

DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN NIEDERLÄNDISCHEN GESCHÄFTSLEUTEN AUS VENLO UND IHREN DEUTSCHEN KUNDEN

Sind sich die Geschäftsleute der Kulturunterschiede zwischen
Deutschen und Niederländern bewusst?



Name: Michelle Vallen
Betreuer: Dr. Christopher Thesing
Abgabedatum: 27. Januar 2021

Zusammenfassung

In dieser Arbeit wird die Beziehung zwischen niederländischen Geschäftsleuten aus Venlo und ihren deutschen Kunden geprüft. Die folgende Forschungsfrage ist die Grundlage für die Bachelorarbeit: Inwiefern sind, aufgrund der Kulturstandards nach Thesing (2016), die deutschen Kulturstandards erkennbar, wenn deutsche Kunden mit niederländischen Geschäftsleuten in Venlo in Kontakt kommen.

Zuerst wird eine Definition des Kulturbegriffs gegeben. Dazu werden die Studien von Hofstede (2001), Thomas (1991) und Thesing (2016) verwendet. Ein Fragebogen wurde erstellt, basiert auf die Kulturstandards nach Thesing (2016).

Das Forschungsgebiet dieser Arbeit ist die Innenstadt von Venlo (Limburg, die Niederlande). Die Befragten sind alle Geschäftsleute sowie Verkäufer und Unternehmer aus Venlo. Aus dem Fragebogen ergab sich, dass sowohl deutsche als auch niederländische Kunden in diesem Kontext oft formelle Anredeformen benutzen („Sie“ statt „du“). Die Deutschen führen aber oft nur sachliche Gespräche, obwohl Niederländer sich auch die Zeit für Small-Talk nehmen. Auf die Frage, welche der Kulturen als direkter empfunden werden kann, wurde in dieser Arbeit kein bedeutender Unterschied gefunden. Letztendlich können die geprüften Kulturstandards nach Thesing (2016) bestätigt werden.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| 1. Einleitung | 4 |
| 2. Was ist Kultur? | 7 |
| 2.1 <i>Definition des Kulturbegriffs</i> | 7 |
| 2.2 <i>Kulturdimensionen</i> | 8 |
| 2.2.1 <i>Vergleich Deutschland und die Niederlande</i> | 8 |
| 2.3 <i>Kulturstandards</i> | 12 |
| 2.3.1 <i>Deutsche Kulturstandards</i> | 12 |
| 2.3.2 <i>Niederländische Kulturstandards</i> | 16 |
| 3. Methodik | 20 |
| 3.1 <i>Teilnehmer</i> | 20 |
| 3.2 <i>Instrumentation</i> | 20 |
| 3.3 <i>Verfahren und Durchführung</i> | 22 |
| 4. Die Ergebnisse | 24 |
| 4.1 <i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i> | 24 |
| 4.2 <i>Diskussion der Ergebnisse</i> | 26 |
| 5. Ausblick | 29 |
| 6. Literaturverzeichnis | 30 |
| 7. Anhang | 32 |
| 7.1 <i>Fragebogen</i> | 32 |
| 7.2 <i>Ergebnisse des Fragebogens</i> | 35 |

1. Einleitung

Schon viele Jahren sind Deutschland und die Niederlande wichtige Handelspartner. Für die Niederlande ist Deutschland sogar der wichtigste Handelspartner. Aus Zahlen kommt hervor, dass 2017 der Importwert 74,7 Milliarden Euro und der Exportwert 107,3 Milliarden Euro betrug (CBS, 2018). Für Deutschland sind die Niederlande auch von Bedeutung, denn 2019 waren sie mit einem Exportwert von 98,7 Milliarden Euro das zweitwichtigste Lieferland für Deutschland (Deutsch-Niederländische Handelskammer, 2020). Die Niederlande standen in diesem Jahr mit einem Wert von 91,7 Milliarden Euro auf Platz vier der wichtigsten Abnehmerländer (Deutsch-Niederländische Handelskammer, 2020). Die wichtigsten Erzeugnisse auf sowohl dem deutschen als auch auf dem niederländischen Markt sind mineralische Brennstoffe, chemische Erzeugnisse, Maschinenbauerzeugnisse und Fahrzeuge (Deutsch-Niederländische Handelskammer, 2020).

Mit solchen Zahlen könnte man denken, dass der Kontakt zwischen den Niederlanden und Deutschland reibungslos läuft. Das ist aber nicht unbedingt der Fall. Aufgrund von Kulturunterschieden kommt es in manchen Situationen noch immer zu Missverständnissen. In einer Forschung vom Duitsland Instituut Amsterdam (2011) wird sogar beschrieben, dass das niederländische Betriebsleben jedes Jahr bis zum 8 Milliarden Euro verpasst, weil die Deutschkenntnisse niederländischer Handelspartner unzureichend sind. Darüber hinaus sind sie sich der kulturellen Unterschiede nicht bewusst (Duitsland Instituut, 2011, 4).

In dieser Arbeit wird untersucht, in welcher Maße es auch in der Innenstadt von Venlo (Limburg, die Niederlande) zu Missverständnissen kommen könnte. Venlo liegt an der Grenze mit Deutschland und wird deswegen täglich von vielen Deutschen besucht. Der jahrhundertelange gegenseitige kulturelle und sprachliche Austausch hat dazu geführt, dass der Dialekt, der in Venlo gesprochen wird, als eine Brücke zwischen Deutsch und Niederländisch bezeichnet werden kann. Der Dialekt enthält viele Wörter, die man im Deutschen oder im Niederländischen benutzt oder sehr ähnlich sind. Beispiele von (ähnlichen) deutschen Wörtern sind zum Beispiel die Objektform „mich“, oder „ein tas koffie“/„ein Tasse Kaffee“.

Diese Arbeit kann an der Verdeutlichung von den Missverständnissen beitragen. Die Erfahrungen von niederländischen Geschäftsleuten sowie Unternehmern und Verkäufern mit deutschen Kunden werden untersucht. Es ist die Frage, in welchen kommunikativen Situationen verstehen die Deutschen und die Niederländer sich manchmal nicht? Wenn man genau weiß, wo die kulturellen Unterschiede sich befinden, kann man die Kommunikation

und die Zusammenarbeit zwischen Niederländern und Deutschen verbessern. Das hat nicht nur Vorteile für die Interaktion zwischen Verkäufern und Kunden, aber kann auch dafür sorgen, dass die Niederlande auf dem Arbeitsmarkt weniger finanzielle Verluste erleiden.

Zum Thema Kulturunterschiede gibt es schon verschiedene Studien. Hofstede (2010) hat in seinem *Culture's Consequences* ein Modell entwickelt, mit dem man die Kulturen unterschiedlicher Länder mit Hilfe folgender Kulturdimensionen kategorisieren kann: *Power Distance, Uncertainty Avoidance, Individualism and Collectivism, Masculinity and Femininity, Long- versus Short-Term Orientation* und später wurde auch noch *Indulgence* hinzugefügt. Was diese Kategorien genau bedeuten, wird später in dieser Arbeit erläutert. Die Frage, die man sich bei diesem Modell stellen könnte, ist aber, ob dieses Prinzip wirklich auf alle Kulturen zutrifft. Darüber hinaus kann es in einem Land verschiedene Kulturgruppen geben. Daher ist die Repräsentativität des Modells in manchen Fällen umstritten, denn es gibt nur ein Ergebnis pro Land. Zuletzt werden Kulturdimensionen oft auch für interkulturelle Analysen verwendet, obwohl es eine cross-kulturelle Studie ist. Vor allem darauf gibt es viel Kritik. Man könnte sich mithilfe von Kulturdimensionen vielleicht eine Vorstellung über eventuelle Konflikte zwischen zwei Kulturen machen, aber man kann ein solches Fazit nicht nur auf Basis von Kulturdimensionen ziehen (Thesing, 2016, 7).

Thomas (1991) hat zudem versucht kulturelle Unterschiede festzulegen. Die „Kulturstandards“ zeigen, was die Meinung anderer Kulturen über eine bestimmte Kultur ist. Wenn Thomas viele ähnliche Antworten erhalten hat, hat er diese Antwort demnach als Kulturstandard bezeichnet. Im Gegensatz zu den Kulturdimensionen, ist diese Studie also eine interkulturelle Studie. Thomas hat also die Kulturen untersucht, wenn sie tatsächlich miteinander in Kontakt gekommen sind. Ein Nachteil dieser Studie ist es, dass Thomas versucht hat allgemeine Kulturstandards zu formulieren, obwohl es viel hilfreicher wäre, zwei spezifische Kulturen miteinander in Kontakt zu bringen und zu vergleichen. Eine niederländische Person kann zum Beispiel eine andere Meinung über die deutsche Kultur haben als eine französische Person. Allgemeine Kulturstandards wäre dann nicht hilfreich und vielleicht auch nicht repräsentativ. Ein großer Vorteil der Kulturstandards ist aber, dass sie wirklich versuchen, andere Kulturen zu verstehen (Thesing, 2016, 10). Das Konzept der Kulturstandards an sich ist noch relativ neu. Deswegen müssen sie ihre Repräsentativität noch beweisen. Diese Arbeit könnte dazu einen Beitrag zur Verifizierung leisten.

Im Hinblick auf die Kulturstandards von Thomas, wurde von Thesing (2016) eine Studie vorgelegt, in der er die deutschen Kulturstandards aus niederländischer Perspektive festlegte. Aus vielen Interviews wurden *critical incidents* erhoben. Diese wurden später von

sechs niederländischen und vier deutschen Experten beurteilt. Aus diesen *critical incidents* folgten sechs deutsche Kulturstandards. Diese Kulturstandards werden später in dieser Arbeit erklärt und sie werden anhand eines Fragebogens geprüft. Diese Arbeit könnte also einen Beitrag zur Verifizierung von Kulturstandards leisten.

Die Forschungsfrage, die in dieser Arbeit im Vordergrund steht, ist: Inwiefern sind, aufgrund der Kulturstandards nach Thesing (2016), die deutschen Kulturstandards erkennbar, wenn deutsche Kunden mit niederländischen Geschäftsleuten in Venlo in Kontakt kommen?

Die Gliederung dieser Arbeit ist wie folgt: Zunächst werden im theoretischen Rahmen die Konzepte ‚Kulturdimensionen‘ und ‚Kulturstandards‘ weiter erläutert. Danach folgt eine Erklärung der Methodik. Auf Basis der Kulturstandards wurde ein Fragebogen erstellt. Dieser Fragebogen wurde in Venlo durchgeführt. Untersucht wurde, wie stark die deutschen Kulturstandards nach Thesing (2016) dort repräsentiert sind. Die Ergebnisse werden kurz beschrieben und danach ausführlich diskutiert. Ein kurzer Ausblick auf diese Ergebnisse beschließt die Bachelorarbeit.

2. Was ist Kultur?

2.1 Definition des Kulturbegriffs

Es ist noch nicht so einfach, den Begriff „Kultur“ zu definieren. Kultur kann nämlich für jede Person etwas anderes bedeuten. Oft ist es der Fall, dass Menschen aus derselben Kultur, gemeinsame Normen und Werten teilen. Einige Kulturwissenschaftler (darunter Thomas und Hofstede) haben versucht, verschiedene Kulturen auf der Welt zu untersuchen und ihre Merkmale zusammenzubringen. Da Kulturstandards eine große Rolle in dieser Studie spielen, wird die Definition des Kulturbegriffs nach Thomas im Folgenden erwähnt. Er gibt in seiner Studie eine sehr ausführliche Beschreibung des Kulturbegriffs: „Kultur ist ein universelles Phänomen. Alle Menschen leben in einer spezifischen Kultur und entwickeln sie weiter. Kultur strukturiert ein für die Bevölkerung spezifisches Handlungsfeld, das von geschaffenen und genutzten Objekten bis hin zu Institutionen, Ideen und Werten reicht. Kultur manifestiert sich immer in einem für eine Nation, Gesellschaft, Organisation oder Gruppe typischen Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen (z.B. Sprache, Gestik, Mimik, Kleidung, Begrüßungsritualen) gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft, Organisation oder Gruppe tradiert, das heißt an die nachfolgende Generation weitergegeben. Das Orientierungssystem definiert für alle Mitglieder ihre Zugehörigkeit zur Gesellschaft oder Gruppe und ermöglicht ihnen ihre ganz eigene Umweltbewältigung. Kultur beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder der jeweiligen Gesellschaft. Das kulturspezifische Orientierungssystem schafft einerseits Handlungsmöglichkeiten und Handlungsanreize, andererseits aber auch Handlungsbedingungen und setzt Handlungsgrenzen fest“ (Thomas, 2010, 22). Hofstede definiert Kultur wie folgt: „The collective programming of the mind that distinguishes the members of one group or category of people from others“ (Hofstede, 2001, 9).

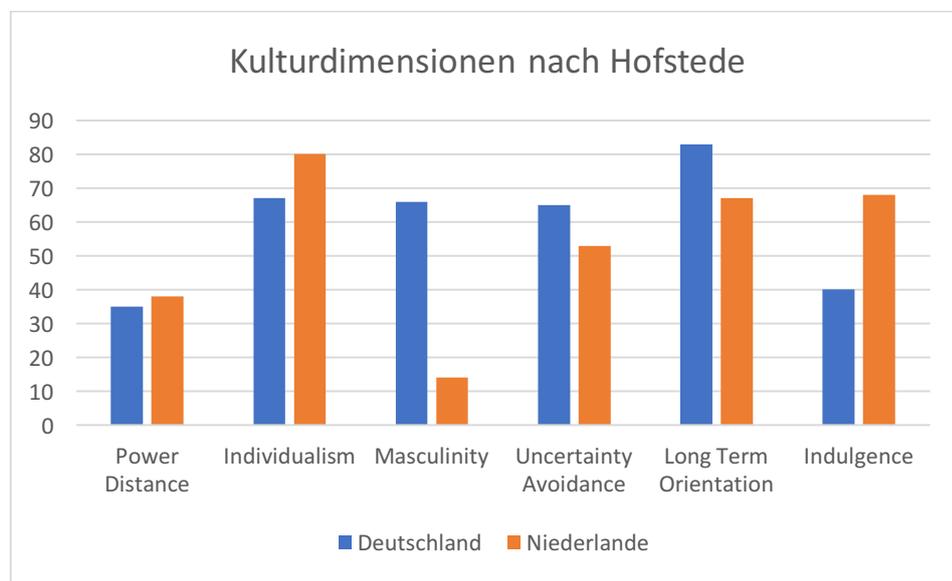
Wie man sieht, wurde der Begriff „Kultur“ von zwei Experten ganz unterschiedlich definiert. Die Definition von Hofstede ist zwar sehr kurz, aber sie ist brauchbar. Mit Hilfe der typischen Merkmale der eigenen Gruppe kann man sich von anderen Gruppen abgrenzen. Thomas' Definition trifft jedoch besser zu, denn sie berücksichtigt mehr Komponente und fasst die verschiedenen Elemente, die es in einer Kultur gibt, besser zusammen. Unter Elemente wird die Art des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns verstanden. Kritik an beiden Definitionen würde sein, dass sie von Gruppen sprechen, obwohl sie in ihren Studien gar nicht auf Gruppen eingehen, sondern nur auf Landgrenzen. Das ist vielleicht eher Kritik an den Studien, aber auf jeden Fall widersprechen sie sich selbst an dieser Stelle.

