

De zakelijke mores in Duitsland

Pünktlichkeit en perfecte producten

Hennie Henken, international sales manager bij Polproduct Netherlands BV, over zakendoen in Duitsland:

Een stereotype, maar daarom niet minder waar: Duitsers zijn zeer gründlich. En ook van hun zakenpartners verwachten ze uiterste nauwkeurigheid en perfectie. Met over koetjes en kalfjes praten of uit de losse pols presenteren oogst je bij onze oosterburen dan ook weinig succes.

Ook als het gaat om duurzaamheid leggen ze de lat nog hoger dan in Nederland. Een pré dus dat onze vruchten en vruchtenpurees van stekje tot levering traceerbaar zijn en biogecertificeerd. Onze afnemers verwerken die in bijvoorbeeld jam, yoghurt en ijs. Behalve in Nederland waren we al actief in Frankrijk en Engeland, en via ons netwerk kwamen we twee jaar geleden ook in Duitsland: een grote afzetmarkt met veel potentiële klanten. Daar richten we ons nu vooral op jamproductie. NBSO Hamburg heeft voor ons een marktscan uitgevoerd en ons geïntroduceerd bij mogelijke klanten. Een handige binnenkomer.

Wil je zakendoen met een Duits bedrijf, dan móét je de taal beheersen. Wij betraden deze markt met een introductiebrief en een presentatie in het Duits, waarover we best tevreden waren. We hadden ze zelfs door een professioneel vertaalbureau laten nakijken. Vanwege de marktscan bespraken we de teksten nog eens met de NBSO en NL EVD Internationaal. Wat bleek: het moest nog veel scherper en correcter. Een wijze les: je moet jezelf uiterst duidelijk en in perfect Duits presenteren om ergens een voet tussen de deur te krijgen.

Frau Doktor

Weet daarnaast hoe je een Duitser in zakelijke omgang aanspreekt. Dat gaat altijd zeer formeel. Du is uit den boze. Sterker nog: een Duitser spreek je aan met al zijn titels en predicaten. Dus Frau Doktor enzovoort. En voornamen kun je helemaal van je levensdagen niet gebruiken. Zeker bij eerste afspraken praat men bovendien niet over koetjes en kalfjes. Men verwacht een duidelijk verhaal over wie je bent en wat je product is. Daar moet geen speld tussen te krijgen zijn.

Maar veel belangrijker nog dan taal en aanspreekvormen: Duitsers eisen een perfect product. Ze willen dan ook het naadje van de kous weten voordat ze tot aankoop overgaan. Ook wat betreft maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit leeft hier nog meer dan in Nederland en daar wordt dus ook meteen uitgebreid naar geïnformeerd. Maar eerlijk is eerlijk: ook zelf leveren ze Gründlichkeit en Pünktlichkeit. Dus neem je de moeite om de taal te spreken en de gewoonten te leren, dan is het een land om succesvol zaken te doen."

Meer informatie over zakendoen in Duitsland: www.agentschapnl.nl/duitsland
Oktober 2011