

Nederlanders ergeren zich aan die Duitse show

Cultuurverschillen in de Nederlands-Duitse zakenwereld (2)

Achtergrond - 11 april 2007

Conflictpotentieel is rijkelijk aanwezig als Duitse ondernemers zaken doen in Nederland. Andersom trouwens ook. Vandaag deel twee van een tweeluik over cultuurverschillen in het bedrijfsleven: beste Duitser, werk aan je charme!

In een Van der Valk Hotel in het Duitse Gladbeck, midden in het Roergebied, komen op een doordeweekse dag vijf Duitse ondernemers bijeen voor een cursus zakendoen in Nederland. De één overweegt zijn scheepsbuizen in Nederland te gaan verkopen en hoopt op praktische tips, een ander wil ervaringen uitwisselen. Peter Tautz, projectmanager bij het Duitse saneerbedrijf Nino, woont al twee jaar aan de Nederlandse kant van de grens. Zijn bedrijf kan in Nederland maar geen voet aan de grond krijgen en Tautz wil weten of de Tweede Wereldoorlog daar soms iets mee te maken heeft. Zijn zoontje wordt op school voor Mof uitgescholden en als hij op de Nederlandse snelweg in zijn auto met Duits kenteken rijdt, wordt wel eens de Hitlergroet gebracht. Hij krijgt van de Nederlandse workshopleider John Mazeland het advies erom te lachen, maar zelf nooit dergelijke 'grappen' uit te halen. Mazeland: "In het bedrijfsleven speelt de oorlog niet zo'n grote rol, maar je moet wel begrijpen waarom Nederlanders fronsen bij Duits vlagvertoon."

Mazeland en zijn Duitse compagnon Jörg Renner kennen de cultuurverschillen tussen de twee buurlanden op hun duimpje. Met hun bedrijf [Business Alliance Nederland-Duitsland](#) verzorgen ze al jaren cursussen voor ondernemers aan beide kanten van de grens. Weliswaar willen zowel Duitsers als Nederlanders in de eerste plaats winst maken, de manier waarop is echter heel anders en dat wekt vaak wederzijdse irritatie.

Op de [ranglijst van landen](#) waarvandaan Duitsland goederen importeert, staat Nederland op de tweede plaats. Maar gek genoeg hebben Duitsers nauwelijks een beeld van Nederland, behalve dat de kaaskop met zijn caravan steevast links rijdt op de Autobahn. Hardnekkig is het idee dat Nederland een soort zeventiende Duitse deelstaat is. Een grove vergissing, aldus Renner en Mazeland. Er zijn een paar fundamentele verschillen waar Duitse ondernemers in Nederland rekening

mee moeten houden.

Gezichtsverlies

Allereerst zijn Duitsers veel formeler in de omgang. Al willen ze dat nog zo graag, Duitse ondernemers moeten in Nederland niet met hun titels gaan strooien, maar zich realiseren dat in Nederland alleen een arts als dokter wordt aangesproken. Duitsers genieten ervan als hun titel op het vliegveld wordt omgeroepen, Nederlanders zijn dat niet gewend. Renner: "De Nederlandse houding is veel authentieker, Nederlanders hebben nauwelijks façades. Ook in Nederland heeft de directeur een parkeerplaats voor de deur, maar de Nederlandse directeur ontploft niet zo snel als daar een ander parkeert. Hij beschouwt dat - in tegenstelling tot de Duitser - namelijk niet als een kwestie van gezichtsverlies."

Statussymbolen spelen in het Duitse bedrijfsleven een veel grotere rol. Nederlanders vinden een Volkswagen Passat al mooi, terwijl een Duitser het water pas in de mond loopt bij het zien van een BMW of een Mercedes. De cursisten leren de Nederlandse uitdrukking 'doe normaal, dan doe je al gek genoeg' te begrijpen en deze wijsheid te gebruiken. In Nederland is het grootste compliment voor een profvoetballer dat hij altijd zichzelf is gebleven. "Gewoon aardig zijn, wordt in Nederland altijd op prijs gesteld", aldus Renner. "Nederlanders hebben een koopjesmentaliteit, gebruik dat en neem eens een klein cadeautje mee, al is het een chocoladepaashaas bij een miljardendeal. Die rommel vinden Nederlanders belangrijk."