In den nächsten Kapiteln werden die Studien von Hofstede (2010) und Thomas (1991) weiter erläutert.

2.2 Kulturdimensionen

Hofstede (1980) hat versucht, die Länder der Welt auf 6 Ebenen einzuteilen. Die 6 Ebenen werden die Kulturdimensionen genannt. Jedes Land bekommt pro Kulturdimension einen Wert zwischen 0 und 100. Die Merkmale der Kulturen sind abhängig von einander untersucht worden. Das ist wichtig, weil Kulturen vielleicht andere Merkmale zeigen, wenn sie miteinander in Kontakt kommen. Die Studie von Hofstede ist also eine cross-kulturelle Studie. Eventuelle Kritik an dieser Herangehensweise wurde schon in der Einleitung formuliert. In einer späteren Studie wenden Hofstede, Hofstede und Minkov (2010) diese Kulturdimensionen auf verschiedenen Alltagssituationen an, zum Beispiel im Arbeitsfeld. Das ist relevant für diese Arbeit, weil letztendlich auch geprüft wird, wie Niederländer und Deutsche sich in der Beziehung Verkäufer/Unternehmer – Kunde verhalten. Das ist eine ziemlich formelle Situation und ist mit der Situation im Arbeitsfeld vergleichbar. Jetzt werden zuerst kurz die Kulturdimensionen erläutert und danach werden die Ergebnisse von Deutschland und den Niederlanden miteinander verglichen.

2.2.1 Vergleich Deutschland und die Niederlande



Grafik 1: Kulturdimensionen von Deutschland und den Niederlanden im Vergleich. Hofstede zufolge gibt es zwischen der deutschen Kultur und der niederländischen Kultur sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede. (Hofstede Insights, 2020).

Power Distance: Diese Dimension zeigt uns, inwiefern eine Person mit einem niedrigen Status, die Macht einer Person mit höherem Status akzeptiert. Ein hoher Wert bedeutet in diesem Fall, dass es große Unterschiede in Machtpositionen gibt (Hofstede et al., 2010, 73). Diese Unterschiede findet man vor allem im Arbeitsfeld. Wenn ein Land aber einen niedrigen Wert bekommt, sind die Menschen aus dem Land ziemlich gleich und gibt es wenig Hierarchien. Deutschland und die Niederlande ähneln sich im Bereich Power Distance. Das Ergebnis von Deutschland auf diese Dimension ist 35. Das bedeutet, dass die Menschen ziemlich gleich sind. Laut Hofstede ist das logisch, weil Deutschland eine starke Mittelschicht hat (Hofstede Insights, 2020). Außerdem kommunizieren Deutsche direkt und führen sie gerne Gespräche. Das Ergebnis von den Niederlanden auf diese Dimension ist 38. Das ist ein vergleichbares niedriges Ergebnis. Es gibt Chancengleichheit und ein Chef geht davon aus, dass seine Mitarbeiter Kenntnisse und Kompetenzen haben. Ein Chef darf man deswegen informell ansprechen, sogar mit dem Vornamen. Niederländer werden auch als direkt bezeichnet und führen ebenso gerne Gespräche (Hofstede Insights, 2020). Was diese Kategorie betrifft, so könnte man behaupten, dass die Menschen in Deutschland und in den Niederlanden sich ähneln, aber bisher sind Statussymbole und Machtpositionen noch nicht berücksichtigt. Darauf wird, anhand der Kulturstandards von Thesing (2016), im Analyseteil näher eingegangen.

Uncertainty Avoidance: Diese Dimension zeigt uns, inwiefern eine Person Risiken akzeptiert und akzeptiert, dass er oder sie die Zukunft nicht kontrollieren kann. Ein hoher Wert könnte zum Beispiel bedeuten, dass Kulturzugehörige sich schnell Sorgen machen. Schon in der Erziehung wird erwähnt, dass Strukturen im Leben notwendig sind (Hofstede et al., 2010, 209). Eine geringe Unsicherheitsvermeidung bedeutet, dass Regeln von Kulturzugehörigen gerade nur auf bestimmten Situationen angewendet werden. Wenn man spricht über Uncertainty Avoidance sieht man, dass Deutschland hier einen höheren Wert hat, aber die Unterschiede sind trotzdem nicht sehr groß. Das Ergebnis von Deutschland auf diese Dimension ist 65. Das Ergebnis ist ziemlich hoch, das bedeutet, dass es eine Präferenz dafür gibt, Risiken zu vermeiden. Die Deutschen sind dazu geneigt, Situationen unter Kontrolle zu haben. Hinzu kommt auch, dass sie eine systematische Herangehensweise bevorzugen (Hofstede Insights, 2020). Da sie nicht immer ihre eigene Situation kontrollieren können, beziehen sie sich (in Kombination mit niedriger Power Distance) gerne auf Expertise. In den Niederlanden liegt der Wert bei 53. Es gibt also eine kleine Präferenz für das Vermeiden von Risiken und Unsicherheiten (Hofstede Insights, 2020). Das bedeutet, dass Niederländer im Allgemeinen sparen und arbeiten, um ihre Zukunft sicherzustellen. Zudem sind Präzision und Pünktlichkeit Normen der Kultur. An dieser Stelle könnte behauptet werden, dass die Deutschen versuchen viel mehr zu kontrollieren als

Niederländer. Sie zeigen das schon mittels eine gute Planung. Niederländer haben eine größere Flexibilität. In den Kulturstandards von Thesing (2016) später in dieser Arbeit, wird man das nochmal sehen.

Individualism: Diese Dimension zeigt uns, inwiefern die Bevölkerung einer Kultur durch Individualität oder Kollektivismus geprägt ist. Wenn man sich diese Kulturdimension im Arbeitsfeld anschaut, übernehmen in kollektivistischen Kulturen die Söhne oft den Beruf des Vaters (Hofstede et al. 2010, 119). In einer individuellen Kultur hingegen wird ein Beruf eher nach eigener Interesse gewählt. In einem Unternehmen wird zudem erwartet, dass diese Person aus eigener Interesse seine Arbeit erfüllt (Hofstede et al., 2010, 119). Im Groben und Ganzen lässt sich sagen, dass die Niederlande etwas individualistischer sind als Deutschland, doch auch in diesem Fall ist von einem großen Unterschied nicht die Rede. Das Ergebnis von Deutschland auf diese Dimension ist 67. Das heißt, dass es hier wirklich um eine individualistische Gesellschaft geht (Hofstede Insights, 2020). Bindungen sind locker und man fühlt sich für sich selbst verantwortlich. Loyalität bezieht sich auf personale Präferenzen und Verantwortlichkeit, zum Beispiel im Arbeitsbereich. Zudem ist die Kommunikation sehr direkt; die Gefühle des anderen Gesprächspartners werden nicht immer berücksichtigt. (Hofstede Insights, 2020). Der niederländische Punktwert liegt bei 80. Das heißt, dass die niederländische Kultur stark von Individualität geprägt wird. Zum Beispiel, es wird nur erwartet, dass man für die direkte, eigene Familie sorgt. Außerdem ist Loyalität an den Chef auf den Arbeitsvertrag basiert (Hofstede Insights, 2020). Die Frage ist hier, ob Niederländer im Arbeitsfeld wirklich individueller sind als Deutschen. Oft werden in den Niederlanden Beschlüsse genommen als ein Kollektiv, obwohl in Deutschland eher die beste Lösung gewählt wird (Thesing, 2016, 58).

Masculinity: Eine Kultur ist maskulin, wenn sie Wert auf materielle Sachen und Erfolg legt. In den USA werden Konflikte im Arbeitsfeld beispielsweise niemals aus dem Wege gegangen und versucht man, immer die beste Lösung zu wählen (Hofstede et al., 2010, 166). Feminine Kulturen (darunter die niederländische Kultur) legen eher Wert auf starke Beziehungen und kollektivistische Beschlüsse (Hofstede et al., 2010, 166). Hier liegt der größte Unterschied zwischen Deutschland und den Niederlanden. Die deutschen und niederländischen Punktwerte betragen 66 bzw. 14. Während die deutsche Gesellschaft, in der man auf die Schule gut vorankommen soll und die Erwartungen im Berufsleben ebenso hoch sind, als maskulin einzustufen ist, gibt es in den Niederlanden eine feminine Kultur. In dieser Gesellschaft wird eher Wert auf eine Balance zwischen Arbeit und Freizeit gelegt. Auch der Umgang mit dem Chef und anderen Mitarbeitern ist in den beiden Kulturen unterschiedlich. In Deutschland wird davon ausgegangen, dass der Chef über Expertise verfügt.

Arbeitnehmer leisten ihm Unterstützung. In den Niederlanden hingegen arbeitet man als Kollektiv (Hofstede Insights, 2020). Diese Ergebnisse sind sehr aktuell, denn in Deutschland ist es viel üblicher Regeln einzuhalten und gibt es auch einen anderen Umgang mit dem Chef als in den Niederlanden. Auch hier kommt der Unterschied zwischen Kollektiv und Individualität an die Oberfläche.

Long Term Orientation: Diese Dimension zeigt uns, inwiefern eine Kultur eine langfristige Orientierung oder eine kurzfristige Orientierung hat. Wenn ein Land eine langfristige Orientierung hat, bevorzugen Kulturzugehörige eine progressive Herangehensweise. Sie bekommen Zeit, damit sie zum wertvollen Ergebnissen kommen können. Bei einer kurzfristigen Orientierung sind die Menschen eher konservativ. Arbeitssysteme werden stark kontrolliert und es soll schnell zu Ergebnissen kommen (Hofstede et al., 2010, 244). Hier sieht man, dass Deutschland einen höheren Wert hat, aber die Unterschiede sind nicht sehr groß. Das Ergebnis von Deutschland auf diese Dimension ist 83. Das ist ein hohes Ergebnis und zeigt uns, dass Deutschland eine pragmatische Kultur hat. Deutsche beziehen sich gerne auf die Zukunft und können laut Hofstede Traditionen an der heutigen Zeit anpassen (Hofstede Insights, 2020). Das gilt übrigens auch für Niederländer (Hofstede Insights, 2020). Auch sparen sie gerne und sind sie gerne erfolgreich. Der Wert von den Niederlanden auf diese Dimension ist 67. Dieses Ergebnis zeigt uns, dass die niederländische Gesellschaft pragmatisch orientiert ist. Jede Situation wird separat evaluiert. Diese Ergebnisse sind sehr aktuell, denn sowohl Deutschland als auch die Niederlande haben eine sehr pragmatische Kultur und beziehen sie sich gerne auf die Zukunft.

Indulgence: Diese Dimension zeigt uns, inwiefern Menschen versuchen ihre Wünsche und Impulse zu kontrollieren. Das kommt oft aus der Erziehung hervor. Wenn eine Kultur wenig Kontrolle hat, spricht Hofstede von „Indulgence“. Als Beispiel nennt er dabei auch, dass Amerikaner versuchen, ihren Kunden und Kollegen gegenüber Optimismus auszustrahlen (Hofstede et al., 2010, 294-295). Der Impuls zu lachen, wird dann also nicht „kontrolliert“. Wenn eine Kultur aber viel Kontrolle hat, spricht er von „Restraint“. Ein Beispiel von einer „Restraint“ Kultur ist Russland (Hofstede et al., 2010, 295). Auch Thomas (1991) beschreibt, dass Lachen kulturell verankert ist (Thomas, 1991, 16). Bei Indulgence ist es der Fall, dass die Deutschen in ihre Kultur eher „Restrained“ sind, und die Niederländer eher „Indulgent“. Der Wert Deutschlands auf diese Dimension ist 40 und der Wert von den Niederlanden ist 68. In der deutschen Gesellschaft gibt es damit mehr Kontrolle, die Wünsche und Impulse zu unterdrücken (Hofstede Insights, 2020). In den Niederlanden wird man dagegen mit der Idee erzogen, die Wünsche und Impulse zu erfüllen und vor allem auch Spaß ins Leben zu machen (Hofstede Insights, 2020). Niederländer legen viel Wert auf eine positive Einstellung.

Es scheint hier fast, als ob Deutschen niemals Spaß machen im Leben. Es könnte so sein, dass Deutschen Regeln mehr würdigen und mehr Kontrolle auf Situationen haben wollen, aber das bedeutet noch nicht, dass sie ihre Wünsche nicht erfüllen. Die Ergebnisse von den Niederlanden scheinen üblicher, denn hier wird man tatsächlich mit der Idee erzogen, Spaß und Arbeit im Leben zu kombinieren.

2.3 Kulturstandards

Im Gegensatz zu den globalen Kulturdimensionen werden Kulturstandards aus der spezifischen Perspektive einer anderen Kultur erhoben. Dies bietet einen guten Anhaltspunkt, weil man dadurch viel genauer bestimmen kann, wie eine Kultur spezifisch aus der Sicht einer anderen Kultur aussieht. Wichtig ist es, dass Thomas (1991) eine interkulturelle Studie durchgeführt hat. Das bedeutet, dass er Kulturen untersucht hat, wenn sie miteinander in Kontakt gekommen sind. Das ist auch ein Unterschied zu der cross-kulturellen Studie von Hofstede (2001).

Aber, was sind Kulturstandards eigentlich? In den Kulturstandards von Thomas lassen sich folgende Merkmale erkennen:

1. Kulturstandards sind Arten des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns, die von der Mehrzahl der Mitglieder mit einer bestimmten Kultur für sich und andere als normal, typisch und verbindlich angesehen werden.
2. Eigenes und fremdes Verhalten wird aufgrund dieser Kulturstandards gesteuert, reguliert und beurteilt.
3. Kulturstandards besitzen Regulationsfunktion in einem weiten Bereich der Situationsbewältigung und des Umgangs mit Personen.
4. Die individuelle und gruppenspezifische Art und Weise des Umgangs mit Kulturstandards zur Verhaltensregulation kann innerhalb eines gewissen Toleranzbereiches variieren.
5. Verhaltensweisen, die sich außerhalb der bereichsspezifischen Grenzen bewegen, werden von der sozialen Umwelt abgelehnt und sanktioniert (Kühnel, 2014, 59-60).

