

Ga voor resultaat in Duitsland

Hoe je Duitse toeristen overtuigt online bij jou te boeken

tomahawk.nl

TOMAHAWK
DIGITAL
MARKETING

Inhoudsopgave

1	Introductie	3
2	Laat de cijfers voor je spreken	4
3	Hoe zit het land in elkaar?	8
4	De vijf regio's van Duitsland	12
5	Omgaan met cultuurverschillen	15
6	Waar moet je website aan voldoen?	17
7	Bronvermelding	21

Introductie

Auf geht's nach Holland! Op deze uitspraak hoop je als onze oosterburen op zoek zijn naar een geschikt vakantieland. Gelukkig laten de cijfers zien dat Nederland een geliefd land is. In 2019 groeide het aantal Duitse verblijfsgasten met 8% naar meer dan 6,1 mln. De hoeveelheid geboekte overnachtingen steeg met 11% naar zo'n 21,5 mln¹.

En met 42% boekt het merendeel van onze oosterburen de vakantie ook nog eens online².

Een zoekwoordanalyse wijst uit dat er vanuit Duitsland in 2020, maandelijks zeker **544.400** is gezocht op zoekwoorden gerelateerd aan vakantie in Nederland, met dit als de top vijf:

Zoekwoord	Gemiddelde maandelijkse zoekopdrachten
ferienhäuse holland	33.100
strandhaus holland	22.200
strandhäuser holland	22.200
campingplatz holland	18.100
holland urlaub	18.100

3

Richt jij je met je website op het boeken van online reizen en wil je Duitse toeristen aanspreken? Dan zijn er kansen genoeg. Maar om voor succes in Duitsland te gaan, moet je wel weten hoe het land in elkaar steekt. Op het eerste gezicht lijken we erg op elkaar, maar niets is minder waar. De e-commercemarkt is anders,

er zijn verschillende taal- en cultuurverschillen én online voorkeuren. Als je bekend bent met de ins en outs over de Duitse markt en de groeikansen weet te benutten, zul je merken dat je Duitse toeristen sneller voor je weet te winnen! Ons whitepaper gaat je hierbij helpen.

¹ NBTC. (2020, 22 januari). *Internationaal toerisme blijft groeien in Nederland.*

² Suhr, F. (2019, 2 juli). *40% der Deutschen buchen Urlaub noch im Reisebüro.*

Laat de cijfers voor je spreken

De Duitse e-commercemarkt is twee keer zo groot als in Nederland. Alleen al daarom is Duitsland een interessante markt om tot toe te treden. Maar om te weten wat werkt in Duitsland, is het belangrijk om je goed te oriënteren op deze markt. Want Duitsland is zeker geen Nederland.

Internetgebruik

In 2011 gebruikte 83,4% van de Duitse bevolking minstens één keer in de twaalf maanden internet. Inmiddels is dit percentage flink omhoog geschoten naar 94% in 2019. Het internetgebruik in Nederland ligt hoger, hoewel het gebruik in dezelfde periode minder hard is gegroeid van 92% naar 96%³. Ook als er wordt gekeken naar de hoeveelheid online activiteiten die worden ondernomen loopt Nederland voor. Volgens de Digital Economy and Society Index staat Nederland op positie #3 en Duitsland op #94⁴.

Internetsnelheid

In Duitsland is er nog steeds sprake van traag internet. Vooral in de landelijke gebieden zijn er vele Funklöcher (plekken zonder bereik) te vinden.

Hoewel de uitrol van 5G via de providers Vodafone en Telekom al is gestart, zijn hiermee de problemen met bereik niet direct opgelost⁵.



Het trage internet betekent dat je op een Duitse website moet uitkijken met het gebruik van plugins. Als je gebruikers in landelijke gebieden een optimale ervaring wilt bieden moet je deze extra's beperken.

Online aankopen en e-commerceomzet

Om een idee te krijgen van de online aankoopbereidheid in Duitsland bekijken we het aantal Duitse internetgebruikers dat daadwerkelijk online aankopen doet.

Momenteel telt Nederland 17,3 mln. en Duitsland bijna 83 mln. inwoners⁷. Het percentage inwoners vanaf 16 jaar dat in Duitsland in 2019 minstens één keer goederen of diensten kocht lag op 79% versus 81% in Nederland⁸.

³ Eurostat (z.d.). *Internet use by individuals*.

⁴ European Commission (2019, 11 juni). *DESI Report 2020: Use of Internet services*.

⁵ Neuhetzki, T. (2020, 8 september). *5G in Deutschland: Hier kannst du den LTE-Nachfolger schon nutzen*.

⁶ Eijssvoogel, J. (2019, 31 januari). *Het Duitse mobiele netwerk zit vol gaten*.

⁷ Eurostat. (2020, 3 juli). *Population on 1 January by age and sex*.

⁸ Eurostat. (2020, 15 april). *Individuals using the internet for ordering goods or services*.

Ondanks het grotere aantal inwoners in Duitsland, bestellen Nederlanders relatief gezien dus iets meer online. Om de e-commerce omzet van Duitsland en Nederland tegen elkaar af te zetten kijken we naar de getallen van 2019. De totale e-commerceomzet in Duitsland blijkt met €59,2 mld⁹. meer dan twee keer zo hoog te zijn dan die in Nederland, waar €25.7 mld.¹⁰ is omgezet. Ook zien we in Duitsland dat ieder jaar per Duitse online shopper meer online wordt uitgegeven. In 2019 maar liefst 10% meer dan het voorgaande jaar¹¹. De Duitse e-commerceomzet in 2020 steeg naar €83 mld.¹².



De wereldwijde reisbranche heeft flink onder corona te lijden gehad. Volgens het CBS heeft de Nederlandse reisbranche in 2020 maar liefst 63,2% minder omgezet dan in 2019.¹³

Online gedrag internetgebruiker

Nog een factor die belangrijk is om te onderzoeken als je de Duitse doelgroep voor je wilt winnen, is natuurlijk het online gedrag. Deze nemen we hier onder de loep.

Gemiddelde leeftijd internetgebruikers

In Duitsland valt de meerderheid van de gebruikers binnen de leeftijdscategorie 14-59¹⁴. In Nederland blijft de leeftijdscategorie 25-45 de groep die het meeste online kocht in 2019¹⁵.



Ben je gespecialiseerd in reizen voor ouderen? Het aandeel Duitse 60-plussers online is in 2019 met 6% gegroeid en dit aandeel blijft naar verwachting ieder jaar groeien. Het is dan ook de moeite waard om online actief te zijn als je doelgroep ouder is.

5

Tijd gependend op internet

Voor het eerst in drie jaar hebben Duitsers meer tijd gependend op het internet dan Nederlands. Een Duitser besteedde in 2019 gemiddeld 4 uur en 52 minuten per dag op het internet (via welk apparaat dan ook)¹⁶. In Nederland ligt het gemiddelde op 4 uur en 37 minuten¹⁷.

