

-Duitsland- Onvermijdelijke handelspartner...

Kansen, culturele verschillen en valkuilen

Den Haag, 25.03.2010

Anouk de Jong

Nederlands-Duitse Handelskamer

Inhoud

- Duitsland
- Waarom Duitsland?
- Culturele verschillen
- Tips
- De DNHK
- Conclusie

Duitsland:

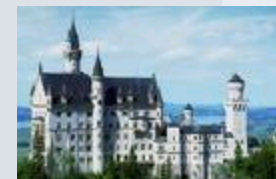


Cijfers

	NL	D
Grootte	41.500 km ²	357.000 km ²
Inwoners	16,5 Mio.	81,8 Mio.
Bevolkingsdichtheid	489	231
BBP	569 Mrd. €	606,10 Mrd. €
Economische Groei	-4%	-5,4%
Werkloosheid	5,5%	8,7%
Inflatie	1,2%	0,4%

Cijfers over het jaar 2009

Één land, zestien deelstaten



Waarom Duitsland?

De belangrijkste handelspartners van Duitsland 2009

Import	Volume (in EUR mrd.)	Export	Volume (in EUR mrd.)
1. Nederland	58,04	Frankrijk	81,94
2. Volksrepubliek China	55,45	Nederland	54,14
3. Frankrijk	54,46	Verenigde Staten	53,83
4. Verenigde Staten	39,91	Verenigd Koninkrijk	53,15
5. Italië	39,68	Italië	51,05

De belangrijkste handelspartners van Nederland 2009

Import	Volume (in EUR mrd.)	Export	Volume (in EUR mrd.)
1. Duitsland	54,4	Duitsland	74,6
2. België	27,4	België	34,2
3. Verenigde Staten	23,5	Frankrijk	27,6
4. China	22	Verenigd Koninkrijk	26,2
5. Verenigd Koninkrijk	16,8	Italië	16,1

Bronnen: Statistisches Bundesamt, 2010 en Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), maart 2010

Import / Export D en NL

NL > D (in mld. Euro)

- Fossiele en minerale brandstoffen (7,1)
- Chemische producten (7,1)
- Voedings- en genotmiddelen (6,2)
- Agrarische producten (4,0)
- ICT (4,0)

D > NL (in mld. Euro)

- Chemische producten (5,1)
- Machines (5,1)
- Voedings- en genotmiddelen (4,3)
- Auto's (3,8) (nog steeds belangrijk ondanks een teruggang in vergelijking met 2008 (5,6))

Beter een goede buur dan een verre vriend!

- Stabiele, democratische landen
- Nederland & Duitsland springplank
- Financiële crisis - test voor Europese solidariteit
- Wederzijds graag bezocht vakantieland

Culturele verschillen...

Kenmerken van „De Duitser“

Realistisch • zakelijk • traditioneel • vriendelijk • herinnert zich aan afspraken • analytisch • precies • voorzichtig • veilig • blijft dicht bij zijn idealen

Kenmerken van „De Nederlander“

Positief • optimistisch ingesteld • innovatief • direct • schuwt geen discussie • minder precies • bereid tot het nemen van risico's

Nederland over Duitsland

	D	B	F	I	GB
Betrouwbaar	1	3	4	5	2
Charme bij onderhandelingen	5	4	1	2	3
Duidelijke bedrijfsstructuren	1	3	4	5	2
Inzet R&D	1	5	2	4	3
Creatief	4	5	1	2	3
Efficiënt	1	3	4	5	2

Wat doen wij anders?

	Duitsland	Nederland
Communicatie	Gebruik van titel Vaktaal Argumentatie: “nein, denn”	Begrijpelijke taal Argumentatie: “Ja, maar”
Doel meeting	Beslissingen nemen Doelen definiëren Opdrachten verdelen	Uitwisselen ideeën Team laten meedenken
Wederzijdse frustratiebron	Proces besluitvorming Herhaling van afgemaakte discussies	Formele omgang met leiderschap
Formaliteit	U & to the point	Je, jij & small-talk
Regels	Strikte regels Trouw, loyaal	Flexibel Pragmatische omgang met handelspartner

Algemeen

Duitsland

- Strikt
- Collectief
- Conservatief
- Planmatig
- Correct
- Meer aandacht voor regels

Nederland

- Vlak
- Individueel
- Progressief
- Minder planmatig
- Neus voor zaken
- Minder aandacht voor regels

Taalverschillen

Taalverschillen **lijken** op het eerste gezicht overbrugbaar
maar **blijken** op lange termijn een hindernis te zijn
(contracten, controle etc.)

Voorbeeld „Falsche Freunde“

- “dat heb je echt slim gedaan”
- “Es belt jemand an der Tür”

En natuurlijk...

Bierchen?

...één valuta



Biertje?

Heertje Helder & Schotman

en één hartstocht



...één taal



Zakendoen met Duitsers – tips

- Punctueel betekent stipt op tijd = serieus en betrouwbaar
- “dat komt wel goed, dat zien wij wel” = wantrouwen
- Prijs-kwaliteit verhouding
- Respect / U zeggen
- Overleg vindt op directieniveau plaats
- Zakelijk en privé gescheiden houden
- Behoud van eigen “frisse Nederlandse mentaliteit” – sympathiek

Nederlands-Duitse Handelskamer

- Vereniging van Nederlandse en Duitse bedrijven; maakt deel uit van het IHK netwerk in Duitsland (IHK vergelijkbaar met KvK in NL)
- Doel: het bevorderen van de bilaterale economische betrekkingen
- Sinds 1905 actief voor bedrijven uit beide landen
- Diensten: Communicatie- en netwerkplatform export advies, personeelsservice, publicaties, recht en belasting, seminars, beursvertegenwoordigingen

Conclusie

- Duitsland is internationaal georiënteerd
- Duitsland heeft wat te bieden
- Duitsland is een buur, maar ook buitenland
- Succes is niet vanzelfsprekend; voorbereiding is gewenst
- Subsidies
- KvK, EVD

De DNHK ondersteunt u graag bij uw activiteiten

www.dnhk.org