



- > Go-International
- > Export Know-How
- > **Produkt- und Preisgestaltung**
- > Marketingmaterialien für den Export: Richtlinien für die Gestaltung

Marketingmaterialien für den Export: Richtlinien für die Gestaltung

Internetauftritt, Prospekte und Gebrauchsanweisungen



Das Exportmarketing ist schwieriger als das Marketing im Inland. Unterschiedliche Kulturen, Ideale und Geschmäcker müssen angesprochen werden. Gesetze und Vorschriften, die zu berücksichtigen sind, unterscheiden sich auch von Ort zu Ort.

Sobald der Entschluss zum Export gefallen ist, muss für die Zielgruppe verkaufswirksames Anschauungsmaterial vorbereitet werden.

Dazu gehören in erster Linie eine professionelle Webseite, Prospekte, Kataloge, Produktbeschreibungen, Fotos und Referenzlisten. Je nach den ausgewählten Märkten müssen sie in den entsprechenden Fremdsprachen abgefasst sein.

Als weiterer Schritt ist an Muster und Kollektionen zu denken. Etiketten, Verpackungen, Gebrauchsanweisungen müssen übersetzt und geändert werden.

Digitaler Auftritt

Die Visitenkarte Ihres Unternehmens ist Ihr Auftritt im Internet und in den sozialen Medien:

- Neben Deutsch ist Englisch ein Muss.
- Eine Webseite muss nicht nur modern und aktuell sein, sondern speziell auf Mobilgeräten gut laufen und professionell wirken.
- Die Texte müssen suchmaschinenoptimiert sein und Ihre Webseite muss leben: nur, wenn **regelmäßig guter und neuer Content** online gestellt wird, wird Ihre Seite gefunden, angeklickt und in den Suchmaschinen organisch gereiht sein.
- Bauen Sie — wenn möglich und passend — auch Bewegtbilder ein.
- Seien Sie zielgruppenspezifisch auch in **anderen Medien** z.B. Facebook, Twitter, Instagram etc. präsent

Prospekte

Für Prospekte gibt es folgende Richtlinien:

- In der Landessprache oder zumindest in der landesüblichen Geschäftssprache abfassen, **nicht nur übersetzen!**
- Textentwurf unbedingt im Bestimmungsland überprüfen lassen (z.B. vom zuständigen Wirtschaftsdelegierten)
- **Hineindenken in die Probleme des Verwenders** (bei Maschinen und Anlagen) oder in die Aufgaben des Importeurs, der den Markt bearbeiten und dabei selbst wieder verkaufen muss. Man muss ihm also Argumentationshilfen an die Hand geben.
- Nicht Prospekte gleich für mehrere Jahre auflegen! Der Markt braucht schon nach kürzerer Zeit neue Argumente. Auch das Produkt wird weiterentwickelt. Der Stil der Werbung unterliegt einem modischen Verschleiß. Man sieht dem Prospekt sein Alter an!

- Das wichtigste Verkaufsargument, die „Unique Selling Proposition (USP), also Qualität, Preis, Design oder Service, ist klar herauszustellen.

Gebrauchsanweisungen


Der Text für Gebrauchsanweisungen, die der Ware beigegeben werden, sollte folgende Punkte berücksichtigen:

- Text über Einsatz und Gebrauch sehr simpel halten!
- Lob des Produktes ist nicht mehr nötig, denn der Kaufakt ist ja schon vorbei.
- Über **Service und Pflege** dagegen kann man gar nicht genug erzählen!
- Auch auf die Erfüllung gesetzlich vorgeschriebener Normen und **Prüfzeichen** ist hinzuweisen.
- Sofern notwendig, sind **Sicherheitshinweise** ausführlich zu behandeln!
- **Garantie- und Ersatzteileleistungen** werden speziell hervorgehoben, Adressen der einschlägigen Händler angeben!

Bei allen Werbemitteln sollte man den „**Country-of-Origin-Effekt**“ (Ursprungsland-Effekt), also den Einfluss des Images des Produktionslandes auf das Produkt nützen, da dadurch die Wirkung der Werbebotschaft verstärkt wird.

Will man sich also das positive **Auslandsimage Österreichs** zunutze machen, dann geschieht dies durch die Verwendung des österreichischen Herkunftszeichens. Dieses Herkunftszeichen besteht aus einem rot-weiß-roten A mit dem Schriftzug „Austria“ und dient zur Kennzeichnung österreichischer Erzeugnisse im In- und Ausland. Es kann in Prospekten, Katalogen, Betriebsanleitungen und anderen Drucksachen (nicht aber im Briefkopf) verwendet werden. In erster Linie ist es aber zur Kennzeichnung des Produkts gedacht. Dies kann durch Anhänger, Aufkleber, Marken, Punzen oder Stanzen erfolgen.

Eine Initiative von

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft



[Über uns](#)

[English Summary](#)

[Offenlegung](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Barrierefreiheit](#)

[Cookie-Einstellungen](#)

© 2022 WKO | BMAW