

---

**Erfolgreiche Produktvermarktung in Osteuropa: Kostenfreie Beratung im Rahmen der imoe> Experten-Fragestunde Osteuropa im Januar 2009**

Viele deutschsprachige Unternehmen verzichten auf 94 % aller möglichen Kunden, da nur 6 % der Weltbevölkerung die deutsche Sprache versteht. Die osteuropäischen Länder bieten als Boommärkte ein enormes Kundenpotenzial. Doch dieses zu erreichen, muss länderspezifisch geplant werden. Wie in Deutschland auch nimmt Internetmarketing im Rahmen der Produktvermarktung eine besondere Stellung ein. So gilt es, für jedes Land, in dem ein Unternehmen aktiv werden möchte, eine separate länderspezifische Internetpräsenz aufzubauen, die dann unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten suchmaschinenoptimiert werden muss.

Eine Besonderheit der Suchmaschinenoptimierung in Osteuropa ist z. B., dass man wissen muss, dass Google nicht die zentrale Stelle als Suchmaschine einnimmt wie in Deutschland. In Osteuropa gibt es neben Google weitere, genauso wichtige lokale Suchmaschinenanbieter. Dementsprechend muss dem mentalitätsbedingten Suchverhalten durch die Auswahl der richtigen Suchbegriffe Rechnung getragen werden.

Auch muss man wissen, dass die Internetpräsenz in Osteuropa in der Landessprache und in der englischen Sprache verfasst sein sollte, da ältere Generationen in der Schule nicht deutsch oder englisch gelernt haben. Natürlich fühlt sich die Bevölkerung in der eigenen Sprache auch besser angesprochen. Weitere Gesichtspunkte, die bei dem Aufbau einer Internetpräsenz in einem osteuropäischen Land berücksichtigt werden sollten, sind die Auswahl eines lokal akzeptierten Zahlungssystems, die bevorzugte Versandart, ein funktionierendes Factoring oder ein Support in der Landessprache. Ein Beispiel für die Etablierung eines erfolgreichen internationalen Internetshops ist Tchibo, die gezielt in jedem Land Shopsysteme aufbauen, die an die jeweiligen Länderbesonderheiten angepasst sind.

Diese und weitere Fragestellungen greift die **kostenfreie imoe> Experten-Fragestunde Osteuropa** am **20. Januar 2009** sowie während des 3-Tage-Nachsupports auf. Herr Werner Dandl, Geschäftsführer aplido GmbH ([www.aplido.de](http://www.aplido.de)), und Herr Detlef Ketterl, dw2000.de – Internet-Marketing OstEuropa ([www.dw2000.de](http://www.dw2000.de)), beantworten am Fragen rund um diesen Themenbereich. Fragen können ab sofort per E-Mail an [expertenfragestunde@imoe.com](mailto:expertenfragestunde@imoe.com) oder telefonisch am 20. Januar 2009 zwischen 10-13 Uhr und 15-18 Uhr unter 01805 – 77 00 79 40 (0,14 €/Min. aus dem dt. Festnetz) gestellt werden. Weitere Informationen finden Sie unter <http://research.imoe.de/expertenfragestunde.html>.

**Über imoe>:** Die Informationsagentur Mittel- und Osteuropa GmbH spezialisiert sich seit zehn Jahren auf die Recherche nach Markt-, Branchen- und Wirtschaftsinformationen sowie auf die Geschäftspartnersuche in Osteuropa und der GUS (Gemeinschaft Unabhängiger Staaten). Unter [www.imoe.de](http://www.imoe.de) bieten wir sowohl individuelle Recherchedienstleistungen in den jeweiligen Ländern als auch die Möglichkeit, in der Info-Datenbank "Orange Pages" selbst nach Wirtschafts- und Brancheninformationen zu Osteuropa zu recherchieren. Kostenfreie Länderinformationen, Osteuropa-News und ein Veranstaltungskalender sind ebenfalls dort abrufbar.

**An die Redaktion:** Wenn Sie Rückfragen haben, steht Ihnen Frau Stobbe unter Tel. 0511 / 41 57 96 oder E-Mail: [info@imoe.de](mailto:info@imoe.de) gerne zur Verfügung.