

De Duitsers leren

Nog een kleine drie maanden tot de verkiezingen in Nederland. Tijd om wat ideeën op te doen voor de verkiezingsprogramma's. Bij de oosterburen bijvoorbeeld. Een lesje Duits uit het land van Merkel.

Tekst: Michèle de Waard | Foto: Xinhua / eyevine / HH



ons nóg een lesje



‘DUITSLAND IS KRACHTIG OMDAT HET INVESTEERT IN DE TOEKOMST’

Tien jaar geleden keken Duitsers nog met bewondering naar de Nederlandse overlegeconomie. Nu is het eerder andersom. Nederlanders spreken met ontzag over het Duitse *Wirtschaftswunder*. Nu in Nederland verkiezingen voor de deur staan, kunnen de politieke partijen misschien wel iets leren van de grote buur. Wat verklaart het Duitse succes en met welke strategieën slaagde de voormalige zieke man van Europa erin om sterk te worden en te blijven? Duitse ondernemers hebben er wel een verklaring voor. En advies voor Nederlandse ondernemers en de politiek.

‘Duitsland is krachtig omdat het volop investeert in de technologieën van de toekomst zoals auto’s, hoogwaardige machines en duurzame energie’, zegt Michael Otto, president-commissaris bij ’s werelds grootste verzendhuis uit Hamburg. ‘Onze goede positie heeft zeker ook te maken met de bescheiden looneisen van werknemers. En door hervorming van de arbeidsmarkt kunnen we goedkoper personeel aannemen’, zegt Heinrich Strunz, bestuursvoorzitter van het familiebedrijf Lamilux (lichtkoepels, kunststoffen) uit het Beierse Rehau. ‘Alleen al in de groene energie zijn in Duitsland de afgelopen jaren meer arbeidsplaatsen geschapen dan in de auto-industrie’, aldus Ab van der Touw, topman van Siemens Nederland.

‘Duitsland heeft zijn economische structuur niet wezenlijk veranderd onder invloed van de Angelsaksische diensteneconomie. Het is fors blijven investeren in de industrie en daarvan profiteert het’, zegt de Duitse topeconoom Bert Rürup. Hij verwacht dat de Duitse groei de komende jaren krachtig blijft. Duitsland produceert precies die investeringsgoederen – motoren, locomotieven, processystemen – waaraan opkomende economieën in Azië en Latijns-Amerika grote behoefte hebben. Met één voorbehoud: de euro moet gered worden. Europa blijft de belangrijkste motor van de Duitse export.



AB VAN DER TOUW, SIEMENS

‘Hervorm de arbeidsmarkt’

‘De Nederlander is een individualist, hij is eigenzinnig. Een debat over duurzame energie wordt meteen in links-rechtstegenstellingen getrokken. Duitsers omarmen gemakkelijker een gemeenschappelijk doel. Het besluit tot de Energiewende, om de atoomenergie af te schaffen en te kiezen voor duurzame energie, is geruisloos genomen. De hele bevolking staat erachter.’

‘Ook Siemens heeft hoge verwachtingen van duurzaamheid, de elektrische auto bijvoorbeeld als onderdeel van het *smart grid*, de toekomsttechnologieën op het elektriciteitsnet. In de groene economie zijn de afgelopen jaren meer banen geschapen dan in de automobiellindustrie. Wij investeren fors in zonne-energie in Noord-Afrika en Zuid-Spanje. Exporteer je die goedkope energie naar Noord-Europa, dan profiteren alle partijen daarvan.’

‘In Duitsland bestaat ook grote maatschappelijke waardering voor de maakindustrie, het hart van de Duitse groei. Nederlanders spreekt een vlotte reclamejongen meer aan.’

‘De Duitse industrie heeft de laatste jaren veel vakmensen kunnen aannemen door hervormingen op de arbeidsmarkt. In Nederland leidt de hoeveelheid populistische partijen tot moeilijk werkbaar regeringscoalities. Dat brengt vooral symboolpolitiek met zich mee, in plaats van noodzakelijke hervormingen zoals een soepeler ontslagrecht.’

‘Duitsland kent dergelijke populistische partijen niet. De Piratenpartij pleit vooral voor vrijheid op internet. Ze halen wel stemmen in de deelstaten, maar ze zijn nog lang niet rijp om door te stoten naar Berlijn.’

‘Toch ben ik niet somber over Nederland. Als de nood hoog genoeg is, blijkt er plots een ‘Kunduzcoalitie’ mogelijk met een hervormingsprogramma. Uitvoeren, zou ik zeggen.’



HEINRICH STRUNZ, LAMILUX

'Blijf concurrerend'

'Wat Nederland kan leren van het Duitse succes? De sterke groei is vooral historisch bepaald. Duitsland is traditioneel een sterk geïndustrialiseerd land. We hebben niet groots ingezet op de dienst-economie en de financiële markten, zoals Nederland. Daarom heeft de financiële crisis ons minder hard geraakt.'

