

Herzlich Willkommen beim JUNO-Referat

„Erfolgreiches Marketing über Internet -
Neue Märkte in Tschechien erschließen“



Brachten Licht ins tschechische Internet: Detlef Ketterl (v. li) und Werner Dandl mit dem Vorsitzenden der JUNOs, Franz Alt. Foto: Hien

Mit und in Tschechien verdienen – im Internet

Werner Dandl erklärt „JUNOs“ Chancen bei Nachbarn

CHAM (rh). Geld verdienen per Internet in Tschechien – keine leichte Überzeugungs-Aufgabe hatten der Willmeringer Unternehmer Werner Dandl und sein Mitarbeiter Detlef Ketterl zu leisten, als sie junge Handwerks-Unternehmer aus Niederbayern und der Oberpfalz (JUNO) zu überzeugen versuchten, dass man auch mit rein virtueller Präsenz seine Firma beim Nachbarn begehrt machen kann.

Die Thematik, über die Dandl und Ketterl am Montagabend im Kolpinghaus vor rund 30 Zuhörern referierten, ähnelt nach den Worten der Fachleute von „dw2000“ der deutschen sehr: Ziel für ein Unternehmen muss es sein, unter den tausenden Angeboten einer Branche möglichst leicht gefunden zu werden – in erster Linie natürlich mit den Suchmaschinen, nur eben den tschechischen.

Denn auch in Tschechien sei der Trend zum Umgang mit dem World-wide-web ungebrochen – nur: Das Aufhol-Potential ist größer. Von zehn Millionen Bürgern sind zwei Millionen online, wohingegen in Deutschland die Sättigung schon klar über 50 Prozent liegt.

Was also tun? Zunächst einmal sich eine Strategie überlegen – eventuell zusammen mit einem Kenner des tschechischen Marktes etwa von IHK oder Handwerkskammer.

Was will ich in Tschechien: Waren oder Dienstleistungen zukaufen oder verkaufen? Kooperations- oder Fusions-Gedanken? Sind die

Adressaten Unternehmen oder Endverbraucher?

Der Vorteil bei den dann folgenden Aktionen sei, dass die meisten Firmen diese Fragen bereits bei ihrem aktuellen Web-Auftritt beantwortet hatten. Eine grammatikalisch und sprachlich saubere Übersetzung der bestehenden Site samt Sprach-Auswahlbutton sei somit schon ein guter Anfang.

Alles weitere gehöre in die Hände von Web-Experten: Registrierung der tschechischen Domain „www.firmenname.cz“ und die möglichst gute Platzierung bei den Ergebnissen von Suchmaschinen, Datenbanken und Portalen wie „regioport.com“, „tschechien-wirtschaft.de“ oder E-Trade-Center.de von der IHK.

Ketterl betonte, dass durch die mangelnden Sprachkenntnisse der Auftraggeber das Ergebnis nur unzureichend geprüft werden könne und daher die Vertrauens-Basis auf eine professionelle Umsetzung der Tschechien-Ausrichtung besonders groß sein muss. Denn: Eine sprachlich oder fachlich mangelhafte Site schrecke einen tschechischen Leser nicht weniger ab, als einen deutschen.

Und wen das Wachstums-Potential Tschechiens noch nicht überzeuge, dem könne vielleicht die EU-Politik helfen: Tschechien bekommt als Höchstförder-Zone von 2004 bis 2006 rund 2,7 Milliarden EU-Förderung. Einen Teil davon für grenzüberschreitende Projekte. Und die Übersetzung der eigenen Website erhält mit 25 Prozent bezuschusst, wer sich mit der Wirtschaftsförderung im Landratsamt in Verbindung setzt...