

**Meinungsäußerung**

In beiden Ländern sagt man was man denkt. Dennoch vermeiden die Niederländer es direkte Kritik am Gesprächspartner auszuüben. Obwohl Meinungen des Anderen zwar infrage gestellt werden können wird sehr darauf geachtet dass die Harmonie gewahrt bleibt. Eine typische Form der Kommunikation ist es die eigene Meinung mit 'ja, aber' einzuführen. Man gibt dem anderen in erster Linie Recht bevor man eigene Anregungen in das Gespräch einbringt. Auf diese Weise wird zum Ausdruck gebracht dass alle Meinungen gleichberechtigt sind. Die niederländische Kommunikation ist von einer respektvollen Wertschätzung des Gesprächspartners geprägt die unabhängig von dessen Funktion Position oder fachlicher Kompetenz ist.

**Machtdistanz: Erwartungen an Macht und Hierarchien**

Das Bewusstsein darüber dass alle Menschen gleich sind ist in beiden Ländern stark ausgeprägt. Bei Machtdistanz geht es um die Fähigkeit einer Gesellschaft mit sozialen Ungleichheiten umzugehen. Beide Kulturen unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht wesentlich voneinander wobei in der deutschen Gesellschaft Hierarchien deutlicher sichtbar sind. Man geht in beiden Ländern davon aus dass Hierarchie nicht automatisch mit reiner Machtausübung einhergeht. Es wird in den Niederlanden jedoch noch weniger als in Deutschland akzeptiert dass Macht ungleich verteilt ist. Daher ist die Hemmschwelle an Personen einer anderen Rangordnung heranzutreten auch etwas niedriger als in Deutschland.

**Individualismus**

Die Niederländer gehören zu den individualistischsten Ländern der Welt obwohl sie ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl ausstrahlen. Wie wichtig persönliche Bedürfnisse des Einzelnen sind wird immer wieder betont und berücksichtigt. Das bedeutet keineswegs dass Niederländer egoistisch sind. Die eigenen Interessen öffentlich oder gar konfrontierend zur Schau zu stellen ist nämlich unerwünscht.

*Bron: [www.ihk-krefeld.de](http://www.ihk-krefeld.de) (sterk ingekort en aangepast)*

**16a** Lees tekst 6 van *Zwiebelfisch* en maak daarna opdracht 16b.

**TEKST 6****E-Mail for you**

Irgendein finstere Wesen aus Mitteleuropa muss vor langer Zeit das Gerücht in Umlauf gebracht haben, dass im E-Mail-Verkehr sämtliche Regeln der deutschen Zeichensetzung außer Kraft gesetzt seien. Die Überzeugung, man könne in E-Mails so schreiben, wie es einem gerade passt, hat sich jedenfalls weit verbreitet und hält sich hartnäckig.

Wenn jemand aus der Schweiz schreibt und auf das ß verzichtet, so ist das sein verbrieftes Recht. Wenn jemand mit einer amerikanischen