Kofferbak

Een Duitser in Nederland is een olifant in een porseleinkast, als het op charmes aankomt. Volgens Renner komt dat door de fundamentele onzekerheid van de Duitser, die bij het minste of geringste in de stress schiet. De workshopleider veert door zijn benen, pompt zijn wangen op en laat de lucht dan luidruchtig ontsnappen. "Beste Duitser, ontspan je. Zeg niet direct hoe succesvol je bent, of hoe goed je je hebt voorbereid en zeker niet dat je zo'n suffe cursus hebt gevolgd, maar drink gewoon eerst een kopje koffie. Gun jezelf dat nou en weiger de koffie niet omdat je bang bent om te slurpen. Wij verkrampen al bij het koffiedrinken."

Renner waarschuwt dat de Nederlandse authentieke houding niet te verwarren is met naïviteit. "Nederlanders zijn zelfbewust en weten donders goed waar de klepel hangt, ze laten die alleen niet zo hard luiden als de Duitsers. Duitsers doen vaak pompeus en duur. Ze komen krampachtig over met hun twee dikke aktetassen waar álles in zit. Ze bereiden zich veel te goed voor, voelen zich pas zeker als ze alles weten. Nederlanders ergeren zich aan die Duitse show, aan de spanning die Duitse zakenlieden over zich hebben. De Nederlandse zekerheid

komt voort uit flexibiliteit. Nederlandse zakenlieden bedenken van te voren wat ze willen, maar schrijven niet alles uit. Nederlanders hebben een praatcultuur, Duitsers een papiercultuur. Als Nederlanders een projectblaadje hebben, is dat tactiek, Duitsers doen het uit principe.” De Duitse cursisten raadt Renner aan hun aktetas in de kofferbak te verstoppert en eens een leeg blaadje mee te nemen om samen te brainstormen. Ze knikken welwillend.

Geen aap

Duitse ondernemers moeten beseffen dat Nederlanders ze langzaam vinden. Nederlanders beginnen gewoon ergens aan, zonder eerst alle mogelijke gevolgen na te gaan. Ze springen zo in de auto, spreken af bij een wegrestaurant en hebben binnen een halve dag de deal rond. Duitsers springen nooit zomaar in de auto. ‘Het plan is de Bijbel’, luidt een Duitse uitdrukking.

De Nederlandse zakencultuur is pragmatisch, in tegenstelling tot de Duitse, die een veel zwaarder, haast filosofisch karakter heeft. Je zou de Duitse zakenman kunnen vergelijken met Atlas, die de wereld op zijn schouders draagt. Een Nederlander zou die bol gewoon rollen. En zo zal een Duitser uit principe nooit zijn mobiele nummer geven en een Nederlander wel. Die zet zijn telefoon wel uit als hij geen zin heeft om gebeld te worden.

Een laatste tip van Renner: “Beste Duitser, bleib Mensch! Werk aan je charme: glimlach, maak een grapje, leun achterover. Probeer niet meteen je map te presenteren omdat die zo duur was en zoveel tijd gekost heeft. Vraag eerst eens naar iemands kinderen. Je moet niet denken: ‘waar komt hij vandaan, welke diploma’s heeft hij, wat zijn de eisen’, maar denken: ‘oh, hij heeft twee armen, twee benen, is half behaard, geen aap, dus één van mij’: hand schudden en ‘goedemiddag’ zeggen. Dan komt alles goed.”

Leonie van Nierop is redacteur van het Duitslandweb.

Dit is een artikel gedownload via duitslandinstituut.nl.

Artikel:

<https://duitslandinstituut.nl/artikel/2999/nederlanders-ergeren-zich-aan-die-duitse-show>