Frequentie internetgebruik

Maar liefst 92% van de Nederlanders gebruikt elke dag het internet. Onder Duitsers ligt dit percentage iets lager met 85%¹⁸.

⁹ Handelsverband Deutschland. (2020, 5 juni). *Online Monitor 2020*.

¹⁰ Ecommerce News Nederland. (2020, 10 maart). *E-commerce in Nederland €25,8 miljard waard*.

¹¹ Handelsverband Deutschland. (2020, 5 juni). *Online Monitor 2020*.

¹² behv. (2021, 26 januari). *E-Commerce beschleunigt Wachstum deutlich auf mehr als 83 Mrd. Euro Warenumsatz in 2020*.

¹³ Nu.nl. (2021, 2 maart). *Reisbranche ziet drie kwart van omzet verdampen in laatste deel 2020*.

¹⁴ Handelsverband Deutschland. (2020, 5 juni). *Online Monitor 2020*.

¹⁵ Statista. (2019, 11 september). *Share of individuals who shop online in the Netherlands 2012-2019, by age*.

¹⁶ Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*.

¹⁷ Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*.

¹⁸ Statista. (2020, 20 maart). *Daily internet usage in European countries 2017-2019*.

Apparaatgebruik

Een nieuwe ontwikkeling is dat de laptop in Duitsland meer wordt gebruikt dan in Nederland. Maar nog opvallender is de enorme stijging in smartphonegebruik in Duitsland. Waar dit in 2018 nog op 75%¹⁹ lag, is dit in 2019 gestegen tot 92%²⁰. Hiermee ligt Duitsland gelijk met Nederland, waar het smartphonegebruik is gegroeid van 87%²¹ naar 92%²².

Ongeacht je branche, zorg ervoor dat je een goede mobiele ervaring biedt aan je Duitse doelgroep. Zeker nu je weet dat het smartphonegebruik zo enorm gegroeid is.

Ben je in meerdere landen of talen actief op social media? Kijk of je één of meerdere ijzersterke campagnes kan bedenken om de Duitse toerist aan te spreken.

Kortom, hoewel Nederland op verschillende gebieden nog steeds voorloopt, wordt de e-commerce kloof tussen Nederland en Duitsland ieder jaar kleiner. En deze groeiende e-commercecijfers bieden potentie.

Social media gebruik

Sociale media kanalen worden door de Duitsers relatief gezien minder gebruikt. In 2019 was 45%²³ van de Duitse bevolking actief op social media tegenover 64%²⁴ van de Nederlandse bevolking. Zowel in Duitsland²⁵ als in Nederland²⁶ gebruikt 97% van de actieve gebruikers social media op de smartphone. Geen verschil zit er in de meest actieve platformen, dit zijn WhatsApp, Youtube en Facebook in beide landen^{27 28}.



¹⁹ Hootsuite & We Are Social. (2019, 31 januari). *Digital 2019 Germany*.

²⁰ Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*.

²¹ Hootsuite & We Are Social. (2019, 31 januari). *Digital 2019 The Netherlands*.

²² Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*.

²³ Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*.

²⁴ Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*.

²⁵ Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*.

²⁶ Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*.

²⁷ Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*.

²⁸ Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*.

Duitse gebruiker in beeld



Social Media gebruik
45%



Smartphonegebruik
92%



(Dagelijks) internetgebruik
85%



Mobiel bankieren
37%



Dagelijkse schermtijd
4 uur en 52 min

7

Nederlandse gebruiker in beeld



Social Media gebruik
64%



Smartphonegebruik
92%



(Dagelijks) internetgebruik
92%



Mobiel bankieren
46%



Dagelijkse schermtijd
4 uur en 37 min

Hoe zit het land in elkaar?

Waar je een Fries en een Limburger in ons kleine kikkerlandje al niet kunt vergelijken, zijn de verschillen tussen de ruim 83 miljoen Duitse inwoners vele malen groter. Deze cultuurverschillen zijn grotendeels te verklaren door de weerbarstige Duitse geschiedenis. Wij gaan je vertellen hoe de lokale verschillen jouw online marketingstrategie kunnen beïnvloeden.

Het ontstaan van lokale taalverschillen

De officiële taal in Duitsland is Duits, ook wel bekend als Hoogduits (Hochdeutsch)²⁹. Maar er zijn veel meer dialecten in het land te vinden. De dialecten worden opgedeeld in 3 groepen: Opperduits (Oberdeutsch), Middelduits (Mitteldeutsch) en Nederduits (Niederdeutsch)³⁰. Deze splitsing vindt zijn oorsprong in de geschiedenis van Noord- en Zuid-Duitsland.

Vanaf 1648 was Pruisen de belangrijkste staat in het noorden van Duitsland. In het zuiden waren dit Oostenrijk, Beieren, Baden en Württemberg. Toen in 1866 de Duitse Oorlog tussen Oostenrijk en Pruisen uitbrak, won Pruisen.

Pruisen richtte de Noord-Duitse Bond op, waarbij Oostenrijk en de Zuid-Duitse staten werden uitgesloten. De strijdbijl tussen Noord en Zuid werd pas begraven in de strijd tegen Frankrijk in 1870. Na deze overwinning ontstond het Duitse rijk. De verschillen tussen Noord- en Zuid-Duitsland zijn vervaagd, maar je komt ze dus nog tegen in de taalverdeling van het land, de 3 dialecten.

Grens Noord- en Zuid-Duitsland in beeld



²⁹ Wikipedia. (z.d.). *Hoogduits*.

³⁰ Wikipedia. (z.d.). *Duitse talen en dialecten*.

Het ontstaan van lokale cultuurverschillen

Tijdens WO I waren Duitsland en toenmalig Oostenrijk-Hongarije bondgenoten. In 1938 sloot Oostenrijk zich aan bij Duitsland en werd het onder de naam Ostmark een provincie van het Derde Rijk, totdat het hedendaagse Oostenrijk ontstond in 1945. De invloed van Oostenrijk op Duitsland is vandaag de dag vooral terug te zien in de cultuur van de Zuid-Duitse deelstaten Beieren en Baden-Württemberg. Zo is net als in Oostenrijk, het grootste deel van Beieren en Baden-Württemberg katholiek.

Nog een belangrijke reden voor culturele verschillen tussen de deelstaten, was de Berlijnse muur. Deze muur werd gebouwd in 1961 en scheidde het na WOII ontstane West-Duitsland (BRD) en Oost-Duitsland (DDR). Waar in de BRD democratie heerste, was de DDR communistisch vanwege de bevrijding van Oost-Duitsland door de Sovjet Unie. In 1989 viel de muur. De Oost-Duitse districten werden opgeheven en als vijf 'neue Bundesländer' toegevoegd aan Duitsland. In 1990 kwam het huidige Duitsland tot stand. De gevolgen van het gescheiden leven zie je nog steeds terug in de economie, politiek en godsdienst.