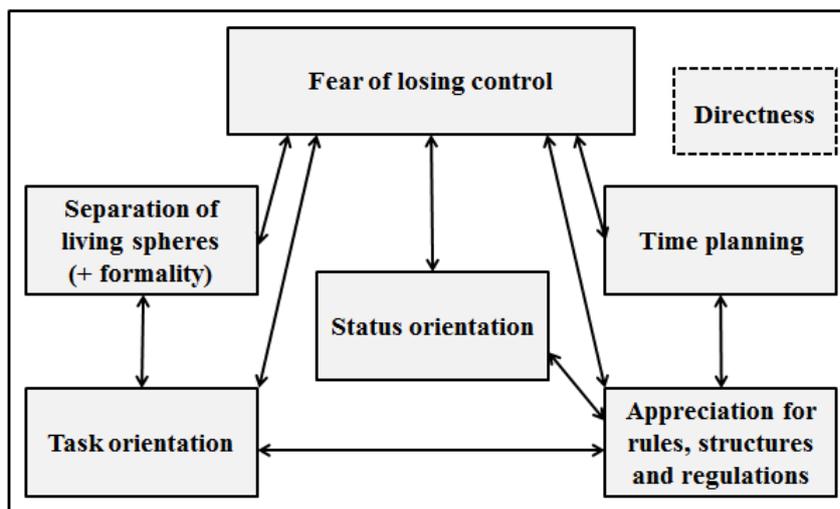
2.3.1 Deutsche Kulturstandards

Die Kulturstandards von Thomas wurden basierend auf den Erfahrungen vieler verschiedener Nationalitäten basierend. Die Kulturstandards, die für Deutschland gelten, sind deswegen nicht aus der Sicht einer spezifischen Kultur, aber aus der Sicht vieler verschiedener Kulturen. Es ist im Rahmen dieser Arbeit jedoch wichtiger, herauszufinden, was genau die deutschen

Kulturstandards aus niederländischer Perspektive sind. Diese spezifischen Kulturstandards wurde in einer Studie von Thesing (2016) erhoben. Es fanden zunächst Interviews statt, in denen den niederländischen Forschungsteilnehmern Fragen zu verschiedenen Themen gestellt wurden. Ihr Auftrag war es, Stellung zu diesen Fragen zu nehmen und vor allem auch ihre persönlichen Erfahrungen darüber mitzuteilen. Danach wurde die Antworten, *critical incidents* genannt, von Experten beurteilt. Es gab insgesamt sechs niederländische und vier deutsche Experte. Hieraus folgten sechs zentrale deutsche Kulturstandards aus einer niederländischen Perspektive, nämlich:

- Fear of losing control;
- Separation of living spheres;
- Task Orientation;
- Appreciation for rules, structures and regulations;
- Time planning;
- Status orientation (Thesing, 2016, 34).

Diese Kulturstandards bestehen aber nicht nur separat, sondern können auch miteinander in Beziehung stehen. Diese Beziehungen sind von Thesing (2016) in einem Schema festgelegt worden (Figur 1).



Figur 1: Die Beziehungen zwischen deutschen Kulturstandards aus niederländischer Perspektive (Thesing, 2016, 35)

Bei *Fear of losing control*, also die Angst, die Kontrolle in bestimmten Situationen zu verlieren, geht es darum, dass die Deutschen gerne in allen Situationen die Kontrolle behalten. Auch gehen sie gerne Risiken aus dem Wege und wird Multitasking vermieden (Thesing, 2016, 37).

Wenn man spricht über *Separation of living spheres*, geht es darum, dass die Deutschen dazu geneigt sind, ihr Privatleben von ihrem Arbeitsleben zu trennen. Wenn sie arbeiten, geht es dann auch oft um die Arbeit, und nicht um andere Sachen wie zum Beispiel Humor oder Gefühle. Diese Sachen gehören eher zum privaten Leben. Das wäre wahrscheinlich auch der Grund, warum die Experte in der Studie von Thesing mitteilten, dass Deutschen oft von Niederländer als distanziert empfunden werden, wenn sie zusammenarbeiten (Thesing, 2016, 38). Zum Thema *Separation of living spheres* gehört den Experten zufolge auch noch *Formality*. Gezeigt wurde, dass Deutschen formeller als Niederländer sind, vor allem im Arbeitsbereich. Viele Personen haben im Interview zudem gezeigt, dass Menschen in Deutschland öfter die formelle Anredeform „Sie“, anstatt die informelle Anredeform „du“ verwenden (Thesing, 2016, 40). Auch wird Formalität als respektvoll empfunden.

Der nächste Kulturstandard heißt *Task orientation*. Thesing beschreibt, dass laut Schroll-Machl (2008) Menschen einander immer auf verschiedenen Ebenen treffen, nämlich auf *task level* oder auf *socio-emotional level* (Thesing, 2016, 41). Für Niederländer wäre diese Niveaus eher ein Gleichgewicht, aber Deutschen präferieren den *task level*. Das erklärt nochmal, weshalb die Deutschen, wenn sie arbeiten, auch wirklich den Fokus auf ihre *tasks* legen, und zum Beispiel nicht viel über persönliche Sachen sprechen. Die Experte sind sich auch einig, dass deutsche Arbeitnehmer weniger Small-Talk benutzen als ihre niederländischen Kollegen. Ein Beispiel wird gezeigt, durch die Erfahrung von einem der Befragten. Er oder sie sagte, dass soziale Sprache in Deutschland eher eine Seltenheit ist. Diese Person hat an einem Treffen mit verschiedenen Nationalitäten teilgenommen. Viele Personen hatten dabei erstaunt reagiert, wenn der Chef gleich auf das Thema des Treffens eingegangen war, statt mit Small-Talk zu beginnen (Thesing, 2016, 43).

Der nächste Kulturstandard zeigt, dass Deutschen eine *appreciation* für *rules, structures* und *regulations* haben. Kurz gesagt, sie sind dazu geneigt Regeln, Strukturen und Vorschriften zu würdigen. Laut der Experten einhalten die Deutschen fast immer die Regeln die aufgestellt sind. (Thesing, 2016, 44-45). Deutliche Regeln tragen zudem an niedrigen Risiken bei (Thesing, 2016, 45). Deswegen entspricht dieser Kulturstandard mit dem Kulturstandard *fear of losing control* überein. Die starke intrinsische Motivation um die Regeln zu befolgen, trägt letztendlich auch zu sozialer Kontrolle bei. Es wird einfach nicht akzeptiert, wenn man die Regeln nicht befolgt (Thesing, 2016, 45). Zum Kulturstandard *appreciation for rules, structures and regulations* gehört außerdem noch *appreciation for planning, preparation and details*. Die Experte waren sich einig, dass Deutschen viel mehr planen als Niederländer (Thesing, 2016, 45). Dazu gehen sie Probleme am liebsten aus dem Wege. Sie sind der Meinung, dass eine gute Planung schon daran beiträgt (Thesing, 2016,

46). Außerdem schreiben Deutschen sehr viel auf und bereiten sie sich sehr ausführlich und gut vor, wenn sie eine Besprechung haben (Thesing, 2016, 46). Was man sich aber vorstellen könnte, ist, dass die Deutschen durch ihre starre Planung und Vorbereitung auch nicht sehr flexibel sein können. Alles wird vorab festgelegt. Wenn dann zwischendurch noch etwas nicht nach Plan verläuft, sind Niederländer laut der Experten anpassungsfähiger, als ihre deutschen Kollegen (Thesing, 2016, 46).

Was auch an der Würdigung für Planung beiträgt, ist der Kulturstandard *Time planning*. Die Experte sind sich einig, dass Zeitplanung typisch für die deutsche Betriebskultur ist (Thesing, 2016, 47). Das Phänomen der Zeitplanung wird in drei Kategorien aufgeteilt. Die erste Kategorie ist *Long-term horizon and detailed time schedules*. Diese Kategorie beinhaltet, dass die Deutschen nicht nur ihre Projekte gut ausdenken, sondern auch, dass sie bis ins Detail planen wieviel Zeit sie für alle Elemente des Projekts brauchen (Thesing, 2016, 47-48). Hier wird ein Arbeitsprojekt als Beispiel verwendet, es könnte sich aber auch zum Beispiel um etwas wie die Planung eines Geburtstags handeln. Eine straffe Planung sorgt wie gesagt aber manchmal für wenig Flexibilität. Die zweite Kategorie dieses Kulturstandards ist *Avoidance of multitasking, monochronic time planning*. Diese Kategorie beinhaltet, dass man in Deutschland am liebsten eine Aufgabe erledigt, bevor man mit einer neuen Aufgabe beginnt (Thesing, 2016, 48). Letztendlich gibt es noch die Kategorie *Punctuality*. In Deutschland wird Unpünktlichkeit als respektlos empfunden, besonders dann, wenn Menschen andauernd zu spät kommen.

Der letzte Kulturstandard heißt *Status orientation*. Obwohl die Experte behaupten, dass *Status orientation* seit den letzten Jahren eine geringere Rolle spielt, sind sie dennoch der Ansicht, dass Statussymbolik noch immer zur Alltagsrealität gehört (Thesing, 2016, 49-50). Als Statussymbol könnte zum Beispiel Markenkleidung oder sehr teure Autos gesehen werden. In Deutschland werden solche Statussymbole mit hierarchischen Verhältnissen in Verbindung gebracht.

In Figur 1 ist auch noch *Directness* zu sehen. Diese „Kulturstandard“ wird separat abgebildet, weil die Experte und Befragten sich hier nicht einig sind (Thesing, 2016, 50). Die Befragten beschrieben *critical incidents* mit Direktheit im Mittelpunkt, aber laut der Experten kann es nicht als Kulturstandard bezeichnet werden, weil es nicht typisch oder wichtig für die deutsche Bevölkerung ist. Direktheit ist aber wohl ein sehr interessantes Phänomen. Dazu kam aus den *critical incidents* hervor, dass fünf Befragten zeigten, dass die Deutschen direkter als Niederländer sind, obwohl drei Befragten zeigten, dass Niederländer direkter als Deutsche sind (Thesing, 2016, 51). Zudem waren die Experte sich auch nicht einig, welche

Kultur direkter ist. Sie waren sich aber wohl einig über die Definition von Direktheit, nämlich, dass Personen ohne Zweifel eine Frage stellen oder ihre Meinung äußern, sogar wenn diese Meinung eher negativ ist (Thesing, 2016, 51).

2.3.2 Niederländische Kulturstandards

In der Studie von Thesing (2016) werden sieben niederländische Kulturstandards aus der Sicht der Deutsche beschrieben. Diese Kulturstandards wurden von Thomas und Schlizio (2009) erstellt. Im Rahmen dieser Arbeit ist es nicht wichtig zu wissen, warum diese Kulturstandards in der niederländischen Kultur vorkommen, sondern ist es viel wichtiger welche Kulturstandards es in den Niederlanden gibt und wie sie in Verbindung mit den deutschen Kulturstandards stehen. Die niederländischen Kulturstandards nach Thomas und Schlizio (2009) sind folgende:

- Informality
- Pragmatism
- Relation orientation
- Egalitarian character/flat hierarchies
- Calvinistic modesty
- Consensus culture
- Calimero effect (Thesing, 2016, 55)

Um die Unterschiede zwischen Deutschland und den Niederlanden zeigen zu können, hat Thesing (2016) eine Tabelle erstellt. Weil diese Tabelle die Deutlichkeit der Beziehungen erhöht, wurde die Tabelle hier übernommen.

| | German culture standards | Dutch culture standards that bear similarity to German culture standards |
|---|--|---|
| 1 | Fear of losing control | Informality, pragmatism |
| 2 | Separation of living spheres | Relation orientation, informality |
| 3 | Task orientation | Flat hierarchies, Calvinistic modesty, consensus culture |
| 4 | Appreciation for rules, structures and regulations | Informality, consensus culture, flat hierarchies |
| 5 | Time planning | Informality, pragmatism |
| 6 | Status orientation | Calvinistic modesty |

Tabelle 1: Mögliche Beziehungen zwischen deutschen und niederländischen Kulturstandards (Thesing, 2016, 56).

Beziehung 1 zeigt, dass Niederländer viel weniger Angst haben vor ungeplanten Situationen haben als Deutschen. Im Gegensatz zu den Deutschen, wird Flexibilität als etwas Positives empfunden. Dieser Unterschied könnte zu Konflikten führen, weil die Deutschen nicht komfortabel sind mit dieser Arbeitsform. Die Niederländer sind oft erstaunt durch die Arbeitsform der Deutschen, aber haben auch Kommentar darauf, dass sie nicht flexibel sind (Thesing, 2016, 56). Es ist fraglich, ob diese Beziehung wirklich ein kultureller Unterschied ist, oder ob es hier nicht eher um eine persönliche Präferenz geht.

Bei Beziehung 2 geht es darum, dass Niederländer schneller dazu geneigt sind, über Privatsachen zu sprechen, auch am Arbeitsplatz. Es könnte deswegen so sein, dass Niederländer die Deutschen als „kalt“ oder „arrogant“ interpretieren. Zudem können Niederländer von den Deutschen als neugierig und aufdringlich empfunden werden (Thesing, 2016, 57). Auch die deutsche Formalität kann auf die niederländischen informellen Anredeformen stoßen. Deutschen könnten sich daran irritieren, dass Niederländer sehr schnell „du“ sagen. Die Niederländer könnte es dagegen irritieren, dass Deutschen nach viel Zeit noch immer „Sie“ benutzen. Das könnte als arrogant empfunden werden (Thesing, 2016, 57). Diese Trennung zwischen Beruf und Privatleben könnte absolut zu Konflikten führen. Wenn eine niederländische Person zum Beispiel nicht weiß, dass es in Deutschland unüblich ist, mit Kollegen über Privatsachen zu sprechen, dann könnte eine solche Situation zu einem Konflikt führen.

