



.....
Oktober 2012
.....

Niederlande: Keine Kopie in Klein

„Holland ist ja fast so wie Deutschland“ – So die Vorstellung vieler Deutscher. Dabei gibt es zahlreiche „Kleinstunterschiede“. Warum es sich lohnt, diese Unterschiede im Geschäftsleben zu kennen und vor allem in Kenntnis dieser Unterschiede respektvoll zu handeln, verdeutlicht Celine Schouten-Schlieff, Expertin für interkulturelle Kommunikation zwischen Deutschland und den Niederlanden.

Frau Schouten-Schlieff, „Käse“, „Tulpen“, „Windmühlen“ – diese Begriffe fallen vielen Deutschen ein, wenn sie an die Niederlande denken. Statt „Philips“, „Shell“, „internationaler Handel“. Sie sind nicht nur in deutschen, sondern auch in niederländischen Firmen tätig. Welche Erfahrungen machen Sie in den Niederlanden?

In den Niederlanden ist es leider oft nicht anders. Auch hier wird oft einseitig als Erstes „Bratwurst“ und „Lederhosen“ mit der deutschen Kultur assoziiert. Aber es gibt auch Positives: „Zuverlässigkeit“, „Gründlichkeit“ und „Qualität“ sind ebenfalls Begriffe die Niederländer den Deutschen zuerkennen.

Ganz konkret, wie sollte sich nun ein deutscher Unternehmer bei einem ersten Treffen mit möglichen niederländischen Partnern verhalten?

Empfehlen möchte ich eine offene Haltung zu Jedem, den man bei einer geschäftlichen Begegnung trifft. Niederländer finden eine lockere Atmosphäre und Small Talk sehr wichtig. Sie können Deutsche außerdem schnell als angeberisch empfinden. Mein Tipp: Stellen Sie exklusive Markenprodukte nicht zu offensichtlich zur Schau. Das lässige Hinlegen der Schlüssel Ihres teuren Autos wird nicht automatisch als Symbol ihres Erfolges anerkannt, und könnte stattdessen kontraproduktiv sein.

Auch sollte die Geschäftssprache im Vorfeld abgeklärt werden. Der deutsche Unternehmer sollte nicht einfach unterstellen, dass alle Niederländer Deutsch können. Dies wird von vielen Niederländern als Arroganz der Deutschen gegenüber den Niederländern gesehen.

Gibt es Unterschiede zwischen Nord- und Südniederlande oder zwischen verschiedenen Branchen?

Obwohl die Niederlande ein kleines Land ist, gibt es regionale Kultur- und Sprachunterschiede. Im Groen und Ganzen kann man sagen, dass die Nord-Niederländer im Verhalten eher stur herüberkommen: Ein allzu familiärer Umgang könnte da kontraproduktiv wirken. Andererseits wird in südlichen Regionen durchaus ein warmherziger Umgang geschätzt.

Was die Grostädter betrifft: Vor allem im Westen (z.B. Amsterdam, Rotterdam, Den Haag und Utrecht) ist das Lebenstempo hektischer als z. B. in kleineren Gemeinden im Osten. Die Kontakte sind oberflächlicher, was man ganz klar spürt im Geschäft.

Im Grenzbereich mit Deutschland sind die Holländer erfahren im Umgang mit ihren Nachbarn. Im Allgemeinen „kennt“ man da die Deutschen, ihre Umgangsregeln und Gewohnheiten besser, was den geschäftlichen Umgang wesentlich erleichtern kann.

Natürlich gibt es in der Geschäftskultur auch Branchenunterschiede: Die Kultur in einem Transportunternehmen ist zum Beispiel lockerer und hat flachere Strukturen als ein Finanzunternehmen. Dagegen ist die Etikette bei einer üblichen Werbeagentur lockerer als bei einem Transportunternehmen.

Was berichten Ihnen niederländische Unternehmen von Geschäftskontakten mit deutschen Unternehmen? Wie klappt es mit der Kommunikation?