Grens West en Oost-Duitsland in beeld



Het effect op je online marketingstrategie

De geschiedenis van Duitsland heeft zijn weerslag op het zoekgedrag van Duitse consumenten.

Voor een effectieve online marketingstrategie moet je hier goed van op de hoogte zijn. Want het zoekgedrag is van invloed op SEO, SEA, Content en Social werkzaamheden.

We geven je een simpel voorbeeld van de verschillen in taal en cultuur én de invloed die dit heeft op een campagne omtrent carnaval.

Carnavalsdonderdag is één groot feest waar in het Duits veel vertalingen voor zijn.

Zoekwoordanalyse 'carnavalsdonderdag'

	NRW	Berlijn	Hamburg	BW	Zwitserland	Beieren	Oostenrijk
Weiberfastnacht	49500	9900	6600	27100	2900	27100	590
Unsinniger donnerstag	20	10	10	20	10	1000	480
Schmutziger donnerstag	90	30	20	1900	1300	110	50
Gumpiger donnerstag	10	10	10	210	10	170	40
Altweiber	1900	40	30	70	20	70	30
Schmotziger donnerstag	30	10	10	140	30	30	20
Altweiberfastnacht	170	20	20	90	20	30	10
Fettdonnerstag	390	10	10	10	10	20	10
Glombiger donnerstag	10	10	10	50	10	10	10
Lumpiger donnerstag	10	10	10	10	10	110	10
Wieverfastelovend	480	10	10	20	10	30	10
Altweiberfasnet	10	0	0	20	10	10	0

10

²⁹ Wikipedia. (z.d.). Hoogduits.

³⁰ Wikipedia. (z.d.). Duitse talen en dialecten.

Tel alle zoekopdrachten bij elkaar op en je ziet dat in Noordrijn-Westfalen overduidelijk het meest wordt gezocht naar carnavalsdonderdag, omdat de populariteit van carnaval bij steden rond de Rijn groot is.

Vooral in Keulen wordt carnaval uitgebreid gevierd. Maar wat nou als we verder inzoomen.

Zoekwoordanalyse 'carnavalsdonderdag' per miljoen inwoners

	Mln. inwoner	Weiberfast-nacht	Unsinniger donnerstag	Schmutziger donnerstag
Noordrijn-Westfalen	17,9	154	0	0
Berlijn	3,7	31	0	0
Hamburg	1,8	21	0	0
Baden-Württemberg	11	85	0	6
Zwitserland	8,5	9	0	4
Beieren	13	85	3	0
Oostenrijk	8,8	2	1	0



Dit betekent voor jouw reisorganisatie dat het een absolute must is om regiogebonden zoekwoordenonderzoek uit te voeren. Op welke deelstaat ligt de focus, hoe is het zoekwoordgedrag in deze regio, welke taaleigenaardigheden zijn er?

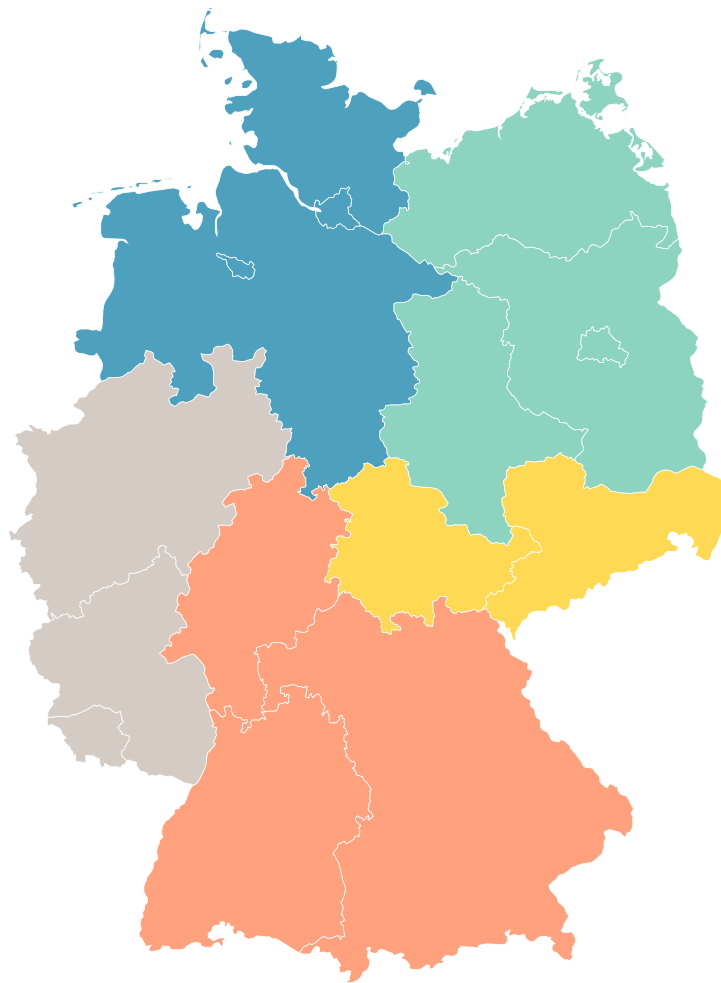
Kortom, onderzoek de taal en cultuur goed om een online marketingstrategie te creëren die perfect aansluit op jouw specifieke Duitse doelgroep.

De vijf regio's van Duitsland

Nu je meer weet over de lokale verschillen tussen de 16 deelstaten en hoe ze jouw online marketingstrategie kunnen beïnvloeden, is het interessant om te onderzoeken of we een behapbare onderverdeling kunnen maken.

Hierbij maken we gebruik van de onderverdeling van Business Insider Deutschland. Volgens hen zijn er vijf verschillende regio's, die we hieronder kort toelichten³¹.

Duitsland in vijf regio's



³¹ Business Insider Deutschland. (2019, 14 november). *Deutschland besteht eigentlich aus fünf völlig unterschiedlichen Nationen.*

Baden-Württemberg, Hessen, Beieren (zalmroze)

We beginnen in het zuiden met de deelstaten die aan Oostenrijk en Zwitserland grenzen. De bevolking is ambitieus en gewend aan succes. Het is één van de rijkste regio's in het land.