Beziehung 3 repräsentiert einen großen Unterschied. Obwohl in Deutschland die Hierarchien sehr stark und meistens auch sehr deutlich sind, zum Beispiel in einem Unternehmen, sind die Hierarchien in den Niederlanden oft gar nicht so deutlich. Der Chef ist wohl der Endgültige, aber er oder sie wird nicht wirklich als wichtigste Person dargestellt. Die Idee ist, dass das Team die Ziele gemeinsam erreicht. In Deutschland gibt es aber klare Hierarchien und ist auch jede Person für seine eigenen Ziele verantwortlich. Selbstverständlich kann dieser Unterschied in beiden Gesellschaften für Tumult sorgen. *Calvinistic modesty* könnte in Deutschland auch für Probleme sorgen, weil es in den Niederlanden üblich ist sehr bescheiden zu sein, aber das führt in Deutschland eher zu einem unprofessionellen Bild. Hier könnte man denken an dem Zeigen von Statussymbolen. Letztendlich könnte das Deutsche *task orientation* auch für Konflikte sorgen, wenn es in Verbindung mit der niederländischen *consensus culture* steht. Niederländer wollen am liebsten zu einer Übereinstimmung kommen, obwohl Deutschen gerne die beste Lösung finden möchten. Einerseits kann es dafür sorgen, dass die Deutschen denken, dass die Niederländer nicht gut vorbereitet sind. Andererseits könnte es dafür sorgen, dass Niederländer die Deutschen sehr aggressiv oder herrisch finden (Thesing, 2016, 58). In diesem Fall ist es in einem

Unternehmen sehr wichtig, deutlich zu sagen was genau von einer Person erwartet wird, sicherlich wenn diese Person eine andere Nationalität hat. Auf diese Art und Weise können Konflikte und falsche Erwartungen vermieden werden.

Bei Beziehung 4 geht es darum, dass Niederländer die Regeln nicht sehen als etwas, dass immer gültig ist. Laut den Niederländern sollen Regeln deswegen pro Situation analysiert werden. Die Deutschen könnten dies als unprofessionell bezeichnen. Die Niederländer dagegen, könnten den Deutschen vorwerfen, dass sie unkritisch und initiativlos sind, weil sie immer nur die Regeln folgen und vielleicht nicht selbst darüber nachdenken, was sie von der Situation halten (Thesing, 2016, 59). Auch gehört hier nochmal zu, dass Niederländer keine klaren Hierarchien haben und es deswegen zu Konflikten kommen könnte, wenn vom sozialen Umfeld erwartet wird, dass sie diese hierarchischen Verhältnisse akzeptieren. In den Niederlanden wird außerdem kein Unterschied zwischen der Person und ihrer Rolle gemacht, sondern werden diese als gleich betrachtet. Es könnte deswegen passieren, dass Niederländer die deutsche Autorität als etwas Negatives empfinden. Die Deutschen hingegen empfinden diese Elemente wieder als unprofessionell. Man könnte sich hier die Frage stellen, ob dies nicht für jede Person persönlich ist. Es gibt nämlich immer Personen die die Regeln gut einhalten, und Personen die manchmal die Grenzen suchen. Es ist nicht annehmbar, dass in Deutschland jede Person einfach die Regeln folgt.

Beziehung 5 zeigt, dass Niederländer nicht so viel Planen als die Deutschen. Das könnte zu Missverständnissen führen, weil Deutsche es nicht mögen, wenn etwas nicht gut geplant ist und Niederländer oft ungeduldig werden, wenn Deutschen viel Zeit brauchen, etwas zu planen (Thesing, 2016, 60). Auch wird es in Deutschland als unprofessionell empfunden, wenn man ohne Termin Gespräche plant. Das gilt natürlich vor allem in einem Unternehmen und nicht, wenn man zum Beispiel eine Frage im Supermarkt stellt. Für Niederländer ist es aber sehr üblich, ohne Termin ein Gespräch zu führen oder etwas nachzufragen. Es wäre sicherlich der Fall, dass die Vorbereitung von Niederländern und Deutschen (zum Beispiel für ein Projekt) sehr unterschiedlich ist. Es könnte hier deswegen wirklich schnell zu Konflikte kommen.

Die letzte Beziehung handelt davon, dass in Deutschland Status noch immer eine große Rolle spielt, obwohl das in den Niederlanden manchmal als arrogant empfunden werden kann. Niederländer sind dagegen eher bescheiden und wollen nicht als übertrieben empfunden werden. Das könnte an deutscher Seite aber dazu führen, dass sie denken, dass die bestimmten Niederländer nicht erfolgreich scheinen. Auch in diesem Fall ist es eher persönlich, ob man Statussymbole wichtig findet oder nicht. Dagegen könnte die Vorstellung

gemacht werden, dass es in der deutschen Kultur üblich ist, Erfolge zu zeigen. In den Niederlanden könnte das aber sicherlich als arrogant empfunden werden. Das bedeutet aber nicht, dass es keine Niederländer gibt, die ihre Statussymbole zeigen.

Es scheint mir sehr interessant, diese Kulturstandards in einer Grenzregion zu untersuchen. Auch weil, wie im Einleitung erwähnt wird, es manchmal noch Kritik an Kulturstandards gibt. Im nächsten Kapitel lesen Sie mehr über die Methodik der Forschung.

3. Methodik

3.1 Teilnehmer

Mittels eines Fragebogens wurde untersucht, inwiefern die besprochenen kulturellen Merkmale sichtbar sind, wenn Niederländer und Deutschen sich treffen und miteinander ein Gespräch führen. Als Forschungsgebiet für diese Frage wurde die Innenstadt von Venlo (Limburg, die Niederlande) gewählt. Diese Stadt liegt an die Grenze mit Deutschland. Hier machen normalerweise viele deutsche Menschen Einkäufe. Die Geschäftsleute aus Venlo kommen deswegen jeden Tag mit Deutschen in Kontakt. Sie haben genug Erfahrungen mit deutschen Kunden, um die Fragen ausfüllen zu können. Man bekommt damit ein gutes Bild von den deutschen Kulturstandards aus niederländischer Perspektive.

Es gab insgesamt 34 Teilnehmer. Man kann deswegen sprechen von einer kleinen Stichprobe. Die Altersgruppe variierte von 19 bis zum 53 Jahren alt (siehe dafür auch Anhang 7.2, Frage 1). 22 Teilnehmer sind Frau und 12 Teilnehmer sind Mann. Wie gesagt, handelt es sich hier in allen Fällen um niederländische Geschäftsleute, welche alle in der Innenstadt von Venlo arbeiten. Weil alle Befragten Niederländisch sind, ist der Fragebogen auf Niederländisch erstellt worden. Die Teilnehmer wurden online über Facebook gefragt. Details über Verfahren und Durchführung werden im Kapitel 3.3 besprochen.

3.2 Instrumentation

Die Thesen wurden anhand der Studie von Thesing (2016) formuliert. Zuerst wurde Formalität geprüft. Formalität ist Teil des Kulturstandards *Separation of living spheres*. Geprüft wurde, welche Anredeformen von Niederländern und Deutschen benutzt werden. Es handelt sich um die Frage 4, 5, 6 und 7:

- Wanneer een Duitse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'Sie' (u).
- Wanneer een Nederlandse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'u'.
- Wanneer ik een Duitse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'Sie' (u).
- Wanneer ik een Nederlandse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'u'.

Zudem wurde *Directness* geprüft. Bei Direktheit wurde die Frage gestellt, ob Direktheit wirklich ein Kulturstandard ist oder nicht. Außerdem gibt es die Frage, ob die Deutschen oder

Niederländer direkter sind (Thesing, 2016, 51). Die Ergebnisse dieser Arbeit können für Verdeutlichung sorgen. Die Fragen in Bezug auf Direktheit sind folgende (8, 9, 10 und 11):

- Als een Duitse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen.
- Als een Nederlandse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen.
- Voor mijn gevoel zijn Duitse klanten directer dan Nederlandse klanten.
- Voor mijn gevoel zijn Nederlandse klanten directer dan Duitse klanten.

Die letzten sechs Fragen (12 bis 17) bezogen sich auf mehrere Kulturstandards. Zuerst *Time Planning* und *Appreciation for structure*. Geprüft wurde, ob die Deutschen sich die Zeit nehmen, ein Gespräch zu führen. Oder passt das nicht in ihrer Planung? Zudem wurde geprüft, ob sie etwas erzählen über persönliche Sachen (*Separation of living spheres*) oder, ob sie nur ein sachliches Gespräch führen (*Task orientation* in Beziehung auf *Small-Talk*).

- Ik kan met Duitse klanten een praatje maken, bijvoorbeeld over het weer of over een recente gebeurtenis.
- Ik kan met Nederlandse klanten een praatje maken, bijvoorbeeld over het weer of over een recente gebeurtenis.
- Als ik een gesprek heb met een Duitse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niks te weten over het persoonlijke leven van deze klant.
- Als ik een gesprek heb met een Nederlandse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niks te weten over het persoonlijke leven van deze klant.
- Voor mijn gevoel maken Nederlandse klanten meer tijd voor een praatje dan Duitse klanten.
- Voor mijn gevoel maken Duitse klanten meer tijd voor een praatje dan Nederlandse klanten.

Es wurde am Ende noch eine offene Frage (18) hinzugefügt: Heeft u nog opmerkingen of suggesties? (Bijvoorbeeld iets wat u opvalt in gesprek met een Duits persoon en/of Nederlands persoon?)

Die Kulturstandards *Fear of losing control* und *Status orientation* wurde nicht geprüft, weil diese Kulturstandards in diesem Kontext nicht sehr analysierbar sind.

3.3 Verfahren und Durchführung

Der Fragebogen, erstellt mithilfe des Programms *Survio.com*, wurde online über Facebook verbreitet. Der wichtigste Grund dafür ist die heutige Situation mit dem Covid-19 Virus. Die Geschäfte waren geöffnet, aber es wird sicherlich nicht als passend empfunden, in dieser Situation die Befragten persönlich Fragen zu stellen. Leider war es wegen Corona auch nicht möglich, die Befragung aus deutscher Perspektive durchzuführen. Die Situation lässt es wie gesagt nicht wirklich zu, Menschen persönlich Fragen zu stellen. Zudem gibt es in dieser Zeit fast keine deutschen Kunden in Venlo. Leider war die Planung dieser Bachelorarbeit zu kurz und hat es nicht gelungen, in dieser kurzen Zeit online genügend Deutschen zu finden, die oft in Venlo Einkaufen machen.

Die Befragten wurden aufmerksam darauf gemacht, dass die Ergebnisse des Fragebogens in einer Bachelorarbeit aufgenommen werden. Sie wurden am Anfang des Fragebogens auch aufmerksam darauf gemacht, dass im Fragebogen nach Alter, Geschlecht und Nationalität gefragt wurde. Sie bekamen deswegen die Wahl, den Fragebogen auszufüllen, oder sich noch dafür zu entscheiden, damit aufzuhören.

Die Vorteile einer Online-Befragung sind, dass die Befragten die Fragen in ihrer eigenen Zeit ausfüllen können. Auf diese Weise können sie so lange wie möglich über ihre Antworten nachdenken. Auch kann ihre Meinung nicht direkt vom Interviewer beeinflusst werden. In „Live“ Befragungen könnte es passieren, dass Menschen am liebsten eine gewünschte Antwort geben. Sie wollen dann ein gutes Bild zeigen, obwohl das vielleicht gar nicht ihre wirkliche Meinung ist. In einer Online-Befragung sind sie meistens anonym und trauen sie sich eher, ihre wirkliche Meinung zu geben. Die Nachteile einer Online-Befragung sind, dass Personen vielleicht eine Frage nicht gut verstehen, und dann einfach willkürlich eine Antwort ausfüllen. Das kann man nicht kontrollieren, aber es hat natürlich wohl Einfluss auf die Resultate. Zudem können Personen Fragen nicht ausfüllen, obwohl es eigentlich gewünscht ist, dass sie alle Fragen ausfüllen. Letztendlich kann der Interviewer keine zusätzlichen Fragen stellen, damit die Meinung des Befragten unterstützt oder verdeutlicht wird. Die Fragen in einer Online-Befragung stehen einfach schon fest.

Am Anfang des Fragebogens wurde erklärt, was die Bedeutungen der geprüften Begriffe sind, zum Beispiel die Bedeutung von „Direktheit“. Das wurde gemacht um sicherzustellen, dass jeder genau wusste, was mit den Begriffen gemeint wurde. Die Fragen wurden pro Kulturstandard gestellt, also zum Beispiel die vier Fragen über Direktheit wurden nacheinander gestellt. Weiterhin spielt die Reihenfolge der Fragen keine Rolle.

Im Fragebogen wird bei den meisten Fragen mit einer 4-Punkt-Likert-Skala gearbeitet. Diese Likert-Skala besteht aus den Antworten ‚immer‘, ‚manchmal‘, ‚selten‘ und ‚nie‘. Es wurde dafür entschieden, keine 5-Punkt-Likert-Skala mit ‚neutral‘ zu benutzen, weil man die Befragten zwingen wollte, eine positive oder negative Meinung zu geben. Man spricht deswegen von einer geraden Likert-Skala (Qualtrics, 2020). Zudem ist dafür entschieden, geschlossene Fragen zu stellen, weil die Befragten dadurch auch gezwungen werden, eine positive oder negative Meinung zu geben. Aus einer offenen Antwort kann man nicht immer eine deutliche Meinung folgern (Qualtrics, 2020).

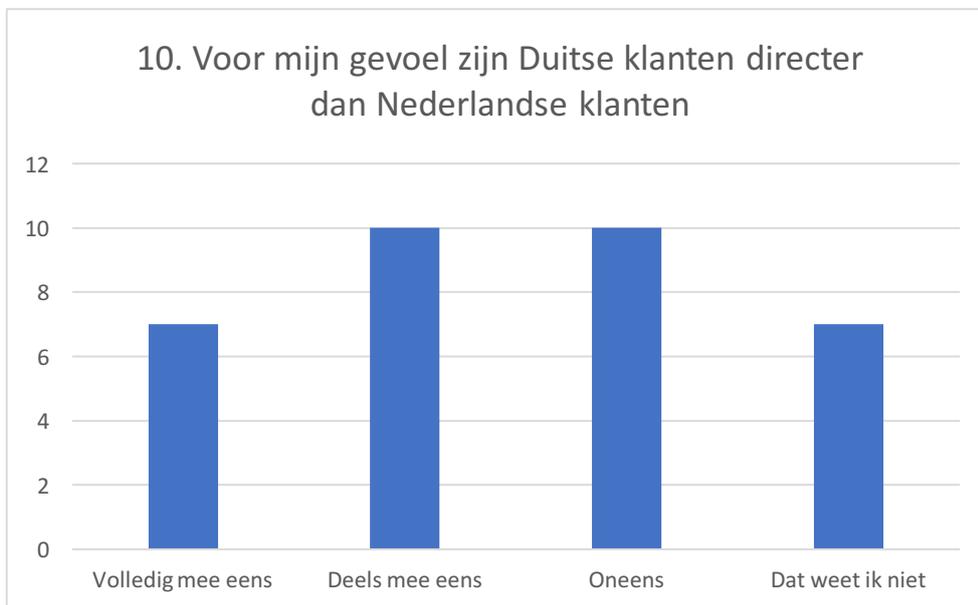
Vier Fragen hatten eine andere Likert-Skala. Die Antworten waren ‚völlig einverstanden‘, ‚teilweise einverstanden‘ und ‚nicht einverstanden‘. Auch wurde die Antwortmöglichkeit ‚das weiß ich nicht‘ hinzugefügt. Diese Antwortmöglichkeit wurde hinzugefügt, weil diese vier Fragen etwas mehr auf ein Gefühl zurückgehen und die Antwort nicht für jede Person sehr schwarzweiß sein kann. Ein Beispiel einer diesen Fragen ist *„Voor mijn gevoel zijn Duitse klanten directer dan Nederlandse klanten“*. In diesem Fall spricht man von einer ungeraden Likert-Skala (Qualtrics, 2020). Auf jeden Fall sind alle Fragen stark strukturiert. Die Fragen sind nicht suggestiv und sind so neutral wie möglich formuliert.

