

Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden



International

www.mittlerer-niederrhein.ihk.de



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein



INHALT

1	EINLEITUNG	4
2	DIE NIEDERLANDE – VERGANGENHEIT UND GEGENWART	6
	Was die Niederlande geprägt hat	7
	Die Niederlande heute	14
3	NIEDERLÄNDER UND DEUTSCHE – WAS SIE VEREINT UND WAS SIE UNTERSCHIEDET	20
	Kulturstandards in der Gesellschaft	21
	Kulturstandards im Geschäftsleben	28
4	TIPPS FÜR DEN GESCHÄFTLICHEN UMGANG MIT NIEDERLÄNDERN	32
5	WIE TICKT DER ANDERE?	42
	Interviews mit Birgit Porten, alpi Krawattenmode GmbH, und Hay Hutjens, Prowise B.V.	42 44
6	WEBSITEGESTALTUNG: WAS IST AUS KULTURELLER SICHT ZU BEACHTEN?	46
7	QUIZ: WIE WAR DAS NOCH MAL?	50
8	GLOSSAR: EIN PAAR BROCKEN NIEDERLÄNDISCH	52
9	IMPRESSUM	59



EINLEITUNG

Die Erasmusbrücke vor der Rotterdamer Skyline.

„MOET KUNNEN“ ...

... ist eine in den Niederlanden beliebte Floskel. Übersetzt bedeutet sie so viel wie „Es wird schon gut gehen“ oder „Es muss möglich sein“. Die Niederländer scheuen das Ungewisse nicht und sind davon überzeugt, dass sich die Zukunft sowieso nicht bis ins letzte Detail planen lässt. Sie schätzen Flexibilität und eine von Regeln möglichst unbeschränkte individuelle Freiheit. Die Deutschen hingegen sind bemüht, den Gang der Dinge zu steuern und den Eintritt unliebsamer Ereignisse durch sorgfältige Planung möglichst auszuschließen.

Trotz unmittelbarer Nachbarschaft zeigen Niederländer Denk- und Verhaltensmuster, die sich von denen ihrer deutschen Nachbarn unterscheiden. Darauf muss man sich einstellen, wenn man im niederländischen Markt Geschäfte machen will. Das macht es erforderlich, dass man die Werte und Gepflogenheiten des Anderen kennt. Sonst sind Missverständnisse vorprogrammiert – und damit das Scheitern grenzüberschreitender Geschäftsbeziehungen.

Mit dem Praxisratgeber „Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden“ unterstützt die IHK Mittlerer Niederrhein Unternehmensvertreter bei der Vorbereitung auf geschäftliche Termine in den Niederlanden. Ziel ist es, zu sensibilisieren, einen Überblick zu verschaffen und mit Wissen und Tipps weiterzuhelfen. Im Fokus der Publikation stehen zunächst historische Entwicklungen und aktuelle Trends, die die niederländische Gesellschaft geprägt haben bzw. heute kennzeichnen. Danach macht sie anhand sogenannter Kulturstandards Unterschiede, aber auch Gemeinsamkeiten zwischen Niederländern und Deutschen sichtbar. Schließlich vermittelt sie auf typische Geschäftssituationen gemünzte Verhaltensempfehlungen und Hinweise.

Autorin des Praxisratgebers ist die Deutsche Nina Krockow, die seit 1997 in den Niederlanden lebt und arbeitet. Die Sprachwissenschaftlerin und heute selbständige Beraterin für u.a. interkulturelle Kompetenz arbeitete zuvor 15 Jahre für niederländische Unternehmen auf dem deutschen Markt.



DIE NIEDERLANDE – VERGANGENHEIT UND GEGENWART

WAS DIE NIEDERLANDE GEPRÄGT HAT

Goldenes Zeitalter – von der Welthandels- und Kolonialmacht zum Kleinstaat

Wer sich in die niederländische Geschichte vertieft, stößt unvermeidlich auf das goldene Zeitalter der Niederlande im 17. Jahrhundert. Dieser Wirtschaftsaufschwung setzte bereits in der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts ein und wurde durch den niederländischen Schiffsbau angetrieben. Die zentrale Lage an der Nordsee und an den damals wichtigen Wasserwegen führte vor allem in den Regionen um Amsterdam im Lauf der folgenden Jahrzehnte zur Entwicklung einer seetauglichen Schiffsflotte – größer als die Flotten Englands, Frankreichs und Spaniens zur selben Zeit zusammen.

1602 gründete sich die Handelsgesellschaft Vereinigte Ostindische Kompanie (VOC), die zur führenden see-fahrenden Handelsmacht wurde. Der internationale Handel mit Gewürzen, Grundnahrungsmitteln und Luxusgütern aus asiatischen Ländern florierte. Es entstand ein Handelsnetzwerk, das über Jahrzehnte hinweg große Umsätze für das Land erzielte. 1621 entstand die Schwestergesellschaft Westindische Kompanie (WIC), die weitere Handelsrouten über die westlichen Meere erschließen sollte. Ziele waren vor allem die Ostküste des nord- und südamerikanischen Kontinents sowie die Westküste Afrikas. Für die Entwicklung der internationalen Seehandelsrouten wurden strategische Handelsposten und Umschlagplätze in verschiedenen Ländern eingerichtet, die durch die niederländische Kriegsflotte vor den konkurrierenden Spaniern und Portugiesen geschützt werden mussten.

Die Niederlande entwickelten sich zeitgleich zu einer Kolonialmacht, die bis ins 21. Jahrhundert ihre Spuren

hinterlassen hat. In der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts beispielsweise wurden in Asien die Stadt Batavia (Jakarta in Indonesien), das Fort Zeelandia (gelegen im heutigen Tainan in Taiwan), Decima (Dejima, eine künstliche Insel im Hafen von Nagasaki in Japan), Malakka (eine Malaiische Halbinsel) und Colombo (Hauptstadt Sri Lankas) erobert. Darüber hinaus wurde die wichtige Zwischenstation Kapstadt (Südafrika) gegründet. Die WIC lief unter anderem Neu-Amsterdam (New York), die Insel Curaçao vor der Küste Venezuelas, Surinam an der Nordostküste Südamerikas und Recife in Brasilien an.

Zur gleichen Zeit herrschte der 80-jährige Unabhängigkeitskrieg der niederländischen Provinzen gegen Spanien. Der Krieg konnte 1648 durch die Unterzeichnung des Westfälischen Friedens in Münster beendet werden. Die internationale Anerkennung der Republik der Vereinigten Niederlande aus sieben Provinzen wurde erstmals offiziell. Zwischen 1650 und 1672 erreichte die neue niederländische Republik ihren wirtschaftlichen Höhepunkt.

Das Wirtschaftswachstum wäre ohne die Zuwanderung von Fachkräften unterschiedlicher Herkunft nicht möglich gewesen. Zu den Einwanderern gehörten auch viele Deutsche, die sich aus wirtschaftlichen Gründen eine Existenz zu erarbeiten suchten. Der Aufstieg der niederländischen Wirtschaftsmacht läutete demnach zugleich eine gesellschaftliche und kulturelle Verflechtung zwischen Niederländern und Migranten ein. Die Schätzungen, wie hoch der ausländische Bevölkerungsanteil in dieser Zeit war, gehen auseinander. Sie liegen jedoch global zwischen fünf und acht Prozent.

Ende des 17. Jahrhunderts sank der niederländische Einfluss auf die Weltwirtschaft und es trat eine Stag-

nation ein. England übernahm die Vorherrschaft auf den internationalen Gewässern. Auch Frankreich konnte seine Machtposition erheblich ausbauen. Bereits in dieser Periode gingen einige Kolonien unter der Verwaltung der WIC an die Briten und Portugiesen verloren. Hinzu kam, dass die Kriegsführung gegen Frankreich und Spanien um die Jahrhundertwende eine Schwächung der niederländischen Wirtschaft zur Folge hatte. Im Kampf gegen die aufkommenden Großmächte entwickelte sich die einstige Welthandelsmacht zum Kleinstaat zurück – mit einigen noch wirtschaftsstarke Kolonien im 18. Jahrhundert.

Das Agieren als Welthandels- und Kolonialmacht, der Zusammenschluss der sieben selbstständigen Provinzen zur Republik und die Zuwanderung förderten Internationalität, Vielfalt und Handelsgeist, die die Mentalität der Niederländer nachhaltig prägten. Die pragmatische Einstellung zur Zusammenarbeit im gemeinschaftlichen Interesse, wie sie in der Befreiung von der spanischen Besatzung, im Ausbau des wirtschaftlichen Aufschwungs mithilfe von Fremdarbeitern sowie in der Kompromissfindung zwischen lokaler Selbstständigkeit und nationaler Neuorientierung zum Ausdruck kommt, tragen auch heute noch ihre Früchte.

Föderale Republik, Monarchie und „Versäulung“ – Einheit trotz Diversität

Die Niederlande sind ein Vorbild für die Koexistenz verschiedener Interessen und Lebensstile innerhalb einer Gesellschaft. Der Pluralismus beherrschte das Volk seit dem losen Zusammenschluss von Städten und Provinzen 1550, über die Entstehung der Republik der Vereinigten Niederlande 1588, der offiziellen Trennung von den südlichen Provinzen (Gebiete des heuti-

gen Belgien und Luxemburg) 1648, der Einführung der Monarchie bis hin zur sozialen Segmentierung der Gesellschaft im 20. Jahrhundert.

Die Republik der Vereinigten Niederlande konsolidierte sich von 1648 bis zum Einmarsch französischer Truppen im Jahre 1795 unter mehreren, zeitweilig keinem und letztlich einem von den Provinzen gewählten Statthalter. Machtausübung und Gesetzgebung, mit bürgerlichem Mitspracherecht, unterlagen der Verwaltung der jeweiligen Provinzen. Es gab unterschiedliche Zeitrechnungen, Münzen und Maßeinheiten innerhalb der Republik. Konflikte mussten kompromissbereit gelöst werden, denn Konsensfindung war aufgrund der Bedrohung von außen weitaus wichtiger, als die eigene Autonomie. Ein Einheitsstaat im politischen Sinne kam unter diesen Umständen jedoch nicht zustande.

Erst unter der französischen Herrschaft Napoleons ab 1795 erhielt die Republik 1798 eine Verfassung, in der das Volk souverän war und Gleichheit geschaffen werden sollte. Die Einwohner wurden Staatsbürger und die Republik sollte zu einem zentralistischen Staat gemacht werden, was aber letztlich misslang. Schließlich rief Napoleon 1806 das Königreich Holland ins Leben, fügte der Republik die südlichen Provinzen wieder hinzu und setzte seinen Bruder Ludwig Napoleon als König ein. Das sollte er jedoch 1810 wieder ändern, als er das selbst ernannte Königreich wieder seinem französischen Kaiserreich anschloss. 1813 verlor Napoleon seine Macht und zwei Jahre später bestieg Wilhelm I. aus dem Hause Oranien den freien niederländischen Thron.

Wilhelm I. war der Sohn des letzten Statthalters der Republik der Vereinigten Niederlande, Wilhelm V. Als König wollte er eine nationale Einheit unter den Spiel-

regeln der Monarchie gestalten. Er scheiterte jedoch unter anderem an der Mehrsprachigkeit des Volkes und den unterschiedlichen kirchlichen Strömungen im Land. Sein unter anderem autoritäres preußisch geprägtes Auftreten sorgte 1830 letztendlich für die Zweiteilung des Vereinigten Königreichs in das Königreich Belgien und das Königreich der Niederlande.

Thronfolger Wilhelm II. wurde, wie zuvor sein Vater, am Preußischen Hof ausgebildet, galt jedoch hinsichtlich seiner Zielvorstellungen und seines Handelns als labil. So stimmte er 1848 einer Verfassungsreform des Liberalen Johan Rudolf Thorbecke zu. Mit ihr ließ er willentlich zu, dass die Macht vom König auf das Parlament übertragen wurde. Damit wurde die Regierungsmacht des niederländischen Königshauses auf eine geringfügige politische Einflussnahme reduziert und das Parlament erhielt die volle Regierungsverantwortlichkeit.

Diese historische Tat begründet bis heute die Funktion der Monarchie. Vermittlung, Repräsentation und Beratung sind Kernaufgaben des Königshauses und seiner Mitglieder, nicht etwa die politische Führung des Landes. Es ist vor allem den Königinnen des 19. und 20. Jahrhunderts – Wilhelmina, Juliana und Beatrix – zu verdanken, dass durch ihre Volksnähe, Offenheit und ihr Engagement für die Bevölkerung aus der Monarchie ein geliebtes und akzeptiertes Königshaus wurde.

Ein weiteres für die Niederlande prägendes Phänomen in der Geschichte des Landes ist die sogenannte „Versäulung“ der Gesellschaft, die Ende des 19. Jahrhunderts einsetzte. Sie beschreibt die vertikale Teilung der Gesellschaft in vier Gruppen (Säulen), deren Mitglieder sich gemäß ihrer Weltanschauung entweder als



Nicht nur in Amsterdam feiern die Niederländer alljährlich am 27. April den Koningsdag, den Geburtstag von König Willem-Alexander.

„Protestanten“, „Katholiken“, „Liberale“ oder „Sozialisten“ betrachteten. Diese Einordnung und Abgrenzung brachten jeweils eigene moralische Regeln, Traditionen und Organisationen hervor. Die Versäulung etablierte sich vor allem im Schulwesen und in der politischen Parteienbildung. Trotz dieser Zersplitterung gelang es den pragmatisch denkenden Eliten der vier Säulen, gemeinsam politische Entscheidungen zu treffen, die sowohl die Einheit des Staates als auch die Interessen der Säulen und ihrer Mitglieder im Blick hatten. Die Versäulung blieb bis in die 1960er-Jahre bestehen. Ihre Auswirkungen sind auch heute noch zu erkennen.

Der Zusammenhalt der niederländischen Bevölkerung trotz unterschiedlicher Lebensanschauungen, politischer und religiöser Gesinnungen und Einstellung zur Monarchie basiert auf dem Wunsch nach Gleichwertigkeit im Sinne des liberalen Miteinanders. Die vom niederländischen Staat formulierten Kernwerte „Freiheit“, „Gleichwertigkeit“ (Ebenbürtigkeit) und „Solidarität“ stiften ein Einheitsgefühl, das auch vom Königshaus unterstützt wird. Dies schätzen die Niederländer und demonstrieren ihre Verbundenheit mit der Königsfamilie, wenn sie sich zu besonderen Anlässen in der Farbe Orange ihres Königshauses kleiden.

Fremdherrschaft und Befreiung – Elemente des nationalen Selbstverständnisses

Die Niederlande fielen als kleine Republik über die Jahrhunderte hinweg immer wieder in die Hände fremder Mächte, die im Land vielerorts noch erkennbare Spuren hinterlassen haben. Nichts hat sich jedoch so sehr in die niederländische Gesellschaft eingepreßt, wie die Besatzungszeit der Deutschen während des Zweiten Weltkriegs. Die Besetzung der Niederlande von 1940 bis 1945 ging vor allem ab 1942 mit der Ausbeutung der niederländischen Landwirtschaft und Wirtschaft einher. Hinzu kam die Unterdrückung ihrer 8,8 Millionen Einwohner, von denen viele Zwangsarbeit für das Deutsche Reich leisten mussten. Rund 1,2 Prozent der Bevölkerung wurden deportiert.

Dass die Deutsche Wehrmacht am 10. Mai 1940 in die Benelux-Länder einfiel, war für die Niederländer ein regelrechter Schock. Im Ersten Weltkrieg wurde die Neutralität des Niederländischen Königreiches noch berücksichtigt und man ging davon aus, dass das Land

auch im Zweiten Weltkrieg verschont bleiben würde. Je schlimmer die Unterdrückungsmaßnahmen im Kriegsverlauf wurden, desto größer wurde der Widerstand, auch wenn sich die Mehrheit der Bevölkerung den Umständen entsprechend anpasste. Der Widerstand äußerte sich nicht so sehr in gewalttätigen Auseinandersetzungen, sondern vielmehr darin, dass die etwa 350.000 im Land untergetauchten Menschen unterstützt und geschützt wurden. Unter ihnen befanden sich auch rund 25.000 Juden niederländischer und anderer Herkunft.

Die Befreiung der Niederlande durch die Alliierten Truppen verlief in den Jahren 1944 bis 1945 erfolgreich, aber auch dramatisch. Ab 1944 zog sich die Frontlinie quer durch das Land. Sie teilte die Niederlande in eine kleinere befreite Region im Süden und in den größeren weiterhin besetzten nördlichen Teil. Ein Zugstreik im September 1944, zu dem die niederländische Regierung aus dem Exil aufrief, hatte zur Konsequenz, dass Lebensmittel- sowie Kohletransporte in den Westen des Landes durch die Deutschen blockiert wurden. Die Folge war eine Hungerkatastrophe, die von einem sehr extremen Winter begleitet wurde und etwa 20.000 Hungertote im Angesicht der nahenden Befreiung forderte. Menschen aus den Städten gingen täglich kilometerweit (Hungermärsche), um durch Tauschgeschäfte mit Bauern auf dem Land an Nahrung zu gelangen – und riskierten dabei ihr Leben. Dieser von den Niederländern „Hungerwinter“ genannte Zeitraum 1944/1945 ging in die Geschichte des Landes ein.

Vor allem die Grenzgebiete rund um Nimwegen und der deutsche Niederrhein waren im letzten Kriegswinter monatelangen Kampfhandlungen ausgesetzt. Die Region war länger als ein halbes Jahr Frontzone, von der aus letztendlich der entscheidende Durchstoß der

Alliierten zum Ruhrgebiet und von dort aus nach Berlin gelang.

In den folgenden Jahrzehnten herrschte eine allgemeine tiefe Abneigung gegen die Deutschen und große Sympathie für die Befreier. Von 1945 bis 1990 wurde der Befreiung von der deutschen Besatzung durch die Alliierten im Fünf-Jahres-Rhythmus gedacht. Im Jahre 1990 wurde der Befreiungstag zum nationalen Feiertag erklärt und wird jährlich am 5. Mai gefeiert.

Jedes Jahr übernimmt dabei eine andere Provinz die Organisation verschiedener offizieller Aktivitäten und Festakte. Der Ministerpräsident der Niederlande zündet traditionell das Befreiungsfeuer an und läutet damit die landesweiten Feierlichkeiten ein. Seit den 1980er-Jahren haben sich zahlreiche Befreiungsfestivals in verschiedenen Städten etabliert und bilden zusammen den größten Musikevent der Niederlande. Das „Nationale Komitee 4. und 5. Mai“ finanziert diese Feiern und ernennt jedes Jahr Musiker und Personen aus der niederländischen Musikszene, die als Botschafter zum gemeinsamen Gedenken aufrufen. Neben der Befreiung von den Deutschen gedenken die Niederländer am 4. Mai um 20 Uhr aller niederländischen Opfer des Zweiten Weltkriegs sowie der Toten nach Konflikten und Friedensmissionen in der Folge.

