

FACTSHEET ² ONLINEMARKETING IN DEN NIEDERLANDEN



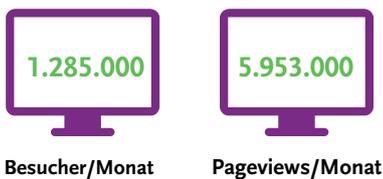
FAKTEN

- Holland ist eine Händler-Nation
43% wählt den günstigsten Preis
60% möchte das **BESTE ANGEBOT**
- Bewertungsportale gehören zu den wichtigsten Kontaktpunkten



Fast acht von zehn Verbrauchern glauben, dass im Jahr 2020 Bewertungen von anderen Reisenden wichtiger sein werden als die Beratung durch ein Reisebüro.

- **Review-Portal Zoover** Marktführer in den Niederlanden



Betreiben Sie Review-Management! Bewertungsportale sind in den Niederlanden sehr wichtig und müssen unbedingt kontrolliert werden, sodass auf eventuelle Anmerkungen sofort reagiert werden kann!

- **Datenschutz spielt eine geringere Rolle, Personalisierung wird erwartet**
- 50%** ärgert sich über **irrelevante Angebote!**
- 52%** möchte personalisierte Angebote sehen
- **Suchmaschinen in den Niederlanden**
Marktführer ist **Google (93,7%)**
Dann folgt **Microsoft Bing (3,3%)**

KONSUMENTENMARKT NIEDERLANDE – SUCHVERHALTEN

Im Vorfeld einer Buchung nur online gesucht haben...



Im Vorfeld einer Buchung gesucht nach Bewertungen, Beratungen und Beurteilungen haben...



Im Vorfeld einer Buchung gesucht nach Angeboten, Coupons, Aktionen haben...



DIE „NIEDERLÄNDISCHE“ WEBSEITE (BEISPIEL: BOOKING.COM)

Übersichtliche Gestaltung

Gestalten Sie Ihre Start- oder Landingpage übersichtlich, klar und einladend. Gliedern Sie Ihre Texte mit Überschriften, Unterüberschriften und Aufzählungen.

Call-to-Action Button

Aufruf zum Kauf (oder zu einer anderen gezielten Handlung) über unübersehbare Felder auf der Webseite. Geben Sie eine eindeutige Anweisung, Ihre Besucher wollen (und werden) nicht lange darüber nachdenken, was sie tun sollen.

The screenshot shows the Booking.com website interface in Dutch. Callouts from the text boxes point to various elements: 'Übersichtliche Gestaltung' points to the navigation menu and search bar; 'Call-to-Action Button' points to the 'Zoek' (Search) button and the 'Inloggen' (Log in) button; 'Inspirierende Bildsprache' points to the destination cards for Maastricht, Groningen, and Nijmegen; 'Direkte Buchungsmöglichkeit' points to the 'Zoek naar vakantiehuizen & appartementen' button.

Inspirierende Bildsprache

Großformatige und professionelle Bilder, die die Aussage des Produktes unterstützen. Bilder regelmäßig austauschen, z.B. entsprechend der Jahreszeiten.

Direkte Buchungsmöglichkeit

Direkte Buchbarkeit garantieren, damit interessierte Kunden den Buchungsprozess auf Ihrer Webseite starten können.

TIPPS & TRENDS

Gut zu wissen

- Die wichtigsten **Online Marketing Kanäle** in den Niederlanden
 - SEO/SEA | Bewertungsportale | Affiliate Marketing | E-Mail Marketing | Social Media
- Lexikon:
 - **SEO** = Search Engine Optimization = Suchmaschinenoptimierung = Maßnahmen, die dazu dienen, dass Inhalte wie Webseiten, Videos und Bilder im organischen Suchmaschinenranking in den unbezahlten Suchergebnissen (bei Google etc.) auf höheren Plätzen erscheinen.
 - **SEA** = Search Engine Advertising = Suchmaschinenwerbung = Platzierung von Anzeigen auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen. Üblicherweise sind dies Anzeigen in Textform, die Angebote bewerben, die zur jeweiligen Suchanfrage des Nutzers passen. Der mit Abstand relevanteste Anbieter von Suchmaschinenwerbung auf dem niederländischen Markt ist Google mit seinem Angebot Google Adwords.
 - **Affiliate Marketing** = Grundsätzlich ist Affiliate-Marketing nichts anderes als die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen einem Verkäufer (engl. merchant) und einem Websitebetreiber im Internet (engl. affiliate). Im Rahmen dieser Partnerschaft stellt der Websitebetreiber dem Verkäufer Werbemöglichkeiten (Banner, Verlinkungen etc.) auf seinen Seiten zur Verfügung. Der Websitebetreiber erhält im Gegenzug eine Provision.
- Branchengrößen bestimmen die **Service-Standards**: Booking.com, Hotels.nl & Airbnb

Do's and don'ts

- **Kennen Sie Ihre Zielgruppe?!** Bedeutende Zielgruppen auf dem niederländischen Markt hat das NBTC erstellt: <https://nbtcmagazine.maglr.com/glocalities/doelgroepen>
- Definieren Sie **wichtige KPIs** (Key Performance Indicators = Schlüsselkennzahlen) für Ihr Online Marketing (z.B. Buchungszahlen, Newsletterabonnenten etc.). Einem Großteil der Unternehmen in den Niederlanden sind ihre KPIs bekannt und werden streng kontrolliert. Google Analytics ist das Tool der Wahl und wird von den meisten Anbietern eingesetzt. Nutzen Sie es!
- **Bieten Sie Ihren Besuchern das, was sie suchen.** Die Seite, auf der sie landen, sollte ihnen gleich die Gewissheit vermitteln, dass sie hier richtig sind. Sie muss zu den Begriffen passen, nach denen sie gesucht haben. Mit eigenem Google AdWords-Konto erhalten Sie auch Zugang zu einem Keyword Planer.
- **Testen Sie Ihre Webseite** regelmäßig, ob sie die nötigen Anforderungen erfüllt:
 - Google Mobile Check: <http://bit.ly/GTI-Tipp8>
 - Google Page Speed: <http://bit.ly/GTI-Tipp6>
 - Google Structured data: <http://bit.ly/GTI-Tipp7>

Trends

- MOBILE FIRST** Bereits aktuell nutzen 95,7% der Niederländer ein Smartphone, auch der Anteil der Tablet-Nutzer liegt in den Niederlanden deutlich höher als in Deutschland. Ein **Responsive Design** Ihrer Webseite wird daher schon heute zur Pflicht.
- CONTENT MARKETING** Informierende, beratende und unterhaltende Inhalte, um Ihre Zielgruppe von Ihrem Angebot zu überzeugen, gelangen mehr und mehr an Bedeutung. Stichworte: **Inspiration, Storytelling, Relevanz, Mehrwert**
- SOCIAL MEDIA** Das NBTC geht in seiner Studie „Toekomstperspectief Destinatie Holland 2025“ davon aus, dass Social Media noch weiter an Bedeutung zunehmen wird. Nicht nur zur Inspiration oder dem Teilen von Erfahrungen, sondern auch beim **Buchungsprozess**.
- AUGMENTED REALITY** Entwicklungen wie Google Glass ermöglichen es uns, unsere **Umgebung auf völlig neue Art zu erfahren**. Dies wird auch die Reisebranche nutzen und sie verändern.
- PERSONALISIERUNG** Der **Gast muss von A-Z zentral stehen** und einen relevanten Mehrwert erfahren.