



KULTURA BIZNESU

NIDERLANDY

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny. Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Dodatkowe informacje: redakcja@trade.gov.pl

Warszawa, sierpień, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z niderlandzkimi partnerami	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z niderlandzkimi partnerami .	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli niderlandzka etykieta w praktyce	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój	5
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	6
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	7
Upominek czy niezręczność? O prezentach w niderlandzkim biznesie	8
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji	8
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Niderlandach	9
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać niderlandzkim partnerom	10

Kultura biznesu w Niderlandach

Niderlandy, znane z pragmatyzmu, otwartości i silnych tradycji handlowych, to kraj, w którym kultura biznesowa opiera się na zaufaniu, przejrzystości i wysokim poziomie organizacji. Holendrzy słyną z bezpośredniego stylu komunikacji, poszanowania czasu oraz profesjonalnego podejścia do współpracy – wartości, które sprawiają, że są cenionymi i wymagającymi partnerami w relacjach międzynarodowych.

Zrozumienie specyfiki niderlandzkiego stylu prowadzenia interesów jest istotne dla każdego, kto planuje nawiązać tam kontakty zawodowe. Od sposobu planowania spotkań, przez zasady negocjacji, aż po normy towarzyskie i oczekiwania względem prezentacji oferty – znajomość tych aspektów pozwala uniknąć nieporozumień i zwiększa szanse na zbudowanie trwałych, partnerskich relacji biznesowych.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z niderlandzkimi partnerami

W kontaktach biznesowych z partnerami z Niderlandów (Holandii) nie trzeba obawiać się barier językowych. Choć językiem urzędowym jest niderlandzki, ponad 90 proc. Holendrów biegle posługuje się językiem angielskim, który stanowi podstawowe narzędzie komunikacji w relacjach międzynarodowych. Wiele osób włada również innymi językami obcymi – często francuskim, niemieckim czy hiszpańskim – co dodatkowo ułatwia współpracę.

Holendrzy słyną ze swojej bezpośredniości, zarówno w komunikacji prywatnej, jak i zawodowej. Preferują jasne zasady i nie tolerują niedopowiedzeń czy niejasności. W relacjach biznesowych należy zatem przygotować się na otwartą i transparentną wymianę informacji oraz stanowisk. Ta kultura szczerości idzie w parze z wysoką etyką pracy.

Mimo, że oficjalny czas pracy jest zgodny z europejskimi normami, w praktyce wielu Holendrów pracuje nawet po 12 godzin dziennie.

W sytuacjach oficjalnych dużą wagę przywiązuje się do kontaktu wzrokowego, szczególnie podczas nawiązywania relacji w większym gronie. Powitanie odbywa się standardowo poprzez podanie ręki. Wszelkie inne formy kontaktu fizycznego, takie jak poklepywanie czy obejmowanie, są raczej źle postrzegane i należy ich unikać. Również podczas wyjść do restauracji warto pamiętać o zachowaniu umiaru – głośne rozmowy, nadmierna ekspresja czy przyciąganie uwagi mogą zostać odebrane jako brak kultury osobistej.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z niderlandzkimi partnerami

W kulturze biznesowej Niderlandów punktualność i organizacja to wartości absolutnie fundamentalne. Holendrzy przywiązują ogromną wagę do planowania – zaplanowane spotkania są zawsze skrupulatnie odnotowywane w kalendarzu i traktowane z pełną powagą, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym. Ustalając termin rozmowy telefonicznie, należy bezwzględnie potwierdzić go także drogą elektroniczną, wysyłając oficjalne zaproszenie w kalendarzu.

Zasada „afspraak is afspraak”, czyli „spotkanie to spotkanie”, jest w Niderlandach traktowana dosłownie. Przełożenie lub odwołanie spotkania jest nie tylko źle widziane, ale może zostać odebrane jako brak profesjonalizmu i szacunku dla rozmówcy. Holendrzy bardzo cenią swój czas – każde spóźnienie, nawet drobne, może wywołać negatywne wrażenie i podważyć zaufanie.