Seit einigen Jahren wird der Ruf nach Veränderung des traditionellen Befreiungsfests immer lauter. Nicht mehr das nationale Gedenken an die Gräueltaten des Zweiten Weltkrieges, sondern die Erinnerung an Frieden und Freiheit soll den Feiertag bestimmen. Auch hat sich in den vergangenen Jahren die anti-deutsche Stimmung gelegt und der Wunsch nach freundschaftlicher Beziehung mit dem Nachbarn ist in der niederländischen Bevölkerung gewachsen.

Poldermodell – Strategie einer Kompromissgesellschaft

Die Niederlande sind das weltweit führende Wasserbauland. Ein Großteil des Landes liegt unter dem Meeresspiegel. Der niedrigste Punkt der Niederlande liegt übrigens 6,76 Meter unter dem Meeresspiegel. Es gibt Landstriche, die bereits im Mittelalter gewonnen wurden. Die Landgewinnung wird „polderen“ genannt und die gewonnenen Regionen heißen „Polder“. Trockenlegung und Trockenhaltung eines Polders kann jedoch nur mit vereinten Kräften der im Landstrich lebenden Menschen erfolgen, unabhängig von ihrem Rang oder ihren Individualinteressen.

Das im Jahr 1982 vereinbarte Abkommen von Wassenaar zielte im übertragenen Sinne auf Landgewinnung durch Kooperation in Zeiten wirtschaftlicher Rezession ab. Dieses sogenannte Poldermodell, das zu einer Veränderung in der Wirtschafts- und Sozialpolitik in den Niederlanden führte, sollte dazu beitragen, die großen Arbeitsmarktprobleme der 1980er-Jahre durch eine organisierte Zusammenarbeit aller beteiligten Parteien (Regierung und Vertreter der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite) im Konsens zu lösen. Diese Zusammenarbeit führte zu einem kleinen Wirtschaftswunder und das Poldermodell erhielt schnell internationales Ansehen.

Die Komplexität der niederländischen Gesellschaft („Versäulung“), das föderale staatliche System in den Jahrhunderten zuvor sowie der gemeinsame Kampf gegen das Wasser erforderten schon immer Kompromissbereitschaft. In diesem Sinne war das Poldermodell eine Fortsetzung und Integration der Konsensstrategie in der Arbeitsmarktpolitik. Durch die vereinbarten Lohnabsprachen und die Verabschiedung



Bis heute ist die Konsensfindung für die Niederländer ein erstrebenswertes Ziel.

einer Mäßigung und Vereinheitlichung der Lohnentwicklung konnte die zweithöchste Arbeitslosigkeit (bis zu 10,2 Prozent in den Jahren 1983/1984) der niederländischen Geschichte bekämpft und die Wirtschaft wieder wettbewerbsfähig gemacht werden.

Die Arbeitslosenzahlen sanken bis zur Jahrtausendwende unter die Vier-Prozent-Marke und es gab wieder mehr Arbeitsplätze.

In den 1990er-Jahren setzte der Trend zur Teilzeitarbeit ein; eine gemeinschaftliche Maßnahme mit dem Ziel, Frauen den Wiedereinstieg in das Berufsleben neben der Familie zu ermöglichen. Zudem wurde Job-Hopping populär, d. h. das häufige Wechseln der Arbeitsstelle, eine moderne Form der persönlichen Einkommensverbesserung, die eine bleibende Be-

triebszugehörigkeit aufgrund der geltenden minimalen Lohnsteigerungen nicht bieten konnte.

Der Begriff des „polderen“ ist noch heute verbreitet, sowohl in der Politik als auch in der Wirtschaft und Betriebsführung und steht im Wesentlichen für eine Kompromissfindung zwischen verschiedenen Parteien. In den Augen vieler Niederländer artet der Entscheidungsfindungsprozess jedoch vielerorts so aus, dass wichtige Entwicklungen zu lange aufgeschoben, bzw. keine Entscheidungen getroffen werden.

Trotzdem sind die Begriffe Konsens und Kompromiss für Niederländer auch heute äußerst positiv behaftet und gelten seit Jahrhunderten als erstrebenswertes Ziel. Auch wenn nicht feststeht, ob sich das Poldermodell als nachhaltig bewiesen hat oder nicht, so gilt doch anzuerkennen, dass die niederländische Gesellschaft in der Lage ist, sich auf allen Ebenen zusammenzufinden, um Kompromisslösungen zum Zwecke des Allgemeinwohls zu erarbeiten.

KURZ UND BÜNDIG

DIE GESCHICHTE DER NIEDERLANDE UND IHRE BEDEUTUNG

Die Niederländer waren einst eine führende seefahrende Handelsmacht. Im 17. Jahrhundert bescherte das internationale Geschäft mit Gewürzen und Luxusgütern dem Land einen großen wirtschaftlichen Aufschwung. Es entwickelte sich zu einer Kolonialmacht, während im Inland der Aufschwung mithilfe von Fachkräften aus dem Ausland gestemmt wurde. Ihre kulturelle Integrationsfähigkeit und internationale Orientierung, ihr großer Handelsgeist und ihre Anpassungsfähigkeit sind heute noch Eigenschaften der Niederländer, die auf diese Zeit zurückzuführen sind.

Lange Zeit waren die Niederlande ein loser Zusammenschluss von Städten und Provinzen. Die friedliche Koexistenz unterschiedlicher Interessen und Lebensstile änderte sich auch nicht durch die Entstehung der Republik und die Einführung der Monarchie. Etwa vom Ende des 19. Jahrhunderts bis in die 1960er-Jahre war die Bevölkerung in vier soziopolitische Weltanschauungen geteilt: protestantisch, katholisch, sozial oder liberal. Jede Gruppe hatte eigene Moralvorstellungen und Traditionen. Um da ein friedliches Miteinander und einen Zusammenhalt in der Bevölkerung zu schaffen, brauchte es ein gewisses Maß an Toleranz, Solidaritätsgefühl, Pragmatismus und Kompromissbereitschaft – noch heute typische Eigenschaften der Niederländer.

Was das Land seit über 100 Jahren vereint, ist die Liebe zum Königshaus. Unter König Wilhelm I. wurde das Land geteilt – in die Königreiche Belgien und Niederlande. Unter seinem Sohn, einige Jahre später, wurde die Regierungsverantwortung vom Königshaus auf das Parlament übertragen. Noch heute hat das Königshaus eher eine repräsentative Aufgabe und wird als solches von den Niederländern anerkannt.

Ihre Kooperationsbereitschaft haben sich die Niederländer über Jahre angeeignet. In den 1980er-Jahren haben sie durch gemeinsame Absprachen zwischen Politik, Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite ein kleines Wirtschaftswunder vollbracht. Das über die Grenzen hinaus bekannt gewordene Poldermodell regelte die verworrene Lohnpolitik und sorgte für ein drastisches Sinken der Arbeitslosenzahlen. Bis heute ist die Konsensfindung für die Niederländer ein erstrebenswertes Ziel.

DIE NIEDERLANDE HEUTE

Die Niederländer sind stolz auf ihr Land und ihre Geschichte. Sie haben ein ausgeprägtes gesundes Selbstbewusstsein. Durch die Erarbeitung ihrer wichtigen Position u. a. als Logistikknotenpunkt des internationalen Warenverkehrs ist ihr Minderwertigkeitsgefühl gegenüber dem großen Nachbarn Deutschland einem bodenständigen Selbstwertgefühl gewichen.

Die bereits geschilderten Charakterzüge der niederländischen Gesellschaft gelten größtenteils heute noch. In den vergangenen Jahren gab es jedoch einige Veränderungen: Die wichtigste ist der Umschwung der Stimmung gegenüber den Deutschen und die Verarbeitung der Geschehnisse des Zweiten Weltkriegs. Die über Jahrzehnte hinweg zu beobachtende deutliche Abgrenzung von allem, was deutsch ist, hat sich in aufrichtiges Interesse und in eine Suche nach Gemeinsamkeiten gewandelt.

Des Weiteren hat das Vertrauen der Niederländer in die eigene Regierung in den letzten Jahren aufgrund langjähriger Rezession gelitten. Zudem bereitet die steigende Gewaltbereitschaft, die zunehmende Diskriminierung und die sinkende Moral vielen Niederländern Sorgen.

Die Niederländer sind genügsam und glücklich

Seit der Jahrtausendwende erlebte die niederländische Wirtschaft mehrere leichte bis starke Rezessionen. Die Arbeitslosigkeit verdoppelte sich in den Jahren 2000 bis 2014¹ nahezu und einige Insolvenzen traditionsreicher niederländischer Firmen sorgten für großes Aufsehen. Erst seit dem Jahr 2015 hat sich die niederländische Wirtschaft wieder einigermaßen stabilisiert.

Umfragen zeigen aber, dass seit 2008 das Vertrauen der Niederländer in ihre Regierung abnimmt. Man ist der Meinung, dass die Regierung zu viele Zugeständnisse innerhalb der EU macht und den Blick wieder auf die Probleme im eigenen Land richten sollte. Zudem vermissen viele eine Langzeitstrategie und halten die Regierung für nicht tatkräftig genug.

Dennoch sind die Niederlande keine Nation der Streiks und Arbeitsniederlegungen, denn solche Aktionen würden auf eine unerwünschte Polarisierung hinauslaufen. Anstatt die Konfrontation zu suchen, versuchen die meisten Niederländer sich mit der Situation zu arrangieren.

Diese Genügsamkeit zeigt sich auch in der Beurteilung ihrer finanziellen Situation. Der Großteil der Niederländer beurteilt sie als zufriedenstellend, obwohl fast die Hälfte der arbeitenden Bevölkerung der Meinung ist, dass sie zu wenig verdient.

Die hohe Teilzeitbeschäftigung macht zudem den Wunsch nach einem ausgeglichenen Arbeit-Freizeit-Verhältnis deutlich. Fast 40 Prozent der berufstätigen Bevölkerung arbeitet nicht voll. Ein Großteil davon sind Frauen (mehr als die Hälfte aller weiblichen Erwerbstätigen), allerdings arbeitet auch fast jeder fünfte männliche Arbeitnehmer weniger als 30 Wochenstunden.² Möglicherweise zählen auch deshalb die Niederlande weltweit zu den Top-10-Ländern der glücklichsten Menschen (Platz 4 im Jahr 2012/Platz 7 im Jahr 2014).³

Die Niederländer partizipieren und gestalten mit

Eine der wichtigsten gesellschaftspolitischen Entwicklungen der letzten Zeit ist der geplante Umbau des niederländischen Staates vom Versorgungsstaat zu einer sogenannten Beteiligungsgesellschaft. Jeder Niederländer ist dazu aufgerufen, sein Leben und direktes Umfeld mit eigenen Kräften zu gestalten, ohne sich auf die Unterstützung des Staates zu verlassen. Der Begriff der „Participatiesamenleving“ (Partizipationsgesellschaft) wurde im Jahre 2013 in der Thronrede von König Willem-Alexander erstmalig eingeführt.

Erste Schritte in diese Richtung wurden bereits in der Arbeitsmarktpolitik getan. Seit Januar 2015 gilt ein neues Maximum für die Laufzeit der Arbeitslosenhilfe von 38 Monaten. Bis dato waren die Arbeitsjahre ohne Obergrenze ausschlaggebend. Und der Anspruch soll weiter zurückgefahren werden: bis zum Jahr 2019 auf maximal 24 Monate.⁴ Im Ausgleich fördert die Regierung den Start in die Selbstständigkeit aus der Arbeitslosigkeit heraus.

Ein weiterer Aspekt ist die Langzeitpflege. Sie wurde 2015 von der Provinzebene auf die Gemeinden übertragen. Diese sollen auf lokaler Ebene unter anderem dafür Sorge tragen, dass pflegebedürftige Personen so lange wie möglich zuhause selbstständig wohnen können. Im Allgemeinen soll die Pflege zukünftig stärker in den familiären Verantwortungsbereich übertragen werden. 2014 waren es bereits schätzungsweise vier Millionen Niederländer (33 Prozent), die die Pflege eines Familienangehörigen übernommen haben. Davon betreuten rund 600.000 Personen (16 Prozent) ein pflegebedürftiges Familienmitglied mehr als acht Stunden wöchentlich und/oder länger als drei Monate.

Dabei ist zu beachten, dass 83 Prozent dieser Personen außerdem einer geregelten Arbeitsbeschäftigung nachgehen.⁵

Das Solidaritätsgefühl für Minderheiten und Bedürftige ist in der niederländischen Gesellschaft tief verankert und keine neue Entwicklung. Knapp 60 Prozent der Bevölkerung (älter als 15 Jahre) engagiert sich regelmäßig ehrenamtlich in Kirche, Sport, Nachbarschaft, Politik, Kunst, Kultur oder Ausbildung und übernimmt Aufgaben, die die Regierung aus finanziellen Gründen nicht mehr leisten kann.⁶ Das Engagement für die Gemeinschaft macht auch vor der Geldbörse nicht halt. Die Niederländer haben zwar den Ruf, geizig zu sein. Dies gilt aber nicht für ihre Spendenbereitschaft. Knappe 400 Euro pro Haushalt spenden sie jährlich für den guten Zweck.⁷ Im Falle von Naturkatastrophen wird darüber hinaus massiv gespendet. Der Pro-Kopf-Spendenbetrag bei der Tsunami-Katastrophe im Jahr 2004 belief sich zum Beispiel auf 11,25 Euro (Deutschland 6,30 Euro).⁸

In den vergangenen Jahren entstanden zudem viele verschiedene Initiativen in unterschiedlichen Bereichen, so zum Beispiel „Broodfonds“ (System zur finanziellen Unterstützung durch Unternehmer für Unternehmer bei zeitweiliger Arbeitsunfähigkeit), Online-Communities und -Marktplätze für Nachbarschaft und Pflege, Repair Cafés (soziale Treffpunkte und ehrenamtliche Reparaturwerkstätten von Bürgern für Bürger und gegen die Wegwerfgesellschaft) und viele mehr. Man kann sagen, dass die Voraussetzungen für den Umschwung vom Versorgungsstaat hin zu einer Gesellschaft, in der jeder mehr Verantwortung für sich selbst übernehmen soll, grundsätzlich vorhanden sind.

¹ Centraal Bureau voor de Statistiek (2014–2016)

² OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development (Labour Force Statistics 2015)

³ World Happiness Report 2016

⁴ Rijksoverheid

⁵ Sociaal en Cultureel Planbureau / Publicatie: Informele hulp – wie doet er wat? 2015

⁶ Eurobarometer 75.2 (2011)/durchgeführt von TNS Opinion Et Social im Auftrag des Europäischen Parlaments

⁷ Centraal Bureau voor de Statistiek 2015

⁸ International Committee on Fundraising Organizations



Die Niederländer sind generationenübergreifend bestens mit den modernen Medien vertraut.

Die Niederländer sind offen für Neues, innovativ und hoch ausgebildet

Die Niederländer gehen mit der Zeit und sind selbstverständlich im Internet aktiv. Bereits seit vielen Jahren ist dieses kleine Land an der europäischen Spitze in Sachen Internetanschlüsse von Privathaushalten. Zudem weist es die höchste Internetnutzungsrate auf. Derzeit besitzen 96 Prozent aller niederländischen Haushalte einen Internetzugang.⁹ Neun von zehn Personen und sogar drei Viertel aller Senioren im Alter von 65 bis 75 Jahren surfen täglich im Netz.¹⁰ Die Deutschen sind auf diesem Gebiet nicht so aktiv. 2015 nutzten 77,6 Prozent der Bevölkerung das Internet. In der Generation 60+ sind es 48 Prozent, die im Netz aktiv sind.¹¹ Über zehn Millionen Niederländer (von insgesamt 17 Millionen Einwohnern) kaufen ab und zu bis regelmäßig Produkte im Internet. Dabei geht es größtenteils um Kleidung sowie Reisen und Eintritts-

karten aller Art. Das Thema Datenschutz spielt bei den niederländischen Verbrauchern eine eher untergeordnete Rolle und die Nutzung von EC- und Kreditkarte, Paypal und anderen Online-Zahlungsmethoden ist bei Internetschöpfen gang und gäbe. Mehr als ein Viertel aller Internetschopper kauft übrigens auch Produkte von Internetanbietern aus anderen EU Ländern.¹²

Die Niederlande werden zum Zwecke der Weiterentwicklung von Innovationen gerne als Testland eingesetzt. Aufgrund des hohen Anteils an Internetschöpfen haben beispielsweise MasterCard und International Card Services dort 2015 Testläufe zum Einsatz modernster biometrischer Technologien im Zahlungsverkehr gemacht. Die Online-Einkäufe können damit per Fingerabdruck oder Gesichtserkennung bezahlt werden.

Auch für andere Innovationen haben die Niederlande bereits als „Testlabor“ hergehaltem. So wählten die deutschen Autohersteller Daimler und BMW die Niederlande für Tests mit selbstfahrenden Kraftfahrzeugen aus. Amerikanische Hersteller testen gerne Konsumprodukte zunächst in den Niederlanden, bevor sie das Produkt in anderen europäischen Ländern auf den Markt bringen. Apps oder der Amazon-Lieferservice



Die Niederlande gelten als „Testlabor“ für Zukunftsentwicklungen.

per Drohne werden ebenfalls dort ausprobiert. Sogar das niederländische Kabinett setzt sich seit einigen Jahren verstärkt dafür ein, das Land als Testland, aber auch als Innovationsland weiter voranzutreiben.

Die Niederlande begrüßen den modernen Fortschritt und sind zugleich Keimzelle für Innovationen z.B. in den Sektoren Agrarwirtschaft, Food, Wasser, Lifesciences und Gesundheit, Chemie, Hightech, Energie, Logistik sowie Kultur- und Kreativwirtschaft.¹³ Im internationalen Vergleich rangieren sie in Sachen Wettbewerbsfähigkeit direkt hinter Deutschland auf dem 5. Platz. Auf dem Gebiet der Innovationskraft der Wirtschaft erzielten sie im Jahre 2015/2016 Platz 6 im globalen Vergleich, Deutschland Platz 3.¹⁴ Knapp 30 Prozent der Niederländer zwischen 15 und 75 Jahren verfügen über einen Hochschulabschluss (Deutschland: 23,7 Prozent), 46 Prozent sind es sogar bei den 30 bis 35 Jährigen (Deutschland: 32,2 Prozent).¹⁵

Die Niederländer mögen die Deutschen

Das Deutschlandbild der Niederländer hat im vergangenen Jahrzehnt eine erstaunliche Kehrtwende gemacht. Bis in die 1990er-Jahre hinein war es von der deutschen Besatzungszeit im Zweiten Weltkrieg geprägt. Die deutsche Fremdherrschaft hat bei den Niederländern tiefe Spuren hinterlassen.

