

Die Domain als Brücke zum Osten

Firmenchef Werner Dandl: Kleine Firmen sollten Internet als Marketing-Mittel nutzen

Cham. (paa) „Für Unternehmen, die sich jetzt nicht auf die Hinterbeine stellen und versuchen, auf dem tschechischen Markt Fuß zu fassen, ist der Zug bald abgefahren“, sagt Detlef Ketterl. Am Montagabend hat er die Jungen Unternehmer der Handwerkskammer Niederbayern/Oberpfalz im Kolpinghaus Cham auf das Internet als entscheidendes Instrument für das grenzüberschreitende Marketing in einem Vortrag eingeschwenkt.

Sein Chef Werner Dandl sieht vor allem kleine mittelständische Unternehmen angesichts des Beitritts Tschechiens zur Europäischen Union (EU) zum 1. Mai in Zugzwang. „Seit Monaten verzeichnen wir verstärkte Nachfrage für die Erstellung von Internetpräsenzen“, erklärt der Chef einer Willmeringer Internet- und Marketing-Agentur. Zwar sei das Thema Internet für alle Unternehmen interessant, doch sollten sich gerade Ein- und Zwei-Mannbetriebe ernsthaft Gedanken über eine Internetpräsenz in Tschechien machen. „Die werden wohl die größten Probleme haben, da ja auch die tschechischen Handwerker mit voraussichtlich günstigeren Angeboten auf den deutschen Markt drängen werden.“

Internetpräsenz: .cz statt .de

Das Internet als die Autobahn, vom Landkreis Cham nach Tschechien zu verkaufen, ist zwar Grundlage ihrer Geschäftstätigkeit. Doch die Referenzkunden, die das Unternehmen auf seiner Homepage (www.dw2000.de) anführt, bauen auf die Arbeit der Willmeringer. Dandl hält es etwa für elementar, dass die Domain (Adresse) eines tschechischen Internetauftritts auch auf „cz“ (Abk. für Tschechische Republik) endet. Aus www.zeitung.de wird dann



Firmenchef Werner Dandl sieht das Internet als Autobahn für Unternehmer, die den tschechischen Markt erschließen wollen. Foto: -paa-

eben ein www.zeitung.cz. „Ein deutscher Kunde sucht im Internet ja meistens auch deutsche Sites.“ Darüber hinaus sei entscheidend, dass die Adressen von den tschechischen Internetsurfern über die jeweiligen Suchmaschinen gefunden werden und in einer Liste von Suchergebnissen auch möglichst am Anfang zu finden sind. „Wenn einer Felgen verkaufen will und in einer Liste mit 800 Ergebnissen auf Platz 687 auftaucht, wird er kaum entdeckt werden.“

Tschechen müssen einen mögen

Doch spielen auch die unterschiedliche Mentalität eine Rolle: „Man kann als Unternehmer nicht einfach nach Tschechien fahren und Geschäfte machen – bei der Zusammenarbeit mit Tschechen ist ein beinahe freundschaftliches Verhältnis wichtig. Die

tschechischen Webräume verfolgten deutsche Firmen vor allem drei Ziele: ihre Produkte vorzustellen, Geschäftspartner zu finden, die für deutsche Kunden produzieren, und Bewerber zu finden. „Wichtig ist es, den deutschen Unternehmen die Hemmschwelle zu nehmen, wenn sie Erfolg haben wollen“, meint Dandl. Oft schämten sich deutsche Firmen zuzugeben, dass sie etwa in der Produktion mit tschechischen Partnern zusammenarbeiteten und eben nicht mit deutschen. „Das kann man verstehen, aber man muss eben auch sehen, welches Potenzial in Tschechien steckt – nicht nur bezüglich des Lohn- und Preisniveaus für Waren.“ Nicht immer treffe das Vorurteil zu, dass tschechische Produkte qualitativ schlechter seien als deutsche. Andererseits teilten viele Tschechen dieses Vorurteil, so dass sich daraus ein Vertrauensvorschub von Seiten der tschechischen Kundschaft ergebe.

Förderung für Webauftritt

Um diese Märkte zu erschließen, sei das Internet geeignet, da es mangels Sprachkenntnissen die Suche nach Kooperationspartnern erleichtere, im Vergleich zu Zeitungsinseraten günstiger und kundenorientierter und 24 Stunden am Tag abrufbar sei.

Firmen, die noch nicht im Internet präsent sind, müssen aber nichts überstürzen. Ein Internetauftritt lässt sich, so Dandl, durchschnittlich in einem Zeitraum von vier Wochen einrichten. Wer die Kosten scheut – allein die Erstellung der Site kostet ab 1500 Euro aufwärts – sollte sich über Fördermöglichkeiten im Landkreis Cham informieren. Erst-Erstellungen von Internet-Auftritten werden bis zu 20 Prozent, Übersetzungen und Einrichtungen von tschechischen Websites bis zu 25 Prozent gefördert. Infos dazu gibt es im Internet unter www.regioport.com (Sitemap/Unternehmer/Website-Förderung) oder bei Klaus Schedlbauer von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Cham unter der Telefonnummer: 09971/78 436.

Tschechen müssen einen mögen“, erklärt Dandl einen nicht zu unterschätzenden Unterschied zu westlichen Handels- und Kooperationsbeziehungen.

Produkte, Partner, Bewerber

Überhaupt sei die Sprachbarriere „eines der größten Probleme für Unternehmen, die in Tschechien Niederlassungen gründen, Partner finden und Produkte verkaufen wollen“. Er spricht aus Erfahrung. Schon bei den Übersetzern fange das an: „Anfangs hatten wir einen Dolmetscher aus Deutschland, dann haben wir welche mit Tschechisch als Muttersprache eingestellt.“ Die Folge seien vor allem niedrigere Kosten sowie grammatikalisch fehlerfreie tschechische Texte auf tschechischen Websites.

Mit ihren Internetpräsenzen im