W kontaktach służbowych obowiązuje formalny styl komunikacji, także w korespondencji. E-maile i inne formy pisemnego kontaktu powinny być starannie sformułowane, z użyciem odpowiednich zwrotów

grzecznościowych, które potwierdzają nasze profesjonalne podejście i szacunek dla drugiej strony.

Powitania, tytuły i zasady – czyli niderlandzka etykieta w praktyce

W kontaktach biznesowych Holendrzy witają się i żegnają poprzez klasyczny uścisk dłoni, niezależnie od płci rozmówcy. To standardowy i neutralny gest wyrażający szacunek i gotowość do rozmowy. W zakresie form grzecznościowych obowiązują zasady zbliżone do tych znanych z języka polskiego – w bezpośrednich kontaktach warto stosować zwroty „Mr.”, „Mrs.” lub „Miss” w połączeniu z nazwiskiem rozmówcy, szczególnie przy pierwszym spotkaniu.

Jednak wraz z rozwojem młodego pokolenia przedsiębiorców i coraz częstszymi kontaktami międzynarodowymi obserwuje się stopniowe przechodzenie na bardziej nieformalne formy komunikacji. Coraz częściej, zwłaszcza w korespondencji elektronicznej, używa się imienia rozmówcy i zwraca się do niego po prostu „you”, zgodnie z anglosaskim wzorcem upraszczania relacji służbowych. Mimo tej tendencji warto na początku zachować dystans i dopiero po wyraźnym sygnale ze strony partnera przechodzić na bardziej bezpośredni ton.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W holenderskim środowisku biznesowym obowiązuje raczej klasyczny i stonowany styl ubioru, który odzwierciedla profesjonalizm oraz szacunek wobec rozmówcy. Mężczyźni najczęściej noszą ciemne garnitury, białe koszule i krawaty, natomiast kobiety wybierają eleganckie kostiumy w ciemnych kolorach, uzupełnione białą bluzką. Taki strój jest szczególnie preferowany w oficjalnych sytuacjach, spotkaniach z partnerami zagranicznymi oraz podczas wydarzeń formalnych.

Warto jednak zaznaczyć, że w niektórych branżach i środowiskach, zwłaszcza w sektorach kreatywnych, technologicznych czy startupowych, coraz częściej akceptowany jest bardziej swobodny styl ubierania się. Mimo tej rosnącej elastyczności, najlepiej zawsze dostosować ubiór do charakteru spotkania i rodzaju organizacji, z którą nawiązujemy kontakt, pamiętając, że schludność i umiar są we wszystkich przypadkach mile widziane.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W niderlandzkiej kulturze, zarówno w relacjach oficjalnych, jak i prywatnych, rozmowy bardzo często rozpoczynają się od neutralnych i lekkich tematów. Zdecydowanym numerem jeden jest pogoda. Sami Holendrzy żartują, że jest to ich narodowy temat do rozmowy i doskonały sposób na przełamanie lodów podczas pierwszych chwil spotkania.

Zdecydowanie należy unikać poruszania kwestii osobistych, które mogłyby być uznane za zbyt prywatne lub kontrowersyjne – w szczególności tematów politycznych, religijnych czy jakichkolwiek ocen dotyczących innych osób. Tego typu wypowiedzi są źle widziane i mogą zaburzyć atmosferę wzajemnego szacunku.

Spotkania biznesowe bardzo często odbywają się przy okazji wspólnego posiłku, najczęściej lunchu. Typowy holenderski lunch jest skromny i praktyczny – zazwyczaj składa się z kanapek lub drobnych przekąsek. Wynika to z przekonania, że ciężki posiłek w środku dnia może obniżyć wydajność w pracy. Główny i bardziej obfity posiłek Holendrzy spożywają dopiero późnym popołudniem, zazwyczaj po godzinie 18:00, już po zakończeniu pracy.

