



Amazing Oriental in Amsterdam. © Lin Woldendorp

## Grootste tokoketen trekt steeds meer Nederlanders: van super pittige noedels tot broodje bapao

**De grootste keten van toko's in ons land heet Amazing Oriental. In de 24 vestigingen die er nu zijn vinden klanten van het Chinese bedrijf exotische producten uit landen als Korea of Vietnam. De 25ste winkel opent eind dit jaar in Rotterdam en het eind is nog niet in zicht: „We staan altijd open voor uitbreiding.”**

In kookboeken vind je als thuishokks soms ingrediënten waarvan je denkt: waar moet ik dat vandaan halen? Als het gaat om een exotisch product is de kans groot dat Amazing Oriental het verkoopt. De keten voert een gigantisch assortiment. „We zijn klein begonnen in 1986”, vertelt

marketingdirecteur Liza Poon, wandelend tussen de schappen met onder andere voedingsmiddelen uit Japan, Korea, China, Indonesië, Vietnam en Suriname. „Een kleine winkel in het centrum van Amsterdam met een paar honderd producten.”

Waar toko's tot een paar jaar geleden kleine winkeltjes waren met spekkoek, rendang, bami en nasi, is het nu veel vaker een grote supermarkt. Nederland telt inmiddels [honderden van deze exotische winkels](#). Van Geleen tot Schiermonnikoog in elke stad is er wel een winkel met Chinese, Japanse, Koreaanse en Thaise of Indonesische producten.

De grootste keten is Amazing Oriental: van Alkmaar tot Nijmegen staan winkels. Nummer 25 opent [eind dit jaar](#) in Rotterdam. Waar de volgende komen kan Poon nog niet verklappen. „Maar we staan altijd open voor uitbreiding. Den Haag heeft er drie, waaronder de grootste van allemaal. „We verkopen hier 10.000 producten”, aldus Poon over de vestiging in Ypenburg. „Op deze locatie hebben we ook de keuken waar we maaltijden en producten maken voor alle vestigingen.”

In 2020 draaide de keten een omzet van bijna 70 miljoen euro en werd er 2,2 miljoen euro winst gemaakt, zo blijkt uit de cijfers van de Kamer van Koophandel. Er werken 700 mensen.

**Groei buitenlandse supermarkten** Het aantal buitenlandse supermarkten in Nederland is de afgelopen vijf jaar met 11 procent gestegen, van 740 in 2016 naar 819 eind vorig jaar. Niet alleen de Poolse en de Turkse supermarkten breiden uit, maar één van de opvallendste groeiers is de Aziatische toko. Want behalve het aantal toko's neemt ook de omvang flink toe. De interesse voor Aziatisch eten zit al een paar jaar in de lift.

Veel verse producten uit de koeling komen uit Nederland zoals spekkoek, pasteitjes en rissoles. „En we hebben eigen bapao, maaltijden en tahoe”, somt Poon op. De koelwand bevat groenten en smaakmakers die veel Nederlanders nog niet kennen zoals Japanse en Chinese yam en allerlei soorten kimchi, pittige gefermenteerde groente uit Korea. „Koreaanse klanten kopen altijd de grote verpakking, want ze eten het óveral bij.”

„Dit is ook zo lekker“, zegt Poon, als ze een groene vrucht uit Costa Rica uit de koeling haalt die een beetje op een appel lijkt. „Lambusian heet deze vrucht. Je snijdt hem in kleine reepjes, die je kunt roerbakken. Kijk, papaja's, die zie je ook niet in gewone supermarkten.“ Dat geldt ook voor de verschillende soorten en maten paksoi, ginsengwortel, eddo (een tropische wortel), cassave en de vele andere soorten groente en fruit.



Amazing Oriental in Den Haag. © Amazing Oriental

## Voor vegetariërs is de winkel een hemel

Poon vertelt. Over Japanners die dol zijn op de driehoekige onigiripakketjes die je kunt meenemen als lunch. „Die steek je zo in je tas. Handig.“ En dat je buikspek kunt kopen om zelf te bereiden, maar dat je ook geroosterde kunt kiezen. „Die hoef je alleen maar op te warmen.“ Er is vers vlees, verse vis en er zijn zeevruchten. Voor vegetariërs is de winkel een hemel. „Er zijn zoveel verschillende toepassingen met tofu. Keuze genoeg.“

Poon laat een pakje zien dat bladerdeeg lijkt te bevatten maar het zijn vellen tofu. „Die kun je snijden en bereiden als pasta.“ Chinezen snacken anders dan westerlingen: „Die nemen bijvoorbeeld een stukje gedroogde

inktvijvis." Eten is namelijk niet alleen vullen. „We kijken ook naar wat voeding voor je lichaam doet.”

### **Top 5 meest verkochte producten**

De vijf meest verkochte producten zijn rijst, noedels, smaakmakers, sauzen en kruiden/specerijen. Rijst is er in balen van 20 kilogram: van Surinaamse rijst tot de klevende ketanrijst. Horeca, maar ook particuliere klanten kopen die gigaverpakkingen. „Er zijn nog steeds veel families waar men elke dag rijst eet. Als dat een grote familie is, dan is zo'n baal heel voordelig. Onze klanten zijn voor 90 procent particulieren.”

Sommige producten zijn ineens een hype, zoals bubble tea of heel hete noedels van SamYang. „We hebben een keer een challenge gedaan in een winkel”, zegt Poon, die ze zelf veel te heet vindt. „Vooraf jonge mensen vinden dat leuk.” Veel jongeren smullen ook van Amerikaanse repen, snoepjes en cereals zoals de bekende veelkleurige Frootloops. „En jelly's. Dat is ook een enorme hype.”

### **Niet moeilijk**

Poon vindt het mooi als klanten nieuwe producten proberen. „Aziatisch koken hoeft niet moeilijk te zijn”, zegt ze, wijzend naar de vrieskasten. „Ik neem altijd die grote garnalen. Ontdooien, even roerbakken met een beetje bouillon en groenten en je bent klaar. Het is een misverstand dat het ingewikkeld is.”

Jongeren eten ook graag gevulde dumplings, zeker de superpikante, weet ze. „Gyoza heten die.” Die deegbuideltjes hoef je alleen te verhitten in een pan.

Bron: tctubantia.nl