Das Deutschlandbild war lange Zeit von der niederländischen Sicht auf die militärische Geschichte Deutschlands stark geprägt. Man empfand die Deutschen als arrogant, autoritär, nationalistisch, perfektionistisch, besserwisserisch, besitzergreifend, unsensibel, hierarchisch, humorlos, rundum unsympathisch und



In diversen Wirtschaftsbereichen sind die Niederlande eine Keimzelle für Innovationen.

natürlich extrem pflichtbewusst. Das Schimpfwort für die Deutschen lautete „Moffen“ (Muffel, Großmaul). Die deutsche Hörigkeit gegenüber Autoritäten ist für die Niederländer unbegreiflich.

Mitte der 1990er-Jahre startete die niederländische Regierung Kampagnen zur Aufbesserung des Images des wichtigen Wirtschaftspartners Deutschland. So wurde 1996 das Deutschland Institut in Amsterdam gegründet mit der Aufgabe, das Wissen der Niederländer über Deutschland zu verbessern. Es fungiert als Informationszentrum und ist in den Bereichen Ausbildungswesen, Wissenschaft und Gesellschaft aktiv. Das Institut initiiert deutsch-niederländische Netzwerke und fördert den Austausch, ist Ansprechpartner

⁹ Eurostat 2015: Households – level of internet access

¹⁰ Centraal Bureau voor de statistiek 2015

¹¹ Statista 2016: Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2015

¹² Centraal Bureau voor de statistiek 2014

¹³ Rijksverheid (Topconsortia voor Kennis en Innovatie (TKI))

¹⁴ Global Competitiveness Report 2015–2016

¹⁵ Onderwijs in Cijfers “Opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking” / Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Dienst Uitvoering Onderwijs (DUO) und Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) – 2015



Deutschland ist inzwischen das liebste Nachbarland der Niederländer und das Fußballkriegsbeil zwischen den beiden Völkern ist längst begraben.

für niederländische Lehrer und publiziert Lehrmaterial. Es fördert den Bachelor und Master Studiengang „Deutschlandstudien“ an der Universität zu Amsterdam sowie das Studium niederländischer Schulabgänger in Deutschland. Die Maßnahmen tragen Früchte: Die Meinung über die deutschen Nachbarn wurde im Laufe der vergangenen Jahre positiv beeinflusst.

Heute finden Niederländer die Deutschen äußerst sympathisch und offen. In einer Umfrage (2006) bezeichnen sie ihre Nachbarn sogar als Lieblingsnachbarn.¹⁶ Seit 2007 ist Deutschland für die Niederländer das beliebteste Reiseland und das nicht aufgrund der schönen Natur oder der interessanten Städte.¹⁷ Es ist vor allem die Gastfreundschaft, die die Niederländer an den Deutschen so schätzen. Das Vorurteil, dass Deutsche keinen Humor haben, geht auch langsam, aber sicher verloren. Man hat festgestellt, dass es sich

in Deutschland sehr gesellig und ausgelassen feiern lässt. Inzwischen werden auch in den Niederlanden vielerorts Weihnachtsmärkte und Oktoberfeste (in Lederhosen und Dirndl) organisiert. Das Fußballkriegsbeil ist schon längst begraben und 2006 war nach Ausscheiden der niederländischen Nationalelf mehr als die Hälfte der Fußballbegeisterten für Deutschland.

Beide Länder haben sich auf jeweils eigene Art und Weise dafür eingesetzt, die Vergangenheit zu verarbeiten. Die seit Jahren intensivierten bilateralen Beziehungen ihrer Regierungen haben ebenfalls zur gegenseitigen Wertschätzung beigetragen. Und auch die deutsche Bevölkerung hat sich erfolgreich bemüht, ihr Image zu verbessern. So empfinden Niederländer die deutsche Aufarbeitung der Geschichte des Nationalsozialismus als sehr bemerkenswert. Man sollte sich jedoch darüber bewusst sein, dass das neue Bild der Niederländer über die Deutschen fragil ist und auch davon beeinflusst wird, wie sich Deutschland innerhalb der EU positioniert.

Übrigens zählt der deutsche Ausländeranteil in den Niederlanden mit knapp über zwei Prozent zu den fünf größten Bevölkerungsgruppen ausländischer Herkunft in erster und zweiter Generation (Deutsche, Indonesier, Marokkaner, Surinamer und Türken). Im Gegensatz zu nichtwestlichen Migranten sind Deutsche in den Niederlanden sehr gut integriert.

¹⁶ Intermediair Umfrage 2006

¹⁷ NBTC-NIPO Research ContinuVakantieOnderzoek (CVO)

KURZ UND BÜNDIG

DIE NIEDERLANDE HEUTE

Nach mehreren Rezessionen in den vergangenen Jahren und hohen Arbeitslosenzahlen, hat sich die wirtschaftliche Situation der Niederländer seit 2015 wieder verbessert.

Die meisten Bürger sind zufrieden mit ihrer finanziellen Situation. Sie legen großen Wert auf ein ausgewogenes Arbeit-Freizeit-Verhältnis, das sie durch Teilzeitbeschäftigung erreichen.

Der Staat bemüht sich derzeit um eine Umstrukturierung von einem reinen Versorgungsstaat zu einer Beteiligungsgesellschaft. In diesem Zuge wurde beispielsweise der Anspruch auf Arbeitslosengeld auf 38 Monate beschränkt. Stattdessen wird die Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus gefördert. Jeder Niederländer wurde im Zuge der Umstrukturierung aufgerufen sich stärker an der Gestaltung seines Umfelds zu beteiligen. Dass die Niederländer ein starkes Solidaritätsgefühl haben, kommt der Sache zugute.

Knapp 60 Prozent von ihnen engagieren sich ehrenamtlich. Zudem sind die Niederländer grundsätzlich immer offen für Neues. Zahlreiche Firmen aus dem Ausland nutzen das Nachbarland mit Vorliebe als Testland für ihre Innovationen.

In den vergangenen Jahren hat sich das Bild der Deutschen in den Niederlanden weiter verbessert. Mittlerweile ist Deutschland das liebste Nachbarland der Niederländer und das beliebteste Reiseland.

In Sachen Wirtschaftsfähigkeit rangieren die Niederlande im internationalen Vergleich dicht hinter Deutschland und sind mit einer Hochschulabsolventenrate von knapp 30 Prozent sehr gut ausgebildet.

NIEDERLÄNDER UND DEUTSCHE – WAS SIE VEREINT UND WAS SIE UNTERSCHIEDET



KULTURSTANDARDS IN DER GESELLSCHAFT

Das niederländische Königshaus stammt aus dem französisch-deutschen Hause Oranien-Nassau, in der Nationalhymne der Niederlande wird gesungen „Ich bin von deutschem Blut“ und auch Vater und Großvater des heutigen Königs Willem-Alexander waren Deutsche.

Die nachbarschaftliche Nähe und geschichtlichen Verbindungen erwecken den Eindruck, dass man sich im Grunde genommen ähnlich sein müsste. Natürlich sind sich beide Völker in manchen Dingen ähnlich, das bedeutet jedoch nicht automatisch, dass sie auch gleich denken. Es gibt viele feine und gravierende Unterschiede in den beiden Mentalitäten.

Gesellschaftsstrukturen und Kulturmerkmale verschiedener Länder werden in der interkulturellen Forschung miteinander verglichen, analysiert und kategorisiert. Ziel ist es, Kriterien herauszuarbeiten, die verdeutlichen, inwiefern der soziale Kontakt zwischen Menschen unterschiedlicher Ausgangskultur erschwert, beeinträchtigt oder erleichtert werden kann. Anhand dieser Kriterien können Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen zwei Ländern einfacher erkannt werden. Dies führt zu einem besseren Verständnis und erfolgreicherem Umgang mit Menschen anderer Herkunft. Kulturstandards spiegeln sich sowohl im gesellschaftlichen als auch im geschäftlichen Miteinander wider.

Gesellschaft allgemein: Umgang mit Regeln

Niederländer tun sich schwer mit Gesetzen und Regeln. Die Bevormundung „von oben“ entspricht nicht ihrer Vorstellung von Egalitarismus, Mündigkeit und persönlicher Freiheit. Verhaltensaufforderungen werden in den Niederlanden daher in Formulierungen verpackt, die an die Vernunft der Bürger appellieren. Diese erwarten, dass die Regelungen Ausnahmen und Alternativen zulassen. Die Nichtbefolgung von Vorschriften kann durchaus geduldet werden, wie das Beispiel der Soft Drugs zeigt: Über ihren Verkauf wird hin-

weggesehen, obwohl er gesetzlich verboten ist.

Nach Meinung der Niederländer ist die Anzahl der öffentlichen Gebots- und Verbotshinweise in Deutschland augenfällig. Sie finden, dass sich ihre Nachbarn zu sehr vom Staat bevormunden lassen und Vorgaben allzu treu Folge leisten. Die deutsche Gesellschaft mit ihrer Gebotskultur, deutlicheren Machtverhältnissen und Abhängigkeiten empfinden die Niederländer als hart.



Das Nichtbefolgen von Vorschriften kann durchaus geduldet werden.

Kontext:
Wie kommuniziert wird

Die Niederlande gehören ebenso wie Deutschland zu den sogenannten Low-Context-Kulturen. In beiden Ländern sagt man, was man denkt. Die Bedeutung des Gesagten wird auf den Punkt und die Intention zum Ausdruck gebracht. Die Kommunikation wird inhaltlich nicht durch kulturelle Rahmenbedingungen, Regeln oder Traditionen beeinträchtigt.

Dennoch vermeiden die Niederländer die direkte Kritik am Gesprächspartner. Meinungen des Anderen können zwar infrage gestellt werden, es wird jedoch sehr darauf geachtet, dass die Harmonie gewahrt bleibt. Eine typische Form der Kommunikation ist es, die eigene Meinung mit „ja, aber“ einzuführen. Man gibt dem anderen in erster Linie Recht, bevor man eigene Anregungen in das Gespräch einbringt. Auf diese Weise wird zum Ausdruck gebracht, dass alle Meinungen gleichberechtigt sind. Die niederländische Kommunikation ist von einer respektvollen Wertschätzung des Gesprächspartners geprägt, die unabhängig von dessen Funktion, Position oder fachlicher Kompetenz ist.



Die niederländische Kommunikation ist von einer respektvollen Wertschätzung des Gesprächspartners geprägt, die unabhängig von dessen Funktion, Position oder fachlicher Kompetenz ist.

In der deutschen Kommunikation wird das Existenzrecht einer Aussage häufig von der zugrundeliegenden Argumentation und der Fachkompetenz des Äußernden abhängig gemacht. In beiden Formen wird jedoch die Nachricht inhaltlich spezifiziert und man fühlt sich dem anderen verpflichtet, möglichst präzise Informationen zu übermitteln.

Machtdistanz:
Erwartungen an Macht und Hierarchien

Das Bewusstsein darüber, dass alle Menschen gleich sind, ist in beiden Ländern stark ausgeprägt. Bei Machtdistanz geht es um die Fähigkeit einer Gesellschaft, mit sozialen Ungleichheiten umzugehen.

Beide Kulturen unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht wesentlich voneinander, obwohl die deutsche Gesellschaft strukturierter ist und Hierarchien deutlicher sichtbar sind.

Man geht in beiden Ländern davon aus, dass Hierarchie einen rein praktischen Zweck hat und demnach nicht automatisch mit reiner Machtausübung einhergeht. Dass Macht ungleich verteilt ist, ist in den Niederlanden jedoch noch weniger akzeptiert als in Deutschland. Daher ist die Hemmschwelle, an Personen einer anderen Rangordnung heranzutreten, auch etwas niedriger als in Deutschland.

Für beide Länder gilt, dass Macht in Staat und Unternehmen gerecht organisiert sein sollte. In Unternehmen wünschen Mitarbeiter in Entscheidungen mit einbezogen zu werden. Dabei ist das Verhältnis zu Vorgesetzten in den Niederlanden informeller als in Deutschland, allerdings werden Mitarbeiter in beiden Ländern nicht gerne kontrolliert. Die Erwartungshaltung gegenüber dem Ma-



In der deutschen Kultur sind Hierarchien leichter erkennbar als in der niederländischen.

nagement bezieht sich in den Niederlanden auf die Fähigkeit, die Mitarbeiter zu coachen und Rahmenbedingungen zu schaffen, unter denen Selbstverantwortung und Selbstbestimmung entwickelt werden können. Deutsche Mitarbeiter akzeptieren ihr Management dagegen, wenn es tatsächlich führt und fachlich kompetent ist.

Es besteht in beiden Gesellschaften der Bedarf an demokratischem Mitwirkungsrecht und Aufgaben sollten verteilt werden. Die Ausübung von Macht ist zwar grundsätzlich legitim, es wird jedoch kritisch beurteilt, ob sie konstruktiv oder destruktiv eingesetzt wird.

Langfristorientierung:
Zukunftsplanung

Mit etwas abweichenden Tendenzen gehören die Kulturen von Deutschland und den Niederlande zur Kategorie der sogenannten Langfristorientierung. Diese Kulturen pflegen für den zukünftigen Erfolg wichtige Tugenden wie Sparsamkeit, Ausdauer, Fleiß und Bildung. Sie sind außerdem von der Fähigkeit geprägt, ihre Traditionen an moderne Gegebenheiten anzupassen. Die Bereitschaft, sich für einen Zweck unterzuordnen, ist eine Selbstverständlichkeit. Im Berufsleben zählen in beiden Ländern Bildung, Ehrlichkeit, Verantwortung und Selbstdisziplin. Es ist Sinn der Sache, dass Geschäftsführung und Mitarbeiter die gleichen Ziele verfolgen. Man glaubt an den gesunden Menschenverstand und nicht an Zufall oder höhere Gewalt.

Grundsätzlich arbeiten deutsche und niederländische Unternehmen am langfristigen Aufbau ihrer Marktposition und halten das langfristige wirtschaftliche Wachstum für wichtiger als kurzfristige Erfolge. Beide Nationen sind sehr zukunftsorientiert und davon überzeugt, dass Ergebnisse Folge der eigenen Anstrengungen sind. Allerdings ist das Maß an langfristiger Orientierung in Deutschland deutlich ausgeprägter als in den Niederlanden.

Beide Nationen sind zudem in der Gestaltung der Zukunft sehr pragmatisch veranlagt, indem sie sich situationsbedingt schnell reorganisieren und neu ausrichten können.



Das Maß an langfristiger Orientierung ist in Deutschland deutlich ausgeprägter als in den Niederlanden.

**Individualismus:
Bedeutung von
Selbstverwirklichung**

Die Niederländer gehören zu den individualistischsten Ländern der Welt, obwohl sie ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl ausstrahlen. Wie wichtig persönliche Bedürfnisse des Einzelnen sowohl privat als auch im Berufsleben sind, wird immer wieder betont und berücksichtigt. Das bedeutet keineswegs, dass Niederländer egoistisch sind. Die eigenen Interessen öffentlich oder gar konfrontierend zur Schau zu stellen, ist nämlich unerwünscht. Im Gegensatz dazu bekennen sich Menschen in Deutschland viel mehr auch äußerlich sichtbar zu



In Hilversum wurde der Toleranz ein Denkmal gesetzt.

ihren ganz persönlichen Lebensanschauungen. Die deutsche Gesellschaft erscheint hierdurch bunter und exzentrischer.

Die Niederländer sind meist tolerant, offen und solidarisch. Sie sind weltweit für ihren Umgang mit heiklen Themen bekannt. Dazu zählen der Umgang mit Drogen, gleichgeschlechtlichen Ehen, Transvestiten, Sterbehilfe, Teilzeitarbeit oder die legale Besetzung von leerstehenden Gebäuden. Es gilt für die Niederländer grundsätzlich die Regel, dass alles möglich sein sollte, solange man sich nicht gegenseitig beeinträchtigt. Eine äußerst beliebte Floskel ist „moet kunnen“ (auf Deutsch: muss möglich sein).

Das Recht auf Selbstbestimmung geht mit dem hohen Stellenwert einher, den Freizeit und Familienleben in den Niederlanden haben. Die Wirtschaft hat sich hierauf eingestellt und ist dem Wunsch nach Teilzeitbeschäftigung weitestgehend entgegengekommen – denn nur ein zufriedener Mitarbeiter ist ein guter Mitarbeiter.

Für individualistische Länder, wie Deutschland und die Niederlande, spielt außerdem die persönliche Unabhängigkeit von anderen eine große Rolle. Dabei sind die sozialen Verbindungen unter den Niederländern noch lockerer als in Deutschland, wo auch der Freundeskreis quasi zur Familie gehört.

**Maskulin oder feminin:
Zwischenmenschlicher Umgang
und Geltungsbedürfnis**

Die niederländische Mentalität zählt zusammen mit den Verhaltensweisen in skandinavischen Ländern zu den weltweit weiblichsten Nationen. Deutschland fällt dagegen in die Top-10-Liste der maskulin geprägten Kulturen. In dieser Hinsicht sind die Unterschiede zwischen den Kulturen dieser zwei Nachbarländer am größten.

Typisch feminine Züge äußern sich vor allem darin, dass die Gesellschaft bestrebt ist, zwischenmenschliche Beziehungen intakt zu halten. Solidarität und Unterstützung der Mitmenschen nehmen einen hohen Stellenwert ein. Konflikte werden mit dem Ziel verhandelt, einen von allen getragenen Kompromiss zu finden.

In einer maskulinen Gesellschaft werden Konflikte auch konfrontativ ausgetragen. In Deutschland ist daher ein höheres Aggressionsniveau Teil der Konfliktbewältigung. Dies ist eine Emotion, die in den Niederlanden verpönt ist. Leistung und Erfolg sind in der deutschen Kultur wichtig, ebenso wie materielle Errungenschaften. Status und Statussymbole sind daher in deutschen Augen legitim und nicht verwerflich. Genau das sind sie jedoch in der niederländischen Wahrnehmung, denn sie untergraben den Wunsch nach Gleichheit, Gleichberechtigung und – besonders wichtig – Harmonie.

Im beruflichen Leben erwartet man in der maskulinen Gesellschaft, dass insbesondere Männer bestimmt und ehrgeizig auftreten. Der faire Wettbewerb untereinander stellt eine gewisse Form des Fortschritts dar. Man hat in Deutschland lieber mehr Geld als Freizeit und in den Niederlanden hat man umgekehrt lieber mehr Freizeit als Geld.