4. Die Ergebnisse

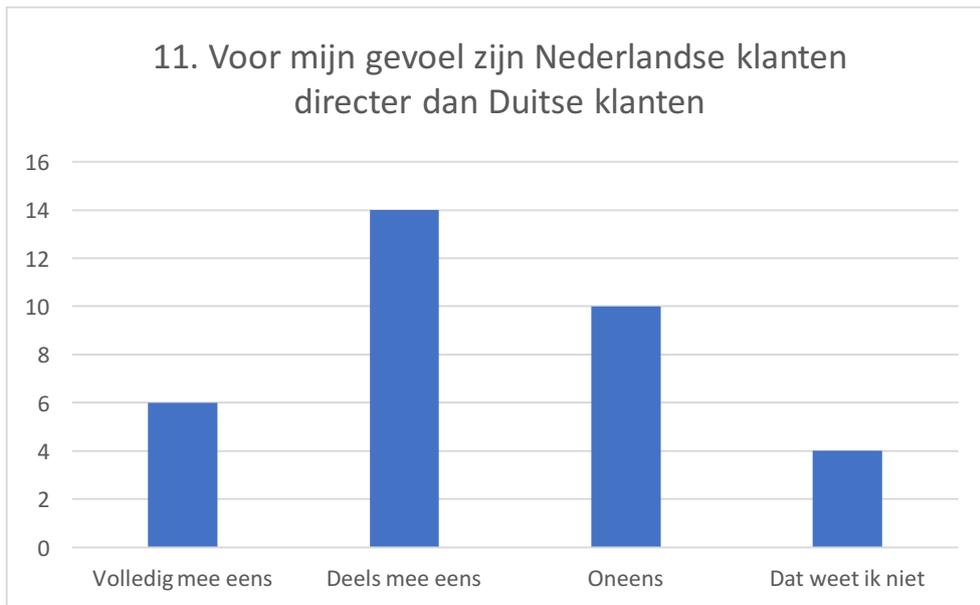
4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Aus den Fragen zeigt sich, dass deutsche Kunden meistens die Anredeform ‚Sie‘ benutzen (19/34 Personen haben ‚immer‘ geantwortet). Die Zahlen zeigen aber, dass auch niederländische Kunden meistens die formelle Anredeform benutzen (auch 19/34 Personen haben ‚immer‘ geantwortet). Außerdem wird von den Geschäftsleuten oft die Anredeform ‚Sie‘ oder ‚u‘ verwendet. 24/34 Personen sprechen Deutschen immer mit ‚Sie‘ an und 19/34 Personen sprechen Niederländer immer mit ‚Sie‘ an (Siehe für die Grafiken der Ergebnisse Anhang 7.2).

Die Fragen über Direktheit wurden auch sehr ähnlich beantwortet. 16/34 Personen zeigen, dass eine deutsche Kunde immer direkt eine Frage stellt. 17/34 Personen geben an, dass eine niederländische Kunde aber auch immer direkt eine Frage stellt. Aus den nächsten zwei Fragen (siehe Grafik 1 und 2 hierunten) scheint es, als ob die Niederländer ein bisschen direkter empfunden werden, aber der Unterschied mit den Deutschen ist nicht signifikant. 17/34 Personen stimmen (teilweise) zu, dass Deutschen direkter als Niederländer sind und 20/34 Personen stimmen (teilweise) zu, dass Niederländer direkter als Deutschen sind.

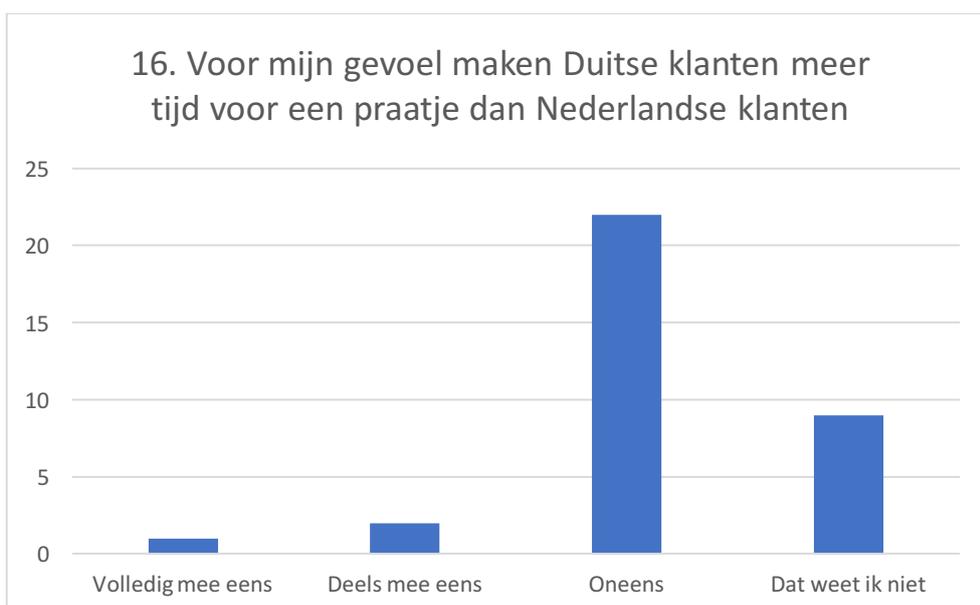


Grafik 1: Ergebnisse Frage 10.

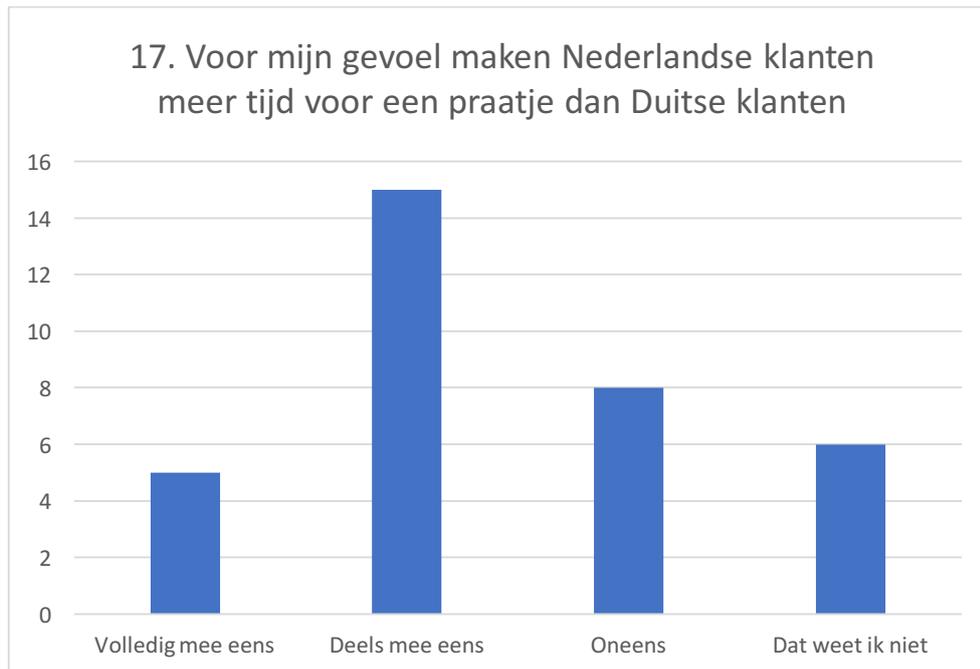


Grafik 2: Ergebnisse Frage 11.

Die Kulturunterschiede findet man am meisten in den Fragen 12 bis 17. 11/34 Befragten sagen, dass sie mit deutschen Kunden selten ein „Small-Talk Gespräch“ haben. 5/34 sagt sogar, dass sie das niemals haben. Andererseits sagen 0/34 Befragten, dass sie selten oder niemals ein „Small-Talk Gespräch“ mit niederländischen Kunden haben. Zudem ist die Chance auf ein sachliches Gespräch mit deutschen Kunden größer (12/34 sagt immer) als mit niederländischen Kunden (1/34 sagt immer). Auf die Frage, wer sich mehr die Zeit für ein Gespräch nimmt, sind die Unterschiede sehr groß (Siehe Grafik 3 und 4). 20/34 Befragten sagen, dass sie (teilweise) zustimmen, dass Niederländer sich mehr die Zeit für ein Gespräch nehmen. Da gegenüber sagen 3/34 Befragten, dass Deutschen sich mehr die Zeit nehmen.



Grafik 3: Ergebnisse Frage 16.



Grafik 4: Ergebnisse Frage 17.

Die Befragten hatten bei Frage 18 die Chance, noch Anmerkungen oder Vorschläge zu geben. Darauf haben manche Menschen geantwortet, dass die Deutschen oft kein Gespräch führen, weil sie die Sprache nicht sprechen. Jüngere deutschen Menschen wechseln dann nach der englischen Sprache. Das machen die niederländischen Geschäftsleute auch, wenn ihr Deutsch nicht gut ist. Außerdem wird noch gesagt, dass die Deutschen sowieso wenig Zeit für ein Gespräch haben, weil sie oft nur einen Tag in Venlo sind.

4.2 Diskussion der Ergebnisse

Es gab bei der Frage nach Geschlecht keine bedeutungsvollen Ergebnisse. Außerdem hatten die Befragten alle die niederländische Nationalität, deswegen konnte nicht mit anderen Nationalitäten verglichen werden. Beim Alter ist aber nach vorne gekommen, dass die Menschen, die etwas „älter“ sind, in diesem Fall 30 bis 55 Jahren alt, eher die formellen Formen „Sie“ und „u“ gegenüber Deutschen benutzen (90% der 10 Befragten in dieser Kategorie). Gegenüber Niederländern benutzen sie aber nicht immer diese formellen Formen (70% der 10 Befragten in dieser Kategorie). Die jüngeren Menschen, hier 19 bis 30 Jahren alt, benutzen sowohl gegenüber Deutschen als auch gegenüber Niederländern weniger die formellen Formen (62% der 24 Befragten in dieser Kategorie/50% der 24 Befragten in dieser Kategorie). Grund dafür könnte sein, dass es in den Niederlanden üblicher ist, informelle Formen zu benutzen (Thesing, 2016, 57).

Erwartet wurde, dass die Deutschen mehr als Niederländer die formellen Anredeformen verwenden. Der Kulturstandard *Formality* nach Thesing (2016) sagt auch, dass Deutschen eher formell und Niederländer eher informell sind (Thesing, 2016, 40/57). Das scheint aber nicht immer der Fall zu sein. Deutsche und niederländische Kunden benutzen in diesem Kontext genauso viele formelle Anredeformen. Wahrscheinlich ist es sehr Situationsabhängig, wann eine deutsche oder eine niederländische Person formelle oder informelle Anredeformen verwendet. Weil es wie besprochen in Deutschland noch starke Hierarchien gibt, zum Beispiel im Arbeitsfeld, werden die Deutschen in mehreren Kontexten die formellen Anredeformen verwenden (Thesing 2016, 43).

Die Kulturstandards *Separation of living spheres*, *Task orientation*, *Appreciation for structure* und *Time planning* können alle mithilfe der Ergebnisse bestätigt werden. Nicht nur führen Deutsche oft ein sachliches Gespräch, sondern auch scheint es, als ob sie eine starke Zeitplanung haben. Sie nehmen sich dann auch für Small-Talk nicht die Zeit. Man könnte sich hier fragen, ob es daran liegt, dass Deutschen oft nur einen Tag in Venlo verbringen. Sie haben dann natürlich wirklich nicht so viel Zeit, mit jedem Verkäufer ein ausführliches Gespräch zu führen. Es ist aber wirklich nach vorne gekommen, dass die Deutschen nicht sehr schnell über private Sachen sprechen. Damit leistet diese Arbeit eine sehr starke Verifizierung für die Kulturstandards *Separation of living spheres* und *Task orientation*.

Das Phänomen Direktheit sorgt allerdings für die meist interessantesten Ergebnisse. Nicht nur in der Studie von Thesing (2016) ist man sich nicht einig, ob die Deutschen oder Niederländer direkter sind, sondern auch in dieser Arbeit wird nicht klar, welche Kultur als direkter empfunden werden kann (Thesing, 2016, 50). Dieses Phänomen soll deswegen noch weiter untersucht werden. Darauf wird in Kapitel 5 noch weiter eingegangen.

Der online Fragebogen war für diese Arbeit im Allgemeinen eine geeignete Methode. Allerdings, war es für die Ergebnisse sehr schön gewesen, wenn auch die Meinung der Deutschen auf die niederländischen Kulturstandards geprüft werden könnten. Das war wie besprochen wegen Corona leider nicht möglich. Zudem war ein Interview hier auch eine bessere Wahl gewesen, denn in Venlo kann man die Deutschen auch wirklich die Fragen stellen, wenn sie in einer niederländischen Umgebung sind. Letztendlich ist bei der Beantwortung von Frage 10, 11, 16 und 17 leider etwas falsch gegangen. Die Befragten hatten hier noch die Möglichkeit, eine Erklärung für ihre Antworten zu geben, aber nur drei Befragten haben hier tatsächlich etwas ausgefüllt. In einer weiteren Arbeit sollen solche Fragen vielleicht separat gestellt werden müssen, damit alle Fragen sicherlich ausgefüllt werden.

