

Interview Etiquette à la Carte, De Volkskrant 28 december 2013

Nederland is al eeuwenlang een handelsnatie, maar Nederlanders ontberen fijngevoeligheid in het internationale verkeer. Hoe komen we zo bot? Of zijn anderen hypocriet?

'Iedere dag als ik naar huis ga van mijn werk vraag ik mezelf WAAROM o WAAROM zijn de Nederlanders zo onbeschoft? WAAROM kunnen ze niet over straat lopen zonder tegen je aan te knallen? WAAROM lachen ze nooit terug? WAAROM zitten ze in de bus nooit aan de raamkant zodat iemand anders aan het gangpad kan zitten? WAAROM zeggen ze nooit alsjeblieft of dank je wel? WAAROM kunnen ze niet gewoon een beetje AARDIG zijn?' Bestond er een WK onbeleefdheid, dan zou Nederland komende zomer naar het toernooi afreizen als een van de favorieten, ongeacht hoe zwaar de loting. Hartekreten zoals hierboven - deze komt van een internetforum - zijn er legio. Wij Nederlanders zijn een van de onbeschoftste volken op aarde, vinden buitenlanders. Ze bedoelen vast 'eerlijk en direct' zult u zeggen? Nee, ze bedoelen onbeschoft. Bot, slechtgemanierd, onvriendelijk. Toegegeven, onvriendelijkheid is moeilijk te kwantificeren. Het Centraal Bureau voor de Statistiek berekent geen internationaal vergelijkbaar beleefdheidsquotient, er is geen Olli Rehn die toeziet of landen hun beschavingstekort wel snel genoeg wegwerken. De Britse bank HSBC houdt wel een jaarlijks onderzoek onder meer dan vijfduizend mensen over in welke landen expats het prettigst kunnen leven. In de categorie 'sociaal leven' scoort Nederland het slechtst van alle 37 onderzochte landen, in de categorie 'je welkom voelen op je werk' doen alleen de Fransen het slechter. En alleen in Qatar en de Verenigde Arabische Emiraten is het moeilijker om vrienden onder de lokale bevolking te maken. Waarom? Hoe kan een volk dat door de eeuwen heen handel dreef met shoguns, sultans en Mohawks toch nog altijd zo onbeleefd zijn? Eeuwenlang waren de Nederlanders de enigen met wie de Japanners zaken wilden doen - die hypercorrecte, pijnlijk bescheiden Japanners, hoe is het mogelijk? Daar moeten we toch iets van geleerd hebben? Hoe kun je een handelsnatie pur sang zijn zonder enige sociale fijngevoeligheid? 'Hoffelijkheid geldt in Nederland dikwijls als huichelarij', denkt Yvonne van der Kroft. 'En dat is heel jammer, want hoffelijkheid versoepelt de omgang alleen maar.' Van der Kroft is een etiquette-adviseur uit Wassenaar. Een etiquette-adviseur in Nederland, dat klinkt als een bobslee-instructeur op Jamaica, als Bonifatius onder de heidenen. Maar dat valt wel mee, vindt ze zelf. 'Ik weet niet of Nederlanders echt zo onbeleefd zijn. Misschien kunnen we het beter onhandig noemen.' Ga maar na, zegt ze. Nederlanders doen in haar ogen hun best om buitenlandse toeristen in hun eigen taal aan te spreken, of op zijn minst in het Engels. En veel Nederlanders nemen best de moeite om zich in andere culturen te verdiepen, getuige ook de cursussen van Van der Kroft voor Nederlandse zakenlieden in het buitenland. 'Ook onze eerlijkheid en directheid kun je tot op zekere hoogte een vorm van beleefdheid noemen.' **Toeristenkloffie** We zijn dus wel 'sociaal onhandig', vindt Van der Kroft. 'We vergeten onszelf goed neer te zetten.' Een voorbeeld uit haar eigen ervaring met zakenlieden. Nederlandse zakenmannen zijn in staat om voor een zakendeal met Italianen hun mooiste maatpak aan te trekken, maar

