

Bewustwording van de taal- en cultuurverschillen tussen Nederland en Duitsland

Taal en cultuur zijn nauw met elkaar verbonden en komen voornamelijk tot uitdrukking in communicatie en interactie. De relatie tussen beide begrippen is echter zeer complex; cultuur is veel meer dan alleen taal, komt echter voornamelijk in talige communicatie tot uitdrukking. En dan bestaat er nog de kwestie van intercultureel contact en cultuurverschillen. Hoe hiermee om te gaan? In dit artikel vindt u een aantal tips ter bewustwording van uw eigen communicatieve competenties aan de hand van voorbeelden over communicatie op de Nederlands-Duitse markt.

Taal is een zeer belangrijke factor in intercultureel contact. Hoewel men op de Duitse markt voornamelijk de eerste indruk maakt met uiterlijke kenmerken, uitstraling en professionaliteit, kan taal tot een goede verstandhouding met de gesprekspartner leiden en vele spreekwoordelijke deuren voor u openen.

Trots

Duitsers zijn erg trots op hun taal en doen er ook veel aan om deze tegen Engelstalige invloeden te beschermen. Dit betekent echter niet, dat uw Duitse gesprekspartner per definitie geen Engels spreekt. Echter in de interculturele contacten tussen Nederlanders en Duitsers bestaan vaak aan beide zijden vooroordelen; zo denken veel Nederlanders dat Duitsers geen Engels spreken en gaan veel Duitsers ervan uit dat alle Nederlanders hun talen goed beheersen.

Hoewel vele Duitsers wel degelijk Engels spreken, geniet communicatie in het Duits toch de voorkeur boven het Engels als Lingua Franca. Onderzoek onder Nederlandse ondernemers heeft namelijk uitgewezen dat de algemene verwachting is, dat de Nederlandse economie veel meer omzet uit de Duitse handelsbetrekkingen zou kunnen halen, dan momenteel het geval is. "Het zou veel beter gaan, als naast het Engels ook de Duitse taal goed beheerst wordt", zo beschrijft directeur van de DNHK Axel Gerberding.

Bij taalvaardigheid gaat het echter niet alleen om het kunnen spreken in de andere taal, maar ook om kennis over de juiste woordkeus en talige gewoonten van de gesprekspartner. Over het algemeen zijn Nederlanders zich er heel goed van bewust, dat de Duitsers niet zo snel tutoyeren; zeer veel waarde hechten aan juiste aanspreekvormen, zoals noemen van de Dokter-titel die in Duitsland bij de familienaam behoort; en zeer doelgericht handelen.

Hoffelijkheid en afstandelijkheid

Toch voelen Nederlanders zich in gesprekken met Duitse handelspartners vaak niet geheel op hun gemak, omdat zij deze hoffelijkheid en afstandelijkheid niet gewend zijn. De omgangsvormen van Duitsers zijn echter in hun geheel niet afstandelijk bedoeld, maar veel meer op wederzijds respect gebaseerd en omdat Nederlanders veel flexibeler, amicaler en minder hiërarchisch zijn ingesteld, komt het andersoortige contact afstandelijk en onpersoonlijk over.

Waar u op kunt letten m.b.t. woordkeus en benadering zijn volgende aspecten:

Hoffelijke aanspreekvormen aanhouden (Siezen en titulatuur gebruiken)

Gesprekken zakelijk houden en niet te amicaal worden door voor of tijdens onderhandelingen persoonlijke onderwerpen aan te snijden

Heldere, doelgerichte woordkeus: 'schaffen' (slagen/waarmaken) i.p.v. proberen of bekijken

Zoals uit het bovenstaande al gebleken is, bestaat communicatie uit veel meer dan alleen taal en wordt grotendeels door culturele aspecten beïnvloed. Het 'Siezen' hangt bijvoorbeeld nauw samen met de hiërarchische ondernemingsstructuren, die ook invloed uitoefenen op andere aspecten van de communicatie, zoals besluitvorming en e-mailverkeer.

Voor Nederlandse begrippen laten e-mails vanuit Duitsland vaak lang op zich wachten, wat samenhangt met het feit dat er in Duitsland geen consensuscultuur heerst, maar beslissingen vaak op hoger niveau genomen worden. Andersom is het daarom raadzaam e-mails uit Duitsland niet per direct te beantwoorden, omdat dit bij de ontvanger de indruk zou kunnen wekken, dat er niet goed over het antwoord is nagedacht of erger, dat men het contact niet serieus neemt.