Leider unterschätzen viele Geschäftsleute die Kulturunterschiede. Wenn sich jede Seite mit den Unterschieden auseinandersetzen würde, würde sich dies sicher zum Vorteil für alle Beteiligten entwickeln. Ich weiß beispielsweise, dass in einer niederländischen Tochterfirma eines deutschen Transportunternehmens ein schlechtes Klima herrscht, weil einer der deutschen Manager nur die höhere Hierarchie-Ebene grüßt. Dies passt einfach nicht zu der niederländischen Kultur der Gleichheit.

Im Zusammenhang mit den jüngsten Wahlen in den Niederlanden wurden die Niederländer als „Meister der Kompromisse“ bezeichnet. Gilt dies auch im Geschäftsleben?

Ja, auf jeden Fall. Bei Entscheidungen in Unternehmen dürfen viele Arbeitnehmer unterschiedlicher Hierarchien mitreden. Erst wenn Jeder sein Mitspracherecht ausgeübt hat, wird die Entscheidung getroffen, mit der (fast) Jeder einverstanden ist.

Wie sollte ein deutsches Unternehmen damit umgehen?

Das deutsche Unternehmen sollte nicht versuchen, Sachen im Voraus zu bestimmen, sondern dem niederländischen Partner das Gefühl geben, dass es Raum gibt für Dialog und Kompromisse. Beispielsweise wäre es gut, wenn der deutsche Unternehmer, der seinen niederländischen Partner zu einem Gespräch einlädt, nicht gleich mit einer fertigen Tagesordnung konfrontiert, sondern er sollte ihn im Vorfeld fragen, was er davon halte, sich zu diesem oder jenem Punkt auszutauschen. Hierdurch erhält der niederländische Geschäftsmann das Gefühl, beteiligt und gefragt zu werden und dass seine Meinung für wichtig gehalten wird. Ansonsten würde bei ihm schnell das Vorurteil bestätigt, der Geschäftsmann aus dem großen Deutschland wolle über den kleineren Nachbarn Niederlande bestimmen.

Wenn es zur Zusammenarbeit zwischen deutschen und niederländischen Unternehmen kommt. Was können dann noch für Stolpersteine übersehen werden?

Das deutsche Unternehmen sollte nicht versuchen eine hundertprozentige Kopie vom deutschen Modell zu erschaffen. Der niederländische Mitarbeiter kommt am besten in seiner eigenen Arbeitskultur und einer relativ flachen Organisationsstruktur zurecht.

Auch besteht beispielsweise in den Niederlanden eine Kultur der offenen Tür ganz im Gegensatz zu vielen

abgeschotteten Chefetagen in deutschen Unternehmen. Ferner möchten die Niederländer, dass eine gleichberechtigte Beziehung zwischen den Partnern besteht und nicht das Gefühl haben, dass sie nur „Befehle“ empfangen von der „großen deutschen Mutter“.

Celine Schouten-Schlie ist Dozentin an der Universität Twente sowie Dozentin und Koordinatorin Niederländisch am Weiterbildungsinstitut der Westfälischen-Wilhelmsuniversität Münster und gibt freiberuflich Kurse zur grenzüberschreitenden Kommunikation zwischen Deutschland und den Niederlanden. (schouten.celine@googlemail.com)

Copyright

© Diese Ausarbeitung oder Teile aus ihr dürfen ohne Erlaubnis des EuropaService der Sparkassen-Finanzgruppe nicht reproduziert werden. Zitate sind mit Nennung der Quelle gestattet. Die Weitergabe durch Institute der Sparkassen-Finanzgruppe an deren Kunden ist frei.

Kontakt:

Fragen zu diesem Thema beantwortet Ihnen gern:

Iris Hemker

Telefon 030 20225-5796

Telefax 030 20225-5799

E-Mail europaservice@dsgv.de