- Goede werkgelegenheid.
- Regio met de hoogste koopkracht.
- Beieren en Baden-Württemberg zijn economisch gezien de snelst groeiende deelstaten dankzij sterke machine- en transportmiddelenindustrie³².
- Relatief hoge internetpenetratie³³:
 - Baden-Württemberg: 87%
 - Hessen: 87%
 - Beieren: 86%

Sleeswijk-Holstein, Nedersaksen (blauw)

Hoewel deze deelstaten armer zijn, blijkt de bevolking in het noorden het gelukkigst te zijn. Geluk past bij de Noord-Duitse mentaliteit, want voor een gelukkig leven heb je weinig nodig.

- Economisch zwak, het verschil tussen arm en rijk is groot. Voor werk gaat men naar het zuiden, niet het noorden.
- Koopkracht is gemiddeld met uitschieters in het gebied rond Hamburg.
- Noordduits is het favoriete dialect onder de Duitsers.
- Relatief hoge internetpenetratie³⁴:
 - Sleeswijk-Holstein: 88%
 - Nedersaksen: 88%

Mecklenburg-Voor-Pommeren, Brandenburg, Saksen-Anhalt (groen)

Deze regio in het noordoosten van Duitsland wordt gezien als één van de mooiste en is een geliefde vakantieplek. Maar de regio is ook relatief arm. Al sinds de 16e eeuw is er weinig groeipotentieel en de industriële achterstand is nooit ingehaald.

- Onder de kansarmen vallen voornamelijk laagopgeleide mannen zonder werk. Vanwege de sombere toekomst voegen ze zich regelmatig bij extreemrechtse groeperingen.
- Relatief lage koopkracht.
- Relatief lage internetpenetratie:
 - Brandenburg: 81%
 - Mecklenburg-Voor-Pommeren: 79%
 - Saksen-Anhalt: 78%

Thüringen, Saksen (geel)

De achterstand die is ontstaan na de val van de muur is inmiddels ingehaald. Het gaat goed met werkgelegenheid en investeringen, de gemeenschappen bloeien op. Toch blijft de bevolking bescheiden en houden ze er niet van op om de voorgrond te treden. Omdat hier veel zelfstandige boeren woonden, is de industrialisering hier al vroeg begonnen.

- Relatief lage koopkracht.
- Relatief lage internetpenetratie³⁵:
 - Saksen: 80%
 - Thüringen: 77%

³² ING. (z.d.). *Meer halen uit Zuid-Duitsland*.

³³ Statista. (2020, februari). *Internet usage rate in Germany 2019, by federal state*.

³⁴ Statista. (2020, februari). *Internet usage rate in Germany 2019, by federal state*.

³⁵ Statista. (2020, februari). *Internet usage rate in Germany 2019, by federal state*.

Rijnland-Palts, Saarland, Noordrijn-Westfalen (beige)

Het Rheinland is divers en heeft geen echte grens. De regio wordt gedefinieerd door het motto: geniet van het leven. Carnaval wordt hier dan ook groots gevierd. De Rheinländer is niet typisch Duits, hecht minder waarde aan *Gründlichkeit en Pünktlichkeit* en is minder serieus. Zo is het parlement van Bonn sinds vroeger al de meest informele.

- Wisselende koopkracht:
 - Rijnland-Palts is goed bezig vanwege de omvangrijke export en middelgrote bedrijven.
 - In Noordrijn-Westfalen is de koopkracht in de steden en regio's rond Keulen en Düsseldorf hoog, in andere regio's is de koopkracht gemiddeld of zelfs heel laag. In Noordrijn-Westfalen ligt ook de armste stad, Gelsenkirchen.

- Noordrijn-Westfalen staat op de vierde positie wat betreft de werkloosheid van alle zestien deelstaten³⁶. Dit is historisch laag, mede dankzij corona³⁷.
- Noordrijn-Westfalen is ook de deelstaat met meeste schulden.
- Relatief gemiddeld tot hoge internetpenetratie³⁸:
 - Rijnland-Palts: 87%
 - Saarland: 85%
 - Noordrijn-Westfalen: 86%



Richt jij je op heel Duitsland met je travel website? Bekijk eens of je de focus kunt leggen op een specifieke regio. Doe een analyse waarin je kijkt uit welke regio de meeste bezoekers komen en vanuit welke regio's de meeste reizen naar Nederland worden geboekt. En kun je ook zien of ze lange weekendjes of juist midweken boeken?

Een analyse is een perfect middel om je online strategie nog eens goed onder de loep te nemen. Want met alle opgedane kennis kun je specifieke campagnes inrichten om je te focussen op een regio. En doe je dit goed, dan ga je dit zeker terugzien in de resultaten.

³⁶ Statista. (2020, 1 september). *Arbeitslosenquote in Deutschland nach Bundesländern (Stand: August 2020)*.

³⁷ Statista. (2020, 1 september). *Monatliche Arbeitslosenquote in Nordrhein-Westfalen von August 2019 bis August 2020*.

³⁸ Statista. (2020, februari). *Internet usage rate in Germany 2019, by federal state*.

Omgaan met cultuurverschillen

Hoe zonde zou het zijn wanneer je jouw reizen in Nederland over de grens niet kunt verkopen, omdat je niet bekend bent met de culturele verschillen? Wanneer je aan Duitsers denkt, denk je waarschijnlijk aan *Gründlichkeit* en *Pünktlichkeit*. Maar is dat zo?

Gedrag

Over het algemeen zijn onze oosterburen formeler en planmatiger en dit verwachten zij ook van hun zakelijke relaties. Afspraken en deadlines zijn er om nageleefd te worden. Hiermee worden de vooroordelen over de Duitse *Gründlichkeit* en *Pünktlichkeit* direct bevestigd. Voor je website betekent dit dat wanneer je contact hebt met een Duitse consument, je ervoor moet zorgen dat je gemaakte afspraken nakomt.

Nog een belangrijk verschil is het openen van een gesprek. Wanneer je voor het eerst contact met een Duitser hebt opgenomen, merk je snel dat onze oosterburen minder waarde hechten aan het kennismakingsproces dan Nederlanders. Smalltalk doen wij maar al te graag, terwijl Duitsers dit zien als zonde van de tijd³⁹. Vat dit niet persoonlijk op, Duitsers zijn niet gewend aan de Nederlandse manier van kennismaken. Als Duitsers een meeting ingaan, zijn ze heel goed voorbereid. Wij Nederlanders hebben vaker de 'het-komt-wel-goed-mentaliteit'. Dit is niet de juiste insteek in Duitsland als je serieus wil overkomen⁴⁰. Ga voor een goede voorbereiding zodat je de kennis over je branche goed kunt overbrengen. Duitsers zijn namelijk vooral op zoek naar specialisten.



³⁹ Greenlane. (2019, 30 mei). *Small Talk: Waarom Duitsers zullen niet zeggen hoe ze zich voelen*.

⁴⁰ DNHK. (z.d.). *Cultuurverschillen tussen Duitsland en Nederland*.