Ob Kulturdimensionen auch für interkulturelle Forschung geeignet sind, kann leider auf Basis dieser Arbeit nicht bestätigt oder widersprochen werden. Nur im Bereich Power Distance kann gefolgert werden, dass die Deutschen und Niederländer tatsächlich als direkt empfunden werden können. Dieses Ergebnis sagt aber nicht genug über die Funktion von Kulturdimensionen in einer interkulturellen Beziehung. Es sollte zu diesem Thema deswegen noch mehr Forschung geben.

Letztendlich kann mithilfe dieser Ergebnisse die Forschungsfrage, „Inwiefern sind, aufgrund der Kulturstandards nach Thesing (2016), die deutschen Kulturstandards erkennbar, wenn deutsche Kunden mit niederländischen Geschäftsleuten in Venlo in Kontakt kommen“ beantwortet werden. Die Kulturstandards *Separation of living spheres*, *Task orientation*, *Appreciation for structure* und *Time planning* sind nachvollziehbar und deutlich anwesend in der Beziehung zwischen deutschen Kunden und niederländischen Geschäftsleuten. Auch *Formality* und *Direktness* sind in der Beziehung erkennbar, aber diese Kulturstandards sollen noch weiter erforscht werden. Hier ist nämlich noch nicht ganz deutlich, ob sie mehr auf Deutschen oder Niederländer zutreffen. Die Kulturstandards *Fear of losing control* und *Status orientation* konnten in diesem Kontext nicht erforscht werden. Diese Kulturstandards sollen deswegen auch noch von weiteren Studien verifiziert werden müssen.

5. Ausblick

Obwohl es schon viele Studien nach dem Kulturbegriff gibt, gibt es auch noch immer viele Unklarheiten. Irgendwo ist das auch logisch, weil Kultur für jede Person etwas anderes bedeuten kann. Wissenschaftler sollen sich deswegen noch mehr mit kulturellen Themen beschäftigen.

Es gibt viele Studien, die auf die Studie von Hofstede (1980/2010) weiterführen. Das ist natürlich auch relevant, weil Hofstede eine riesige Studie durchgeführt hat. Manche Wissenschaftler haben Kritik auf ihn, weil sie abweichende Ergebnisse finden oder seine Studie nicht umfassend finden. Meiner Meinung nach, ist es auch interessant, andere Aspekten der Kulturen zu untersuchen und darüber eine Übersicht zu verschaffen. Vielleicht könnte die Wissenschaft dann wieder zu neuen Ergebnissen kommen, statt die alten Ergebnisse nur zu kritisieren.

Wenn man sich auf die Beziehung zwischen Niederländern und Deutschen bezieht, dann soll man in der Zukunft vor allem den Aspekt Direktheit noch weiter untersuchen müssen. Was heißt der Begriff Direktheit genau und welche Merkmale hat jemand, der als direkt empfunden wird? Viele Studien sind sich darüber jetzt noch nicht einig, auch wenn es über andere Kulturen außer der niederländischen Kultur und der deutschen Kultur geht. Das kam auch aus der Studie von Thesing (2016) hervor. Direktheit ist ein interessantes Phänomen. Es gibt Kulturen, in denen es als etwas Normales empfunden wird, sehr direkt zu sein. Es gibt aber auch Kulturen, in denen es unpassend ist, wenn jemanden direkt ist.

Letztendlich, enthielt diese Arbeit natürlich nur eine kleine Stichprobe. Die Arbeit soll deswegen in der Zukunft am besten in einem größeren Raum ausgeführt werden. Zudem soll man den Kontext auf eine Weise anpassen, dass alle Kulturstandards oder Kulturdimensionen geprüft werden können. Danach soll nochmal evaluiert werden müssen, ob die Befragten dann online oder persönlich gefragt werden sollen, im Hinblick auf die besprochen Vor- und Nachteile einer Online-Befragung (Kapitel 3.3). Außerdem hatte ich diese Arbeit auch gerne aus deutscher Perspektive für die niederländische Kultur durchgeführt. Leider konnte ich durch das Covid-19 Virus nicht die deutschen Kunden befragen, sondern nur die niederländischen Geschäftsleute. In einer weiteren Arbeit, würde ich deswegen auch sicherlich die deutsche Perspektive untersuchen.

6. Literaturverzeichnis

CBS. (2018). *Economie: Cijfers – Internationale handel*. Abgerufen von: https://longreads.cbs.nl/trends18/economie/cijfers/internationale_handel/ (21.01.2021).

Deutsch-Niederländische Handelskammer (2020). *Handelspartner Niederlande*. Abgerufen von: <https://www.dnhk.org/beratung/marktinformationen/handelspartner-niederlande> (21.01.2021).

Duitsland Instituut Amsterdam. (2011). *Rapport belevingsonderzoek Duits 2010*. Abgerufen von: <https://machmit.nl/assets/upload/Onderzoek/Mach-Mit-Actiegroep-Duits-Rapport-Belevingsonderzoek-Duits.pdf> (22.01.2021).

Hofstede Insights. (2020). *Country Comparison Germany and the Netherlands*. Abgerufen von: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,the-netherlands/> (18.11.2020).

Hofstede, G; Hofstede G.J. & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organisations. Software of the mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. McGraw-Hill.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values*. Newbury Park, Sage Publications Inc.

Kühnel, P. (2014). Kulturstandards. Woher sie kommen und wie sie wirken. In: *Interculture Journal* 13/22. Beijing Foreign Studies University. S. 57-78.

Survio. (2020). *Enquête maken*. Abgerufen von: <https://www.survio.com/nl/> (14.11.2020).

Thesing, C. (2016). *Intercultural communication in German-Dutch business contexts*. Münster, Waxmann.

Thomas, A; Kinast, E.U. & Schroll-Machl, S. (2010). *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder*. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht Verlag.

Thomas, A. (1991). *Kulturstandards in der internationalen Begegnung*. Saarbrücken, Verlag für Entwicklungspolitik Saarbrücken GmbH.

Qualtrics. (2020). *Likert-Skala: Definition, Beispiel und Vorteile*. Abgerufen von:
<https://www.qualtrics.com/de/erlebnismangement/marktforschung/likert-skala/> (03.12.2020).

7. Anhang

7.1 Fragebogen

Vraag 1

Wat is uw leeftijd?

Open antwoord

Vraag 2

Wat is uw geslacht?

Man

Vrouw

Anders

Vraag 3

Wat is uw nationaliteit?

Nederlands

Anders, namelijk...

Vraag 4

Wanneer een Duitse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'Sie' (u)

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 5

Wanneer een Nederlandse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'u'

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 6

Wanneer ik een Duitse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'Sie' (u)

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 7

Wanneer ik een Nederlandse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'u'

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 8

Als een Duitse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 9

Als een Nederlandse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 10

Voor mijn gevoel zijn Duitse klanten directer dan Nederlandse klanten

Volledig mee eens

Deels mee eens

Oneens

Dat weet ik niet

Waarom wel/niet:

Vraag 11

Voor mijn gevoel zijn Nederlandse klanten directer dan Duitse klanten

Volledig mee eens

Deels mee eens

Oneens

Dat weet ik niet

Waarom wel/niet:

Vraag 12

Ik kan met Duitse klanten een praatje maken, bijvoorbeeld over het weer of over een recente gebeurtenis

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 13

Ik kan met Nederlandse klanten een praatje maken, bijvoorbeeld over het weer of over een recente gebeurtenis

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 14

Als ik een gesprek heb met een Duitse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niks te weten over het persoonlijke leven van deze klant.

Altijd

Soms

Zelden

Nooit

Vraag 15

Als ik een gesprek heb met een Nederlandse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niks te weten over het persoonlijke leven van deze klant.

Altijd

Soms

Zelden
Nooit

Vraag 16

Voor mijn gevoel maken Duitse klanten meer tijd voor een praatje dan Nederlandse klanten

Volledig mee eens

Deels mee eens

Oneens

Dat weet ik niet

Waarom wel/niet:

Vraag 17

Voor mijn gevoel maken Nederlandse klanten meer tijd voor een praatje dan Duitse klanten

Volledig mee eens

Deels mee eens

Oneens

Dat weet ik niet

Waarom wel/niet:

Vraag 18

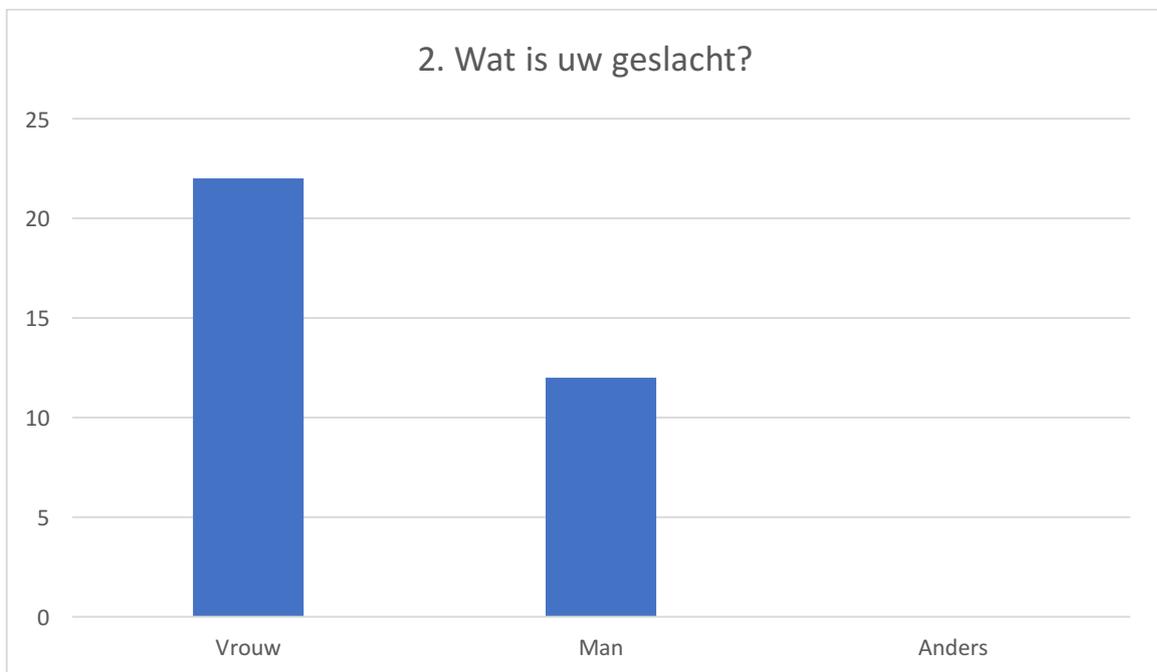
Heeft u nog opmerkingen of suggesties? (Bijvoorbeeld iets wat u opvalt in gesprek met een Duits persoon en/of Nederlands persoon?)

Open antwoord

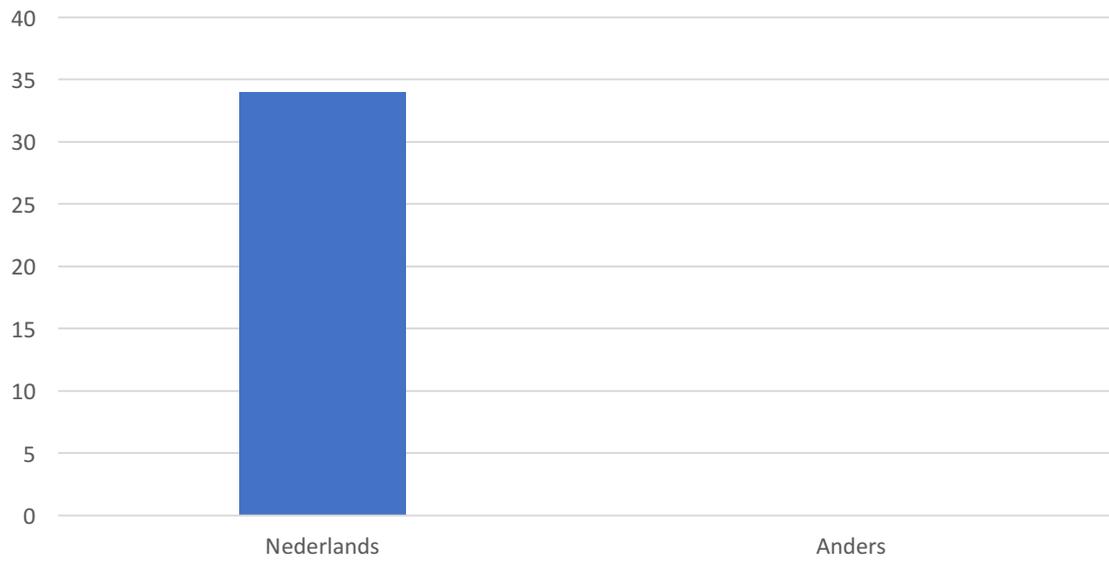
7.2 Resultaten van de vragenlijst

1. Wat is uw leeftijd?

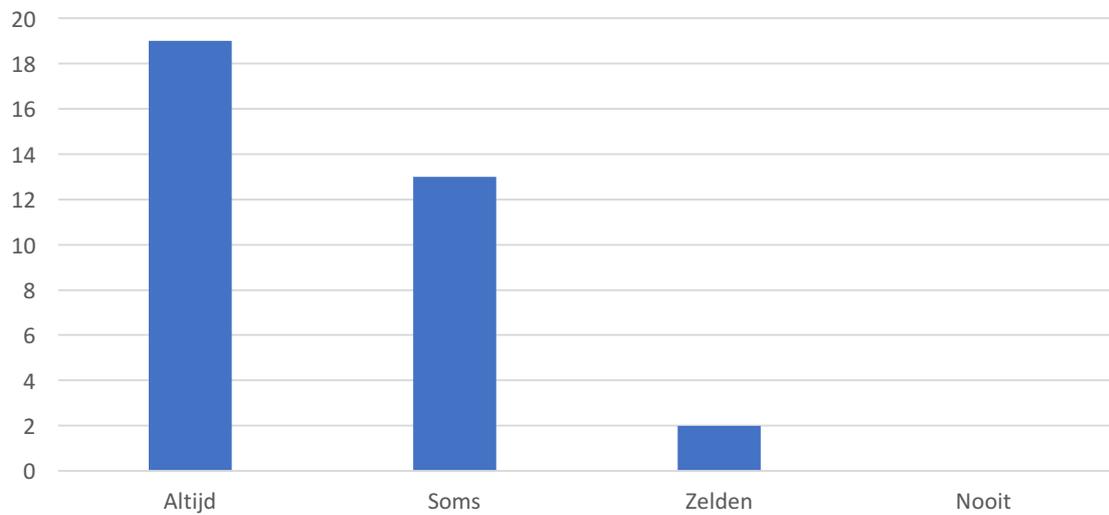
| Antwoord | Aantal |
|----------|--------|
| 21 | 11 |
| 23 | 6 |
| 22 | 4 |
| 19 | 2 |
| 45 | 2 |
| 46 | 2 |
| 30 | 1 |
| 35 | 1 |
| 52 | 1 |
| 47 | 1 |
| 20 | 1 |
| 44 | 1 |
| 53 | 1 |