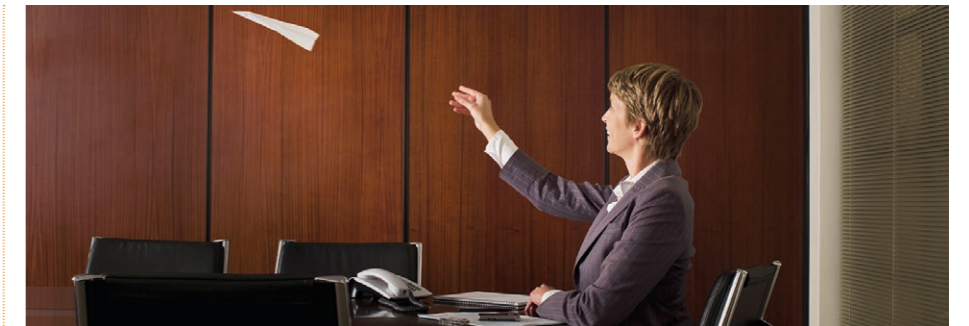
Leistung, Wettbewerb und Fleiß werden in Deutschland gefördert und in Schule und Job belohnt. In den Niederlanden werden Strebsamkeit und Genialität gemieden. Der Fokus richtet sich stark auf die Schwächeren und deren Motivation zur Verbesserung, um ein durchschnittliches Gleichgewicht zu erzielen. Sich über die Maßen zu profilieren oder in Szene zu setzen, ist in einer weiblichen Gesellschaft inakzeptabel.

In den Niederlanden richtet sich der Fokus auf das Team und dessen Motivation.



Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden

**Neutral oder emotional:
Zeigen von Gefühlen**



Niederländer lassen sich Gefühle öffentlich nicht anmerken. Der deutsche Geist zeigt sich dagegen emotionaler.

Der deutsche Geist zeigt sich emotionaler als der niederländische. Das bedeutet nicht, dass Niederländer keine Emotionen haben. Sie werden lediglich stärker unterdrückt. Sich mal so richtig gehen lassen, funktioniert in den Niederlanden am besten im Kollektiv. Denn dann fällt man selbst nicht so auf. Freudengeschrei beim Lottogewinn oder beim Gewinn einer Konzertkarte der Lieblingsband im Radio ist eine Seltenheit. Die Reaktionen sind verhalten und nüchtern. Übrigens schätzen die Niederländer diese Nüchternheit an sich selbst sehr.

Übermaß ist in den calvinistisch geprägten Niederlanden verpönt. Es gilt: „Verhalte dich normal, dann bist du schon verrückt genug.“ Man will im deutschen Nachbarland einfach nicht aus der Rolle fallen. Gegen diesen gesellschaftlich verankerten Ver-

haltenskodex anzukämpfen, ist zwecklos. Überschwänglichkeit in Gestik und Mimik beschränkt sich daher auch auf extreme Freundlichkeit. Eine lautstarke Herzlichkeit ist in den Niederlanden der Familie und den engsten Freunden vorbehalten.

Im Berufsleben gilt ebenso der Wunsch, sich in Gesprächen nicht zu sehr den Gefühlen hinzugeben. Die emotionsbedingte Veränderung der Lautstärke oder ausdrucksstarke Gestikulation werden schnell als polemisch oder launisch abgestempelt.

Im Übrigen ist die für Deutsche sehr ungewöhnliche Begrüßung mit drei Küsschen in den Niederlanden kein Zeichen tiefer Zuneigung und geht auch nicht automatisch mit freundschaftlichen Gefühlen einher. Eine falsche Interpretation kann da leicht zu Verwirrungen führen.

Vermeidung von Unsicherheit: Risikomanagement

Die Deutschen sind bei ihren Nachbarn für ihre Planungswut bekannt und berüchtigt. Obwohl die deutsche Gründlichkeit gerühmt wird, so gilt dies in erster Linie nur für das hochqualitative und sehr durchdachte Endergebnis. Die sich für alle Eventualitäten wappnende Vorgehensweise ist für die Niederländer sehr beschwerlich. Sie scheuen das Ungewisse keineswegs und agieren nach dem Motto „Mal sehen, wo unser Schiff auf Grund läuft“. Im Gegenteil, Flexibilität muss sein und die Segel werden so gehisst, wie der Wind steht. Man macht das Beste aus der Situation und ist davon überzeugt, dass man sowieso nie alles vorab planen kann. Unvorhersehbare Entwicklungen sind unausweichlich und man wird sich damit auseinandersetzen, wenn es so weit ist. Der Niederländer fin-



Im Gegensatz zu den Deutschen scheuen die Niederländer das Ungewisse nicht, im Gegenteil, Flexibilität muss sein.

det insbesondere das Unbekannte interessant und ist neugierig, wohin die Reise führen wird. Er ist sorgloser und will sich nicht durch Regeln und festgesteckte Wege zu sehr einengen lassen. Zeit ist lediglich ein Orientierungsrahmen und er arbeitet vor allem dann hart, wenn es brennt.

Die Deutschen hingegen sind bestrebt, den positiven Verlauf zu steuern und Unsicherheiten weitestgehend auszuschließen. Die Angst, dass etwas schief läuft ist groß und sorgt für Stress. Niederländer interpretieren den deutschen Sinn für Planung als Misstrauen in ihr Können und haben Mühe, dieses Verhalten nicht als persönlichen Affront zu werten.

Im niederländischen Geschäftsleben sind darum relativierendes Denkvermögen und ein generalistischer Ansatz wichtige Fähigkeiten. Die Deutschen halten sich dagegen lieber an die Meinung von Experten und arbeiten mit Lösungen, die sich in der Vergangenheit bewährt haben.

Da Entscheidungen in niederländischen Unternehmen nicht nur von der Geschäftsführung getroffen werden, kann sich diese viel mehr auf strategische Themen konzentrieren. Demgegenüber ist in Deutschland die Unternehmensleitung viel stärker im Tagesgeschäft involviert, da sie die meisten Entscheidungen fällt.

Nachsichtig oder beherrscht: Verständnis von Kontrolle

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser. Aber auch Selbstkontrolle gehört zur deutschen Mentalität und äußert sich in einem beherrschten und zurückhaltenden Auftreten. Diese Zurückhaltung wird von den Niederländern oft fälschlicherweise als Desinteresse interpretiert.

Die niederländische Gesellschaft schafft Freiräume. Eltern maßregeln ihre Kinder wenig und achten sehr darauf, dass sie sich frei entfalten können. Nachsichtigkeit ist für die Niederländer ein wichtiges Erziehungsprinzip zur Förderung der Selbstverwirklichung und Lebensfreude.

Diese Duldungskultur ist bei den Niederländern auch in der Politik und im Berufsleben zu beobachten. Eine Gesellschaft, in der Selbstverwirklichung viel weniger durch moralische oder gesellschaftliche Disziplin beeinträchtigt wird, fühlt sich übrigens freier, optimistischer und glücklicher.

KURZ UND BÜNDIG

GEMEINSAMKEITEN UND UNTERSCHIEDE IN DER GESELLSCHAFT

Die deutsche Leistungsgesellschaft mit ihrer Vorliebe fürs Planen empfinden die Niederländer als zu starr und beschwerlich.

Der Niederländer mag das Unbekannte und nimmt Situationen, wie sie kommen – er hat kein Interesse daran, sich immer nach allen Seiten abzusichern und alles zu kontrollieren.

In Deutschland werden Verpflichtungen sehr ernst genommen und das Maß an Freizeit steht hinten an.

In den Niederlanden wird der Drang nach Lebensfreude als wichtiger erachtet. Das Nichtbefolgen von Regeln wird in einem größeren Maß toleriert.

Dennoch wird auch in den Niederlanden recht klar gesagt, was man denkt – allerdings ist man dort harmoniebedürftiger und vermeidet die direkte Kritik.

Dabei spielen Titel, Positionen und Kompetenzen eine untergeordnete Rolle. Das Verhältnis zu Vorgesetzten ist locker.

Die Niederländer erwarten von ihrem Chef, dass er gute Rahmenbedingungen schafft, nicht dass er seine Mitarbeiter führt. Grundsätzlich aber arbeiten beide daran, ein Unternehmen langfristig weiterzubringen und beide sind pragmatisch bei der Gestaltung der Zukunft.

KULTURSTANDARDS IM GESCHÄFTSLEBEN

Wirtschaft allgemein: Bedeutung von Hierarchien und Regeln



Kurze Kommunikationswege und Gespräche auf Augenhöhe kennzeichnen den niederländischen Berufsalltag.

In niederländischen Unternehmen stehen die Türen der Chefetagen (fast) immer offen. „Der Chef ist einer von uns“, lautet die Devise. Diese Zugänglichkeit soll zum Ausdruck bringen, dass es untereinander nichts zu verbergen gibt und der Vorgesetzte jederzeit für ein Gespräch mit einem Mitarbeiter verfügbar ist. Hierarchien gibt es nur sehr unterschwellig und sie sind für Außenstehende nur schwer zu erkennen. Persönliche Anteilnahme wird im niederländischen Geschäftsleben großgeschrieben und fördert die Verbundenheit. Kurze Kommunikationswege und Gespräche auf Augenhöhe kennzeichnen den niederländischen Berufsalltag.

Verantwortlichkeiten sind in niederländischen Firmen außerdem nicht immer an die Funktion gebunden, sondern können auch situativ oder nach praktischen Gesichtspunkten verteilt werden. Das niederländische Unternehmen ist ein Kollektiv, in

dem sich jeder gleichberechtigt einbringen kann.

Das deutsche Geschäftsleben ist von Hierarchien und Strukturen geprägt. Sie spiegeln sich nicht nur in den Funktionen, Aufgaben und Verantwortungsbereichen von Personen wider, sondern sind im gesamten betrieblichen Umfeld sichtbar. Deutsche sind bei ihren Nachbarn bekannt für ihre Planungs- und Ordnungsvorliebe. Haus-, Betriebs- und Tagesordnungen sowie Verhaltenshinweise auf Schildern an Maschinen, Apparaten, Eingängen oder Türen sind für die Niederländer genauso überwältigend, wie seitenlange deutsche Vertragswerke.

Die typisch deutsche Langzeitplanung, die Detailbesprechungen und die juristische Absicherung aller Eventualitäten können beim Nachbarn den Eindruck der geschäftlichen Inflexibilität und Unzugänglichkeit erwecken.

Arbeitsdisziplin: Mitarbeiterführung

Wer mit Unternehmen in den Niederlanden Geschäfte macht, merkt schnell, dass die Atmosphäre viel entspannter erscheint als in deutschen Firmen. Ein immer wiederkehrender Begriff ist „Selbststeuerung“. Man ist davon überzeugt, dass das Schaffen von Rahmenbedingungen für die Selbstbestimmung der Mitarbeiter viel motivierender ist als Regeln und Kontrolle. Das bedeutet zugleich, dass man sich der Stärken und Schwächen, der Interessen, Werte und Ambitionen der einzelnen Mitarbeiter im Unternehmen bewusst sein muss, sie entsprechend einsetzt und ihnen größere Entscheidungsfreiheiten einräumt. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Motivation und Talententfaltung. Improvisationstalent ist eine Fähigkeit, die den niederländischen Mitarbeiter auszeichnet.

In deutschen Unternehmen ist die Aufgabenbewältigung der Bewertungsmaßstab. Die Leistung eines Mitarbeiters wird an seinen Erfolgen und seiner Arbeitsdisziplin gemessen. In der hierarchischen Struktur gelten strengere Kontrollen und Entscheidungsfreiheiten sind eingeschränkt. Tätigkeitsbereich und Aufgaben sind deutlicher beschrieben und die eigene Kompetenz hört dort auf, wo die des Kollegen beginnt. Der Mitarbeiter hat höhere Ansprüche an eine kompetente Mitarbeiterführung und sein Bedürfnis nach Selbstbestimmung ist weniger ausgeprägt. Kostenbewusstsein, Pünktlichkeit und Ernsthaftigkeit sowie eine hohe Arbeitsdisziplin zeichnen ihn aus.

Improvisationstalent ist eine Fähigkeit, die niederländische Mitarbeiter auszeichnet.



Prozess- oder leistungsorientiert: Zielmanagement

Der Niederländer ist auch im geschäftlichen Umgang sehr auf Harmonie aus. Für ihn ist der Weg das Ziel und nicht andersherum. Die Art und Weise, wie die Arbeit ausgeführt oder die Tätigkeit gestaltet wird, ist wichtiger als das, was sie bezwecken soll. Das Gleiche gilt für den Ablauf von Meetings oder Verhandlungen. Man achtet darauf, dass der Weg zum Ziel gemeinsam gestaltet und getragen wird.

In Deutschland zählt Leistung und das gewünschte Ziel bestimmt den Weg dorthin. Das Führungskonzept richtet sich auf das Erreichen geplanter Ergebnisse, was eine gewisse Wettbewerbsmentalität untereinander zur Folge haben kann. Risiken auf dem Weg zum Ziel werden juristisch abgesichert.



Von großer Bedeutung ist dem Niederländer die Harmonie im geschäftlichen Umgang miteinander.

Die Prozessorientierung der Niederländer hingegen bedeutet, dass Tendenzen vorgegeben und Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden. Sie sind davon überzeugt, dass die Art und Weise des Zusammenwirkens im Prozess das Ergebnis positiv beeinflussen wird.

Diese Herangehensweise hat zur Folge, dass dem niederländischen Management ein hohes Maß an Flexibilität und Steuerung abverlangt wird. Das führt dazu, dass es teilweise bis zu 90 Prozent seiner Arbeitszeit in Besprechungen verbringt.¹⁸

¹⁸ Nederland als Vergaderland – Opkomst en verbreiding van een vergaderregime (Wilbert van Vree)

Mensch und Arbeit: Mitarbeitergespräch

Das Wohlergehen der Mitarbeiter nimmt in niederländischen Unternehmen eine zentrale Stellung ein. Das jährliche Mitarbeitergespräch heißt „Funktionierungsgespräch“, in dem sich der Arbeitgeber mit seinem Arbeitnehmer auf Augenhöhe über dessen Wahrnehmung seines Arbeitsumfeldes und seiner persönlichen Weiterentwicklung austauscht.

Denn der niederländische Mitarbeiter ist der Meinung, dass sich das Management für Arbeitsbedingungen einsetzen sollte, die sich positiv auf die Atmosphäre auswirken. Das Management fühlt sich seinen Mitarbeitern gegenüber verpflichtet. Eine typische Maßnahme ist der sogenannte „Heidag“ (Tag in der Heide). Dies ist eine Veranstaltung, die in der Natur abseits der Geschäftshektik stattfindet, und dazu dient, gemeinsam und ungestört neue Zielvorstellungen zu erarbeiten. Dabei wird offen kommuniziert und konstruktiv-kritisch kommuniziert.

In Deutschland dient das Mitarbeitergespräch der Besprechung und Vereinbarung neuer aufgabenbezogener Ziele, die der Fachkompetenz des Mitarbeiters entsprechen. Das Verabreden von Fortbildungsmaßnahmen soll seine fachlichen Fähigkeiten weiter stärken.

Firmenkultur: Transparenz und Offenheit

In einer offenen Firmenkultur werden neue Mitarbeiter schnell aufgenommen. Es ist für ihre Motivation und Einbindung wichtig, das gesamte Unternehmen und alle Kollegen kennenzulernen. Im Rahmen der Einführung erhalten Newcomer in einem niederländischen Unternehmen die Gelegenheit, sich bei allen Abteilungsverantwortlichen ausgiebig über Prozesse und Zuständigkeiten zu informieren. Das Zugehörigkeitsgefühl wird so gefördert, ebenso wie das Verständnis aller innerbetrieblichen Verfahren. Das aktive Erkundigen nach der Familie und den privaten Interessen der Kollegen demonstriert Interesse am Mitmenschen.

Neue Mitarbeiter werden in niederländischen Unternehmen schnell eingegliedert. Diese Offenheit wird auch Externen zuteil.



Die deutschen Firmenstrukturen sind geschlossener. Hier ist es wichtig, dass neue Mitarbeiter ihre Rolle im Team kennenlernen und Leistungsmaßstäbe sowie Zuständigkeiten deutlich vermittelt werden. Sie werden sachlich über die Unternehmenskultur und Arbeitsabläufe informiert. Häufig sind die unmittelbaren Vorgesetzten für ihre Einführung verantwortlich. Private Angelegenheiten werden vergleichsweise zurückhaltend thematisiert.

Die niederländische Offenheit bezieht sich nicht nur auf Betriebszugehörige, sondern auch auf Externe. So kann eine ausgiebige Firmenführung einem deutschen Besucher bereits in der Kennenlernphase zuteilwerden. Sie sollte allerdings nicht unbedingt als Signal für das Eingehen einer Geschäftsbeziehung aufgefasst werden.

KURZ UND BÜNDIG

GEMEINSAMKEITEN UND UNTERSCHIEDE IM GESCHÄFTSLEBEN

Im Gegensatz zum hierarchiegeprägten Geschäftsleben in Deutschland stehen in den Niederlanden die Türen der Chefetage immer offen.

Hierarchien sind kaum zu erkennen und Verantwortlichkeiten sind nicht starr festgelegt. Vielmehr kann sich jeder gleichwertig einbringen.

Dieses Zugehörigkeitsgefühl wird schon in der ersten Arbeitswoche gefördert, indem der neue Mitarbeiter alle Abteilungen besucht und mit den Abteilungsverantwortlichen persönlich spricht.

Die Menschen einer Firma sollen sich auch auf persönlicher Ebene gut verstehen und Kontakte außerhalb der Arbeitszeiten sind nicht ungewöhnlich.

Ziele werden gemeinsam gesteckt und der Weg dorthin zusammen gestaltet.

In den Niederlanden ist der Wunsch nach Selbstbestimmtheit stark ausgeprägt und das Management sorgt durch entsprechende Rahmenbedingungen dafür, dass jeder Mitarbeiter seine Stärken einbringen kann.

Auch das Mitarbeitergespräch dreht sich mehr um die Frage, wie der Mitarbeiter sich in die Unternehmensstruktur einfügt als um die Vereinbarung neuer Ziele.

Die Hierarchien sorgen für mehr Kontrollen und schränken die Handlungsfreiheit ein.

In Deutschland wird das Ziel hingegen von den Führungsverantwortlichen festgelegt. Es hat einen hohen Stellenwert und sorgt intern für eine größere Wettbewerbsmentalität, weil die Mitarbeiter an ihren Erfolgen gemessen werden.