Over het algemeen zijn Duitse organisaties meer hiërarchisch dan Nederlandse organisaties. Platte organisaties komen minder voor in Duitsland. Een businessplan moet in Duitsland eerst door meerdere lagen goedgekeurd worden, voordat de uiteindelijke beslissing door de directeur gemaakt wordt. Houd daarom rekening met een langere reactietermijn. Dat een beslissing door de directie wordt gemaakt is eerder regel dan uitzondering⁴¹.

Communicatie

Vousvoyeren en tutoyeren – hierin zit een groot verschil in de communicatie van Nederlanders en Duitsers. Waar Nederlanders snel 'je' en 'jij' tegen elkaar zeggen, blijven Duitsers liever formeel, zelfs als collega's onder elkaar. Naast het vousvoyeren is in Duitsland het gebruik van de juiste titel essentieel. Wij vinden het vaak arrogant overkomen als iemand zich met zijn academische titel voorstelt. Maar in Duitsland is dit de normaalste zaak van de wereld⁴². Duitsland heeft een masculiene cultuur waarbij het normaal is om respect te hebben voor behaalde prestaties⁴³. Spreek personen daarom met de juiste titel aan.



Zorg ervoor dat bij het invoeren van contactgegevens voor Duitse klanten de mogelijkheid is om de juiste titel te kunnen selecteren.

En hoe zit het met Engels? Waar wij erom bekend staan dat bijna iedereen vloeiend Engels spreekt, komt dit in Duitsland minder vaak voor. Dit ligt aan de perfectionistische mentaliteit van de Duitsers. Zij durven vaak niet in het Engels te communiceren en gebruiken daarom het liefst de Duitse taal⁴⁴. Ondanks het niet durven, blijkt uit de jaarlijkse studie over wereldwijde Engelse taalvaardigheid uitgevoerd door Education First, dat Duitsland valt onder de categorie zeer goed Engels sprekende landen. Nederland staat op nummer één, Duitsland op nummer tien.



Bied jij momenteel Engelstalige content aan op je travel website voor Duitse klanten? Investeer in een goede vertaler en laat je content vertalen naar het Duits. Wil je reizen verkopen aan inwoners van Saarland, Mecklenburg-Voor-Pommeren, Saksen-Anhalt en/of Bremen? Dan ontcom je sowieso niet aan vertalen, want in deze deelstaten wordt matig Engels gesproken.⁴⁵

⁴¹ Visser-Meijer, S. (2020, 20 augustus). *Cultuurverschillen Duitsland*.

⁴² DNHK. (z.d.). *Cultuurverschillen tussen Duitsland en Nederland*.

⁴³ Hofstede Insights. (z.d.). *Country Comparison*.

⁴⁴ RVO. (z.d.). *Do's-and-don'ts in Duitsland*.

⁴⁵ Loxton, R. (2019, 7 november). *How do Germans compare to the rest of Europe when it comes to speaking English?*

Waar moet je website aan voldoen?

Iedere aankoop van een Duitse consument is een weloverwogen beslissing gebaseerd op vertrouwen in je website. Je wilt dit vertrouwen door het aanbieden van de juiste documenten én rekening te houden met specifieke website voorkeuren.

De voorwaarden

De juridische eisen die we hieronder bespreken, zijn de belangrijkste die in Duitsland van kracht zijn. Het opnemen van deze eisen op je website is dan ook van groot belang.

1. Allgemeine Geschäftsbedingungen

De *Allgemeine Geschäftsbedingungen* of AGB zijn bij ons bekend als de algemene voorwaarden. Zowel in Nederland als in Duitsland moet de AGB verplicht op iedere commerciële website staan. Maar waar wij het document vaker niet dan wel lezen, kun je erop rekenen dat de Duitse consument het document van A tot Z doorleest.

2. Impressum

Het *Impressum*, een verklaring van eigenaars- en auteurschap, is het beste te vergelijken met een uitgebreid colofon. Het Impressum kom je niet vaak tegen op Nederlandse websites, maar je Duitse website is strafbaar zonder. Daarbij is het

verstandig om het Impressum zo gedetailleerd mogelijk op je website te plaatsen. Hiermee voorkom je *Abmahnungen*. Deze aanmaningen worden meestal opgelegd door concurrenten en de boete kan flink oplopen. De volgende informatie moet je in het Impressum opnemen:

- Naam van de organisatie
- Officiële juridische naam van de onderneming
- Volledige naam van de personen die verantwoordelijk zijn voor het bedrijf, zoals ook in het handelsregister staat
- Contactgegevens: adres, telefoonnummer, e-mailadres, faxnummer
- Umsatzsteuer-ID (het Nederlandse BTW nummer)
- KVK nummer en indien mogelijk de gegevens van de Duitse Kamer van Koophandel
- Bankgegevens

3. Datenschutz

Nog een verplicht document waar veel waarde aan wordt gehecht is de *Datenschutz*. Dit document waarborgt gegevensbescherming en is belangrijk voor het opbouwen van vertrouwen in je website. Ook hiervoor geldt, plaats de *Datenschutz* zo gedetailleerd mogelijk op je website en verklein de kans op *Abmahnungen*.

Er is nog een vierde document, het *Widerrufsrecht*. In Nederland staat dit bekend als het herroepingsrecht. Echter geldt herroepingsrecht niet voor online reizen⁴⁶. Geef dit dan ook duidelijk aan op je website en omschrijf wat een consument kan doen om een reis te annuleren en welke kosten hier mogelijk aan verbonden zijn.



Zorg ervoor dat bij het invoeren van contactgegevens voor Duitse klanten de mogelijkheid is om de juiste titel te kunnen selecteren.

18

De voorkeuren

1. Duits taalgebruik

Grammaticale fouten of zinsbouwfouten boezemen geen vertrouwen in bij klanten. En dit geldt al helemaal voor onze oosterburen. Besteed hier daarom veel aandacht aan en voorkom incorrect taalgebruik. Let hierbij op de kleinste details, want het komt vaak voor dat er Nederlandse woorden blijven staan. Dit zien we vaak bij buttons en formulieren. Probeer dit te vermijden.

Voorbeeld van een Duits formulier met Nederlandse taal

Logindaten

Mit diesen Daten haben Sie 24 Stunden pro Tag Zugang zu Ihrem Account.

E-mail *	<input type="text" value="E-mail"/>
E-mail herhalen *	<input type="text" value="E-mail herhalen"/>
Wachtwoord *	<input type="text" value="Wachtwoord"/>
Wachtwoord herhalen *	<input type="text" value="Wachtwoord herhalen"/>

2. Klantenservice

Een goede klantenservice is onmisbaar in Duitsland. Een Duitse consument heeft bepaalde verwachtingen. Waar je sowieso goed aan doet, is om extra aandacht te besteden aan de Duitse taal. In Nederland zijn we al snel tevreden met mailcontact of een chatbot, waardoor het misverstand kan ontstaan dat alleen foutloos Duits schrijven belangrijk is. Maar in Duitsland wordt meer gebeld naar een klantenservice. Zorg dus voor een Duits telefoonnummer en schakel een Duitstalige klantenservice in⁴⁷. Kan je reisorganisatie ook fysiek bezocht worden en is er een receptie? Ook dan geldt dat Duitse klanten in het Duits te woord moeten worden gestaan.