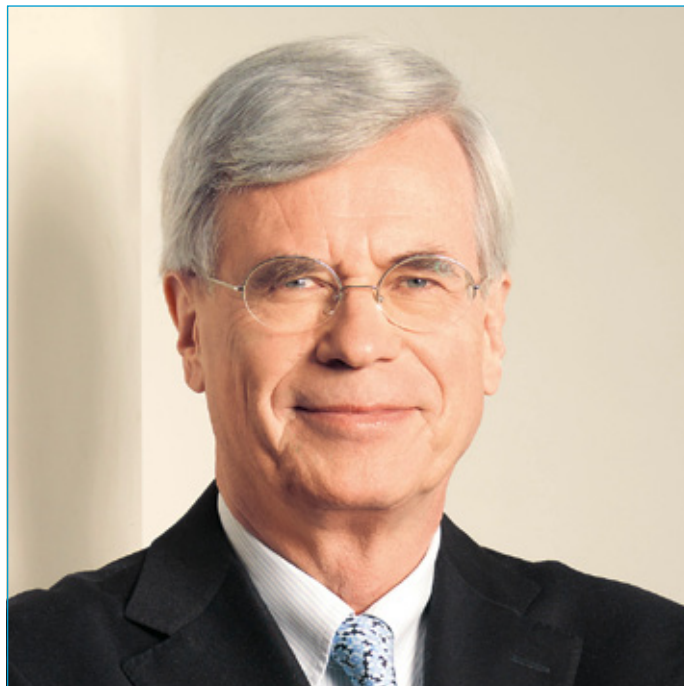
'De Duitse economie is ook sterk georiënteerd op de *Mittelstand* met heel veel familieondernemingen. Ze zijn heel gespecialiseerd in nichemarkten. Ook Lamilux. Daardoor hebben we de laatste jaren onze export weten op te voeren van 5 naar 60 procent.'

'Ik geloof niet dat Duitsers harder werken dan Nederlanders. Wel is de prestatiegerichtheid enorm groot. We moeten heel erg goed zijn om onze producten overal ter wereld te kunnen afzetten.'

'Het voordeel van familiebedrijven is ook dat bij tegenwind de lasten over meer schouders verdeeld kunnen worden. Dat gebeurde bij de laatste recessie. Bedrijven zijn slank en flexibel geworden. Ze hebben gespaard, hebben eigen vermogen waardoor ze minder afhankelijk zijn van bankkrediet om te investeren.'

'Ook kunnen we gemakkelijker goedkoper personeel aannemen door hervormingen van de arbeidsmarkt. Duitsland moet wel concurrerend zien te blijven. Invoering van het minimumloon zal veel nieuwe kleine banen bedreigen.'

'Over de opkomst van een populistische partij als de Piraten ben ik niet ongerust. Het is geen pvv. Niemand weet waarvoor ze staan. Of ze zullen zich aanpassen met een serieus programma of ze verdwijnen.'



MICHAEL OTTO, OTTO GROUP

'Zet in op duurzame groei'

'Een internationaal verzendhuis als Otto exporteert steeds meer naar de nieuwe economische spelers zoals China, Rusland, ook Brazilië. Mijn eerste buitenlandse reis bij Otto was naar Shanghai om in China textiel te produceren. China wordt voor veel Duitse bedrijven steeds belangrijker, net als Brazilië.'

'De Braziliaanse middenklasse, zo'n honderd miljoen mensen, heeft een inkomen dat een stuk hoger is dan dat van Chinezen of Indiërs. Otto heeft grootse plannen met dat land vanwege de sterk aanhoudende groei. De groei van de Duitse export komt steeds meer uit de regio buiten Europa.'

'Ook zet Duitsland fors in op de technologieën van de toekomst die kwalitatieve en duurzame groei stimuleren. Innovatie in duurzaamheid – auto's, recycling machines, energie – heeft een enorme potentie. Jonge mensen vinden maatschappelijk verantwoord ondernemen belangrijk, blijkt uit ons trendonderzoek. Otto speelt daarop in. Wij onderzoeken hoe grondstoffen verkregen worden, hoe het energieverbruik is en hoe de arbeidsomstandigheden zijn. Het is belangrijk dat bedrijven die openheid geven.'

'Dat geldt ook voor politici. Een opkomende partij zoals de Piraten trekt met het thema transparantie in Duitsland ontevreden kiezers aan omdat mensen onvoldoende bij beslissingen worden betrokken. Dat is een signaal dat grote partijen zich moeten aantrekken. Maar de Piratenpartij is nog veel te klein om serieuze invloed te hebben op de landelijke politiek. Ze pleiten vooral voor openheid op het net, maar een economisch programma hebben ze niet.' ■