
‘Nederlandse exporteurs onhandig en onwetend over zakendoen met Duitsers’

Robert Mulders

dinsdag 27 maart 2012, 17:23

update: dinsdag 21 mei 2013, 20:14



Hollandse hoogte

Nederlandse ondernemers laten in Duitsland voor miljoenen aan omzet ligen. Dat ligt niet aan het product of de prijs, maar aan onhandig optreden en onwetendheid over sociale gebruiken.

Dat blijkt uit een inventarisatie van Gateway to Germany, een adviesbedrijf dat Nederlandse exporteurs begeleidt. Nederlanders zijn te snel te informeel in hun contacten, ze acquireren te laag in Duitse organisaties, ze investeren te weinig in een vertrouwensrelatie met afnemers en ze beseffen niet dat Duitsers vallen over slordigheden en niet nagekomen afspraken, zo blijkt uit gegevens van Gateway to Germany.

Verkeerde verkoopargumenten

Ook gebruiken Nederlandse ondernemers verkeerde verkoopargumenten. Ze profileren zich als alleskunnners, terwijl een Duitser van een leverancier verwacht dat deze een specialist is. De Duitser zal snel doorvragen naar gedetailleerde informatie, een valkuil voor een Nederlandse exporteur die alleen een algemeen verkoopverhaal heeft voorbereid.

Nederland exporteerde volgens de jongste CBS-cijfers in 2010 voor €90 mrd naar Duitsland. Daarmee is het land de belangrijkste handelspartner. Enrico Kretschmar van Gateway to Germany schat dat het Nederlandse bedrijfsleven zeker een kwart laat liggen. 'Exacte cijfers komen binnenkort van de Fenedex', voegt hij eraan toe. 'Dan weten we meer. Maar mijn inschatting is dat Nederlandse exporteurs 25% meer omzet kunnen halen in Duitsland.'

Valkuilen

Gateway to Germany zette een aantal veel voorkomende valkuilen op een rij:

- Duitsers zoeken samenwerking met specialisten, terwijl Nederlandse ondernemers zich presenteren als een generalist.
- Nederlanders zijn te snel informeel en moeten voor hun gevoel overbeleefd zijn. Beleefdheid is in Duitsland essentieel. In zakelijke context is tutoyeren uit den boze, evenals gesprekken over familie en andere aan de privésfeer gerelateerde zaken. Zakelijk en privé zijn strikt gescheiden.
- Nederlandse ondernemers investeren te weinig in een vertrouwensrelatie met de afnemer. Duitsers hebben een lagere tolerantie voor slordigheidjes. Afspraken nakomen en punctualiteit zijn essentieel. Slordigheden in offertes, taalfouten in emails en een al te informele omgang zijn zaken waarvoor het Nederlands bedrijf zou moeten waken.
- Nederlanders zijn te weinig volhardend. Deals sluiten duurt in Duitsland langer, commerciële trajecten duren gemiddeld drie tot vijf keer langer dan in Nederland. Een proeflevering geldt meer nog dan in Nederland als een toetsing. In de industrie zijn voorlooptijden van het eerste contact tot opdrachtbevestiging van één tot vijf jaar gebruikelijk. Ook afwijzingen op de eerste offertes, kleine testorders of een technisch moeilijke aanvraag behoren bij dit selectieproces.
- Nederlanders acquireren te laag in de organisatie, funest in het hiërarchische Duitsland. Het advies is om de eerste contacten direct met het hoogste management te leggen.