Jednym z charakterystycznych elementów kultury niderlandzkiej jest zasada rozliczania się za siebie – nawet w czasie wspólnych wyjść biznesowych każdy uczestnik płaci za to, co sam zamówił. Dzielnie rachunku „na pół” jest

rzadkością i może być odebrane jako naruszenie osobistej autonomii. Napiwki również nie są powszechną praktyką – jeśli już się pojawiają, to zwykle nie przekraczają 10 proc. wartości rachunku.

Podczas wizyt w prywatnych domach warto znać subtelny sygnał kulturowy – gdy gospodarz proponuje kawę lub herbatę pod koniec spotkania, zwykle oznacza to, że wizyta dobiega końca. To uprzejmy, lecz jednoznaczny komunikat gospodarza o zakończeniu spotkania, który warto odczytać z wyczuciem i poszanowaniem dla lokalnych zwyczajów.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

W relacjach biznesowych z Holendrami kluczowe znaczenie ma profesjonalizm, przygotowanie merytoryczne i rzeczowość. Jeszcze przed przystąpieniem do spotkania warto poświęcić czas na sprawdzenie zaplecza zawodowego naszego partnera. W Niderlandach bowiem duży nacisk kładzie się na ścisły związek między ścieżką edukacji a wykonywaną profesją. Możemy więc niemal z pewnością założyć, że rozmawiamy z ekspertem w swojej dziedzinie. Takie podejście wymaga, by rozmówca również był przygotowany na wysoki poziom rzeczowości i kompetencji.

Holendrzy prowadzą rozmowy biznesowe w sposób bezpośredni, szybko przechodząc do sedna sprawy. Nie ma tu miejsca na zbędne wprowadzenia czy rozbudowane kurtuazyjne formuły – cenione są zwięzłość, logika i efektywność. Charakterystycznym stylem negocjacyjnym jest tzw. polder model, czyli podejście oparte na dążeniu do konsensusu i współpracy przy jednoczesnym poszanowaniu różnic zdań.

W toku rozmów niezwykle ważna jest otwartość w wyrażaniu własnych opinii, nawet jeśli są one odmienne od poglądów pozostałych uczestników. Holendrzy doceniają szczerość, argumentację opartą na faktach oraz umiejętność prowadzenia rzeczowej, konstruktywnej dyskusji.

Przejrzystość, transparentność i jednoznaczność przekazu to wartości, które stanowią fundament kultury dialogu w niderlandzkim biznesie.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w niderlandzkim biznesie

W kulturze biznesowej Niderlandów wręczanie upominków nie jest ani oczekiwane, ani szczególnie mile widziane. Takie gesty mogą zostać odebrane jako nieodpowiednie lub nawet krępujące, zwłaszcza na początku współpracy. Holendrzy cenią prostotę, uczciwość i przejrzystość relacji, a nieformalne prezenty mogą budzić skojarzenia z próbą wywierania wpływu lub odchodzenia od zasad neutralności.

Wyjątkiem od tej reguły są sytuacje towarzyskie w prywatnym gronie. Jeśli zostaniemy zaproszeni do domu holenderskiego gospodarza, w dobrym tonie jest przynieść drobny, skromny upominek – może to być bukiet kwiatów, czekoladki lub mała paczka lokalnych słodczy. Ważne jednak, aby prezent był symboliczny, niedrogi i pozbawiony ostentacji – zgodnie z duchem skromności i praktyczności, który dominuje w niderlandzkim stylu życia.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W kontaktach z niderlandzkimi partnerami biznesowymi duże znaczenie ma celowość i przygotowanie korespondencji. Nawiązując pierwszy kontakt – czy to drogą mailową, czy telefoniczną – należy skierować wiadomość bezpośrednio do wybranej firmy i dostosować jej treść do konkretnego odbiorcy. Holendrzy cenią precyzję i rzeczowość, dlatego masowe wiadomości bez personalizacji czy próby kontaktu bez uprzedniego rozeznania nie przynoszą oczekiwanych rezultatów i są postrzegane jako nieprofesjonalne.