Onzekerheidsvermijdend versus direct

Mede ten gevolge van de ondernemingsstructuren zijn Duitsers zeer geordend en systematisch ingesteld en zien vanaf begin af aan alles graag goed georganiseerd en gepland. Uiteraard dient men zich dan vervolgens ook aan deze planning te houden en hiervan uitsluitend in uitzonderlijke gevallen, en bovendien in overleg met een hogergeplaatste in de onderneming, van af te wijken. Deze voorliefde voor structuur komt voort uit de Duitse cultuur, die - zoals de Nederlandse cultuurwetenschapper Geert Hofstede beschreef- onzekerheidsvermijdend is, terwijl Nederlanders daarentegen veel directer zijn in hun handelingen.

Enkele wetenswaardigheden en tips m.b.t communicatie in de Nederlands-Duitse markt:

Nederlanders zijn in sterke mate mondeling georiënteerd, terwijl Duitsers graag schriftelijke bevestigingen hebben.

Duitsers zijn doelgericht en u kunt hier in uw communicatie op inspelen door slagvaardige woordkeus, gestructureerde gesprekken, zelfverzekerde opstelling en verzorgd uiterlijk.

Beslissingen worden in Duitsland op hoog niveau in de organisatie gemaakt, waardoor medewerkers u vaak zullen zeggen: "Dafür bin ich nicht zuständig". Houdt u daarom rekening met langere tijd tot antwoord/bevestiging en met het feit dat de hogergeplaatsten van alles op de hoogte dienen te zijn en eventueel door u of uw meerdere gecontacteerd dienen te worden bij problemen of veranderingen in de planning.

Bereidt u onderhandelingen goed voor en verwacht u de gedetailleerdste vragen, die u niet met een "Das kriegen wir schon hin" kunt beantwoorden, aangezien uw competenties daardoor in twijfel getrokken zullen worden.

Volgt u de structuur van het overleg zoals deze voorgegeven is; in Duitsland bestaat geen consensuscultuur en daarom komt er weinig direct ongestructureerd overleg voor.

Bovengenoemde aspecten zijn cultureel bepaald. Verliest u echter niet uit het oog dat ook persoonlijke voorkeuren en karaktereigenschappen een voorname rol spelen in communicatie. Cultuur is namelijk geen karakteristiek van individuen, maar van een verzameling van individuen. Probeert u daarom niet naar de Duitser te kijken als strikt, zakelijk, kil, afstandelijk, georganiseerd enz. Een cultuur is in grote mate beïnvloedend voor communicatie en interactie, maar in afzonderlijke organisaties bestaan geheel eigen organisatiestructuren en persoonlijke eigenschappen beïnvloeden communicatie net zo zeer. Organisatieculturen worden echter wel door de landscultuur beïnvloed, ten gevolge waarvan Duitse bedrijven over het algemeen hiërarchischer zijn dan Nederlandse bedrijven en beslissingen in Duitsland gemiddeld

minder overlegd zullen worden dan in Nederland.

Bewustwording

De belangrijkste tip die wij u kunnen meegeven is dan ook, dat u zich in intercultureel contact van de algemene cultuurverschillen bewust dient te zijn en dat u hiermee ook rekening houdt in de communicatie. Dit bewustzijn dient echter niet zo ver te gaan dat u in stereotypen gaan denken en uw gesprekspartner bevooroordeeld benadert. Bovendien betekent 'rekening houden met de culturele eigenschappen van de ander' niet meer of minder dan dat. U zult zich enigszins aan de ander moeten aanpassen, net zozeer als de ander zich enigszins aan u zal moeten aanpassen. Verliest u echter uw eigen cultuur niet uit het oog en handelt u naar uw eigen ingeving ter beoordeling van de communicatie.

Bewustwording en competenties verwerft u echter niet automatisch. Hiervoor is een bepaalde input benodigd van mensen die zeer goed thuis zijn in de materie van dergelijke talige en culturele kwesties. Seminars kunnen u in die zin erg goed op weg helpen, aangezien u zich als deelnemer één of meerdere dagen samen met andere geïnteresseerden intensief met het probleemgebied bezighoudt. De docent zal trachten uw bewustzijn van valkuilen, struikelblokken en onderliggende (cultuur)verschillen te vergroten, terwijl u deze theorie zelfstandig aan voorbeelden uit uw praktijk (terug) kunt koppelen. Bovendien leert u ook van ervaringen van andere cursisten en geven seminars u de mogelijkheid uw netwerk uit te breiden.

Onderzoek Fenedex i.s.m. DNHK: Taalkennis Duits is een randvoorwaarde voor succesvol ondernemen, maar neemt in razend tempo af. 91,8% van de ondervraagden is het eens met de stelling, dat Nederlandse exporteurs meer omzet zouden kunnen halen door betere taalbeheersing. (DNHK markt 2/2007)

Dit artikel is geschreven door Kiona Jansen en Marlies Komorowski van de Nederlands-Duitse Handelskamer.