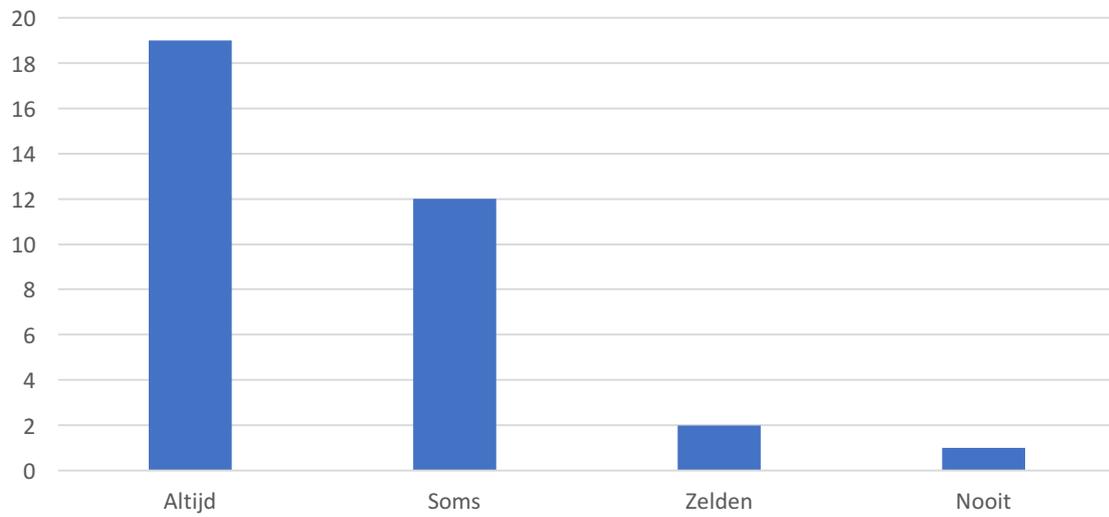
3. Wat is uw nationaliteit?



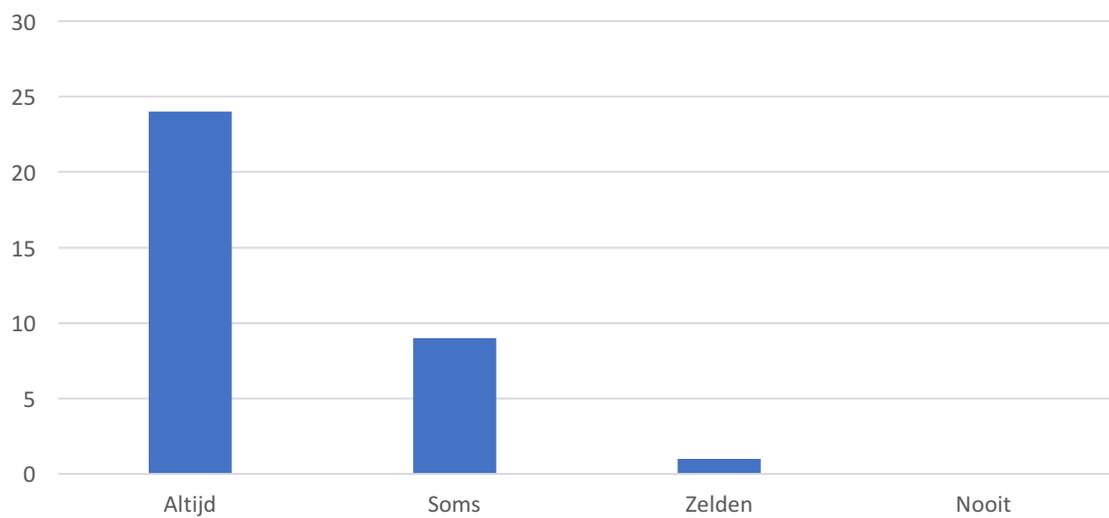
4. Wanneer een Duitse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'Sie' (u)



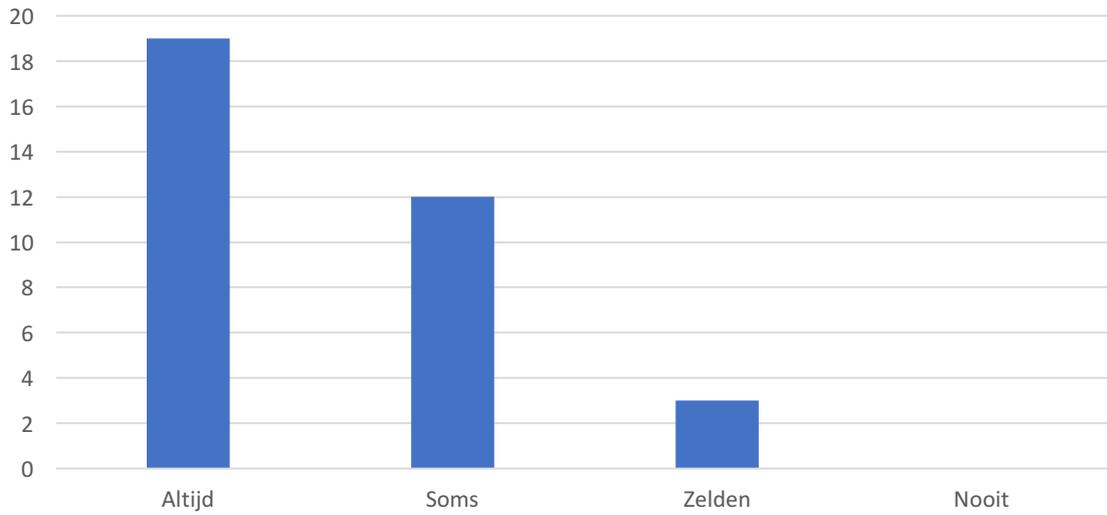
5. Wanneer een Nederlandse klant mij aanspreekt, word ik door deze persoon aangesproken met 'u'



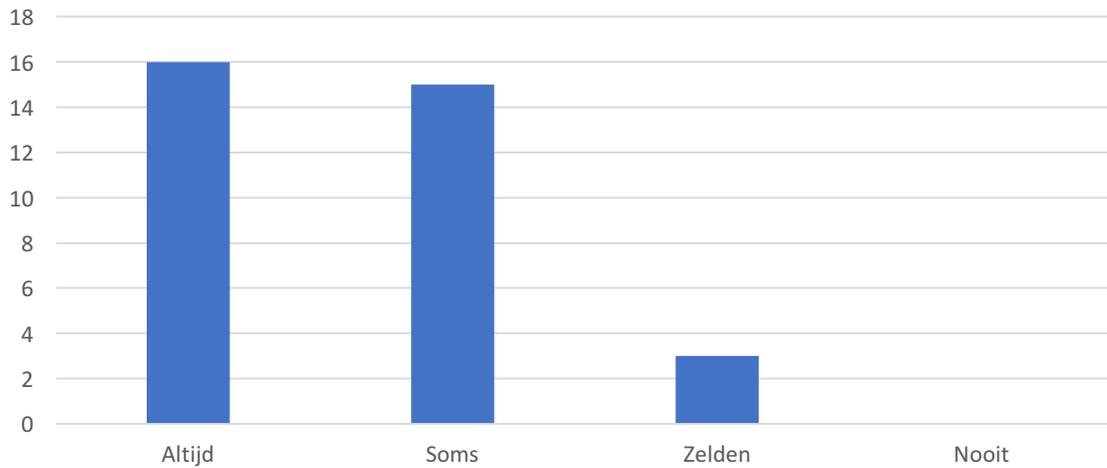
6. Wanneer ik een Duitse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'Sie' (u)



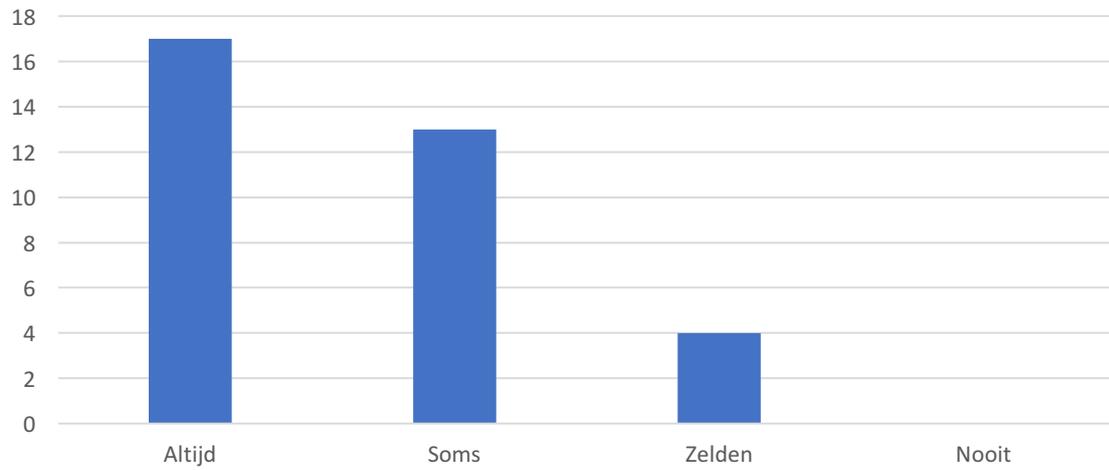
7. Wanneer ik een Nederlandse klant aanspreek, dan spreek ik deze persoon aan met 'u'



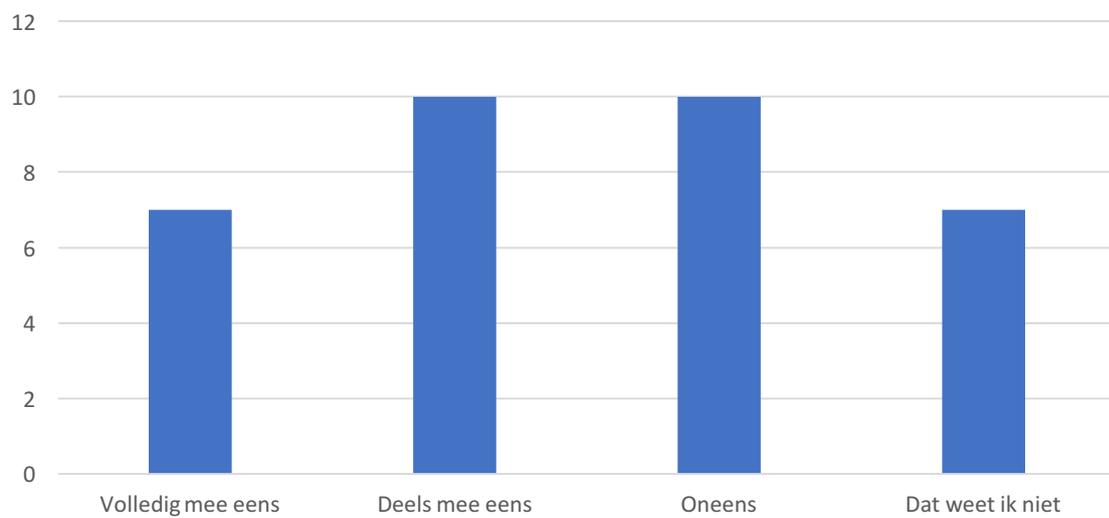
8. Als een Duitse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen

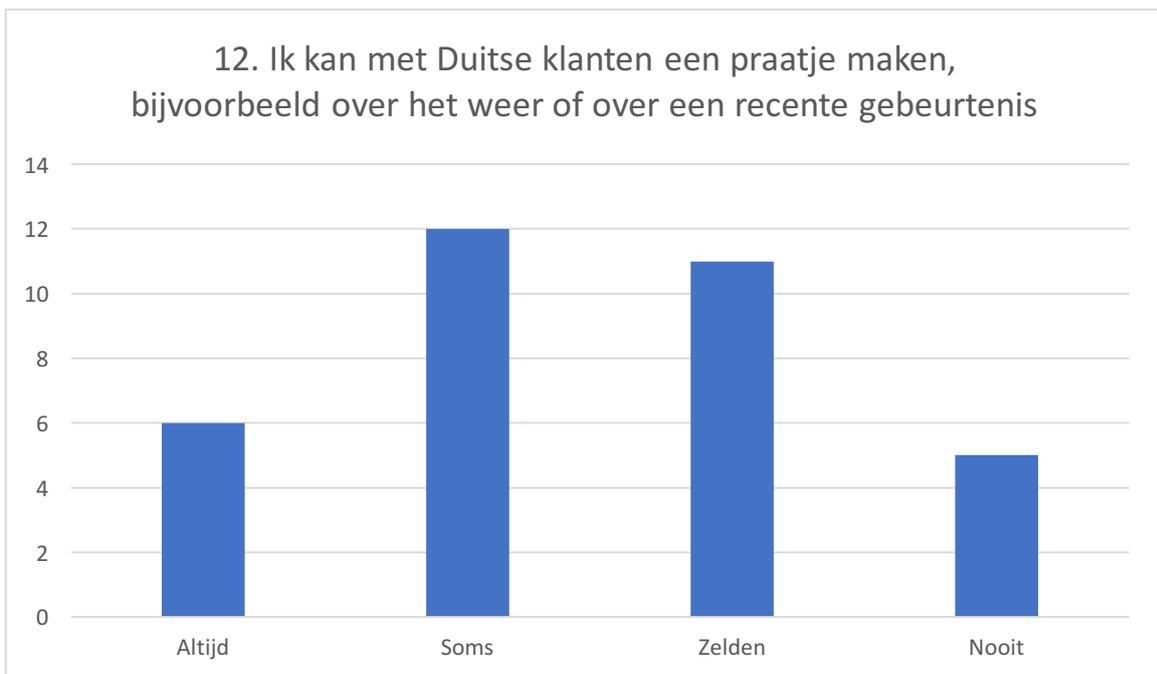
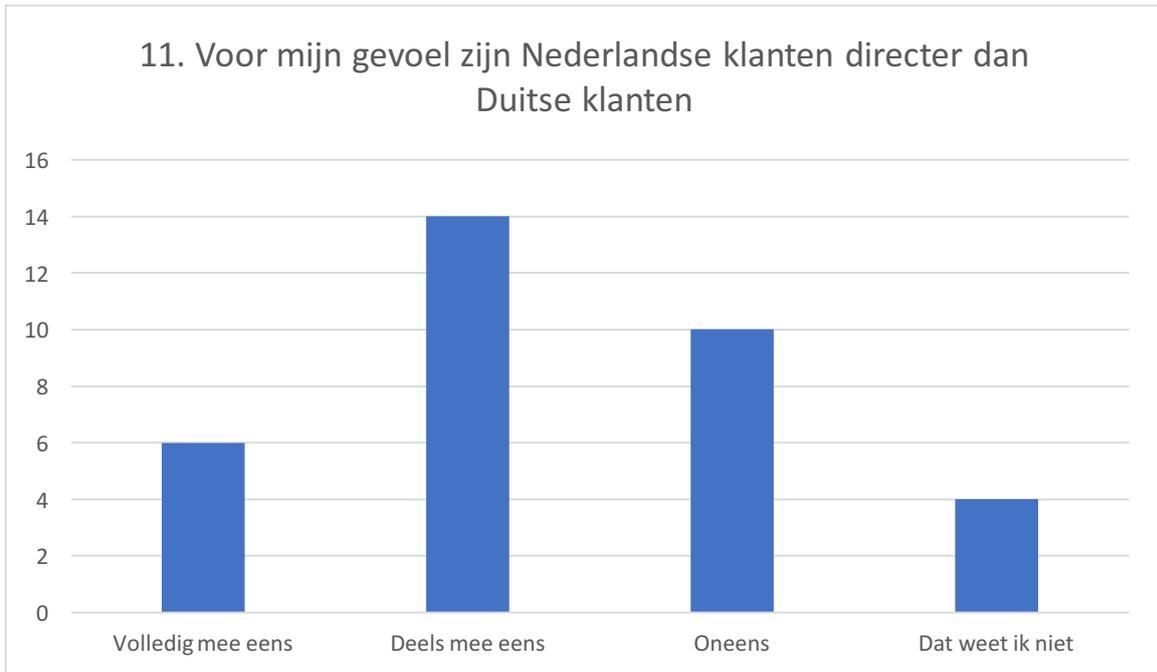