3. Betaalmethoden

De kans is groot dat een Duitse consument niet overgaat tot een aankoop als de gewenste betaalmethodede niet beschikbaar is. Je moet dus de in Duitsland relevante methoden aanbieden.

⁴⁶ Greenlane. (2020, 21 augustus). *Widerrufsrecht: Wann kann ich einen Vertrag widerrufen?*

⁴⁷ Van Glabbeek. (2020, 13 oktober). *Duitsers spannen de retourkroon.*

Met 93% blijft Auf Rechnung zahlen de populairste betaalmethode. Dit wordt opgevolgd door Paypal (87%) en acceptgiro (78%)⁴⁸. Met iDeal zijn Duitse consumenten niet bekend en hoewel de creditcard aan populariteit wint, zijn de andere betaalmethoden populairder. Maak je keuze dus weloverwogen voor een zo hoog mogelijke conversie.

Top 3 betaalmethoden in Duitsland



4. Duitse domeinnaam

Wil je een aparte website inrichten om Duitse toeristen te enthousiasmeren voor vakanties in Nederland? Kies dan voor een .de domein. Dit wekt meer vertrouwen dan een buitenlands domein. Een Duitse domeinnaam kun je gewoon registreren bij een Nederlandse internetprovider.

Er zijn providers die het mogelijk maken om een virtueel adres te huren zodat je geen fysiek kantoor in Duitsland nodig hebt om in aanmerking te komen voor een Duitse domeinnaam⁴⁹.

5. Reviews

Reviews zijn niet alleen belangrijk voor de verkoop van producten. Zo'n 57% van Duitsers die op zoek zijn naar een vakantie lezen zich eerst in en bekijken hierbij verschillende recensies, voordat ze een reis boeken⁵⁰. Kortom, positieve recensies kunnen een flink verschil maken. Kijk dus ook of de tool die je gebruikt Nederlandse reviews kan vertalen naar het Duits, zeker als je nog geen reviews hebt van Duitse toeristen.

⁴⁸ Handelsverband Deutschland. (2020, 5 juni). *Online Monitor 2020*.

⁴⁹ MKB Servicedesk. (z.d.). *Hoe zet ik een Duitse webwinkel op?*

⁵⁰ Süß, Y. (2019, 18 februari). *Online-Handel: 66 Prozent aller Deutschen sind Produktbewertungen wichtig*.

6. Invulling van de header

Een optimale indeling van je header kan een Duitse consument overtuigen. Heb je een aparte Duitse website? Plaats het logo dan duidelijk in de header, want dit straalt betrouwbaarheid uit. Daarnaast is de Duitse consument eraan gewend om de Unique Selling Points in de header te vinden. Het is belangrijk om de potentiële klant door middel van USP's over de streep te trekken. Zo bepaalt een Duitse consument veelal of je webpagina of website in lijn is met persoonlijke online voorkeuren. Let trouwens wel op dat wettelijk verplichte punten niet als USP genoemd mogen worden, dat kan je een Abmahnung kosten. Alleen als méér geboden wordt dan wettelijk verplicht, mag dit in de USP's vermeld worden.



Gebruik deze 7 onderwerpen als checklist voor je travel website en kijk waar je nog verbeteringen kunt doorvoeren om je Duitse doelgroep optimaal van dienst te zijn.

20

7. Cookiebeleid

Het cookiebeleid zit in Nederland en Duitsland hetzelfde in elkaar. De bezoeker moet eerst toestemming geven om de cookies te plaatsen. Bij het vragen om toestemming moet het volgende aangegeven worden:

- wie de cookie plaatst
- welke cookies geplaatst worden
- wat er gebeurt als cookies geplaatst worden
- waar meer informatie verkregen kan worden (in de privacy- en cookieverklaring)⁵



⁵¹ ICTRecht. (2019, 9 oktober). *Hof van "voor het plaatsen van cookies is de actieve toestemming van de internetgebruikers vereist"*.

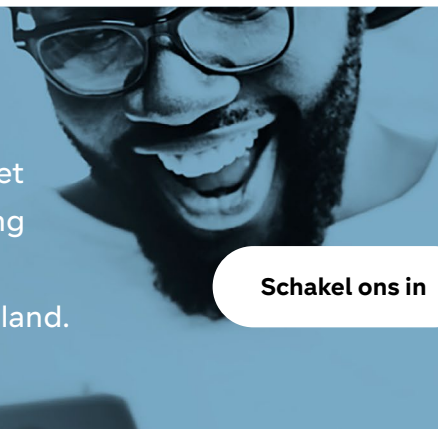
Conclusie

Nederland is dus een geliefd land onder Duitse toeristen. De cijfers zijn positief, maar hoe kun je hier nu met je website op inspelen?

Begin bij het begin. Doe onderzoek naar de Duitse bezoekers die op je website komen en vervolgens ook reizen boeken. Waar komen ze vandaan? Zie je vooral dat je bezoekers trekt uit de regio Rijnland-Palts, Saarland, Noordrijn-Westfalen? Richt dan eerst al je pijlen op deze regio. Verdiep je in de cultuur en in de taal door onder andere het uitvoeren van een zoekwoordenonderzoek. Maar onderzoek ook het reisgedrag. Welke soort vakanties worden het meest geboekt en waar in Nederland? Met al deze informatie zet je vervolgens een ijzersterke campagne op met bijbehorende advertenties om de doelgroep naar je website te trekken en uiteindelijk te laten converteren.

Vanzelfsprekend moet je website ook aantrekkelijk zijn voor de Duitse doelgroep, want Nederlanders en Duitsers zitten niet hetzelfde in elkaar en dit blijkt als je kijkt naar de voorkeuren van Duitse website bezoekers. Mist er een AGB? Dan haakt je Duitse klant af. Gebruik je vooral Engels of staan er veel Duitse spelfouten in je tekst? Nog een afhaakmoment. Kun je niet op rekening betalen? Volgende afhaakmoment.

Uiteindelijk draait echt alles om vertrouwen. Zodra je het vertrouwen hebt gewonnen, stapt een Duitse consument niet snel naar een concurrent. Heb jij gezorgd voor een positieve ervaring met het boeken van een reis, zowel online als offline, dan zijn Duitse consumenten loyaal en zullen ze keer op keer een reis bij je boeken.