TIPPS FÜR DEN GESCHÄFTLICHEN UMGANG MIT NIEDERLÄNDERN



Kommunikation

Deutsche gehen davon aus, dass die meisten Niederländer Deutsch sprechen. Das ist ein Trugschluss, da nach dem Zweiten Weltkrieg die deutsche Sprache als Pflichtfach im Zuge mehrerer Bildungsreformen in fast allen niederländischen Schulformen abgeschafft wurde. Die lange Zeit vorherrschende antideutsche Stimmung und die fortschreitende Globalisierung führten dazu, dass sich Englisch zur ersten Fremdsprache entwickelte.

Auch heute findet ein Großteil der niederländischen Jugend die deutsche Sprache unattraktiv, langweilig und assoziiert sie mit schwieriger Grammatik. Der Mangel an qualifizierten Deutschlehrern im Land ist eklatant. Aktuell meinen 71 Prozent der Niederländer, mehr oder weniger Deutsch sprechen zu können. Lediglich 49 Prozent sind jedoch in der Lage deutsche Nachrichten im Radio und Fernsehen zu verstehen und bei der Online-Kommunikation sinkt der Prozentsatz bereits auf 31 Prozent.¹⁹

Die Niederländer kommunizieren vorzugsweise per E-Mail und über andere Online-Dienste mit Chat-Möglichkeiten wie Skype, Facebook Messenger, LinkedIn und WhatsApp. Das Faxgerät hat in niederländischen Unternehmen bereits seit einiger Zeit nahezu ausgedient. Der geschäftliche Briefver-

kehr ist so gut wie zum Erliegen gekommen. Ein digitales Schriftstück mit einer digitalen Unterschrift zählt genauso viel wie ein Brief. Die Niederländer empfinden die digitale Kommunikation als schnell, einfach und persönlich. Dadurch verschwimmen die Grenzen zwischen geschäftlichem und privatem Kontakt und beruflicher Austausch findet auch außerhalb der Öffnungszeiten statt.

Deutsche, die per E-Mail von Niederländern geschäftlich zum ersten Mal kontaktiert werden, sollten eine derartige Vorgehensweise ernst nehmen und nicht als unseriös abstempeln. Niederländer formulieren ihre Nachrichten gerne kurz und knapp ohne lange Ausschweifungen. Bei einer längeren geschäftlichen Bekanntschaft oder unter Kollegen werden Förmlichkeiten, wie eine ausformulierte Anrede und Grußformel, häufig abgekürzt oder gar ganz weggelassen. Es sollte als ein Vertrauensbeweis und nicht als Unhöflichkeit oder Anbiederung angesehen werden, wenn der Niederländer auf diese zwanglose Kommunikation umstellt.

In niederländischen Firmen ist es nicht ungewöhnlich, geschäftliche Angelegenheiten am Kaffeeautomaten, zwischen Tür und Angel, im Gang oder im Lift zu besprechen. Zeit wird pragmatisch und effektiv ge-

nutzt. Trifft man sich zufällig, dann packt man die Gelegenheit gerne beim Schopf.

Der Niederländer ist offen für geschäftliche Besuche, auch wenn sie unangekündigt sind. Der Überraschungsbesuch ohne konkreten Anlass wird als Beziehungspflege verstanden und begrüßt. Deutsche Außendienstmitarbeiter sollten sich dies zu Nutze machen und auch spontan auf eine Tasse Kaffee beim niederländischen Kunden vorbeischauchen.

Niederländer beschreiben ihren Kommunikationsstil als sehr direkt, meinen damit aber etwas anderes, als die Deutschen. Aus niederländischer Sicht bedeutet direkt: zeitnah, ohne Umschweife, vertraulich, unmittelbar und geradeheraus. Das deutsche Verständnis von direkt ist eindeutig, ehrlich, unmissverständlich, klar und korrekt. Während die niederländische Kommunikationsart die Beziehungsebene betont, steht bei der sachorientierten Interpretation der Deutschen der Inhalt der Nachricht im Vordergrund.

Die sachliche Direktheit der Deutschen, die eine zu persönliche Beziehung lieber meiden, kann bei den Niederländern als bestimmend, konfrontativ und unkooperativ ankommen.

¹⁹ Eurobarometer 386 der Europäischen Kommission



Kontaktaufnahme

Niederländische Geschäftsleute werden von deutschen Geschäftspartnern für ihre Lockerheit sehr geschätzt. Sie zeigen keine große Hemmung, auf andere Personen zuzugehen, und zwar völlig unabhängig von ihrer Position. Beim Erstkontakt lassen die Niederländer nähere Angaben zum eigenen Status wie Titel, Kompetenzen und Befugnisse weg. Der Niederländer schätzt Bescheidenheit. Entsprechend zurückhaltend sollte man bei der Kontaktaufnahme vorgehen.



Informelle Unternehmertreffen werden gerne besucht, um neue Kontakte zu knüpfen.

Die niederländischen Nachbarn sind sehr zugängliche Netzwerker und tauschen sich unvoreingenommen aus. Informelle Unternehmertreffen werden gerne besucht, um neue Kontakte zu knüpfen. Man sieht solche Termine keineswegs als Zeitverschwendung, sondern als Bereicherung und Chance. Eine Kontaktaufnahme kann daher zwanglosen Charakter haben, ohne dass konkrete geschäftliche Ziele verfolgt werden. Ob sich neue Möglichkeiten eröffnen, überlassen die Niederländer dem Gesprächsverlauf. Entsprechend sehen die Niederländer den Smalltalk nicht als leidiges Übel sondern als Gelegenheit, eine angenehme Atmosphäre zu erzeugen.

Für den Aufbau neuer Geschäftsbeziehungen schicken niederländische Unternehmen oft „normale“ Mitarbeiter zu Messen, Veranstaltungen oder ähnlichen Kontaktgelegenheiten. Es ist daher häufig nicht die niederländische Geschäftsführung, auf die man beim ersten Kontakt trifft. Dennoch sollten die niederländischen Unternehmensvertreter ernst genommen werden, da die Bewertung und Weiterverfolgung einer neuen potenziellen Geschäftsbeziehung häufig ihnen übertragen ist.



Erstes Aufeinandertreffen

Der Niederländer ist im Umgang mit anderen sehr direkt. Es ist relativ normal, dass man sich beim ersten Treffen „duzt“. Förmlichkeiten werden gerne zur Seite geschoben, um eine persönliche und vertraute Atmosphäre zu schaffen. Die Niederländer stellen sich gerne nur mit ihrem Vornamen vor. Das vertrauliche Auftreten kann anfangs gewöhnungsbedürftig sein. Man nimmt es dem Deutschen aber nicht übel, wenn er erst einmal beim „Sie“ bleiben möchte. Langfristig sollte man aber nicht darauf beharren. Das könnte sich nachteilig auf die Geschäftsbeziehung auswirken.

Genauso wie die Kommunikation ist auch die Kleidung unkonventioneller. Schlips und Krawatte sind nur noch in ein paar wenigen Branchen oder Tätigkeitsfeldern anzutreffen, wie zum Beispiel im Bankwesen oder im Außendienst. Eine Blazer-Hemd-Jeans-Kombination wird in den Niederlanden bis in die Chefetagen hinein akzeptiert. Auch die berufliche Kleiderwahl der Damen ist eher praktisch und schlicht. Man trifft mehr Freizeitkombinationen an, als Damenkostüme und hohe Absätze. Mit zu viel Schmuck, Make-up oder Parfum fällt man als Frau negativ auf. Schlichtheit ist Trumpf.



Eine Blazer-Hemd-Jeans-Kombination wird in den Niederlanden bis in die Chefetagen hinein akzeptiert.

Im Übrigen darf man an wärmeren Tagen in den Niederlanden ruhig seinen Blazer oder sein Jackett ablegen. Kleidung hat in den Niederlanden keinen hohen Statusbezug. Im eigenen Unternehmen wird es sogar geschätzt, wenn der Chef genauso locker gekleidet ist wie seine Mitarbeiter. Es ist jedoch angemessen, zum ersten Aufeinandertreffen in Anzug und Krawatte zu erscheinen. Ist das Gegenüber leger gekleidet, kann man selbst auch ruhig seinen Schlips lösen oder das Jackett ablegen. Damit signalisiert man ein gewisses Wohlbefinden.



Meetings

Im niederländischen Geschäftsleben begrüßt man sich mit einem freundlichen Handschlag. Schulterklopfen oder eine übertrieben joviale Begrüßung werden auch hier nicht gerne gesehen. Die für Niederländer typische Begrüßung mit drei Wangenküssen ist grundsätzlich für den privaten Bereich vorgesehen.

Für den Aufbau einer informellen Atmosphäre beginnt ein geschäftliches Gespräch immer mit einer, wie der Niederländer es nennt, „Aufwärmrunde“. Das Wetter, die Anreise, tagesaktuelle Angelegenheiten oder andere vom Gesprächsgrund unabhängige Themen sind geeignet. Aber auch die Frage, wie es grundsätzlich beim anderen geschäftlich so läuft oder ob es neue Entwicklungen gibt, wird dankbar aufgenommen. Ziel des niederländischen Geschäftsmannes ist es, die Distanz zwischen den Gesprächsteilnehmern zu verringern. Er will eine vertraute Atmosphäre schaffen. Danach folgt der geschäftliche Teil des Gesprächs.

Es ist in den Niederlanden unmöglich, Entscheidungen von oben herab ohne Beteiligung der Mitarbeiter zu treffen bzw. durchzusetzen. Ein solches Vorgehen würde ihre Loyalität und Motivation untergraben. Diese Beteiligungskultur prägt den Charakter von Besprechungen. Das Hauptziel eines niederländischen Meetings ist es, einen Weg zu erarbeiten, mit dem sich alle einverstanden erklären können. Eine Besprechung ist mehr oder weniger eine Beratungsrunde, in der jeder Teilnehmer seine Sichtweise und Vorstellung gleichberechtigt äußern kann, egal welche Position er bekleidet. Zudem ist man sehr bemüht, jeden Mitarbeiter einzubeziehen, dessen Tätigkeitsbereich auch nur ansatzweise von einer Entscheidung betroffen sein könnte. Jede Meinung zählt gleich viel, auch die von Kollegen ohne spezifische Fachkompetenz. Übrigens redet man auch ungefragt und nicht nur aufgrund individueller Befugnisse.

Der zu einer Besprechung Einladende hat im Meeting eine Koordinierungs-, keine Leitungsfunktion. Er sammelt Ideen ein, motiviert Kollegen dazu, ihre Ansichten und Kenntnisse mitzuteilen, und fasst gemeinsam getragene Positionen und Entscheidungen zusammen. Er moderiert



Mitarbeiter werden in Entscheidungsprozesse einbezogen.

einen Lösungsweg, mit dem sich jeder arrangieren kann.

Solange die niederländische Geschäftsführung mit ihren Mitarbeitern keinen Kompromiss erzielen kann, können nur bedingt weitere Schritte eingeleitet werden. Entscheidungsprozesse können sich daher sehr in die Länge ziehen. Für deutsche Geschäftspartner bedeutet dies, geduldig zu sein und zu akzeptieren, dass es erst dann weitergeht, wenn die diskutierte Entscheidung von der Belegschaft als die ihrige akzeptiert wird.

Eine Entscheidung besitzt in den Niederlanden übrigens nur so lange Gültigkeit, wie sie ihrem Zweck dient, praktikabel ist oder bis jemand sie in Zweifel zieht. Liegen die Gültigkeitsvoraussetzungen nicht mehr vor, wird häufig eine weitere Besprechung angesetzt, in der die Situation erneut überprüft, alte Absprachen über Bord geworfen und sich neu beraten wird.

Eine strikte Besprechungsagenda, wie man sie in Deutschland anwendet, gibt es eher selten. Für die Deutschen ist Zeit Geld

und eine Agenda, die Punkt für Punkt abgearbeitet werden kann, sehr effizient. Niederländer sehen es jedoch nicht gerne, wenn Abläufe vorgegeben werden. Vielmehr kommt es vor, dass in einem Termin nicht alle Themen besprochen werden und sich daher Folgetermine ergeben.

Die Besprechungsvorbereitung hat in den Niederlanden einen nicht so hohen Stellenwert wie in Deutschland. Man lässt die Dinge stärker auf sich zukommen. Es kann zudem passieren, dass Mitarbeiter erst in letzter Minute zur Besprechung erscheinen. Sie hat nämlich nicht grundsätzlich Vorrang gegenüber dringenden Angelegenheiten des Tagesgeschäfts. Wurde man aufgehalten, dann wird ein Zuspätkommen geduldet.

Nur selten werden Meetings schriftlich protokolliert. Denn was heute besprochen wurde, kann morgen bereits erneut zur Diskussion gestellt werden. Ein Protokoll bezieht sich meistens auf bestimmte Besprechungsergebnisse wie vereinbarte Aufgabenverteilungen oder Aktionspunkte.



Verhandlungen / Geschäftsabschluss

Niederländische Geschäftsleute sind für ihre direkte und offene Verhandlungsart bekannt. Als Händlernational setzen sie auf ihre Überredungskunst und sind starke Partner. Auf Deutsche wirken sie zuweilen zu zielstrebig, aufdringlich und wenig flexibel. Ein zu persönlicher Umgangston und missverständlicher Humor können zu Irritationen führen.

Das kostenbewusste Denken der Niederländer führt dazu, dass sie ihr Produkt vor allem über „den besten Preis“ vermarkten. Eine auf Qualität und Produktspezifikationen basierende Argumentation, wie man sie in Deutschland gewohnt ist, ist bei den Nachbarn nicht so üblich.

Niederländische Verträge sind kürzer und weniger juristisch verfasst als deutsche Vereinbarungen.



Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden

Uneinigkeiten schieben Niederländer gerne mit Witz oder Selbstironie beiseite. Mit Humor und Charme wollen sie Vertrauen gewinnen und Verhandlungsgespräche auflockern. Sie mögen den humorvollen, lockeren Umgang. Eine lustig gemeinte Aussage über die eigene Firma ist ebenso möglich, wie das bescheidene Herunterspielen der eigenen Kompetenzen. Die Scherze sollten nicht als unseriös oder unprofessionell missinterpretiert werden.

Es ist übrigens nicht ungewöhnlich, dass ein Entscheidungsbefugter des niederländischen Unternehmens in der Hierarchie niedriger positioniert ist, als sein deutscher Verhandlungspartner. Niederländische Mitarbeiter haben oft einen größeren Zuständigkeitsbereich und mehr Entscheidungsspielraum.

Der Unternehmer will den Vertragsabschluss gerne zügig erreichen. Lange Verhandlungsprozesse und das Hinterfragen von Lösungsvorschlägen können dem niederländischen Geschäftspartner den Eindruck vermitteln, dass man ihm nicht vertraut. Er stellt übrigens den Preis fast immer zur Diskussion. Das sollte der deutsche Gesprächspartner vorab einkalkulieren, so dass ausreichend Spielraum für finanzielle Zugeständnisse bleibt.

Niederländische Verträge sind kürzer und weniger juristisch verfasst als deutsche Vereinbarungen. Für den Niederländer kommt die deutsche Gründlichkeit in Verträgen besonders deutlich zur Geltung. Er verlässt sich eher auf den Rat seines Wirtschaftsprüfers, der deutsche Unternehmer auf den seines Juristen. Die penible juristische Fixierung des Geschäfts ist für ihn ein Graus.

Für den Niederländer sind Verträge nicht gänzlich unumstößlich. Wenn es die Situation verlangt, können Verträge auch während der Zusammenarbeit wieder hervorgeholt und zur Diskussion gestellt werden. Vertragsänderungen sind akzeptabel, wenn man sich einigen kann.

Grundsätzlich können sich Deutsche allerdings darauf verlassen, dass sich ihr niederländischer Partner an schriftliche und mündliche Absprachen hält. Kommt es zu Unstimmigkeiten, dann ist für den Niederländer das Einschalten eines Juristen ein schwerwiegender Vertrauensbruch, der sehr wahrscheinlich zur Beendigung des Geschäftsverhältnisses führt. Im Sinne einer guten Zusammenarbeit sollte man daher lieber nach einem Kompromiss suchen.



Beziehungspflege

Der zwischenmenschliche Kontakt ist den Niederländern wichtig und der Übergang einer Geschäftsbeziehung in eine Freundschaft ist viel üblicher als in Deutschland.

So werden geschäftliche Treffen oft mit einem informellen Teil abgeschlossen. Eine Besprechung am Nachmittag kann mit einem sogenannten „Borrel“ abgerundet werden, einem gemütlichen Beisammensein mit alkoholischen und nichtalkoholischen Getränken. Die Gespräche drehen sich dann in der Regel nicht mehr um das Geschäft. Wichtige Besprechungen mit Geschäftspartnern am Vormittag kombiniert man mit einem Mittagessen in Form von belegten Brötchen (Niederländer essen grundsätzlich abends mit der Familie warm). Gegessen wird übrigens meistens im Stehen.

Den Mittagstisch nutzen niederländische Geschäftsleute übrigens auch gerne als Anlass für kürzere Treffen mit Kunden oder Lieferanten „auf halber Strecke“. In der ungezwungenen Atmosphäre eines Cafés oder eines kleinen Restaurants wird so das Nützliche mit dem Vergnügen verbunden. Oft, nicht immer, übernimmt eine Seite die Rechnung.

Einladungen nach Hause sind höchstens sehr wichtigen Geschäftspartnern vorbehalten und erfolgen in der Regel nach der Essenszeit oder zum Kaffee am Nachmittag. Steht ein Essen auf dem Plan, dann wird dies explizit angekündigt. In den meisten Fällen wird man jedoch zum Essen außer Haus eingeladen. Das Essen dient dann der Vertiefung der Beziehung. Es ist nicht üblich, sich am Tisch über berufliche Themen auszutauschen, sondern die Zeit für das nähere Kennenlernen zu nutzen. Derjenige, der die Einladung ausgesprochen hat, bezahlt auch.



In den Niederlanden werden geschäftliche Termine häufig mit einem informellen Teil abgeschlossen.

Auch in den Niederlanden sind kleine Mitbringsel üblich. Wein und Blumen sind gängige Geschenke. Sollte ein Hobby oder eine persönliche Vorliebe des niederländischen Geschäftspartners bekannt sein, dann darf das Geschenk auch ruhig eine persönliche Note haben. Kreativität wird vom Niederländer geschätzt.

Zu Weihnachten werden an den Geschäftspartner digitale, nicht mehr postalische Grüße übermittelt. Die Tradition, zu Weihnachten kleine Geschenke zukommen zu lassen, hat in den Niederlanden nach-

gelassen. Es gibt immer mehr Unternehmen, die den entsprechenden Geldbetrag lieber einem guten Zweck stiften möchten.