9. Als een Nederlandse klant mij aanspreekt, dan zegt deze persoon direct wat zijn of haar vraag aan mij is en draait er niet omheen

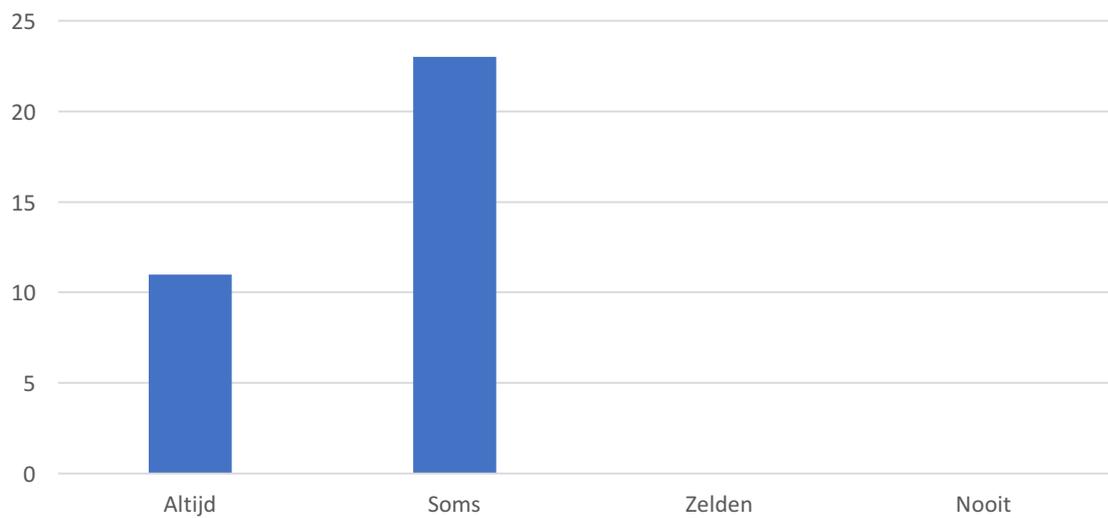


10. Voor mijn gevoel zijn Duitse klanten directer dan Nederlandse klanten

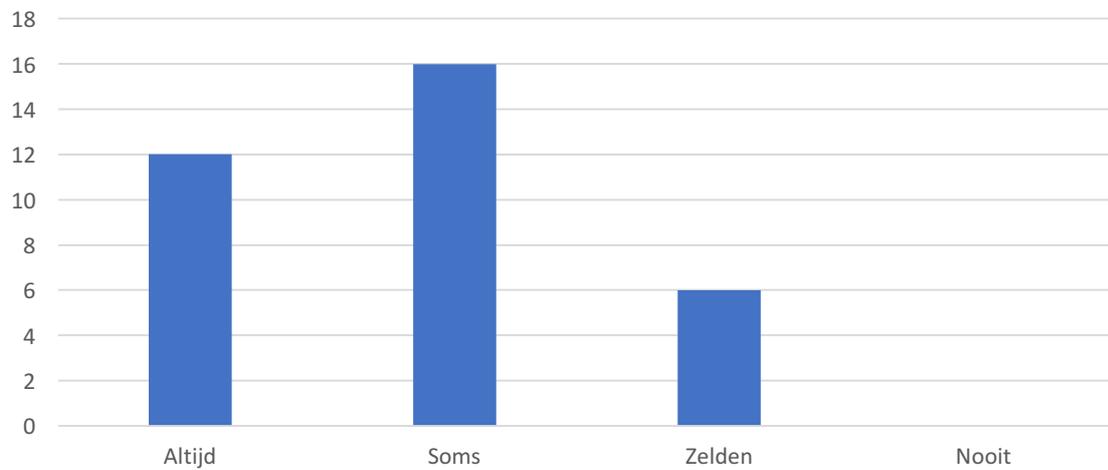




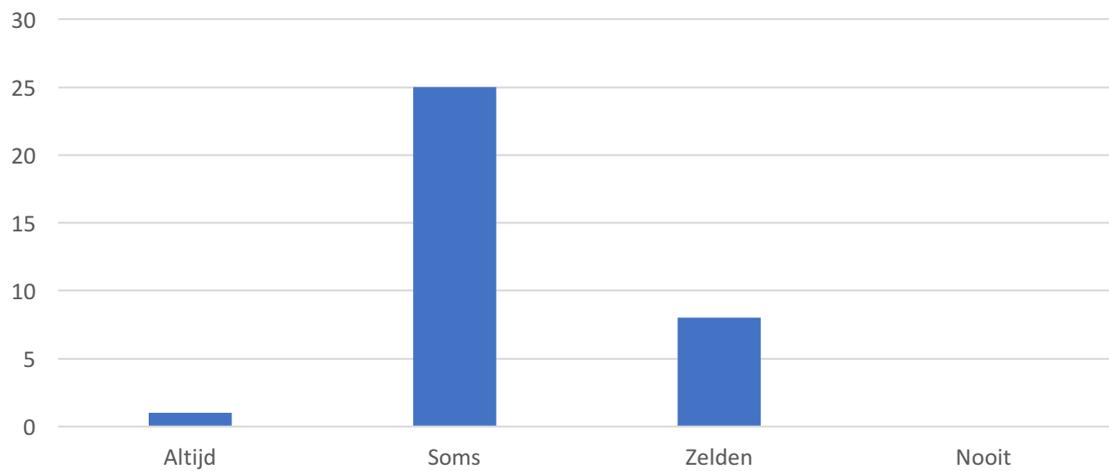
13. Ik kan met Nederlandse klanten een praatje maken, bijvoorbeeld over het weer of over een recente gebeurtenis



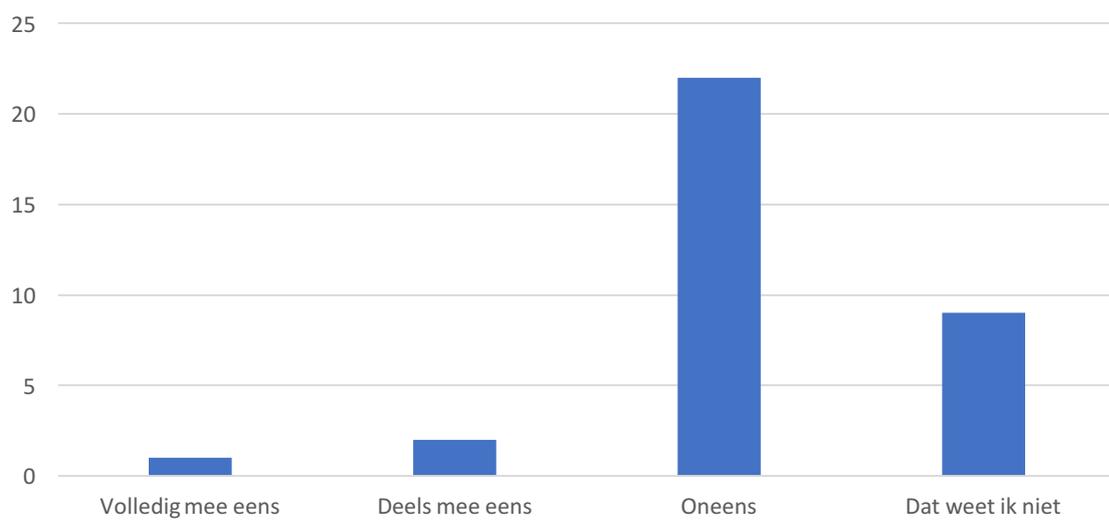
14. Als ik een gesprek heb met een Duitse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niets te weten over het persoonlijke leven van deze persoon

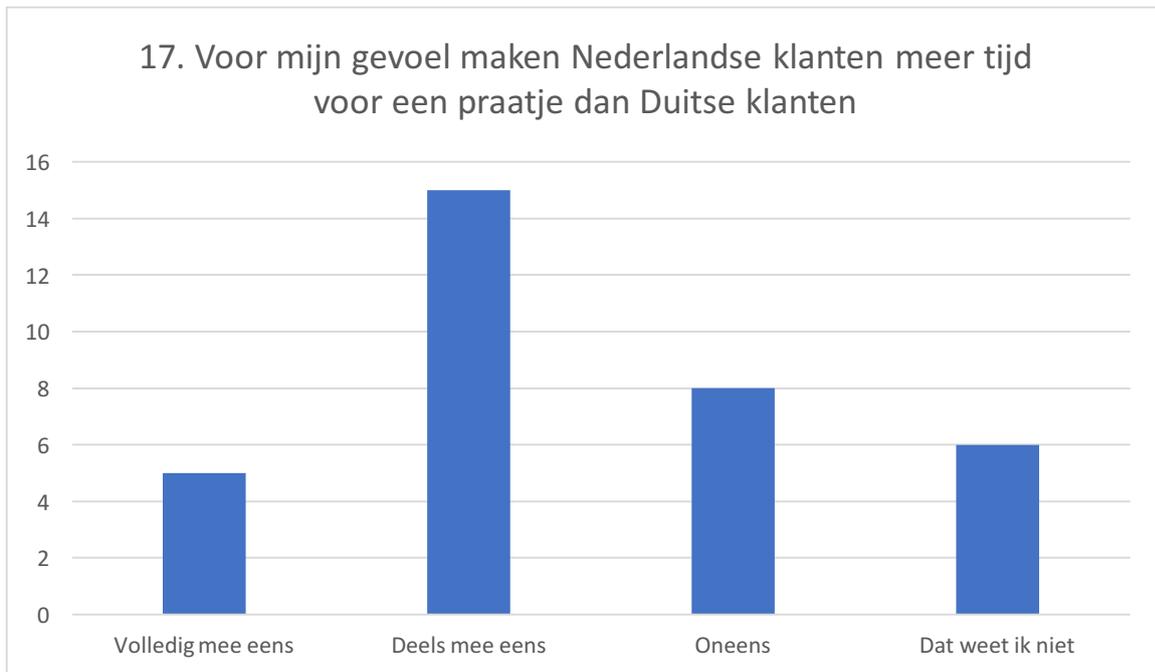


15. Als ik een gesprek heb met een Nederlandse klant, dan is dit een zakelijk gesprek. Ik kom dus niets te weten over het persoonlijke leven van deze persoon



16. Voor mijn gevoel maken Duitse klanten meer tijd voor een praatje dan Nederlandse klanten





18. Heeft u nog opmerkingen of suggesties? (Bijvoorbeeld iets wat u opvalt in gesprek met een Duits persoon en/of Nederlands persoon?)

| |
|---|
| Het feit dat Duitse klanten in Venlo meer tijd kunnen maken voor een praatje ligt ook aan het feit, dat zij als uitje naar Venlo komen om te shoppen. De Nederlandse klant is over het algemeen op zoek naar een vooraf bepaald item. Ik heb trouwens 10 jaar in Duitsland gewoond en vond dat erg prettig. |
| Onzekerheid/aftastend bij Duitsers of persoonlijke vragen stellen wel gepast is. Nederlanders vragen gewoon (minder doordacht). |
| Duitsers zullen niet zelf het gesprek openen. Het gesprek start altijd vanuit de verkoper? |
| Duitsers gaan er altijd vanuit dat iedereen Duits praat, heel onbeschoft. Als ze in Nederland zijn gewoon Engels als diegene geen Duits spreekt. |
| Geen opmerkingen of suggesties. |
| Duitsers zijn bang om aangesproken te worden. Als het contact met een klant stabiel is, komt een Duitse klant losser dan een Nederlandse klant. |
| Kan er zo niet snel opkomen. |
| Duitse klanten gaan er vaak vanuit dat als zij zaken of gebruiken hebben in DL dat wij dat dan ook hebben in Nederland. |
| Ik vind de Duitsers erg gesloten. Vrij nors. Vaak willen zij geen hulp waardoor gesprek moeilijk op gang komt. |
| Nee, alleen is mijn Duits erg slecht dus daar zijn veel antwoorden op gebaseerd. |

Vaak gaan ouderen sneller een persoonlijk gesprek aan. Ook merk ik dat Duitse jongeren sneller Engels praten om zo eventuele taalbarrières uit de weg te gaan.