. Dat zijn zwak ontwikkelde kennisvelden. En daarbij zijn we een handelsnatie. Dus moeten we de kansen zien liggen voor logistiek, transport en distributie. Met die inbreng kan de weg voor Nederlandse exporteurs nog eens extra worden geëffend, om de Nederlandse sierteelt en de hele agribusiness meer toegang te geven tot de Taiwanese markt.

de ban worden gebroken. Met varkensvlees, een geliefd gerecht in Taiwan, is er na de langdurige onderhandelingen in 2004 en een korte importstop vanwege Belgische perikelen in 2006 geen markttoegangsprobleem meer, maar het marktaandeel blijft vooralsnog gering.

Conclusie

Hoewel Taiwan in het dagelijkse leven volledig Chinees is georiënteerd, is het zaken-