

# Marktpotenzial in den Niederlanden

von Ina Riesen, IHK

**Deutsch-Niederländische Zusammenarbeit einmal ganz praktisch: Studierende aus Tilburg und Firmen aus dem IHK-Bezirk teilen jetzt ihr Wissen. Entstanden sind Marktanalysen, die den deutschen Unternehmen den Schritt ins Nachbarland erleichtern.**

Ein Semester lang haben niederländische Bachelorabsolventen in einem Projekt der IHK in Osnabrück, der IHK Nord Westfalen und der Fontys Economische Hogeschool Tilburg den Markteintritt in den Niederlanden strategisch erarbeitet. Ihre theoretischen Fachkenntnisse konnten sie dabei im Auftrag von acht deutschen Unternehmen, vier davon aus dem IHK-Bezirk, in der Praxis beweisen. Die Ergebnisse wurden in einem Workshops in Münster vorgestellt.

„Die Arbeiten der Studenten geben sehr gute Ansatzpunkte, an die wir bei der Bearbeitung des niederländischen Marktes anknüpfen können“, berichtet Michael Freymuth. Der Unternehmer von wohnART Osnabrück bietet in seinem Onlineshop ewado Wohnaccessoires an und will hochwertige Decken und Schals aus peruanischer Alpakawolle in den Niederlanden vertreiben. Dazu analysierten die Studenten die Zielgruppe und rieten, bei der Vermarktung die Qualität und den peruanischen Ursprung als einen Unique Selling Point (USP) hervorzuheben. Niederländische Konsumenten nämlich legten viel Wert auf hochwertige, natürliche Ware.

Dr. Hans-Hermann Graen, Geschäftsführer der F&G Digitalspezialist GmbH, digitalisiert

in seinem Labor in Osnabrück alte Fotos, Dias und Videos. Bereits zum zweiten Mal in Folge nahm er am Projekt teil und sagt: „Wir haben erneut einige gute und konkrete Empfehlungen bekommen“. Weil bei Dias und Videos das Vertrauen eine große Rolle spielt, schlugen die Studenten vor, eine Abgabestelle in den Niederlanden einzurichten: Kaum ein Niederländer nämlich würde seine Bilder ins Ausland schicken.

Auch Hendrik Heydt von der Kornbrennerei H. Heydt GmbH & Co KG aus Haselünne ist mit der Teilnahme am Projekt zufrieden, hätte sich aber einen intensiveren Informa-

tionsaustausch mit den Studenten gewünscht. „Die Abwicklung seitens der Hochschule war professionell und gut durchgeführt. Mir fehlte aber ein wenig die Eigeninitiative und Kommunikationsbereitschaft der Studenten“, sagt Heydt. Vor allem die Besonderheiten im grenzüberschreitenden Verkehr seien für das Unternehmen von Interesse, waren aber nicht Teil der Untersuchungen.

Ziel des Projekts, das 2015 fortgesetzt wird, ist es, Marktchancen in den Niederlanden herauszuarbeiten und die deutschen Firmen beim Eintritt in den niederländischen Markt zu beraten. Hierzu arbeiten die Bachelorstudenten internationaler Studiengänge im Rahmen ihrer Praxisprojekte in Kleingruppen für je einen Auftraggeber. Dabei werden u. a. Preisvergleiche, Konkurrenz- und Vertriebsweganalysen durchgeführt. Es geht dabei darum, Expansionsmöglichkeiten des betreffenden deutschen Auftraggebers auf dem niederländischen Markt zu erforschen. Am Ende werden die Ergebnisse in einer Abschlussveranstaltung den Unternehmern und Dozenten vorgestellt.

Infos: IHK, Ina Riesen, Tel. 0541 353-125 oder [riesen@osnabrueck.ihk.de](mailto:riesen@osnabrueck.ihk.de) ■



„In den Niederlanden präsent sein“:  
Bachelor-Kandidaten aus Tilburg.