

# De Duitser snapt de Nederlander niet altijd



Nederlanders en Duitsers kijken al lang niet meer vreemd op van het wederzijdse gedrag. FOTO SHUTTERSTOCK

Duitsers en Nederlanders werken veel samen. Er is veel handel tussen beide landen. Toch is er soms onbegrip. Want verschillen in omgangsvormen zijn er ook.

BOUKE NIELSEN

Presentator Axel Pusitzky van Radio Bremen schetst onbedoeld het beeld van de Duitser die niets snapt van de Nederlander. „Er is bij ons altijd de angst dat wanneer we in Nederland zelfbewust optreden, dat de Nederlander denkt: ze zijn nog net als toen.”

Het is 75 jaar na de Tweede Wereldoorlog in Duitsland misschien wel een groter thema dan in Nederland. Tenminste, onder die generaties die de oorlog niet hebben meegemaakt, want de erflast van de oorlog zal niet gelijk verdeeld – én opgepakt – zijn. Pusitzky leidt in Oldenburg een bijeenkomst van netwerk izb (idea to business), waar Nederlandse ondernemers vertellen

over de mores in ons land, zodat Duitse ondernemers uit de regio Bremen-Oldenburg er hun voordeel mee kunnen doen.

Wat trouwens wel opmerkelijk is: al jaren zijn er amper van dit soort sessies geweest en in de laatste maanden al twee keer. Schijnbaar is er economische urgentie nodig voor dit soort sessies, want de economie in Duitsland is tanende. En toch, er gebeurt best veel met elkaar, want het totale handelsvolume tussen beide landen bedraagt liefst 180 miljard euro per jaar. Nederland is de een na grootste leverancier aan Duitsland.

Het forum in Oldenburg handelt over goede burens. Burens die veel gemeen hebben, maar niet hun historie en opvoeding. Dat weten ze van elkaar en ze kijken al lang niet meer vreemd op van het wederzijdse gedrag. Alleen, in Oldenburg blijkt toch weer dat de Nederlander veel luchtiger – *locker* noemen de Duitsers dat – reageert op gevoeligheden dan de Duitser.

Als de Duitser losjes doet, dan voelt dat ongemakkelijk en dat wordt vast doorzien, zo oppert Pusitzky. Martin Assink, van CityE uit Groningen, moet lachen. „Begin er gewoon mee, je doet dan in elk geval ervaring op”, zegt hij tegen Pusitzky. Hij wil maar zeggen: de ervaring van een fout is niet erg en leidt in elk geval tot verbetering. Want zo denken wij Nederlanders, stelt Bettina Fabich van Denies uit Oldenburg, dat zich heeft gespecialiseerd in Duits-Nederlandse projecten. Fouten zijn bij ons leermomenten.

Fabich, gepokt en gemazeld in Amsterdam, houdt een inleiding over vooral de Nederlander. Wel, houdt u vast, hier komt een samenvatting van haar betoog: wij Nederlanders beginnen aan een project en zien dan wel, we vertrouwen op voortschrijdend inzicht en vergaderen daarom wel veel, een fout is geen ramp, we nemen risico’s, we improviseren (Fabich tegen de aanwezige

**In Oldenburg blijft toch weer dat Nederlanders luchtiger reageren**

Duitsers: „Wees gerust, het werkt, het komt voor elkaar”), we willen zelfstandig werken, het team is belangrijk, stel je een vraag aan een groep Nederlanders dan krijg je van iedereen een antwoord (Fabich: „Terwijl je zou denken dat er maar één het bij het rechte eind kan hebben”) en goed is goed genoeg voor ons.

Met dat verbale gereedschap gaat een forum van ondernemers aan de slag. Een van hen is Peter Hoedemaker die tien jaar CEO is geweest van Käfer isoleertechniek in Bremen (28.000 man, omzet 1,6 miljard). „Ik had twee secretaresses die elkaar elke dag aanspraken met mevrouw”, vertelt hij. „Een Nederlander begrijpt zoiets niet.” En als hij in de internationale board was, dan noemen zijn Australische en Engelse collega hem Peter, terwijl een Duitser hem meneer Hoedemaker bleef noemen.

Hoedemaker: „Dat was ongemakkelijk, dus zei ik dat hij me ook beter Peter kon noemen. Maar in Duitsland denkt men dan meteen dat er een band is, dat je haast familie wordt. En dat is weer niet zo.”

Dirk Lüerssen, of zoals het in Duitsland gaat: Dr. Dirk Lüerssen, van Wachstumregion (groei regio) Emsachse, heeft veel met Nederlanders te maken. Na een opmerking dat Nederlanders vaak beter in het verkopen zijn dan organiseren, vindt hij het nodig die gedachte te pareren. „Het gaat met Nederlanders vaak wel veel sneller”, weet hij. „Neem die kapotte spoorbrug bij Weener. Laatst zei een Nederlandse ondernemer tegen me: laat ons even pionieren, dan hangt die brug er

morgen weer in. De Nederlander denkt dan: het wordt geen 100 maar 98 procent en daar kan ik wel mee leven.”

Net als Lüerssen kent Rick Schouten de Duitser door en door. Hij is geboren in Duitsland, want zijn Nederlandse ouders begonnen in Cloppenburg de bloemenhandel Combi-fleur. Er werken 55 man, van wie 51 Duitser. „Bij ons is iedereen losjes, want wij zijn het ook. Het gaat prima”, zegt hij. Spontaan zijn, eerlijk, niet op iemand neerkijken zijn eigenschappen waarmee je het volgens hem in beide landen redt: „Maar waar je ook bent, het is overal geven en nemen.”

Schouten doet een opmerkelijke ontboezeming: „Ik ben anti-Duits opgevoed, tenminste, als het om voetbal gaat.” Maar in 2006 kantelde dat beeld volledig toen het WK voetbal in Duitsland werd gehouden. „Julie durfden eindelijk vlaggen te tonen en met z’n allen achter je land te staan. Daar mogen jullie best trots op zijn.” Schouten oogst een stevig applaus.

Er is wel één aspect dat Duitsers moeten leren over de Nederlander, vindt Hoedemaker. In Nederland ziet men Duitsland toch wel als het land van de superkwaliteit. „Er zit iets van een underdog-gevoel in bij ons”, taxeert hij. „Er is toch altijd het gevoel van: als de Duitsers ga geven, is het hier voorbij. Dat moet je als Duitser begrijpen. Het is allemaal niet zo brutaal als wel gedacht wordt.”

En juist daarover vertelt Lüerssen iets heel grappigs. Er is in het Emsland een wat cynisch gezegde, zo verklaart hij: Als de Nederlander je vandaag nog niet heeft bescheten, dan is hij je misschien wel vergeten. Met andere woorden, je trekt in zaken bij de Nederlander vaak aan het kortste eind, maar je moet wel met hem bezig blijven anders heb je niks. Lüerssen stelt vast: „De Nederlander staat bekend als een goede zakenman.”