Heb je hulp nodig om je website maximaal in te richten voor de Duitse toerist? Laat het ons weten, want als het op online marketing aankomt, hebben wij al tientallen klanten geholpen met online ondernemen in Duitsland.

Schakel ons in

Bronvermelding

- Anwalt. (2018, 22 februari). Impressum, Datenschutzerklärung und AGB – Was braucht ein Onlineshop? Geraadpleegd op 14 september 2020, van https://www.anwalt.de/rechtstipps/impressum-datenschutzerklaerung-und-agb-was-braucht-ein-onlineshop_092097.html
- behv. (2021, 26 januari). *E-Commerce beschleunigt Wachstum deutlich auf mehr als 83 Mrd. Euro Warenumsatz in 2020*. Geraadpleegd op 18 februari 2021 van <https://www.bevh.org/presse/pressemitteilungen/details/e-commerce-beschleunigt-wachstum-deutlich-auf-mehr-als-83-mrd-euro-warenumsatz-in-2020-bevh-forde.html>
- Business Insider Deutschland. (2019, 14 november). *Deutschland besteht eigentlich aus fünf völlig unterschiedlichen Nationen*. Geraadpleegd op 9 september 2020, van <https://www.businessinsider.de/politik/deutschland-besteht-eigentlich-aus-fuenf-nationen-2016-6/>
- De Groot, M. (2019, 18 april). *Kies jij de juiste Duitse zoekwoorden voor je SEA campagne?* Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://www.tomahawk.nl/kies-jij-de-juiste-duitse-zoekwoorden-voor-je-sea-campagne-2/>
- Dexport. (2015, 25 september). *De "Top-5 Abmahnrisiko's" van de Duitse online markt*. Geraadpleegd op 15 september 2020, van <https://duitsemarkt.nl/de-top-5-abmahnrisikos-van-de-duitse-online-markt/>
- DNHK. (z.d.). *Cultuurverschillen tussen Duitsland en Nederland*. Geraadpleegd op 1 september 2020, van <https://www.dnhk.org/nl/advies/marktinformatie/cultuurverschillen-tussen-duitsland-en-nederland>
- Eijssvoogel, J. (2019, 31 januari). *Het Duitse mobiele netwerk zit vol gaten*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/01/31/het-duitse-mobiele-netwerk-zit-vol-gaten-a3652479>
- European Commission. (2020, 19 juni). *DESI Report 2020: Use of Internet services*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67075
- Eurostat. (2020, 15 april). *Individuals using the internet for ordering goods and services*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=tin00096>
- Eurostat. (z.d.). *Internet use by individuals*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?sessionId=50Pet_iILVNbsDehOcNCiXgC-m6vbV0T9ntzuV3NG3ZeHS-C7I-QCI-1987023697?tab=table&plugin=1&pcode=tin00028&language=en
- Eurostat. (2020, 3 juli). *Population on 1 January by age and sex*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/DEMO_PJAN
- EVZ Deutschland (2020, 21 augustus). *Widerrufsrecht: Wann kann ich einen Vertrag widerrufen?* Geraadpleegd op 17 februari 2021, van <https://www.evz.de/einkaufen-internet/online-einkauf/widerrufsrecht.html>
- Financieel Dagblad. (2020, 29 april). *Coronavirus zorgt ervoor dat zelfs Duitsers gaan internetbankieren*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://fd.nl/ondernemen/1343100/corona-zorgt-ervoor-dat-zelfs-duitsers-gaan-internetbankieren>
- Flow. (2019). *Cross Border at a Glance: GERMANY*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.flow.io/wp-content/uploads/2019/09/FINAL-flow-Germany-infographic.pdf>
- Greenlane. (2019, 30 mei). *Small Talk: Waarom Duitsers zullen niet zeggen hoe ze zich voelen*. Geraadpleegd op 9 september 2020, van <https://www.greelane.com/nl/talen/duitse/small-talk-and-germans-1444339/>
- Handelsverband Deutschland. (2020, 5 juni). *Online Monitor 2020*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://einzelhandel.de/online-monitor>

- Hoefsloot-Schmeink, E. (2016, 12 mei). *Webshop openen in Duitsland? Trap niet in deze valkuilen*. Geraadpleegd op 15 september 2020, van <https://www.emerce.nl/best-practice/webshop-openen-duitsland-trap-valkuilen>
- Hofstede. (z.d.). *Country Comparison*. Geraadpleegd op 1 september 2020, van <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,the-netherlands/>
- Hootsuite & We Are Social. (2019, 31 januari). *Digital 2019 Germany*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://datareportal.com/reports/digital-2019-germany>
- Hootsuite & We Are Social. (2020, 12 februari). *Digital 2020 Germany*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://datareportal.com/reports/digital-2020-germany>
- Hootsuite & We Are Social. (2019, 31 januari). *Digital 2019 The Netherlands*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://datareportal.com/reports/digital-2019-netherlands>
- Hootsuite & We Are Social. (2020, 18 februari). *Digital 2020 The Netherlands*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://datareportal.com/reports/digital-2020-the-netherlands>
- ICTRecht. (2019, 9 oktober). *Hof van Justitie "voor het plaatsen van cookies is de actieve toestemming van de internetgebruikers vereist"*. Geraadpleegd op 14 september 2020, van <https://www.ictrecht.nl/blog/hof-van-justitie-voor-het-plaatsen-van-cookies-is-de-actieve-toestemming-van-de-internetgebruikers-vereist>
- ING (z.d.). *Meer halen uit Zuid-Duitsland*. Geraadpleegd op 10 september 2020, van <https://www.ing.nl/zakelijk/kennis-over-de-economie/uw-sector/industrie/meer-halen-uit-zuid-duitsland.html>
- Jürgens, H, Onvlee, S. & Pekelder, J. (z.d.). *Broedertwist 1866: Pruisen, Oostenrijk-Hongarije*. Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://duitslandinstituut.nl/naslagwerk/18/broedertwist-1866-pruisen-oostenrijk-hongarije>
- Jürgens, H, Onvlee, S. & Pekelder, J. (z.d.). *De Frans-Duitse oorlog 1870-1871*. Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://duitslandinstituut.nl/naslagwerk/19/de-frans-duitse-oorlog-1870-1871>
- Jürgens, H, Onvlee, S. & Pekelder, J. (z.d.). *Duitse deling BRD en DDR*. Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://duitslandinstituut.nl/naslagwerk/86/duitse-deling-brd-en-ddr>
- Lamprecht, A. (2020, 15 juli). *Cross-border e-commerce: van Nederland naar Duitsland*. Geraadpleegd op 16 september 2020, van <https://www.emerce.nl/achtergrond/cross-border-e-commerce-van-nederland-naar-duitsland>
- Leichsenring, H. (2020, 9 april). *Online Banking Nutzung stagniert – Mobile Banking gewinnt*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.der-bank-blog.de/online-banking-nutzung/studien/37663852/>
- Loxton, R. (2019, 7 november). *How do Germans compare to the rest of Europe when it comes to speaking English?* Geraadpleegd op 8 september 2020, van <https://www.thelocal.de/20191107/how-do-germans-compare-to-the-rest-of-europe-when-it-comes-to-speaking-english>
- MKB Servicedesk. (2018, 17 oktober). *Hoe zet ik een Duitse webwinkel op?* Geraadpleegd op 14 september 2020, van <https://www.mkbservicedesk.nl/6213/hoe-zet-duitse-webwinkel.htm#>
- NBTC (2020, 22 januari). *Internationaal toerisme blijft groeien in Nederland*. Geraadpleegd op 12 februari 2021, van <https://www.nbtc.nl/nl/home/newsroom/internationaal-toerisme-blijft-groeien-in-nederland-.htm>
- Neuhetzki, T. (2020, 8 september). *5G in Deutschland: Hier kannst du den LTE-Nachfolger schon nutzen*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.inside-digital.de/ratgeber/5g-in-deutschland-karte>
- Nu.nl. (2021, 2 maart). *Reisbranche ziet drie kwart van omzet verdampen in laatste deel 2020*. Geraadpleegd op 2 maart 2021, van <https://www.nu.nl/economie/6118848/reisbranche-ziet-drie-kwart-van-omzet-verdampen-in-laatste-deel-2020.html>

