

## **Stollend Hollands handelsbloed in de polder (1/2, Jalta, 7 maart 2015)**

*In de afgelopen twee weken heb ik zes landen bezocht (Nederland, Canada, Verenigde Staten, Brazilië, Argentinië en Chili). Een interessante mix van ontwikkelde landen en landen in ontwikkeling. Tijdens deze periode heb ik 25000 km afgelegd, acht vliegtuigen van binnen gezien en tientallen mensen gesproken met twintig nationaliteiten. Naast de primaire reden van zakelijke relaties bezoeken heb ik veel tijd gehad om met mensen te praten over hun perceptie van Nederland, de Nederlandse cultuur en de Nederlandse aanpak in de wereld. Vandaag het eerste analyserende deel. De gesprekken bouwen op elkaar door, waardoor de analyse steeds een trapje dieper gaat, op zoek naar de kern van de Nederlandse handelsgeest.*

Sinds de jaren negentig is het marktaandeel van de wereldhandel waarbij Nederland betrokken is gedaald met 15% van 4.2% naar 3.6% van de wereldhandel. Hoewel deze 0.6 procentpunt slechts miniem lijkt, praten we over een handelswaarde van zo'n 100 miljard dollar. De gemiddelde toegevoegde waarde van Nederlandse handel bedraagt minimaal 10%. We praten dus over 10 miljard dollar aan gemiste inkomsten. Het wordt tijd om ons handelsbloed sneller te laten stromen. Voordat we dit kunnen doen is begrip van de ontstane situatie cruciaal.

### **Handelsopties**

De zoektocht begint met David, 53 jaar oud, Canadees en hij is onder de indruk van de analytische vaardigheden van de Nederlanders waar hij mee gewerkt heeft. Na wat doorvragen bedoelt hij duidelijk te maken dat doordat Nederland een klein land is, we voornamelijk een doorvoerhaven zijn en de handel dus in ons bloed zit. Hierdoor kennen wij de wereld en de wereld kent ons. Doorvragend op dit thema geeft hij aan dat het hebben van wereldwijde connecties opties geeft. Doordat er opties zijn tot handel, is er behoefte om de juiste keuzen te maken. Verkopen we dingen in Indonesië, of toch in België? Deze noodzaak tot keuzes maken geeft een motivatie om analyses te maken. Een verkeerde keuze kost immers geld: opportunity losses. Hector (Mexico, 40 jaar) bouwt hier op door en vertelt dat overal in de wereld hij Nederlanders tegenkomt die weten waar ze over praten, analytisch erg sterk zijn en hun talen kennen.

### **Nederlanders hebben altijd gelijk**

Norberto (Costa Rica, 38 jaar) geeft wel aan dat dit soms ook wel vervelend is, Nederlanders hebben altijd gelijk en dat laten ze ook graag blijken. Deze interessante opmerking nodigt uit tot wat doorvragen bij andere gesprekspartners; de perceptie is inderdaad dat Nederlanders soms arrogant overkomen en stellig zijn in hun analyses en overal een mening over hebben. Om dit punt te bevestigen heb ik uiteraard de vraag gesteld: "maar als we de analyse gedaan hebben en de uitkomst is wat het is, dan hebben we toch ook gelijk?". Logischerwijs bevestigt dit het punt dat Norberto maakte, waarbij hij wel toegaf dat Nederlanders in de meerderheid van de gevallen ook wel gelijk hadden. Nederland lijkt door zijn kleine rol op het wereldtoneel een keurmerk te hebben verworven op het terrein van de waarheid en de moraliteit. Waar andere landen gewoon op de macht of massa handel kunnen realiseren, zoeken wij naar een logica van redeneren om de andere landen aan te kunnen in een handelsdiscussie. We hebben van onze zwakte een handelsmerk gemaakt. Deze grote aandacht voor een correct proces kwam ook vele malen terug in gesprekken in Brazilië. Zo vind Marcello (32 jaar) Nederlanders koud in de eerste kennismaking, geen schouderklopjes of fysieke aanrakingen, een zuinige hand en weinig plezier. Na verloop van tijd ontdooien de meesten wel, maar het stoot in eerste instantie een klein beetje af. Gelukkig waren we op dit punt niet zo erg als Duitsers of Britten, maar wel iets om in de gaten te houden. Het blijkt een wankel evenwicht als ik praat met Janine (45 jaar, Singapore), die vertelt dat Nederlanders soms weer heel erg aanwezig zijn. In Azië is gepaste rust en respect op zijn plaats, in Zuid Amerika kan het niet gek genoeg. Elba (60 jaar) uit Argentinië deelt veel van de verhalen die ik met haar deel. Ze voegt toe dat Nederlanders soms aan de verkoopkant erg veel afspraken maken, soms dingen beloven die niet kunnen worden nagekomen. De klantenservice is dus hoog, maar de beloften zijn nog groter. Dit sluit aan bij het eerder genoemde punt dat doordat Nederlanders verschillende opties afwegen, er per definitie ook mensen worden teleurgesteld. Een land dat slechts met een handvol

landen handel heeft zal dit minder snel overkomen. Handel komt ook met verplichtingen, in goede en slechte tijden.

