



ZAKENDOEN

'Nederlanders zijn te ongeduldig'

Frank Gersdorf
Utrecht

Nederlandse exporteurs slagen er vaak niet in voet aan de grond te krijgen in Duitsland doordat ze zich slecht voorbereiden. Vrijwel altijd zijn ze zich nauwelijks ervan bewust dat geduld een eerste vereiste is. Ook weten ze niet dat de kans op succes in Duitsland fors stijgt met het in dienst nemen van een ervaren Duitse verkoper.

Dat zegt Enrico Kretschmar, oprichter en directeur van Gateway to Germany, een bedrijf in Utrecht dat Nederlandse ondernemers adviseert over hun Duitse activiteiten. 'Er zijn niet meer dan twintig bedrijven die hebben begrepen hoe het commerciële proces in Duitsland werkt en die na vele jaren eindelijk succes hebben op de Duitse markt', zegt hij.

Voorbeelden van bedrijven met geslaagde Duitsland-avonturen, die in dat land minstens evenveel omzet hebben als op de

thuismarkt, zijn aggregatenbedrijf Bredenoord, machinefabrikant AWL Techniek en jeansbedrijf Just Brands.

Volgens Kretschmar weten Nederlandse ondernemers meestal wel dat het belangrijk is de Duitse taal goed te beheersen, op tijd bij de afspraak te zijn en de Duitse klant met 'Sie' aan te spreken. 'Dit zijn de basisregels.' Veel minder bekend is dat de Duitse markt een lange adem vergt, aldus de adviseur, zelf van oorsprong een Duitser.

Een Duitse industriële klant is, anders dan de Nederlandse leverancier, geneigd elk commercieel en technisch risico uit te sluiten. Hij is na twee presentaties vaak nog lang niet overtuigd. De klant wil de Nederlander graag nog een paar keer laten komen, maar die is dan vaak al afgehaakt onder druk van zijn directeur, die nog meer reizen naar Duitsland onzinnig vindt.

'In Duitsland liggen enorme kansen, maar Nederlandse bedrijven halen vaak de finish niet. De Nederlandse verkoper heeft ongeduld in zijn DNA. 99% van hen is op snel zakendoen gericht.'

Een andere fout is volgens Kretschmar dat het Nederlandse bedrijf de Duitse markt niet laat bewerken door een Duitse vakman. 'Dan wordt er een Limburger in dienst genomen, want die spreekt toch al half Duits. Maar met zo'n "Fliegende Holländer" red je het niet. Die blijft altijd van de buitenkant naar Duitsland kijken.'

Een Duitse agent is evenmin een oplossing, want die is vaak snel weer snel weg. Beter is het een dochteronderneming in Duitsland te openen en die niet te laten aansturen door een Nederlander, maar door een Duitser die de markt van binnenuit kent. 'Zit je op dat pad, dan is er een kans dat je in Duitsland doorbreekt', zegt de Duitsland-kenner. 'En dan kan het ineens ook heel snel gaan.'



“

'Met het in dienst nemen van een ervaren Duitse verkoper stijgt het succes'

Enrico Kretschmar