

Marktkommunikation in den Niederlanden



© IHK

„Ik moet niets antwortet der Unternehmer aus den Niederlanden mit Nachdruck. Soeben hatte sein Gesprächspartner, ein Vertriebsexperte aus Deutschland, ihr Telefonat mit „Wir müssen uns mal treffen beenden wollen. Der Deutsche ist konsterniert: Sind die Niederländer etwa doch nicht so aufgeschlossen, wie man behauptet? Doch, sind sie. Allerdings verbinden sie im Niederländischen mit dem Verb „müssen („moet) einen klaren Befehl. Und auf Anordnungen reagieren die Nachbarn zwischen Nordsee und Maas geradezu allergisch.

Trotz unmittelbarer Nachbarschaft gibt es sie, diese kleinen und großen Unterschiede zwischen den deutschen und den niederländischen Gepflogenheiten. Auf diese zumeist kulturell bedingten Differenzen muss sich ein Unternehmen einstellen, wenn es im Nachbarmarkt Geschäfte machen will. Andernfalls sind Missverständnisse vorprogrammiert. Für die Planung des Eintritts in den niederländischen Markt bedeutet dies: Bereits das Kommunikationskonzept muss sich den Besonderheiten des Landes anpassen. Aber welche Eigenheiten existieren, die eine Marketing- und Vertriebsstrategie berücksichtigen sollte?

An dieser Stelle setzt der Praxisratgeber „Erfolgreiche Marktkommunikation in den Niederlanden“ an: Er beschreibt die niederländische Medienlandschaft, vermittelt Tipps für den Medienumgang sowie in Sachen Sprachkompetenz. Die Publikation gibt Hinweise, was gelungene Werbung in den Niederlanden ausmacht und was bei der landesspezifischen Gestaltung von Webseiten und Webshops zu beachten ist. Im Fokus des Ratgebers stehen zudem das in den Niederlanden so wichtige Empfehlungsmarketing sowie Beachtenswertes rund um das Thema Vertrieb. Der Praxisratgeber möchte Unternehmen für die Herausforderungen einer landesspezifischen Marktkommunikation sensibilisieren und dabei erste Lösungsansätze aufzeigen.

Inhalte des Praxisleitfadens

- Mediennutzung in den Niederlanden
 - Medienkonsum: Print ist out, Online boomt
 - Content: Inhalte zählen, Geschichten erzählen
 - Pressearbeit: Forche Journalisten, erlebnishungrige Blogger

- Die Internetpräsenz im niederländischen Markt
 - Websitegestaltung: Der Teufel steckt im Detail
 - Webshopgestaltung: Alles für ein Lächeln
- Werbung zwischen Nordsee und Maas
- Umgang mit der anderen Sprache
 - Sprachkenntnisse: Deutsch gilt nicht als „sexy“
 - Übersetzungshilfe: Besser individuell als automatisch
- Netzwerken auf Holländisch
- Kundenkontakt mit dem Nachbarn
 - Vertrieb: Auf niederländische Sales-Profis setzen
 - Kundengespräch: Emotionen vor Fakten, Aktuelles vor Vergangenenem
- Kommunikationskonzepte: Zwei Beispiele für die Praxis

Einblick in den Praxisratgeber

Blätterkatalog „Erfolgreiche Marktkommunikation in den Niederlanden

Download

Den Praxisratgeber „Erfolgreiche Marktkommunikation in den Niederlanden finden Sie im Download-Bereich.

Bezug

Gerne lassen wir Ihnen ein kostenfreies Druckexemplar des Praxisleitfadens zukommen. Schicken Sie dazu eine E-Mail an [Susanne Meyer untermeyer@neuss.ihk.de](mailto:Susanne.Meyer@neuss.ihk.de).

Downloads

- Publikation: „Erfolgreiche Marktkommunikation in den Niederlanden“

Ansprechpartner

Jörg Raspe

Telefon: +49 2131 9268-561

Telefax: +49 2151 635-44561

E-Mail: raspe@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Friedrichstraße 40

41460 Neuss

Dokument-Infos

Webcode: 17144

Ausdrucksdatum: 26.08.2019