

De Hollandse VOC-mentaliteit

“Julie willen even snel een deeltje sluiten”

Enrico Kretschmar wenst elke Nederlander een ervaring met het Duitse Financier toe.



Nederlandse ondernemers hebben hun eigen manier van zakendoen. Onze rituelen, gewoontes en omgangsvormen zijn voor onszelf doodnormaal. Maar hoe ervaren buitenlandse ondernemers die Hollandse manieren?

■ tekst Linda Huijman

■ fotografie Marjole van der Velden

In Duitsland moet je vertrouwen echt verdienen. In Nederland geven opdrachtgevers je veel sneller een kans. Dat is de overtuiging van de uit Duitsland afkomstige Enrico Kretschmar, directeur van Gateway to Germany. Hij adviseert Nederlandse ondernemers die zaken willen doen in Duitsland. Aanvankelijk wilde hij met een andere tak van zijn bedrijf, Gateway to Holland, hetzelfde doen voor Duitse bedrijven die naar Nederland willen, maar dat bedrijf bestaat niet meer. Dat zegt veel over de verschillen tussen de beide landen, zegt Kretschmar. “Met enthousiasme kom je er in Duitsland niet. Daar gaat het echt op basis van kennis en ervaring. Als je in Nederland een enthousiast verhaal hebt en je je gesprekspartner weet te overtuigen, geven ze je graag een kans.”



Inge Moons: "Nederlanders beargumenteren goed en formuleren scherp."

Inge Moons, fotografe en afkomstig uit België, is het met Kretschmar eens. "Als jouw werk potentiële opdrachtgevers bevalt, kun je direct aan de slag. In België zijn de verhoudingen veel hiërarchischer. Ik ben nu al twee maanden met een redactie daar aan het praten: ik kom langs, laat mijn werk zien, dan moeten ze er onderling nog eens over praten en na enige tijd kom je uiteindelijk tot een opdracht. In Nederland geven ze je sneller een kans. Als je werk ze bevalt, mag je terugkomen." Ook in Duitsland heerst er een duidelijke hiërarchie en weet iedereen wie de beslissingen neemt. Kretschmar: "In Duitsland heb je geen deal zonder instemming van de baas. In Nederland is iedereen een quasi-CEO. Iedereen wil en mag meepzaten. Een Nederlander denkt na één goed gesprek al dat de buit binnen is.

Een Duitser denkt: de eerste stap ging goed, nog vier te gaan."

De VOC-mentaliteit

Het valt Kretschmar op dat Nederlandse ondernemers die zich in Duitsland willen vestigen, geen duidelijke keuze durven te maken. "Ze willen het er even bij doen. Ik noem dat de VOC-mentaliteit: snel heen en weer om je handel te halen. Dat werkt in Duitsland niet. Daar moet je vertrouwen verdienen, je krijgt er geen voorschot op. Dat lukt alleen als je in de gemeenschap vestigt."

Samir Hodzic is van Bosnische afkomst en is eigenaar van evenementenbureau NTW Productions. Ook hij beklamt die typisch Nederlandse manier van snel zakendoen. "Ik houd er niet van. Voor mij staat altijd de lange termijn voorop. Snel

Inge Moons

"In Nederland geven opdrachtgevers je sneller een kans"

een goede deal scoren, dat doe ik niet. Het draait in relaties om vertrouwen. Ik neem liever genoegen met iets minder winst als er een deal mogelijk is waar beide partijen beter van worden. Je groeit iets minder hard misschien, maar bouwt zo een goede naam op en krijgt ook via mond-tot-mondreclame meer klanten. Snel geld verdienen ten koste van een ander, dat is niet mijn stijl. Ik merk dat dit me hier nog wel eens opbreekt. Dan duurt het Nederlanders te lang." Hodzic heeft de Nederlandse mentaliteit in de loop der jaren zien veranderen. Hij woont al lang in Nederland. Tijdens de Balkanoorlog vluchtte hij met zijn familie uit Bosnië. "Toen ik net in Nederland was, werkte mijn Bosnische afkomst in mijn voordeel. De oorlog zat nog vers in ieders geheugen en er was veel belangstelling voor mijn verhalen. De laatste jaren raakte de oorlog echter steeds meer op de achtergrond. Nu moet ik me als allochtoon steeds meer bewijzen, altijd mijn beste beentje voorzetten. Het voelt alsof ik tegenwoordig beter en harder moet presteren dan de gemiddelde Nederlander om dezelfde acceptatie te bereiken."

Das ist schlecht

Waar Hodzic zich door de jaren heen steeds meer moet bewijzen, heeft Moons de afgelopen jaren geleerd om direct haar woorden klaar te hebben. "Nederlanders zijn direct. Ze beargumenteren goed en formuleren scherp. Daar heb ik soms nog moeite mee. Enerzijds is het wel prettig, want je weet waar je aan toe bent, anderzijds komt het soms wel heel hard over. Na vijf jaar in Nederland kan ik daar nog steeds van schrikken. Belgen zijn bescheidener, rustiger."

Samir Hodzic houdt niet van die typisch Nederlandse manier van snel zakendoen.



Die directheid valt Kretschmar juist erg mee. "Ik vind Duitsers veel directer. Als wij kritiek hebben op het werk dat iemand levert, dan kunnen we dat rechtstreeks zeggen. In Nederland vat iedereen dat meteen als een persoonlijke aanval op. Tegen een Duitser zeg je gewoon: 'Das ist schlecht'. Je kunt zakelijk hard zijn zonder iemand persoonlijk te kwetsen. Dat vind ik prettig. Bij Nederlanders moet je het allemaal goed inkleden en zachter brengen."

Ambtelijke molen

In tegenstelling tot het gemopper van veel Nederlanders op allerlei instituten, regels en formaliteiten, zijn de ervaringen van de buitenlandse ondernemers hiermee juist positief. Kretschmar wenst zelfs iedereen die durft te klagen over de Nederlandse Belastingdienst een ervaring met het Duitse Finanzamt toe. "Voor iedere kleinigheid moet je daar stapels papieren invullen. Alle details moeten kloppen en pas als dat het geval is, komen ze over de

Samir Hodzic

"Ik moet me als allochtoon steeds meer bewijzen"

brug. Dat is ook een belangrijk cultureel verschil. Nederlanders zetten hun plannen graag alleen in hoofdlijnen op papier, de details komen later wel. Bij Duitsers moet alles kloppen voordat ze er maar over denken om te beginnen."

Moons: "Er zijn veel regels en voorschriften, maar er is ook heel goede voorlichting. Met hulp van bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel kom je er wel uit. Je weet waar je moet zijn." Met de banken zijn haar ervaringen een stuk minder positief. Het lukte haar aanvankelijk niet om een zakelijke rekening te openen. "Ik werd heel achterdochtig benaderd. Daar stond ik erg van te kijken. De Rabobank was de enige uitzondering." ■