Zwecks Kundenpflege organisieren niederländische Unternehmen in regelmäßigen Abständen größere Veranstaltungen. Bei einem solchen „Klantendag“ (Kundentag), zu dem auch Lieferanten eingeladen werden können, handelt es sich oft um ein Tagesprogramm mit informativen, musikalischen und kulinarischen Höhepunkten. Die den Niederländern grundsätzlich wichtige geschäftliche Beziehungspflege kann aber in den Hintergrund treten, wenn das als vorrangig betrachtete Tagesgeschäft keinen Raum lässt.

Das digitale Zeitalter hat dazu beigetragen, dass sich die geschäftliche Beziehungspflege auch in das Internet verlagert hat. Der Versand gedruckter Kundenzeitschriften ist seltener geworden. Die Pflege und Auffrischung bestehender Geschäftsverbindungen erfolgt mithilfe elektronischer Newsletter und vor allem dann, wenn neue Angebote oder Dienstleistungen kommuniziert werden können.

Bestehende Kunden haben vor allem im Business-to-Consumer-Bereich häufig das



Bei einem Besuch freuen sich niederländische Geschäftspartner über kleine Aufmerksamkeiten.

Nachsehen, da sich dort fast alles ausschließlich um die Neukundengewinnung dreht. Neukunden erhalten als Dank wertvolle Geschenke, bestehende Kunden gehen leer aus. Das führt zum Shop-Hopping und geht sogar so weit, dass Altverträge zwecks Neuabschluss gekündigt werden, nur um in den Genuss des Neukundengeschenks kommen zu können.

Der niederländische Kundenservice erfolgt in den sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook, per Online-Chat, Internetformular, Benutzerforen oder FAQ-Seiten. Service-Telefonnummern sind zum größten Teil kostenpflichtig und fördern so die Nutzung der genannten kostenlosen Alternativen.

KURZ UND BÜNDIG

HINWEISE UND TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT NIEDERLÄNDERN

KOMMUNIKATION ANPASSEN: Auch wenn die Deutschen es immer glauben, nicht jeder Niederländer spricht fließend Deutsch. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollte Englisch die Sprache der Wahl sein. Die Kommunikation per Post oder Fax gehört in den Niederlanden der Geschichte an. Lieber nutzt man auch in der Geschäftswelt E-Mails oder Apps und soziale Netzwerke. Die Nachrichten werden kurz und sachlich gehalten. Bei längeren Geschäftsbeziehungen wird auf die Förmlichkeiten (z. B. lange Anrede- und Grußformeln) verzichtet. Elektronische Nachrichten werden zeitnah beantwortet. Aufgaben, von denen man möchte, dass der niederländische Geschäftspartner sie erledigt, sollte der Deutsche immer als Frage formulieren. Direkte Hinweise oder gar Kritik werden häufig übel genommen.

BESCHEIDEN AUFTRETEN: Die Niederländer sind große Netzwerker, die gerne ganz unvoreingenommen und zwanglos Kontakt aufnehmen. Ob aus dem Kontakt ein Geschäft wird, entscheiden sie im Anschluss. Titel, Fachkompetenz und Status werden dabei nicht genannt – Bescheidenheit ist Trumpf. Die Kleiderordnung ist ebenfalls legerer als in Deutschland. Bis in die Chefetage hinein gilt man in Jeans und Hemd oder Blazer als akzeptabel angezogen. Frauen sollten auf zu viel Schmuck, Make-up und Parfum verzichten.

PERSÖNLICH UND SPONTAN SEIN: Die Niederländer sind offen, direkt und persönlich. Auch in der Geschäftswelt stellen sie sich gerne mit ihrem Vornamen vor und gehen direkt zum „Du“ über. Zur Begrüßung gibt man sich auch in den Niederlanden einen freundlichen Handschlag. Bevor sich das Gespräch um das Geschäft dreht, machen die Niederländer gerne ein wenig Smalltalk. Daneben dürfen sich die Deutschen nicht wundern, wenn der Niederländer auf einen unangekündigten Besuch vorbeikommt. Ist der Niederländer in der Region, nutzt er gerne die Zeit zur spontanen Kontaktpflege.

BESPRECHUNGEN VERLAUFEN ANDERS: In niederländischen Meetings darf jeder Teilnehmer – ungeachtet der Hierarchie – seine Meinung äußern. Ziel ist es, einen gemeinsamen Weg zu finden. Das kann auf Außenstehende sehr frustrierend und langwierig wirken – denn jeder Teilnehmer wird gehört und seine Meinung wird kritiklos anerkannt. Eine Entscheidung wird nie von der Geschäftsführung über die Köpfe der Mitarbeiter hinweg gefällt oder gar erzwungen. Im Zweifel vertagt man sich auf einen späteren Zeitpunkt. Eine Besprechungsagenda, die Punkt für Punkt abgearbeitet wird, gibt es in den Niederlanden eher selten. Gleiches gilt für das schriftliche Protokoll.

ZÜGIGE, PREISBEWUSSTE VERHANDLUNGEN ERWARTEN: Die Niederländer sind keine Freunde von langen Verhandlungsprozessen. Ihr Ziel ist es, zügig den Geschäftsabschluss zu erreichen. Dabei sagen sie offen und direkt, was sie wollen, können und womit sie nicht einverstanden sind. Humor und Charme sind für sie legitime Mittel der Vertrauensgewinnung. Deutsche Verhandlungspartner sollten darauf eingestellt sein, dass die Niederländer gerne um den Preis feilschen. Der Verhandlungspartner kann seinem Gegenüber in der Hierarchie durchaus auch niedriger positioniert sein. Das liegt daran, dass Mitarbeiter in den Niederlanden häufig einen größeren Handlungsspielraum haben.

FLEXIBEL BLEIBEN: Waren die Verhandlungen erfolgreich, werden viele Deutsche beim Vertragsabschluss die deutsche Gründlichkeit vermissen. Niederländische Verträge sind weniger detailliert und juristisch, als es in Deutschland der Fall ist. Für die Niederländer ist ein Vertrag nicht in Stein gemeißelt. Er kann auch während der Zusammenarbeit erneut zur Diskussion gestellt werden. Der Geschäftspartner kann sich allerdings darauf verlassen, dass die Niederländer ihren Verpflichtungen nachkommen. Wer bei kleinen Unstimmigkeiten direkt einen Juristen einschaltet, begeht einen großen Fauxpas.

BERUFLICHES MIT PRIVATEM VERBINDEN: Geschäftstermine finden bei den Niederländern häufig in einem informellen Rahmen statt. So gibt es im Anschluss an eine Besprechung beispielsweise ein kaltes Mittagessen oder ein ungezwungenes Beisammensein. Gespräche drehen sich dann mehr um Privates. Überhaupt gibt es in den Niederlanden keine strikte Trennung zwischen Beruf- und Privatleben. Mitarbeiter einer Firma pflegen auch in der Freizeit Umgang miteinander – die Hierarchien spielen dabei keine Rolle. Wichtige Geschäftspartner werden auch gerne zum Abendessen eingeladen. Meistens trifft man sich außer Haus, seltener in den Privaträumen des Niederländers. So oder so: Ein kleines Mitbringsel ist gerne gesehen. Hingegen wurden Firmengeschenke zu Weihnachten im Nachbarland weitestgehend abgeschafft. Grußkarten werden kaum noch per Post verschickt – die kommen jetzt elektronisch.

WIE TICKT DER ANDERE?

Birgit Porten ist die Geschäftsführerin von alpi in Krefeld. Für den Vertrieb ihrer Krawatten reist sie häufig zu Kunden in die Niederlande. Porten erläutert ihre Vorstellung von den Unterschieden zwischen den Deutschen und ihren Nachbarn.



Birgit Porten hat 1984 beim Krawattenhersteller alpi angefangen. 2003 hat sie das Familienunternehmen nach einer Insolvenz gemeinsam mit Nicole Waßenberg übernommen und neu ausgerichtet. Früher konzentrierte man sich auf Kollektionsware für den Einzelhandel. Heute liegt der Schwerpunkt – neben zwei modischen Kollektionen im Jahr – auf Krawatten, Tüchern, Schals, Mützen und Gürteln für Unternehmen im Corporate Design.

www.alpi.de

Was verbindet Sie mit den Niederlanden – privat und geschäftlich? Privat leider nicht allzu viel. Meine Urgroßmutter mütterlicherseits war Niederländerin. Am Wochenende oder zum Kurzurlaub fahre ich gerne rüber. Das war es auch schon mit den privaten Beziehungen dorthin. Auf geschäftlicher Ebene sieht es etwas anders aus. Wir beliefern einige inhabergeführte Facheinzelhändler dort. Als unser früherer Vertreter verstarb, habe ich die Niederlande von ihm übernommen. Seit drei Jahren besuche ich unsere Kunden dort nun regelmäßig. Zu allen halte ich auch einen regen telefonischen Kontakt.

Was assoziieren Sie mit den Niederlanden? Ganz allgemein halte ich die Niederländer für ein sehr offenes, ungezwungenes und unvoreingenommenes Volk. Was meine Branche angeht, würde ich ihnen ein ausgeprägtes Modebewusstsein zusprechen. Die Niederländer haben einen Sinn für ausgefallene und individuelle Dinge. Wenn ich dort bin und in den Städten die vielen kleinen eigenständigen Geschäfte sehe, dann geht mir das Herz auf. Das gibt es bei uns leider nicht mehr. Hier

haben wir hauptsächlich die großen Ketten, die die Innenstädte dominieren. Da bleibt nicht viel Raum für Individualität. Darum kaufe ich auch privat sehr gerne in den Niederlanden. Die Niederländer sind für meine Begriffe sehr gut gekleidet. Oft spielt sich Mode dort im mittleren Preissegment ab.

Gibt es auch Ähnlichkeiten zwischen beiden Völkern? Meiner Erfahrung nach sind es beides sehr wirtschaftlich orientierte Länder – im Vergleich zu manch südlichem Land. Sowohl in den Niederlanden als auch in Deutschland ist man sehr direkt. Man sagt, was man will oder meint. Auch wenn die Niederländer meiner Ansicht nach etwas kompromissbereiter sind. Wenn aber einmal eine Sache besprochen wurde, dann wird es auch so gemacht.

Und welche Unterschiede gibt es? Die Niederländer sind auf geschäftlicher Ebene ungezwungener und offener. Sie arbeiten sehr stark personenbezogen. Darüber wächst dann die geschäftliche Partnerschaft. Bevor es aber daran geht, fragen sie zunächst, wer man eigentlich ist. Sie interessieren sich für die Person, die hinter alpi steht. Dann wollen sie etwas über die Firma wissen und im Anschluss schauen sie sich die Kollektion an. Sie denken nicht in Schubladen, das macht sie für mich sehr

„Die Niederländer sind ungezwungener und offener“

sympathisch. In Deutschland ist das ganz anders. Da stehen meistens die Ware und der Preis im Mittelpunkt. Wenn beides überzeugt, interessieren sich die Deutschen für das Unternehmen, das die Produkte herstellt. Darüber hinaus kommen im Nachbarland Prozesse schneller in Gang. Sie sind flexibler. Ein Beispiel: Es kommt vor, dass mir Einzelhändler ein Foto per WhatsApp von einem Anzug schicken mit der Frage: „Hast du da etwas Passendes?“ Dann gehe ich unsere Kollektion durch und schicke Fotos von passenden Krawatten zurück. Der Kunde schaut sich die Ware an, bestellt – und das Geschäft ist abgeschlossen. Das passiert in Deutschland selten. Die Deutschen rufen eher an und lassen sich eine Krawattenauswahl zukommen. Das ist umständlicher.

Gibt es Besonderheiten im geschäftlichen Umgang mit den Niederländern? Etwas woran ich mich erst gewöhnen musste, war das „Du“ in der Anrede. Der Nachname wird nicht genutzt. In den Niederlanden stellt man sich mit seinem Vornamen vor. Die Niederländer sind oft auch bescheidener als wir. Wer mit Statussymbolen rumprahlt wird skeptisch betrachtet. Hier gelten ja beispielsweise Autos als Statussymbol. Ein Deutscher würde nicht mit einer Klapperkiste zum Außentermin fahren, weil man Rückschlüsse auf den

wirtschaftlichen Zustand des Unternehmens ziehen könnte. Dem misst man in den Niederlanden einen anderen Stellenwert zu. Was mich auch zunächst gewundert hat, ist, dass die Niederländer schon mal gerne handeln. Damit habe ich nicht gerechnet. In Deutschland ist das eher verpönt. Die Nachbarn feilschen gerne mal, um günstigere Preise zu erzielen. Das machen sie aber sehr charmant und akzeptieren auch ein Nein. Vielleicht resultiert es aus deren Geschichte als Handelsnation.

Welche Fauxpas sollten einem im geschäftlichen Umgang nicht passieren? Mhh ... das ist eine schwierige Frage. Denn die Niederländer sind eigentlich sehr angenehm im Umgang. Ich glaube auch nicht, dass sie einem schnell etwas übel nehmen. Wie bereits gesagt, sollte man bescheiden auftreten, sich selbst einfach nicht so wichtig nehmen. Zudem sind die Niederländer stolz darauf, Niederländer zu sein. Dazu gehört auch eine Affinität zum Königshaus. Darüber sollte man sich also nicht negativ äußern.

Was sollten sich die Deutschen von den Nachbarn abschauen? Das man mit einer gewissen Lockerheit auch geschäftstüchtig sein kann, zeigen uns die Niederländer. Diese „combinatie“ vermisse ich bei den Deutschen oftmals. Ebenfalls wäre mehr

Pragmatismus positiv. Wenn ich zum Beispiel bei deutschen Kunden bin, kommt es vor, dass sie erst einmal ins Lager gehen müssen, um sich einen Überblick über den Bestand zu verschaffen. Der Niederländer hingegen hat für unseren Termin alles schon vorbereitet und weiß, was er will. Ihm ist an einer schnellen Lösung gelegen. Auch ihre Liebe zum Land und zum Königshaus finde ich charmant. Dieser Patriotismus ist bei uns nicht so ausgeprägt.

Sind sie schon einmal in ein Fettnäpfchen getreten, das Sie auf kulturelle Unterschiede zurückführen würden? Nein, bisher nicht. Oder zumindest nicht, dass ich wüsste. Ich bemühe mich aber auch um einen respektvollen Umgang. Zum Beispiel gehe ich nicht automatisch davon aus, dass jeder Niederländer Deutsch spricht. Das ist zwar meistens der Fall, dennoch bemühe ich mich mit ein paar Brocken Niederländisch, meinen guten Willen zu zeigen. Das lockert das Miteinander auf. Es ist schön zu sehen, wie sehr sich die Niederländer freuen, wenn man ein paar Wörter der Landessprache spricht.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: „Ein Geschäft ist ein gutes Geschäft, wenn ...“ beide Seiten von dem Geschäft profitieren und dieses zum Weitermachen motiviert.“

WIE TICKT DER ANDERE?

Prowse baut seit rund drei Jahren sein Kundennetz innerhalb Deutschlands stetig weiter aus. Hay Hutjens ist viel in Deutschland unterwegs und hat den einen oder anderen Unterschied zwischen beiden Völkern beobachtet.



Hay Hutjens ist Manager für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Prowse in Budel/NL. Das Unternehmen produziert seit sieben Jahren große Touchscreen-Bildschirme für Schulen und Unternehmen. Durch sie werden Tafeln und Beamer ersetzt. In der Schule können beispielsweise mit ihnen Unterrichtsinhalte kabellos auf die Endgeräte der Schüler geschickt werden. Diese können die Aufgaben dann bearbeiten und dem Lehrer wieder zurückschicken. Ein weiterer großer Abnehmer innerhalb Deutschlands ist die Automobilindustrie.

www.prowse.com

Was verbindet Sie mit Deutschland – privat und geschäftlich? Ich habe in meiner Kindheit in Roermond, in der Nähe zur deutschen Grenze gewohnt. In den Niederlanden gab es zu diesem Zeitpunkt nur einen Fernsehsender. Die Deutschen hatten mehr und wir konnten sie dort auch empfangen. Später, in meiner Jugend, ging es immer nach Mönchengladbach oder Düsseldorf zum Vergnügen. Da haben wir das ein oder andere Bierchen getrunken. Geschäftlich bauen wir seit drei Jahren unser Netzwerk in Deutschland aus. Der Markt hat für uns ein sehr großes Potenzial. Dass ich aus meiner Jugend noch so gut Deutsch spreche, kommt mir da übrigens sehr gelegen.

Was assoziieren Sie mit Deutschland? Bier und Essen (lacht), Gemütlichkeit und Pünktlichkeit. In der Unternehmenskultur sind die Deutschen wesentlich formeller als die Niederländer. Auf die Deutschen wirken wir dadurch manchmal unprofessionell. Sie hingegen erscheinen uns ab und an als zu umständlich.

Gibt es auch Ähnlichkeiten zwischen beiden Völkern? Mittlerweile schon, zumindest was mich und die Pünktlichkeit betrifft. Früher war es in den Niederlanden üblich, dass man 15 Minuten zu spät kommt. Das geht heute nicht mehr. Ich bin sogar in Deutschland – wenn ich eine längere Anfahrt habe – eine Stunde eher dort, um ganz sicher pünktlich zu kommen. Darüber hinaus sind beide Völker sehr direkt. Wobei ich sagen würde, dass die Niederländer manchmal zu direkt und konkret sind. Die Deutschen sind eher vorsichtig.

Und welche Unterschiede gibt es? Den Deutschen sind akademische Titel sehr wichtig. Egal ob auf Briefpapier, auf Visitenkarten oder im persönlichen Gespräch: Der Titel wird immer genannt. In einer Unterhaltung wird die Anrede „Herr“ oder „Frau“ auch immer beibehalten. Ebenso wird sich in Deutschland sehr lange gesiezt. Egal, ob man sich schon viele Jahre kennt. In den Niederlanden hingegen spielen akademische Titel keine größere Rolle und man ist direkt beim „Du“. Bei uns wird sich innerhalb einer Firma in der Regel auch geduzt. Ganz unabhängig von den Hierarchien, nennen sich der Geschäftsführer und der Auszubildende beim Vornamen. Wir sind schließlich ein Team. Ich finde, egal ob alt oder jung, wir sind doch

„Mein deutscher Gesprächspartner ist fast vom Stuhl gefallen“

alle gleich. Übrigens ist mir aufgefallen, dass man in der Region um Hamburg schneller ins Du übergeht als beispielsweise in Bayern. Deutsche gehen sehr gut vorbereitet in Gespräche. Sie sind verrückt nach Zahlen, Fakten und vor allem lieben sie Standards. Am besten ist es, wenn etwas vom TÜV geprüft wurde und Produkte weltweiten Qualitätsstandards entsprechen. Da haben wir uns mit unseren Produkten angepasst, damit sie auch für Deutsche ansprechend sind.