- Onvlee, S. (z.d.). *De Muur valt: einde van de Duitse deling*. Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://duitslandinstituut.nl/naslagwerk/135/de-muur-valt-einde-van-de-duitse-deling>
- Region Stuttgart. (z.d.). *Die Region Stuttgart und das Automobil*. Geraadpleegd op 11 september 2020, van <https://www.stuttgart-tourist.de/automobil-stuttgart/stuttgart-und-automobil>
- RVO. (z.d.). *Do's-and-don'ts in Duitsland*. Geraadpleegd op 6 september 2020, van <https://www.rvo.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/landenoverzicht/duitsland/dos-and-donts-bij-het-zakendoen-duitsland>
- Statista. (2020, 1 september). *Arbeitslosenquote in Deutschland nach Bundesländern (Stand: August 2020)*. Geraadpleegd op 10 september 2020, van <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36651/umfrage/arbeitslosenquote-in-deutschland-nach-bundeslaendern/>
- Statista. (2020, 20 maart). *Daily internet usage in European countries 2017-2019*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.statista.com/statistics/377631/daily-internet-usage-in-european-countries/>
- Statista. (2020, februari). *Internet usage rate in Germany 2019, by federal state*. Geraadpleegd op 10 september 2020, van <https://www.statista.com/statistics/436374/internet-usage-rate-by-federal-state-germany/>
- Statista. (2020, 1 september). *Monatliche Arbeitslosenquote in Nordrhein-Westfalen von August 2019 bis August 2020*. Geraadpleegd op 10 september 2020, van <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/762377/umfrage/arbeitslosenquote-in-nordrhein-westfalen>
- Statista. (2019, 11 december). *Share of individuals who shop online in the Netherlands 2012-2019, by age*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.statista.com/statistics/561068/share-of-individuals-who-shop-online-in-the-netherlands-byage/>
- Suhr, F. (2019, 2 juli). *40% der Deutschen buchen Urlaub noch im Reisebüro*. Geraadpleegd op 12 februari 2021, van <https://de.statista.com/infografik/18572/urlaubsbuchungen-online-und-im-reisebuero/>
- Süß, Y. (2019, 18 februari). *Online-Handel: 66 Prozent aller Deutschen sind Produktbewertungen wichtig*. Geraadpleegd op 2 maart 2021, van <https://intent.de/news/online-handel-66-prozent-aller-deutschen-sind-produktbewertungen-wichtig>
- Van Glabbeek, T. (2020, 13 oktober). *Duitsers spannen de retourkroon*. Geraadpleegd op 14 oktober 2020, van <https://twinklemagazine.nl/2020/10/retouren-duitsland/index.xml>
- Van Paesschen, H. (2020, 10 maart). *E-commerce in Nederland €25,8 miljard waard*. Geraadpleegd op 12 februari 2020 van <https://www.ecommercenews.nl/e-commerce-in-nederland-e258-miljard-waard/#:~:text=De%20e-commerce%20in%20Nederland%20was,groei%20aan%20het%20afvlakken%20is>.
- Thuiswinkel.org. (2020, 2 april). *Online cross-border bestedingen groeien in 2019 naar € 1,1 miljard*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/4384/online-cross-border-bestedingen-groeien-in-2019-naar-1-1-miljard>
- Tuk, Y. (2017, 20 januari). *Het belang van een keurmerk voor e-commerce in Duitsland*. Geraadpleegd op 16 september 2020, van <https://www.emerce.nl/achtergrond/belang-keurmerk-ecommerce-duitsland>
- Visser-Meijer, S. (2020, 20 augustus). *Cultuurverschillen Duitsland*. Geraadpleegd op 8 september 2020, van <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/internationaal-ondernemen/e-commerce/e-commerce-in-duitsland/>
- Visser-Meijer, S. (2020, 9 juli). *E-commerce in Duitsland*. Geraadpleegd op 9 september 2020, van <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/internationaal-ondernemen/e-commerce/e-commerce-in-duitsland/>
- Wijzer in geldzaken. (2020, mei). *Monitor financieel gedrag 2019*. Geraadpleegd op 23 september 2020, van <https://www.wijzeringeldzaken.nl/platform-wijzeringeldzaken/publicaties/monitor-financieel-gedrag-wijzer-in-geldzaken-2019.pdf>
- Wikipedia (z.d.) *Duitse talen en dialecten*. Geraadpleegd op 18 februari 2021, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Duitse_talen_en_dialecten
- Wikipedia (z.d.) *Hoogduits*. Geraadpleegd op 18 februari 2021, van <https://nl.wikipedia.org/wiki/Hoogduits>

Wij zijn Tomahawk

Al jaren helpen we als performance marketing bureau Nederlandse e-commerce shops met online groei. Sinds 2018 zetten we die kennis en ervaring ook in om jouw e-commerce shop over de grens te helpen! Dit doen we met een strategie waar je u tegen zegt, helemaal afgestemd op jouw doelstellingen en budget. We bepalen samen welke diensten we inzetten om zo het ultieme doel te bereiken: crossborder winstgevend groeien!

We help e-commerce shops grow abroad.

Keizer Karelplein 32
6511 NH Nijmegen
024 – 329 77 78
info@tomahawk.nl



tomahawk.nl



**TOM
HAWK**
DIGITAL
MARKETING