Tastatur schreibt und deshalb keine Umlaute erzeugen kann, so ist auch das verzeihlich. Allerdings verfügt auch die amerikanische Tastatur über eine so genannte Shift-Taste, die man herunterdrücken kann, um Großbuchstaben zu erzeugen. Der vollständige Verzicht auf Großschreibung lässt sich also nicht mit einem Auslandsaufenthalt entschuldigen. Eigentlich lässt er sich mit gar nichts entschuldigen. Mit Coolness oder einem 'irgendwie trendigen graphischen Innovationsanspruch' schon gar nicht. Ein Text, in dem alles kleingeschrieben wurde, ist nämlich weder optisch ansprechender, noch ist er leichter zu lesen als ein Text in herkömmlicher Orthographie, im Gegenteil, es bereitet dem deutschen Auge deutlich mehr Mühe, einen kleingeschriebenen Text zu entziffern. Damit wir uns nicht falsch verstehen: In seinen privaten E-Mails kann selbstverständlich jeder so schreiben, wie es ihm beliebt, sofern es dem Empfänger genauso beliebt. Wenn Mausi in der Mittagspause schnell mal an ihr süßes Bärchen eine E-Mail schreibt, um ihm mitzuteilen, wie sehr sie sich im Büro langweilt, so ist es dem Rest der Welt ziemlich egal, ob sie Bärchen nun groß oder klein und mit 'ä' oder 'ae' schreibt. Etwas anderes ist es mit den vielen hunderttausend E-Mails, die jeden Tag in offizieller Mission verschickt werden: Von Geschäftsleuten an ihre Partner, von Kunden an Anbieter, von Ratsuchenden an Auskunftsstellen, von zufriedenen oder unzufriedenen Wählern an Politiker, von Lesern an Redaktionen und Verlage. Wer glaubt, dass bei dieser Form der Kommunikation die Rechtschreibung keine Rolle spielte, der befindet sich im Irrtum. E-Mail ist nicht dasselbe wie SMS! Auch vom anderen Extrem, nämlich ALLES KONSEQUENT IN GROSSBUCHSTABEN ZU SCHREIBEN, ist abzuraten. Dies wird von vielen Empfängern als *schreien* empfunden, und wer lässt sich schon gerne anschreien?

ALLES KONSEQUENT  
IN GROSSBUCHSTABEN  
ZU SCHREIBEN, ist  
*abzuraten.*



Äußerst bedenklich sind solche E-Mails, die mit einem Hinweis der folgenden Art enden: 'bitte entschuldigen sie wenn ich in meiner E-Mail auf die unterscheidung von groß- und kleinschreibung sowie auf umlaute, ß und interpunktion verzichte' – und die dann unterschrieben sind mit 'a. kaufmann, diplomübersetzerin' oder 'd. körner, werben und texten'. Daraus ergeben sich für mich zwei Fragen. Erstens: Warum sollte ich das entschuldigen? Und zweitens: Warum sollte ich es ausgerechnet bei einer Diplomübersetzerin oder einem Werbetexter entschuldigen? Wenn nämlich nicht einmal diejenigen, die die deutsche Sprache zu ihrem Beruf gemacht haben, diese mit der gebotenen Achtung und Sorgfalt behandeln, wie sollen es dann die Heerscharen von verkrachten PISA-Existenzen da draußen?

*Bron: Bastian Sick - Kiepenheuer & Witsch (Köln)*

- b** Schrijf op in het Duits welke drie tips de schrijver voor het schrijven van een e-mail geeft.

---



---



---



---



---

- 17** Stel, je werkt voor een bedrijf dat boerenkaas van hoge kwaliteit produceert. De kaas wordt in Nederland goed verkocht en nu wil het bedrijf naar Duitsland gaan exporteren. Het is jouw taak contact met mogelijke klanten te maken. Je hebt op internet een aantal kaaswinkels gevonden.

Schrijf een e-mail en ga daarin op de volgende punten in:

- Stel het bedrijf voor (familiebedrijf, derde generatie, begonnen als kleine kaasmakerij, succes in heel Nederland).
- Beschrijf de kaas (trots op traditioneel handwerk, melk van koeien in de wei, alleen ongepasteuriseerde melk, geen smaak-, kleur- of conserveringsstoffen, rijping van één maand tot twee jaar).
- Zeg dat het bedrijf behalve traditionele Goudse kaas ook specialiteiten met knoflook of kruiden als kruidnagel en komijn maakt.
- Zeg dat het bedrijf zich ook voorzichtig op Duitsland wil richten (alleen de beste gespecialiseerde winkels, niet meer dan één in elke stad).
- Het bedrijf heeft de ontvanger in de voorselectie opgenomen en wil zich komen voorstellen.
- Stel voor dat jullie vertegenwoordiger langskomt voor een proeverij van het assortiment (gratis, heel het winkelpersoneel, natuurlijk geen verplichtingen).
- Vraag wanneer het bezoek zou passen, als ze belangstelling hebben.
- Sluit af met de hoop dat samenwerking mogelijk is.