### **Zitten tijdens het zakendoen**

Romulo (Chili, 55 jaar) geeft het volgende inzicht: het is geen verrassing dat Nederlandse mensen erg lang van stuk zijn in vergelijking de gemiddelde wereldbewoner. Heel praktisch heeft dit tot gevolg dat de meeste aardbewoners letterlijk tegen ons opkijken. Dit vertaalt zich echter ook door in het doen van handel. Iedereen kan ons zien, we kijken over iedereen heen en zien dus ook meer. Heel simpel kan je bij een fabrieksbezoek het beste naast een Nederlander lopen om het meeste te weten te komen. Dit punt lijkt belachelijk, maar werd meerdere malen genoemd tijdens mijn reis (Gustavo, Brazilië, 35 jaar: "ik ga het liefste zitten als ik met een Nederlander over business praat"). Een punt dat door bijna iedereen wordt gedeeld is de talenkennis van Nederlanders. De meerderheid van de gespreksgenoten denkt dat Engels onze nationale taal is en het bestaan van "Dutch" kennen ze niet. Verder denken de meeste mensen dat het altijd heel erg koud is in de winter in Nederland, zodat we altijd kunnen schaatsen. De meeste mensen weten al wel dat we niet meer op klompen lopen en we worden overal geprezen om de lekkere kaas. Zo'n vier uur van Sao Paulo liep ik in een fabriek Lucas (34 jaar) tegen het lijf die vooral de "begijnhof" in Amsterdam erg mooi vond toen hij in Nederland was, een prachtig land met een liberale geest. Uiteraard komen de wallen, de geliberaliseerde soft drugs, het gelegaliseerde homohuwelijk en euthanasie ook vaak voorbij. De meeste mensen zijn bezorgd over het grote aantal moslims in Europa; van Geert Wilders hebben de meeste mensen nooit van gehoord. In de meeste landen is er politiek onrust en corruptie, iets wat mensen absoluut niet linken aan Nederland. De Nederlandse bedrijven die ze kennen zijn erg betrouwbaar (overgrote meerderheid vol verbazing: "komen Shell, Unilever en Philips uit Nederland?").

### **Het oude Rome**

Dit deelt ook Pascale (43 jaar, Frankrijk) en er ontstaat een interessant gesprek over Europa. Europa is het oude Rome volgens haar, vet en lui, traag en geen oog voor wereldwijde ontwikkelingen. Europa is met name gericht op behoud van wat er al is en niet op groei of verbetering. Ze woont niet meer in Frankrijk en weet niet of ze haar kinderen wil laten opgroeien in Frankrijk. Ze denkt dat het niet meer goed komt tenzij er radicale verandering optreedt. Ik merk dat ze bij me een snaar raakt en we praten verder over Europa versus India, een land waar ze veel mee werkt. Europa zoekt compromissen, India volgt een lange termijn plan, net als China. Er zijn omgevingsfactoren die dit plan beïnvloeden, maar de blik zit op de lange termijn om korte termijn acties goed te nemen. Augustine (29 jaar, Argentinië) onderschrijft: "In Europa wordt er gekeken naar het behoud van de macht en de gunsten van het electoraat". Vrijheid en democratie is een groot goed, maar ze plaatst haar vraagtekens bij de effectiviteit ervan in het huidige globale klimaat. Tijdens mijn reis blijf ik het Nederlandse nieuws altijd volgen en het valt me op dat vele onderwerpen op wereldschaal belachelijk zijn. Een mooi voorbeeld is de gas discussie uit Groningen. Enkele malen hoor ik van oudere gesprekspartners de opmerking dat ze vroeger meer Nederlanders zagen, na wat kritisch doorvragen denken de meesten dat dit meer komt door digitalisering dan door het feit dat we minder actief in de handel zijn.

Nederland heeft zich na de tweede wereld oorlog met name gericht op het westen op zowel politiek en economisch terrein. De economische macht schuift langzaam van het westen naar het oosten, de handel volgt logischerwijs deze trend. We bewegen ons richting een nieuwe balans in de wereldorde. Een begrip van hoe Nederlanders overkomen in de handel is cruciaal om vast te kunnen stellen of deze competenties toereikend zijn voor deze verschuiving in het zwaartepunt van de handel.

Volgende week het tweede deel met vier concrete aanbevelingen hoe we ons marktaandeel in de wereldhandel weer kunnen gaan vergroten.

*Dr. Rutger van den Noort werkt als vice president bij een Nederlandse multinational in de Verenigde Staten*