Gibt es Besonderheiten im geschäftlichen Umgang mit den Deutschen? In Deutschland ist die Sprache Deutsch und bleibt es auch. Für uns als international agierendes Unternehmen ist das recht kompliziert und ein nicht unwesentlicher Kostenfaktor. Da sind sich die Deutschen und die Franzosen sehr ähnlich. Alle Präsentationen, Gebrauchsanweisungen und Kalkulationen müssen wir von einem Dolmetscher übersetzen lassen. In vielen anderen Ländern ist mittlerweile Englisch die erste Sprache im Berufsleben.

Wir Niederländer beginnen ein Gespräch zudem gerne mit Fragen nach der Familie und der Gesundheit, um ein gemeinsames Level zu finden. Der Deutsche geht direkt zu den geschäftlichen Themen. Ich hingegen bin an einer langfristig guten Ge-

schäftsbeziehung interessiert. Denn den großen Gewinn macht man nicht in den ersten Wochen. Dazu ist eine persönliche Basis und Bindung sehr hilfreich. Die schaffe ich, in dem ich mir bei Gesprächen persönliche Dinge merke und notiere, zum Beispiel den Geburtstag meines Geschäftspartners oder seiner Frau. Wenn ich dann ein Jahr später gratuliere, freuen sie sich immer. Das schafft eine Verbindung. Ein letzter Unterschied ist die schriftliche Bestätigung. In den Niederlanden werden Termine meist mündlich abgesprochen. Die Deutschen möchten das immer per Mail machen.

Welche Fauxpas sollten einem im geschäftlichen Umgang nicht passieren? Fauxpas ist vielleicht zu viel gesagt. Aber ich erzähle im Gespräch gerne zwischendurch einen Witz. Durch die entstandene Gesprächspause verschaffe ich mir eine Ruhepause. In ihr kann ich über das Gesagte nachdenken und mir eine Antwort überlegen. Der Deutsche fällt aber vor Fassungslosigkeit – wie ich so etwas in einem professionellen Gespräch machen kann – fast vom Stuhl.

Was sollten sich die Niederländer von den Nachbarn abschauen? Vielleicht die Ruhe und die Gründlichkeit. Die Deutschen bereiten sich auf wichtige Entscheidungen

sehr gut vor und nehmen sich ausreichend Zeit. In Angeboten müssen immer alle Einzelheiten aufgeführt werden, jedes Detail wird besprochen. Das dauert zwar erst länger, dann stehen Prozesse aber fest. Eine Absprache wird in Deutschland stets umgesetzt. Die Niederländer hingegen fangen mit etwas erst einmal an, dann schauen sie, wie es läuft und dann wird nachgebessert.

Sind sie schon einmal in ein Fettnäpfchen getreten, das Sie auf kulturelle Unterschiede zurückführen würden? Nein, nicht in ein Fettnäpfchen. Mir ist nur aufgefallen, dass es in Deutschland privat schwieriger ist, Kontakte zu knüpfen. In Kneipen kommt man beispielsweise in den Niederlanden direkt mit anderen Besuchern ins Gespräch. Das ist in Deutschland viel schwieriger. Wenn es aber zu einer Unterhaltung kommt, ist mir aufgefallen, dass die Deutschen sehr geschichtlich bewandert und interessiert sind. Sie wissen ganz genau, was wann und wo war und wie alles entstanden ist. Das finde ich gut.

Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: „Ein Geschäft ist ein gutes Geschäft, wenn ...“ es für beide einen Gewinn gibt – für jetzt und die Zukunft – auf Basis von Vertrauen und Professionalität.“

WEBSITEGESTALTUNG

WAS IST AUS KULTURELLER SICHT ZU BEACHTEN?

von Frank Wöbbeking und Alf Buddenberg, mediamixx GmbH, www.mediamixx-pr.de

Niederländer zeichnen sich durch eine ausgeprägte Online-Affinität aus. Rund 92 Prozent der 16- bis 75-Jährigen nutzen das Internet. Eine gute Unternehmenswebsite ist für geschäftliche Aktivitäten im deutschen Nachbarland daher von grundlegender Bedeutung. Es reicht aber nicht, ausschließlich auf den deutschen Internetauftritt zu setzen, selbst wenn er über englischsprachige Inhalte verfügt. Vielmehr muss die Online-Präsenz auf den niederländischen Markt mit seinen Eigenheiten und insbesondere auf die kulturell bedingt unterschiedlichen Gepflogenheiten der Kunden angepasst werden. Auf folgende Fragen und Hinweise sollte man im Vorfeld der Adaption der deutschen Unternehmenswebsite eingehen:

Design



Enthält die Website religiöse, politische oder kulturelle Bilder, die in den Niederlanden negative Reaktionen hervorrufen könnten? Vermieden werden sollte z.B. eine Bezugnahme auf Tragödien wie den Abschluss des Flugs MH 17 über der Ukraine mit 193 niederländischen Opfern. Aus demselben Grund sollte auf die scherzhafte Verwendung des Ausdrucks „Holland in Not“ verzichtet werden, da dieser Ausruf aus der Sturmflutkatastrophe von 1953 stammt, die knapp 2.000 Todesopfer forderte. Beleidigende Darstellungen des Königshauses sind ebenfalls kein guter Einstieg im Nachbarland. Grundsätzlich kommen martialische Bilder und Darstellungen in den Niederlanden nicht gut an. Humor und Selbstironie dagegen sind sehr beliebte Stilmittel.

Beinhaltet die Website Fotos und Motive, mit denen auch die Niederländer etwas anfangen können? Beispielweise ist der „Blaumann“ des deutschen Mechanikers eine im Nachbarland weitestgehend unbekannte Arbeitskleidung.

Entsprechen Gesamtlayout sowie Farben und Symbole der Website dem niederländischen Geschmack? Der Mut zu modernem Design mit großflächigen Bildern und Filmsequenzen sowie kräftigen Farbtönen wie rot, blau oder orange ist in den Niederlanden wesentlich ausgeprägter als in Deutschland. Das gilt auch für eher konservative Branchen wie Anwaltskanzleien oder Steuerberatungen, deren Websites durchweg bunter sind als die ihrer deutschen Kollegen.

Inhalt



Welche Bereiche der Website sind für den niederländischen Markt interessant? Inhalte, die sich ausschließlich an deutsche Kunden wenden, sollten möglichst weggelassen werden. Im Fokus der niederländischen Version der Website sollten die niederländischen Kunden liegen.

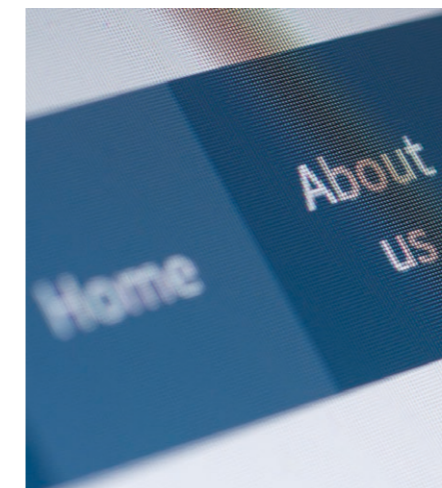
Sind die auf der Website präsentierten Qualitätskriterien des Produkts oder der Dienstleistung auch für die Niederländer relevant? Zum Beispiel kann eine Fokussierung auf Produktqualität unter Umständen nicht ausreichend sein, da Niederländer bei deutschen Produkten von einer hohen Qualität ausgehen. Stattdessen kann es zielführender sein, das hohe Serviceniveau in den Mittelpunkt zu rücken.

Sprache



Sollten vor dem Hintergrund eines auf den niederländischen Markt angepassten Produkt- und Dienstleistungssortiments inhaltlich und gestalterisch andere Schwerpunkte gesetzt werden?

Entspricht die Darstellung der Unternehmensgeschichte, Leitbilder, Visionen und Werte in Bezug auf ihre Länge und Emotionalität dem Geschmack der Niederländer? Zum Beispiel kommen ausufernde historische Abrisse über die Firmengeschichte in „Wir über uns“ beim deutschen Nachbarn weniger gut an. Stattdessen sollte Wert auf aktuelle Referenzen, möglichst mit Niederlandebezug, gelegt werden. Falls soziales Engagement in den Niederlanden besteht, sollte auf dieses unbedingt hingewiesen werden.



Funktionieren die zu übersetzenden Inhalte, insbesondere Sprichwörter und Sprachbilder, auch in der niederländischen Sprache? Abzuraten ist beispielsweise von martialischen Redewendungen wie „Wir stehen Gewehr bei Fuß“. Während man in Deutschland schnell mal „zwischen den Stühlen sitzt“, gerät man in den Niederlanden „Tussen wal en ship“, also zwischen Kai und Schiff. Und wenn man den Ausdruck „Das Geschäft ist in trockenen Tüchern“ wörtlich übersetzt, erntet man in den Niederlanden nur verständnisloses Kopfschütteln.

Entspricht die Ansprache niederländischen Gepflogenheiten? Häufig ist sie in den Niederlanden informeller und direkter. Hierarchien sind flacher und werden nicht betont. Während man in Deutschland Wert auf Titel und Funktion legt, werden Mitarbeiter auf niederländischen Websites häufig mit Vornamen vorgestellt.

Zeichnet sich die für die Übersetzung der Website ins Niederländische ins Auge gefasste Agentur durch branchenspezifische Kenntnisse aus? Wegen der nur schwach ausgeprägten Deutschkenntnisse auf niederländischer Seite sollte die Übersetzung unbedingt durch einen spezialisierten Dienstleister durchgeführt werden.



Wie verträgt sich die Seitenstruktur mit abweichenden Textlängen? Grundsätzlich sind niederländische Texte etwas kürzer als deutsche. Zu beachten ist allerdings, dass in Deutschland bekannte bzw. geläufige Personen, Bezeichnungen und Fachbegriffe dem niederländischen Leser erklärt werden müssen. Das wiederum kann zu längeren Texten führen. Grundsätzlich sollte die Übersetzung ohnehin zu einem eigenständigen niederländischen Text führen. Die durch die Seitenstruktur vorgegebene Textlänge muss die Übersetzungsentwurf-agentur kennen.

Kontakt | Service



Können auf der Website Ansprechpartner angegeben werden, die über ausreichende niederländische (oder zumindest englische) Sprachkenntnisse verfügen?

Werden Ansprechpartner mittels Fotos und Hintergrundinformationen näher vorgestellt? Das vereinfacht potenziellen Kunden die Kontaktaufnahme.

Funktionieren Telefonnummern mit besonderen Vorwahlen auch aus den Niederlanden heraus?

Sind die verwendeten Social-Media-Kanäle auch in den Niederlanden gängig? Twitter ist dort im B2B-Bereich von größerer Bedeutung als in Deutschland. Xing ist in den Niederlanden nicht populär – LinkedIn ist dort das führende geschäftliche Netzwerk. In jedem Fall sollte man die in den Niederlanden populären Kanäle als weitere Kontakt- und Servicekanäle strategisch integrieren.

Denken Sie daran, einen eventuell vorhandenen Newsletter ins Niederländische zu übersetzen. Ein professionell gestalteter Newsletter kann zusätzliche Kundenkontaktmomente generieren.



Entspricht der Online-Shop hinsichtlich Zahlungsmöglichkeiten und Verpackungseinheiten den niederländischen Standards? Die Entwicklung im Online-Bereich ist in den Niederlanden weiter als in Deutschland, der Innovationsfaktor entsprechend höher. Zahlung auf Rechnung ist in den Niederlanden nahezu unbekannt. Stattdessen wird online per Kreditkarte oder mittels Zahlungssystemen wie Paypal bezahlt.

Ist ein bestehender Recruiting-Bereich auch auf die Gewinnung z.B. niederländischer Vertriebsmitarbeiter / Fachkräfte ausgerichtet?

Denken Sie auch daran, die im Servicebereich zum Download bereitgestellten Dokumente zu übersetzen.

Recht



Denken Sie daran, die Datenschutzstandards an die niederländische Rechtslage und die Bedürfnisse der niederländischen Kunden anzupassen. Die entsprechenden Vorschriften sind regelmäßig Änderungen unterworfen. Deshalb sollte ein niederländischer Rechtsexperte zurate gezogen werden.

Beachten Sie ebenfalls, dass Seitenbesucher vor Nutzung der Website eindeutig und vollständig über die Nutzung von Cookies informiert werden und ihre Einwilligung erklären. In den Niederlanden besteht eine Verpflichtung dazu.

Eine Impressumspflicht nach deutschem Muster ist in den Niederlanden unbekannt. Es reicht im deutschen Nachbarland aus, wenn Firmenname und Anschrift genannt werden. Die Angabe des vollständigen Namens des Geschäftsführers ist hingegen nicht erforderlich. Die Verwendung des (übersetzten) deutschen Impressums und der Datenschutzerklärung ist daher mehr als ausreichend.

Dürfen alle Medien (Bilder, Videos, Musik, Logos) auch in den Niederlanden genutzt werden?

Sind alle auf der Website getroffenen Aussagen auch in den Niederlanden rechtlich haltbar? Das gilt insbesondere für Werbeversprechen wie „Heute bestellt, morgen geliefert“.

Sind die verwendeten Versand- und Lieferbedingungen auch nach niederländischem Recht zulässig? Eventuell müssen die beispielsweise für den Bereich der Reklamation und Rücksendung verwendeten Bedingungen angepasst werden. Erfahrene Juristen mit branchenspezifischer Expertise können bei der Prüfung helfen. Eventuell sind über Branchenverbände Musterbedingungen zu beziehen.



IT



Lässt das Content Management System (CMS) der deutschen Website das Einfügen einer niederländischen Sprachfassung problemlos zu?

Erlaubt das CMS die einfache Bearbeitung mehrsprachiger Inhalte?

Lässt sich durch das CMS die Navigationsstruktur der Website leicht an das Verhalten der Besucher anpassen?

Möglicherweise ist es sinnvoll, eine für die Niederlande völlig neue Website und/oder Landingpage einzurichten. Die Gestaltung einer komplett neuen Website ist tendenziell dann ratsam, wenn das für den Nachbarmarkt vorgesehene Waren- bzw. Dienstleistungsangebot signifikant von dem des Heimatmarkts abweicht. Dasselbe gilt, wenn eine neue Website wesentlich bessere Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung (SEO) eröffnet. Eine Landingpage ist zu empfehlen, wenn dem niederländischen User die wichtigsten Vorzüge des Produkts/der Dienstleistung kompakt und auf ihn zugeschnitten dargestellt werden sollen, ohne dass er diese Informationen im Rahmen des Webauftritts aufwändig suchen muss.

Ist der Webauftritt „responsive“, d.h. wird er auf verschiedenen Endgeräten gut dargestellt? Besonders die Darstellung auf Smartphones verdient erhöhte Aufmerksamkeit, da ihre Verwendung in den Niederlanden besonders populär ist.

Sind die relevanten Social-Media-Kanäle in die Website integriert? In den Niederlanden ist Twitter z.B. im B2B-Bereich wesentlich beliebter als in Deutschland. Auch die Verknüpfung mit dem eigenen LinkedIn-Profil sowie mit der niederländischen Facebook-Seite sollte nicht vergessen werden. Bei einer jüngeren Zielgruppe sollte ein niederländischer Social-Media-Experte einbezogen werden, da sich die Beliebtheit der unterschiedlichen Kanäle schnell verändert.

Gibt es Partner für Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenmarketing (SEA), die sich auf die Niederlande spezialisiert haben?

Denken Sie daran, dass eventuell die verwendeten Keywords und die Navigation auf das Online-Suchverhalten der Niederländer angepasst werden müssen. Das setzt voraus, dass ihr Suchverhalten regelmäßig analysiert wird.

Wurde im Rahmen der SEO geprüft, welche Suchmaschinen in den Niederlanden relevant sind?

Beachten Sie, dass das Breitbandnetz in den Niederlanden hervorragend ausgebaut ist. Nutzen sie dies, indem Sie die Funktionen ihrer Website entsprechend ausrichten. So können beispielsweise größere Datenmengen hinterlegt und Imagefilme ohne Verzögerungen abgespielt werden.

Wer wird die kontinuierliche Pflege der niederländischen Internetseiten übernehmen?

QUIZ: WIE WAR DAS NOCH MAL?

Haben Sie alles behalten? Die folgenden 20 Quizfragen beziehen sich auf die Inhalte des Praxisratgebers „Interkulturell kompetent unterwegs in den Niederlanden“. Nur eine Antwort ist die jeweils richtige.

1. Was sind die Vereinigte Ostindische Kompanie und die Westindische Kompanie?

- a. In Indien stationierte niederländische „Blauhelmregimente“
- b. Von Niederländern in Indien gegründete Hockeyligen
- c. Ehemalige niederländische Handelsgesellschaften

2. Welche Stadt ist keine ehemalige niederländische Kolonie?

- a. Schanghai
- b. New York
- c. Kapstadt

3. Was trifft seit dem „Goldenen Zeitalter“ auf die Niederlande zu?

- a. Sie sind ein abgeschotteter Staat ohne nennenswerte Auslandsbeziehungen
- b. Sie sind eine Handelsnation mit internationalen Wirtschaftskontakten
- c. Sie sind ein Zentralstaat mit schwach ausgeprägter regionaler Identität

4. Was ist typisch niederländisch?

- a. Lautstarke öffentliche Emotionsausbrüche Einzelner
- b. Das kritiklose Befolgen von jeglichen Verboten bzw. Geboten
- c. Leben und leben lassen nach dem Motto: „Moet kunnen“

5. Welche Bedeutung hat der Westfälische Frieden für die Niederlande?

- a. Die Republik der Vereinigten Niederlande wird als souveräner Staat anerkannt
- b. Die Niederlande werden Frankreich zugeschlagen
- c. Münster wird für kurze Zeit Hauptstadt der Niederlande

6. Die „Versäulung“ der niederländischen Gesellschaft beschreibt was?

- a. Den gemeinsamen Kampf gegen den steigenden Nordseepegel
- b. Die Altersverteilung der Bevölkerung
- c. Die Segmentierung der Bevölkerung in vier sozio-politische Gruppen

7. Durch wen wurde das Königreich Holland gegründet?

- a. Durch Napoleon Bonaparte
- b. Durch Johan Cruyff
- c. Durch Rudolf Thorbecke

8. Wie heißen die Königinnen, die durch ihre Volksnähe für die Beliebtheit des Königshauses bei den Niederländern sorgten?

