

Beter begrip interculturele verschillen voorkomt misverstanden

Nederland belangrijkste exporteur naar Duitsland

TEKST: PAUL DE GRAM FOTOGRAFIE: FRANS DAVIDS

Duitsland is de belangrijkste handelspartner van ons land. Met een goederenvolume ter waarde van meer dan 58 miljard euro was Nederland in 2009 wereldwijd de grootste exporteur naar de Bondsrepubliek. Ter vergelijking: China kwam tot 55,4 miljard en Frankrijk noteerde 54,6 miljard. De groeiende betekenis van ons land voor de handel met de oosterburen wordt onderstreept door de import vanuit Duitsland. Met een goederenvolume van 54,1 miljard euro laat Nederland de VS (53,8 miljard) en het Verenigd Koninkrijk (53,1 miljard) achter zich. Alleen Frankrijk presteerde vorig jaar met 81,9 miljard beter.



Directeur Enrico Kretschmar van Gateway to Germany: "Ondernemers doen er verstandig aan zich te oriënteren op de lange termijn."

Flexibiliteit en pragmatisme versus structuur en regels. Zo laten de tegenstellingen tussen ondernemend Nederland en Duitsland zich het best typeren. "Aspecten als infrastructuur, transport, energie, investeringsmogelijkheden en belastingen verdienen binnen de economische relatie tussen beide landen veel aandacht", zegt directeur Enrico Kretschmar van Gateway to Germany, een op Duitsland gespecialiseerde exportadviesorganisatie met vestigingen in Utrecht, Arnhem en

München. Volgens de van oorsprong Oostduitser is men in de Bondsrepubliek 'absoluut bereid' met Nederlandse bedrijven in zee te gaan. "Maar het is een heel proces om tot samenwerking te komen. Dat moet in etappes: vanaf de eerste verkenning tot de opbouw van een stevige marktpositie. Ondernemers doen er verstandig aan zich te oriënteren op de lange termijn. Vertrouwen moet je verdienen." Kretschmar presenteerde zich eind mei op de manifestatie 'Meet the World – Zakendoen met Duitsland'

in het World Trade Center Almere Area. Doelgroep van Gateway to Germany zijn vooral mkb-bedrijven binnen de retail, industrie of medische sector, die commerciële activiteiten op de Duitse markt willen opzetten of uitbreiden. Advisering op het gebied van exportstrategie, het zoeken naar geschikte agenten/distributeurs en het werven van Duits personeel behoren tot de kerncompetenties van de organisatie.

Uit het dal

Kretschmar wijst erop, dat de Duitse industrie sinds het dieptepunt eind 2008 met rasse schreden uit het dal is geklommen. Regeringsmaatregelen, gekoppeld aan de algehele opleving van de wereld-economie, hebben hun vruchten afgeworpen. De gunstige ontwikkeling van de loonkosten (plus 2,7 procent) heeft de Duitse economie in de jaren ervoor (2000 – 2008) bovendien een stevige duw in de rug gegeven. In Nederland stegen de lonen in dezelfde periode met 19,5 procent.

'Beschlagen zu Eis'

Holger Buch, partner van Meeuwse Ten Hoopen Registeraccountants/Belastingadviseurs (MTH) en verant-

woordelijk voor de German Desk, onderstreept het belang van een goede voorbereiding. De in Keulen geboren registeraccountant richt zich op de begeleiding en advisering van Nederlandse bedrijven die actief zijn op de Duitse markt. MTH telt in Midden en Noord Nederland 15 vestigingen, waaronder in Almere, Lelystad en Emmeloord.

Buch: “Strategische keuzes en *gründliche* voorbereiding zijn erg belangrijk. Niet alleen bij de marktwerking, maar ook bij het kiezen van de juiste ondernemingsvorm en het regelen van de (fiscale) formaliteiten”. Dat ook kleine afwijkingen in belastingregels een groot verschil kunnen maken bleek uit de presentatie van fiscalist Dennis Schoemaker, werkzaam in de vestiging Almere. “Het is daarom vitaal de activiteiten goed op te zetten om te voorkomen dat fiscale verrassingen veel geld gaan kosten”, aldus Buch, die in zijn geboorteland over een uitgebreid netwerk beschikt. Vanuit MTH is hij bovendien bestuurslid bij Moore Stephens Europe, een netwerk van accountantsorganisaties in Europa. Als Duitser die in Nederland is opgeleid maakt Buch de vertaalslag voor de ondernemer en zorgt in Duitsland waar nodig voor de inzet van lokale kennis. “Door de directe aanpak is er duidelijkheid en komt de ondernemer, vrij naar Louis van Gaal, ‘Beschlagen zu Eis’.”



Registeraccountant Holger Buch van Meeuwsen ten Hoopen: “Strategische keuzes en gründliche voorbereiding zijn erg belangrijk.”



Ontspannen napraten na de presentaties.

Etiquette

Onze oosterburen mogen dan qua taal en cultuur op ons lijken, de interculturele valkuilen zijn niet gering. Zakelijk gezien zijn Duitsers op een aantal vlakken zelfs compleet anders dan Nederlanders. Dus zonder stropdas naar

slaat de plank mis. Duitsers willen dat wordt ingegaan op het zogenoemde ‘Fachwissen’, de deskundigheid die nodig is om een project te kunnen volbrengen.

Belangrijk zijn ook de zakelijke diners die doorgaans ’s avonds plaatsvinden in een restaurant van naam. Zo wil de Duitser tonen dat hij niet alleen de deelname van zijn partner aan het diner waardeert, maar dat hij ook bereid is daarvoor veel geld uit te geven. Andersom moeten Nederlanders dus niet aankomen met een koffietafel met broodjes voor de lunch. ■

Flexibiliteit en pragmatisme versus structuur en regels

een afspraak en met ongepoetste schoenen de Duitse partner meteen op zijn Nederlands tutoyeren? Fout. Een serieus, verzorgd verschijningsbeeld geeft iemands competentie weer en daaraan wordt in Duitsland veel waarde gehecht. Belangrijk voor Duitsers is ook om deskundigheid uit te stralen. Niet alleen is tutoyeren om die reden ondenkbaar, ook een academische titel of de auto waarmee je naar een afspraak komt zijn er van groter belang dan hier.

De Duitse voorkeur voor kennis blijkt uit de manier waarop bij onderhandelingen en presentaties wordt opgetreden. Een fantastische presentatie waarin concepten worden voorgesteld, maar waarin niet wordt gerept van de specificaties,

Succesfactoren

Gateway to Germany hanteert zeven succesfactoren voor het zakendoen met Duitsland:

- Maak duidelijke strategische keuzes
- Zorg voor *gründliche* voorbereiding
- Onderschat niet de verschillen tussen beide landen
- Kennis van de Duitse taal en zakencultuur is essentieel
- Benadruk de duurzaamheid van je plannen
- Wees realistisch in je verwachtingen
- Maak gebruik van het goede imago van Nederlanders in Duitsland



MTH-fiscalist Dennis Schoemaker: “Ook kleine afwijkingen in belastingregels kunnen een groot verschil maken.”