een half uur nadat de inkt van het contract droog is, lopen ze in het slonzigst denkbare toeristenkloffie door Florence. Dan staan ze in een shortje de David van Michelangelo te fotograferen. 'Italianen vinden dat verschrikkelijk.' En Van der Kroft zelf eigenlijk ook. 'Het leven is toch een performance.' Maar dat de hele wereld een schouwtoneel is, wil er bij Nederlanders meestal niet in, merkt ze tot haar spijt. Waar komt de Nederlandse onbeleefdheid of onhandigheid vandaan? Van der Kroft denkt dat het te maken heeft met het ontbreken van een diepgewortelde, eeuwenoude hofcultuur in Nederland. Natuurlijk, Nederland is al tweehonderd jaar een monarchie, maar daarvoor waren we nog langer een republiek. 'Veel minder dan in andere landen waren er keizers, koningen en edelen die ons voordeden hoe het moet.' Fons Trompenaars doet al zijn hele carrière onderzoek naar cultuurverschillen, met name in het zakenleven. Hij schreef er samen met zijn collega Charles Turner een invloedrijk boek over, *The Seven Cultures of Capitalism*. Trompenaars analyseerde onder meer de verschillen in communicatiestijlen tussen landen. Hij maakt onderscheid tussen 'perziken' en 'kokosnoten'. De Nederlanders zijn samen met de Australiërs de nummers een onder de perzikvolken, zegt Trompenaars. Perziken zijn zacht aan de buitenkant, legt Trompenaars uit. Dat is dus juist niet beleefd, maar eerder op een oppervlakkig niveau makkelijk in de omgang. Bij kokosnoten moet je eerst door de harde buitenkant zien heen te dringen. Onder Duitsers - meer een kokosnotenvolk - is een hoogleraar bijvoorbeeld altijd Herr Doktor, of hij nu zijn oratie houdt of koteletten bestelt bij de slager. In Nederland niet. Iedereen wil graag (op zijn minst) gelijk zijn; beleefdheidsvormen zijn daarom vaak niet nodig, of wekken zelfs wantrouwen. Trompenaars werkte lang voor het Brits-Nederlandse Shell, een voorbeeld van de botsing tussen kokosnoten en perziken. De Britten hebben een veel indirectere manier van communiceren dan de Nederlanders, legt hij uit. Vandaar ook dat de drieste Nederlanders in zijn tijd bij Shell zelden werden gevraagd op diplomatieke missies voor de oliegiert. Nederlanders hebben ook de neiging om belangrijke zaken tijdens vergaderingen te bespreken, terwijl de Britten bereid zijn om van alles en nog wat te bespreken tijdens vergaderingen, behalve belangrijke zaken. Die bewaren ze liever voor na de bijeenkomst, want daarvoor is enige privacy vereist. Trompenaars maakte bij Shell een keer een Nederlandse collega mee die na een beoordelingsgesprek opgelucht meldde: 'Ik was even bang dat mijn Engelse baas me zou ontslaan. Gelukkig zei hij alleen maar: 'I suggest you consider another job.' De Nederlander had zijn baas vriendelijk bedankt voor het advies, maar nee dank u, hij was tevreden met zijn baan en bleef liever. 'Een Nederlandse baas was waarschijnlijk veel directer geweest: je bent ontslagen', zegt Trompenaars. 'Nederlanders zijn bij wijze van spreken in staat om tegen iemand te zeggen: Je bent een idioot, maar dat moet je niet persoonlijk opvatten.' Nederlanders zijn tot in het extreme in staat om dingen niet persoonlijk op te vatten. In onze hoofden is een scherpe scheiding geprogrammeerd tussen publiek en privé. 'Wij vinden het beleefd om anderen onze ongezouten waarheid te vertellen. Voor Japanners bijvoorbeeld is dat onbeleefd. Dat heeft ook te maken met hun idee van gezichtsverlies. Gezichtsverlies is wanneer je iets persoonlijk opvat dat publiek wordt gebracht. Een Nederlander zegt: je moet dat niet persoonlijk opvatten, je moet die dingen scheiden. Een Japanner denkt daar heel anders over.' De scheiding

