

Het Duitse bedrijfsleven is mannelijk van karakter

Cultuurverschillen in de Nederlands-Duitse zakenwereld (1)

Achtergrond - 3 april 2007

(3 april 2007) Conflictpotentieel is rijkelijk aanwezig als Nederlandse ondernemers zaken doen in Duitsland. Andersom trouwens ook. Vandaag deel één van een tweeluik over cultuurverschillen in het bedrijfsleven: zijn Duitsers op het werk echt zo serieus?

Want dat is een tweede kenmerk van de industriële bedrijfscultuur: hij is mannelijk. Gericht op presteren, doorzetten en uiterlijk vertoon. Respect krijgen. De Nederlandse houding is daarentegen veel vrouwelijker: open, gericht op communicatie en improvisatie. "Nederlanders willen winst maken, Duitsers willen winnen", zegt Renner. Het is een verschijnsel dat manager Ingmar van den Doel van Struik Foods uit de praktijk kent. "Als je in Duitsland succes wil boeken, kom dan niet aanrijden in een Audi A6. Pak de A8."

Daarmee is conflictpotentieel rijkelijk aanwezig. Duitse werknemers persen zich in een pantser van ernst om op het werk serieus te worden genomen. Iedereen speelt het spel mee. Maar zo kan het ook gebeuren dat een stijve Duitser na werktijd in het café plots een joviale kerel blijkt te zijn. Verwarring alom bij de Nederlandse bezoeker. Mazeland: "*Dienst ist Dienst und Schnapps ist Schnapps*. Duitsers zijn kampioen in het spelen van rollen."

Maar hoe ziet serieus zijn eruit? Het begint al bij op tijd komen. En op tijd is niet twee minuten van te voren, maar een kwartier. En als het regent een half uur. Dan heb je namelijk nog tijd om je modderige schoenen te poetsen, met schoensmeer die je standaard in de auto hebt liggen. "Nederlanders maken bij een eerste ontmoeting altijd graag een grapje om het ijs te breken", zegt Herman Plokker, hoofd *human resource* bij de spoorwegvervoerder Railion. Zijn bedrijf heette NS Cargo totdat het werd gekocht door de Deutsche Bahn, met 220 duizend man personeel een van Duitslands grootste werkgevers. "Doe dat niet bij een Duitser. Die neemt je niet meer serieus, hij wil eerst weten of je wat kunt en wat je te bieden hebt. Een grap beschouwt hij als teken van zwakte, of erger, als aanwijzing dat je niet betrouwbaar bent."

Bas de Rue is redacteur van het Duitslandweb.

Dit is een artikel gedownload via [duitslandinstituut.nl](https://www.duitslandinstituut.nl).

Artikel:

<https://www.duitslandinstituut.nl/artikel/1348/het-duitse-bedrijfsleven-is-mannelijk-van-karakter>