Marketing bezpośredni w Niderlandach jest ściśle regulowany zarówno przez europejskie przepisy RODO (obowiązujące od 2018 roku), jak i przez lokalne regulacje krajowe. W przypadku działań typu business-to-business niedozwolone jest wysyłanie niezamówionych materiałów promocyjnych do firm, które aktywnie zgłosiły brak zgody na otrzymywanie takiej korespondencji. Co więcej, prawo zabrania również przysyłania niezamówionych wiadomości elektronicznych w celach handlowych, ideologicznych czy charytatywnych.

Skuteczna komunikacja z holenderskimi firmami wymaga więc nie tylko wysokiego poziomu profesjonalizmu, ale także pełnego przestrzegania przepisów prawa oraz szacunku dla prywatności i autonomii odbiorcy.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Niderlandach

W kulturze biznesowej Niderlandów relacje międzyludzkie pozostają fundamentem skutecznej współpracy. Mimo wysokiego poziomu cyfryzacji i profesjonalizacji rynku osobisty kontakt oraz wzajemne zaufanie nadal odgrywają kluczową rolę przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu współpracy z nowym partnerem.

Przed każdą rozmową – zarówno telefoniczną, jak i bezpośrednim spotkaniem – niezbędne jest solidne przygotowanie. Holenderscy przedsiębiorcy cenią profesjonalizm, dlatego warto wcześniej zdobyć szczegółowe informacje o firmie, z którą zamierzamy się kontaktować: jej historii, misji, wartościach, produktach oraz osobie, z którą będziemy rozmawiać. Takie podejście nie tylko zwiększa naszą wiarygodność, ale również ułatwia rzeczowy, konkretny dialog od pierwszych minut rozmowy.

Należy jednak mieć świadomość, że Holendrzy bardzo rzadko zmieniają swoich dostawców czy partnerów biznesowych, zwłaszcza wtedy, gdy dotychczasowe relacje opierają się na zaufaniu i wieloletniej współpracy. Dlatego podczas pierwszych kontaktów warto być gotowym na pytania o przewagi konkurencyjne, takie jak: „W czym jesteście lepsi

od mojego obecnego partnera?”, „Dlaczego miałbym Wam zaufać?” czy „Co możecie zaoferować, czego dotąd nie miałem?”. Odpowiedź na takie pytania wymaga konkretów, silnych argumentów i świadomości własnej wartości – to właśnie one mogą przesądzić o powodzeniu rozmów.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać niderlandzkim partnerom

W kontaktach z niderlandzkimi partnerami biznesowymi kluczowe znaczenie ma jakość prezentacji oraz jej profesjonalne przygotowanie. Materiały marketingowe powinny być bezwzględnie opracowane w języku angielskim – to standard w międzynarodowej komunikacji. Niemniej jednak tłumaczenie ich na język niderlandzki może być istotnym atutem. Świadczy ono nie tylko o szacunku wobec odbiorcy, ale także zwiększa wiarygodność firmy i poprawia widoczność oferty w wyszukiwarkach internetowych.

Holendrzy przykładają dużą wagę do standardów, dlatego wszelkie półśrodki – prowizoryczne broszury, nieczytelne grafiki czy ogólnikowe treści – są źle odbierane i mogą rzutować na postrzeganie przyszłej współpracy. Jakość materiałów to nie tylko estetyka, ale również dowód na rzetelność i profesjonalizm.

Równie ważna jest strona internetowa – powinna być spójna z prezentowanym wizerunkiem i dostępna przynajmniej w języku angielskim. Przygotowanie wersji niderlandzkiej, choć nie jest konieczne, z pewnością wzmacnia pozytywny odbiór firmy i pokazuje zaangażowanie w dostosowanie się do lokalnego rynku.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Amsterdamie

Opracowanie: Redakcja portalu Trade.gov.pl

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

www.trade.gov.pl



**Polska Agencja
Inwestycji i Handlu**
Grupa PFR