tussen publiek en privé zie je ook in onze arbeidsmoraal, zegt Trompenaars. Hij en Charles Turner ondervroegen duizenden werknemers in meer dan vijftig landen. Een van de vragen was: Wat zou je doen als je baas je vraagt om zijn huis te schilderen? Slechts 9 procent van de Nederlanders was daartoe bereid. Alleen de Zweden scoorden even laag (of hoog, afhankelijk van je voorkeur). Ruim tweederde van de Chinezen is bereid het huis van hun baas in de verf te zetten, tegen 29 procent van de Spanjaarden of 17 procent van de Belgen. **Crazy** 'Die scheiding der dingen is echt typisch Nederlands', zegt Trompenaars. Tijdens een vergadering met Nederlandse ingenieurs stormde een delegatie van Italiaanse ontwerpers eens kwaad de zaal uit. De reden: de Nederlanders hadden het werk van de Italianen 'crazy' genoemd. De Nederlanders vonden de Italiaanse boosheid overdreven, de opmerking was immers niet persoonlijk bedoeld. Maar voor Italianen zijn werk en persoonlijke trots een veel complexer geheel, dat niet zo simpel is op te delen. Russell Shorto kan daarover meepraten. De New Yorkse historicus weet bijna meer over de Nederlanders dan de Nederlanders zelf. Shorto schreef *The Island at the Center of the World*, over de Nederlandse wortels van New York, en hij was directeur van het John Adams Institute in Amsterdam. Onlangs verscheen zijn boek *Amsterdam: A History of the World's Most Liberal City*. 'Ik woonde nog maar net in Nederland of iemand vertelde me op een ochtend ronduit dat ik er verschrikkelijk uitzag. Dat soort eerlijkheid is - ahum - vrij uniek in de wereld. Amerikanen zeggen je dat je er wonderful uitziet, ongeacht of ze het menen of niet.' De Nederlandse (vermeende) onbeschoftheid gaat ver terug, zegt Shorto. 'Al in de Gouden Eeuw benoemden buitenlandse schrijvers de Nederlandse botheid.' Dat ging soms behoorlijk ver. De Engelsen legden in het midden van de 17de eeuw, op het hoogtepunt van de Engelse hollandofobie, een verband met de Nederlandse geografie. 'Nederland' was een eufemisme voor modder en water, waarin alleen kikkers en andere koudbloedige dieren konden gedijen, vonden de Engelsen. Die koudbloedigheid verklaarde niet alleen de traagheid en drankzucht van de Nederlander, maar ook zijn boerse, onelegante karakter. **Kikkerland** Ook Shorto ziet wel een verband met de Nederlandse geografie, zij het een iets lossere verband. 'De Nederlandse cultuur is erg bepaald door de vorm van het land, met het poldermodel als bekendste voorbeeld. Al eeuwenlang werken Nederlanders samen om het water buiten te houden. Dat versterkt een gemeenschapsgevoel, waarin het efficiënter is om recht voor zijn raap te zijn.' Een andere factor, denkt Shorto, is dat de gebieden die we later Nederland zijn gaan noemen zich relatief vroeg aan het feodalisme hebben ontworsteld, of zelfs nauwelijks feodaal zijn geweest. In andere landen hadden mensen meer een vaste plaats in de samenleving, ten dienste van een heer met een kasteel. 'Nederlanders zijn daardoor minder hiërarchisch ingesteld, wat als bijwerking heeft dat ze wat minder geschoold zijn in de beleefdheid.' Nederlandse obers en winkelbediendes moeten het duidelijk afleggen tegen hun Amerikaanse tegenhangers, vindt Shorto. 'Dat verschil merk ik bijvoorbeeld als je staat te wachten in de rij in Nederlandse winkels. In Amerika maken winkelbedienden altijd even oogcontact met mensen die verderop in de rij staan, om je te laten weten dat ze je hebben gezien. Maar Nederlandse winkelbedienden zijn altijd gefixeerd op de voorste klant. Je vraagt je dan af: ga ik ooit geholpen worden?' **New**

York Maar Shorto plaatst wel kanttekeningen bij de Nederlandse reputatie als wereldmarktleider in onbehouwenheid. In bepaalde opzichten zijn Nederlanders juist beleefder dan Amerikanen, vindt hij. De Amerikaanse bureaucratie is in zijn ogen veel minder beschaafd dan de Nederlandse. 'Als je in Amerika de gemeente belt of de post, lijkt het bijna onmogelijk om te worden behandeld als een medelid van de menselijke soort. In Nederland viel het me meteen op hoe beleefd en capabel de bureaucratie is. Ambtenaren lossen misschien je probleem niet op, maar je krijgt wel de indruk dat ze het proberen.' Is er een brug mogelijk tussen de soms overdreven aardigheid in de Amerikaanse dienstensector en de brute, ongevraagde eerlijkheid van Nederlanders? Jawel, zegt Shorto, New York is die brug. 'New Yorkers hebben altijd haast, maar zijn toch in staat om een soort zakelijke vriendelijkheid te tonen. Misschien zie je in die mengeling van hardheid en vormelijkheid de gemengde Nederlandse en Britse wortels van de stad terug.'