- a. Mary, Elizabeth und Diana
- b. Maxima, Evita und Dilma
- c. Wilhelmina, Juliana und Beatrix

9. Was feiern die Niederländer am 5. Mai?

- a. Die Befreiung von den deutschen Besatzern während des Zweiten Weltkriegs
- b. Die Gründung des niederländischen Königreichs
- c. Den Geburtstag von König Willem-Alexander

10. Für was steht der Begriff „polderen“ in der niederländischen Politik und Wirtschaft?

- a. Für die kompromissorientierte Verhandlung von Lösungen zwischen allen betroffenen Parteien
- b. Für die lautstarke Vertretung von Positionen und Meinungen
- c. Für einen politischen bzw. wirtschaftlichen Schlingerkurs

11. Wenn ein niederländisches Unternehmen einen „Klantendag“ veranstaltet, dann ...

- a. ... geht es für die Mitarbeiter auf Betriebsausflug
- b. ... verkündet es öffentlich seine Insolvenz
- c. ... lädt es seine Kunden und Lieferanten ein

12. Was meint der von König Willem-Alexander in seiner Thronrede 2013 verwendete Begriff „Participatiesamenleving“?

- a. Die stärkere Toleranz gleichgeschlechtlicher Ehen
- b. Die Übernahme von Regierungsaufgaben durch das Königshaus
- c. Den Umbau des Versorgungsstaates zur Beteiligungsgesellschaft

13. Die Niederlande sind ...

- a. ... kleiner als Holland
- b. ... ein „Testlabor“ für Innovationen ausländischer Unternehmen
- c. ... ein beliebtes Reiseziel für Alpinisten

14. „Moffen“ ist ...

- a. ... ein altes Schimpfwort der Niederländer für die Deutschen
- b. ... ein niederländischer Ausdruck für Mofafahren
- c. ... eine holländische Kartoffelsorte

15. Für was sind die Deutschen bei den Niederländern bekannt?

- a. Für ihren Planungs- und Ordnungssinn
- b. Für ihr Understatement
- c. Für ihre Haltung „Erst das Vergnügen, dann die Arbeit“

16. Was schätzen die Niederländer an Deutschland bzw. den Deutschen?

- a. Das mediterrane Klima der deutschen Nordseeküste
- b. Gastfreundschaft und Geselligkeit
- c. Die schnelle Erlernbarkeit der deutschen Sprache

17. Die niederländische Unternehmenskultur ist gekennzeichnet ...

- a. ... durch ausgeprägte Hierarchien und Strukturen
- b. ... durch ergebnis- und leistungsorientiertes Handeln
- c. ... durch Offenheit und Interesse an den Mitarbeitern

18. Welches Kommunikationsmittel benutzen niederländische Geschäftsleute bevorzugt?

- a. Brief und Fax
- b. Festnetztelefonie
- c. E-Mail und Online-Dienste mit Chat-Funktion

19. Was bedeutete die Verfassungsreform von 1848 für die niederländische Monarchie?

- a. Sie erhielt zusätzliche Regierungsaufgaben
- b. Sie wurde unabhängig vom spanischen Königshaus
- c. Sie verlor an Exekutivmacht

20. Worauf sollte man im Umgang mit Niederländern unbedingt achten?

- a. Auf das Demonstrieren des eigenen Status
- b. Auf eine möglichst rangunabhängige Behandlung des Gesprächspartners
- c. Auf eine durchgehend höflich-distanzierte Ansprache

Die Lösungen:
1c, 2a, 3b, 4c, 5a, 6c, 7a, 8c, 9a, 10a, 11c, 12c, 13b, 14a, 15a, 16b, 17c, 18c, 19c, 20b

GLOSSAR: EIN PAAR BROCKEN NIEDERLÄNDISCH

DEUTSCH

NIEDERLÄNDISCH

AUSSPRACHEHILFE

Begrüßung, Vorstellung

Guten Morgen!	Goedemorgen!	[chudemorche]
Guten Tag!	Goedendag!	[chudendach]
Guten Abend!	Goedenavond!	[chudenaawond]
Hallo!	Hallo!	
Herzlich Willkommen!	Hartelijk welkom!	[harrtelick wellkomm]
Ich heiße .../Mein Name ist ...	Ik heet .../Mijn naam is ...	[ick heet .../mein naam is ...]
Wie heißen Sie?	Hoe heet u?	[hu heet ü]
Ich komme von der Firma ...	Ik vertegenwoordig de firma ...	[ick vertegenwoordich]
Ich komme aus ...	Ik kom uit ...	[ick komm aüt ...]
Deutschland	Duitsland	[daütsland]
Woher kommen Sie?	Waar komt u vandaan?	[waar kommt ü vandaan]
Ich habe einen Termin mit ...	Ik heb een afspraak met ...	[ick hebb ...]
Entschuldigen Sie die Verspätung!	Mijn excuses voor de vertraging!	[mein eksküösös voor de vertraching]
Ich freue mich, Sie kennenzulernen/ Sie wiederzusehen.	Ik ben blij u te ontmoeten/ u weer te zien.	[ick benn blei ü te ontmuten/ ü weer te zien]
Wie geht es Ihnen?	Hoe gaat het met u?	[hu chaat hett mett ü]
Mir geht es gut.	Met mij gaat het goed.	[mett mei chaat het chut]
Ich spreche leider nur wenig/ kein Niederländisch (Deutsch).	Ik spreek maar een beetje/ geen Nederlands (Duits).	[ick spreek maar een beetje/ cheen nederlands (daüts)]

DEUTSCH

NIEDERLÄNDISCH

AUSSPRACHEHILFE

Wie sagt man ... auf Niederländisch/ Was heißt ... auf Niederländisch?	Hoe zeg je ... in het Nederlands/ Wat is ... in het Nederlands?	[hu sech je ... in hett nederlands/ wat iss ... in hett nederlands]
Sprechen Sie Deutsch (Englisch/ Niederländisch)?	Spreekt u Duits (Engels/ Nederlands)?	[spreekt ü daüts (engels/ nederlands)]
Können wir Deutsch (Englisch/ Niederländisch) sprechen?	Kunnen we Duits (Engels/ Nederlands) spreken?	[können we daüts (engels/ nederlands) spreken]
Das habe ich leider nicht verstanden.	Dat heb ik niet begrepen.	[dat hebb ick niet bechrepen]
Können Sie das bitte wiederholen?	Kunt u dat herhalen, alstublieft?	[könnt ü datt herhalen, alstüblieft]

Verabschiedung

Auf Wiedersehen!	Tot ziens!	[tott siens]
Bis zum nächsten Mal!	Tot de volgende keer!	[tott de volchende keer]
Tschüss!	Doei!	[dui]
Vielen Dank für Ihre Zeit/Aufmerksamkeit!	Bedankt voor uw tijd/aandacht!	[bedankt voor üw teid/aandacht]
Bis morgen!	Tot morgen!	[tott morchen]
Es hat mich gefreut, Sie kennenzulernen/ Sie wiederzusehen.	Het was een genoegen u te ontmoeten/ u weer te zien.	[hett wass een chenuchen ü te ontmuten/ ü weer te zien]
Gute Heimreise!	Goede reis terug naar huis!	[chude reis terüch naar haüs]
Wir bleiben in Kontakt.	We houden contact.	[wö hauden kontakt]
Haben Sie eine Visitenkarte?	Heeft u een visitekaartje?	[hehft ü een visitekaartje]
Darf ich Ihnen meine Visitenkarte überreichen?	Mag ik u mijn visitekaartje geven?	[mach ick ü mein visitekaartje cheven]
Schönen Tag/Abend noch!	Nog een prettige dag/avond!	[noch een prettiche dach/aawond]
Gute Nacht!	Goedenacht!	[chudenacht]
Danke, gleichfalls.	Dank u, u ook.	[dank ü, ü ook]
Auf gute Geschäfte/Zusammenarbeit!	Op goede zaken/een goede samenwerking!	[op chude zaken/een chude samenwerking]

DEUTSCH

NIEDERLÄNDISCH

AUSSPRACHEHILFE

Glückwünsche, Komplimente

Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag!	Gefeliciteerd met uw verjaardag!	[chefeliciteerd met üw verjaardach]
Ein frohes Neues Jahr!	Gelukkig nieuwjaar!	[chelökkich nieuwjaar]
Frohe Ostern!	Vrolijk Pasen!	[frolick pasen]
Frohe Weihnachten!	Vrolijk kerstfeest!	[frolick kerstfeest]
Einen guten Rutsch!	Een goed uiteinde!	[een chut aüteinde]
Schönes Wochenende!	Prettig weekend!	[prettich weekend]
Das gefällt mir gut/ Das hat mir gut gefallen!	Dat vind ik leuk/ Dat vond ik leuk!	[dat vind ik löök/ dat vond ik löök]

Essen gehen

Ich möchte Sie zum Essen einladen.	Ik wil u graag uitnodigen voor een etentje.	[ick will ü chraach aütnodichen voor en etentje]
Darf ich Sie zum Essen einladen?	Mag ik u voor een etentje uitnodigen?	[mach ick ü voor een etentje aütnodichen]
Vielen Dank für die Einladung!	Hartelijk bedankt voor de uitnodiging!	[hartelick bedankt voor de aütnodiching]
Gern geschehen!	Graag gedaan!	[chraach chedaan]
Keine Ursache!	Geen dank!	[cheen dank]
Ja, sehr gerne!	Ja, graag!	[ja, chraach]
Können Sie mir ein Restaurant empfehlen?	Kunt u een restaurant aanbevelen?	[küntt ü een restaurant aanbevelen]
Könnte ich bitte die Speisekarte/ Getränkekarte haben.	Mag ik het menu/ de drankenkaart alstublieft?	[mach ick het menü/ de drankenkaart alstüblieft]
Können Sie mir etwas/ einen Wein empfehlen?	Kunt u iets/ een wijn aanbevelen?	[küntt ü iets/ een wein aanbevelen]
Gibt es eine lokale Spezialität?	Is er een lokale specialiteit?	[iss er een lokale specialiteit]
Zum Wohlsein/Prost!	Proost!	
Lassen Sie uns anstoßen.	Laten we toosten.	[laten wö toosten]

DEUTSCH

NIEDERLÄNDISCH

AUSSPRACHEHILFE

Guten Appetit!	Smakelijk!	[smakelick]
Das schmeckt sehr gut.	Het smaakt erg goed.	[hett smaakt erch chutt]
Möchten Sie ein Dessert/einen Kaffee?	Wilt u dessert/koffie?	[willt ü dessert/koffie]
Wo finde ich die Toilette?	Waar is het toilet?	[waar iss hett toilet]
Könnte ich bitte die Rechnung haben.	Mag ik de rekening alstublieft?	[mach ik de rekening alstüblieft]

An- und Abreise

Wie komme ich zum Bahnhof/ Flughafen/zur nächsten Haltestelle/ zu dieser Adresse?	Waar is het station/ de luchthaven/de volgende halte/ dit adres?	[waar iss ... het station/ de lüchthaven/de volgende halte/ ditt adres]
Können Sie mir bitte ein Taxi rufen?	Kunt u een taxi voor me bellen?	[küntt ü een taxi voor mö bellen]
Wie bekomme ich ein Taxi?	Hoe kan ik een taxi regelen?	[hu kann ick een taxi regelen]
Ich wohne im Hotel ...	Ik verblijf in hotel ...	[ick verbleif in hotel]
Zum Flughafen/ins Hotel .../ zu dieser Adresse, bitte.	Naar de luchthaven/naar hotel .../ naar dit adres alstublieft.	[naar de lüchthaven/naar hotel .../ naar dit adress alstüblieft]
Wo kann ich einen Fahrschein/ ein Ticket kaufen?	Waar kan ik een vervoerbewijs/ kaartje kopen?	[waar kann ik een vervursbeweis/ kartje kopen]
Wo ist die nächste Tankstelle?	Waar is het dichtstbijzijnde benzinstation?	[waar iss het dichtstbeizeinde bensinstationn]

Alltägliches

Entschuldigung.	Pardon.	[pardonn]
Können Sie mir helfen?	Kunt u me helpen?	[küntt ü me helpen]
Wie spät ist es?	Hoe laat is het?	[hu laat iss het]
Es ist ... Uhr.	Het is ... uur.	[hett is ... ür]
Danke/Vielen Dank!	Bedankt/Dank u wel!	[bedankt/dank ü well]

DEUTSCH	NIEDERLÄNDISCH	AUSSPRACHEHILFE
ja	ja	
nein	nee	
eins	een	
zwei	twee	
drei	drie	
vier	vier	
fünf	vijf	[feif]
sechs	zes	[seß]
sieben	zeven	[seven]
acht	acht	
neun	negen	[neechen]
zehn	tien	[tihñ]
hundert	honderd	
tausend	duizend	[daüsend]
heute	vandaag	[vandaach]
morgen	morgen	[morchen]
gestern	gisteren	[chisteren]
Montag	maandag	[maandach]
Dienstag	dinsdag	[dinnsdach]
Mittwoch	woensdag	[wunnsdach]
Donnerstag	donderdag	[donderdach]
Freitag	vrijdag	[freidach]
Samstag	zaterdag	[saterdach]
Sonntag	zondag	[sonndach]

DEUTSCH	NIEDERLÄNDISCH	AUSSPRACHEHILFE
Fachbegriffe		
PERSONEN, FUNKTIONEN		
Geschäftsführer/-in / Geschäftsführung	bedrijfsleider/-ster / bedrijfsleiding	[bedreifsleider/-ster / bedreifsleiding]
Vorstandsvorsitzende(r) / Vorstand	voorzitter/-ster van het bestuur / bestuur	[voorzitter/-ster van hett bestür / bestür]
Abteilungsleiter/-in / Abteilung	afdelingschef/-cheffin / afdeling	
Mitarbeiter/-in	medewerker/-ster	
Kollege/-in	collega	[collecha]
Marketing	marketing	
Vertrieb	verkoop	
Finanzen	financiën	
Forschung und Entwicklung	onderzoek en ontwikkeling	[onndersuck en ontwicklung]
Produktion	productie	[prodüxie]
PERSONALFRAGEN		
Arbeitsvermittlung	arbeidsbureau	[arbeidsbüro]
Arbeitsamt	Centrum voor Werk en Inkomen	[centrüm voor werk en inkomen]
Zeitvertrag	tijdelijk contract	[teidelick contract]
Anstellungsvertrag	aanstellingsakte	
Sozialabgaben	sociale lasten	
Krankenkasse	ziekenfonds	[siekenfonds]
Rentenkasse	pensioenfonds	[pensiuonfonds]
Arbeitgeberversicherung	werkgeversverzekering	[werkcheversversekering]
Finanzamt	belastingdienst	
Kündigung	ontslag	[onntslach]

DEUTSCH

NIEDERLÄNDISCH

AUSSPRACHEHILFE


JURISTISCHES

Allgemeine Geschäftsbedingungen	algemene Voorwaarden	[alchemene voorwaarden]
Vertrag	contract	
Vertragsstrafe	contractuele boete	[contractüele bute]
(unverbindliches/freibleibendes) Angebot	(niet-bindende/vrijblijvende) offerte	[[nietbindende/freibleivende) offerte]
Rechtsanwalt	advocaat	
Vertragsklausel	contractuele clause	[contractüele clausüle]
Garantie	garantie	[charantie]
Gewährleistung	vrijwaring	[vriewaring]
Haftung	aansprakelijkheid	[aansprakelickheid]
Zahlungsbedingung	betalingsvoorwaarde	
Lieferbedingung	leveringsvoorwaarde	
Frist	termijn	[termein]

PRODUKT/BESTELLUNG

Produkt	product	[prodükt]
Warenmuster	monster/staal	
Katalog	catalogus	[kataalochüs]
Qualität	kwaliteit	
Produktionskosten	productiekosten	[prodüxiekosten]
Lieferzeit	levertijd	[leverteit]
Preis/Preisliste	prijs/prijslijst	[preis]/[preisleist]
Stückzahl	aantal stuks	[aantall stüxs]
Rabatt/Nachlass	korting/reductie	[korrting/redüxie]
Mehrwertsteuer	btw	[beeteewee]
Rechnung	rekening	

IMPRESSUM

Herausgeber	Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein KdöR vertreten durch den Präsidenten und den Hauptgeschäftsführer Friedrichstraße 40, 41460 Neuss www.mittlerer-niederrhein.ihk.de
Redaktion	Geschäftsbereich International Stefan Enders (Leitung), enders@neuss.ihk.de Wolfram Lasseur, lasser@neuss.ihk.de
Design	360° Design, Krefeld
Produktion	van Acken Druckerei Et Verlag GmbH, Krefeld
Stand	November 2016
Bezug	Diese Publikation kann als PDF unter www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/6603 kostenlos heruntergeladen werden.
Copyright	Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers und Quellenangabe gestattet.
Haftungsausschluss	Die Inhalte dieser Publikation wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für ihre Richtigkeit und Vollständigkeit sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt der Herausgeber jedoch keine Gewähr. Dies gilt auch für die Inhalte der hier lediglich zu Informationszwecken angegebenen externen Internetseiten.
Bildnachweise	Titelbild, S. 18, 26, 47, 49, 50: Montagen 360° Design S. 2, 12, 17, 22, 25, 28 o., 30, 32, 34: Ojo Images S. 4, 47 u.: 360° Design S. 6, 9, 16 u., 20, 21, 24, 28 u. 35, 36, 38, 39: Adobe Stock S. 16 o., 29 o.: iStockphoto S. 23, 37, 46: Fotolia S. 42: Andreas Bischof S. 44: Hay Hutjens S. 48: Stockbyte S. 59: Nina Krockow
Autorin	 Nina Krockow, ausgebildete Sprach-, Medien- und Informationswissenschaftlerin, lebt und arbeitet seit 1997 als Deutsche in den Niederlanden. Nachdem sie 15 Jahre für diverse niederländische Unternehmen in den Bereichen internationales Marketing, Kommunikation und Business Development Deutschland tätig gewesen ist, machte sie sich 2013 selbstständig. Mit ihrer Berateragentur mind4share unterstützt sie Firmen aus den Niederlanden auf dem deutschen Markt in strategischen und operativen Fragen. Interkultureller Wissenstransfer für den grenzüberschreitenden Geschäftserfolg ist dabei eine ihrer Kernkompetenzen. Sie bietet u.a. zu diesem Thema Trainings für niederländische und deutsche Unternehmen an. www.mind4share.com

IHK in Krefeld

Postfach 10 10 62
47710 Krefeld

Nordwall 39
47798 Krefeld

Tel. 02151 635-0
Fax 02151 635-338
E-Mail info@krefeld.ihk.de

IHK in Mönchengladbach

Postfach 10 06 53
41006 Mönchengladbach

Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach

Tel. 02161 241-0
Fax 02161 241-105
E-Mail info@moenchengladbach.ihk.de

IHK in Neuss

Postfach 10 07 53
41407 Neuss

Friedrichstraße 40
41460 Neuss

Tel. 02131 9268-0
Fax 02131 9268-529
E-Mail info@neuss.ihk.de

www.mittlerer-niederrhein.ihk.de



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein