

# Zum Einkauf nach Deutschland - weil man viel Geld sparen kann

Wir bemerken es kaum noch, weil es so selbstverständlich geworden scheint. Im Grenzland findet täglich ein Konsum-Tourismus statt. **Dabei ist es so wichtig, diesen Markt nicht zu vernachlässigen, weil es nicht selbstverständlich ist.** Niederländer und Belgier kaufen ganz bewusst in Deutschland ein, weil vieles günstiger ist, weil oft die Auswahl größer ist und weil es Produkte gibt, die es im eigenen Land nicht gibt. **Deutsche kaufen in Maastricht oder Eupen ein, weil sie gerne einmal andere Produkte haben wollen und alle kaufen links und rechts der Grenze ein, weil sie es können und wollen.**

## 1. Die Medienlandschaft und Medienumgang

Es gibt **kein einziges Medium** in der Euregio für alle Regionen, es gab zwar schon viele Versuche, aber Medien gehören zu den Dingen, die grenzüberschreitend nicht funktionieren. Zu unterschiedlich sind die Gewohnheiten und zu problematisch sind die unterschiedlichen Sprachen.

**Im deutschen Grenzland** kennen wir die regionalen Tageszeitungen für die Städteregion Aachen, Düren, Heinsberg und Euskirchen, dazu redaktionell aufgemachte Anzeigenblätter am Mittwoch und am Sonntag und natürlich Stadtmagazine für Aachen oder Düren. Bei den Radiosendern stehen die öffentlich-rechtlichen Sender des WDR (1Live, WDR 2-5) ganz oben auf der Bekanntheitsliste, danach kommen regionale Sender wie 100,5, Antenne AC oder Radio Rur. Einen regionalen Fernsehsender gibt es nicht mehr, der WDR strahlt wochentags ein halbstündiges Fenster für die Region aber ohne Werbemöglichkeit aus.

**Im belgischen Grenzland** muss man zwischen den drei Sprachbereichen unterscheiden. **Einheitliche Medien für alle Sprachbereiche gibt es nicht.** Während im deutschsprachigen Teil Belgiens die Medienlandschaft sehr überschaubar ist, sieht es in den Räumen Limburg und Lüttich etwas anders aus. Das wichtigste Informationsmedium in Ostbelgien ist die Tageszeitung **GrenzEcho** mit angeschlossenen Webportal, die Tageszeitung erscheint zudem einmal monatlich an alle Haushalte in Ostbelgien und hat dann eine 100%ige Haushaltsabdeckung. Dazu gibt es zwei Radiosender mit dem **BRF und Radio Contact** und zwei Anzeigenblätter, die aber kaum und vor allem keine aktuellen Redaktionsberichte beinhalten. Im Raum Limburg dominiert die Verlagsgruppe Concentra, zu der die Tageszeitung **Het Belang van Limburg**, die Anzeigenblätter (wieder ohne erwähnenswerte Redaktion), ein Radiosender und der lokale Fernsehsender TV Limburg gehört. Die Tageszeitung und deren Portal überragen alle anderen Medien. Im französischen Sprachteil um Lüttich gibt es mit der Tageszeitung **La Meuse und Vers L'avenir** zwei Tageszeitungen, ebenfalls nahezu redaktionsfreie Anzeigenblätter und Radio und Fernsehen (RTBF).

**Im niederländischen Grenzland** sprechen wir über die Provinz Limburg (Süd und Mitte). Auch hier ist die Tageszeitung **De Limburger** und deren Webportal **limburger.nl** das Sprachrohr der Bevölkerung. Mit den lokalen Anzeigenblättern **VIA Limburg** hat man es geschafft, diesen schwierigen Markt aufzufrischen. Nur noch Mitte der Woche und dafür für jeden Ort als eigenes Produkt, ist es ein echtes lokales Produkt geworden. Stadtmagazine kennt man dort nicht, das Hochglanzmagazin **Chapeau** kostet 6,50 € und erscheint alle 2 Monate in Ballungsräumen, das Lifestylmagazin **Nummer 1** erscheint monatlich allerdings nur für die gesamte Provinz ohne Teilbelegungsmöglichkeiten. Der wichtigste Radio- und einzige lokale TV-Sender der Provinz ist **L1**.

**Belgier und Niederländer** teilen sich gerne in der Nachbarschaft eine Zeitung und damit den Abonnementpreis. Die Tageszeitungen in **Belgien und den Niederlanden sind sehr regional gehalten.** Vor allem auf den Titelseiten dominieren regionale Themen. Während man in Deutschland und den Niederlanden auf die Botenverteilung setzt, werden in Belgien die Zeitungen **mit der Post** in Sonderverteilung zugestellt. **GrenzEcho wird am 1. Donnerstag im Monat sogar an alle Haushalte zugestellt.** Prospektwerbungen unterliegen in Belgien einer Sondersteuer für Umweltafgaben, die von den Gemeinden festgesetzt werden. Weder Belgien noch die Niederlande verfügen über Boulevardzeitungen wie BILD. In allen drei Ländern bieten die Tageszeitungen ein **umfangreiches Online-Portal** an und überall sind nicht alle Inhalte kostenfrei. Regionalzeitungen in Deutschland kämpfen im Gegensatz zu den beiden anderen Ländern gegen Boulevardzeitungen und redaktionelle Gratiszeitungen. In Belgien ist eine Sonntagsverteilung von Drucksachen nicht gestattet, in den Niederlanden ist sie aufgrund fehlender Boten eingestellt. In Deutschland werden Sonntags Anzeigenblätter verteilt und die BILD bzw. Welt am Sonntag angeboten. Regionale Fernsehsender gibt es nur in der niederländisch-sprachigen Grenzregion. Die Sender strahlen Programme in den Nachmittags- und Abendstunden aus. Der Marktanteil liegt bei ca. 15% in der Reichweite. In der Region Aachen ist das Projekt vollständiges Lokalfernsehen gescheitert. In Belgien werden solche Programme nur begrenzt oder im Internet angeboten. Während in Deutschland die Radiosender einer detaillierten Reichweitenanalyse unterliegen, sind diese in den Nachbarländern nur für die öffentlich-rechtlichen Sender vorgeschrieben. Wohingegen bei Tageszeitungen in allen Ländern Auflagenanalysen erstellt werden und kontrollierte Zahlen veröffentlicht werden.



**De Limburger**

**GRENZECHO**  
DIE DEUTSCHSPRACHIGE TAGESZEITUNG IN OSTBELGIEN

**HET BELANG VAN LIMBURG**

**LaMeuse**

**VIA limburg**  
Verbindt • Informiert • Activeert



## 2. Grenzüberschreitendes Kaufverhalten

Der sogenannte Konsumtourismus ist in unseren Grenzregionen sehr verbreitet. **Für Belgier und Niederländer steht aber mehr der Spareffekt im Vordergrund**, wohingegen bei Deutschen mehr der Ausflug z.B. nach Maastricht oder Lüttich zählt, weil man in den meisten Produktbereichen kein Geld sparen kann. Für deutschsprachige Belgier ist das deutsche Grenzland besonders nah, für Kunden aus Lüttich lohnt sich der Wocheneinkauf im deutschen Grenzland und für Niederländer und Belgier sind viele Produkte in Deutschland deutlich günstiger. Die Preisunterschiede haben viele Ursachen, Steuern, Wettbewerb und Import. So kann ein gefüllter Einkaufswagen mit gleichen Produkten in Deutschland **30 - 40% günstiger** sein, als in den Nachbarländern. Es gibt auch große Möbelhäuser, Einkaufszentren oder Discounter in den Nachbarländern, aber Preise, Qualität und Angebot können mit deutschen Standorten nicht mithalten und das gilt sogar für Aldi Belgien und Niederlande.

## 3. Wie spricht man die Kunden aus dem Grenzland an?

Viele Unternehmen aus den Grenzregionen - vor allem aus Deutschland - haben das Potential erkannt. Regelmäßig und eigentlich wie im Inland präsentieren sie ihre Angebote in Belgien und den Niederlanden. Dabei muss man allerdings einiges beachten, denn ganz so einfach ist es nicht, die gleiche Werbung im Nachbarland zu machen. Französischsprachige Belgier sind der deutschen Sprache nicht mächtig, auch Niederländer wollen in ihrer Sprache angesprochen werden. Wenn also ein deutschsprachiges Prospekt in den anderen Sprachräumen verteilt wird, dann ist das nicht nur unhöflich, es wandert oft auch direkt in die Tonne (das gilt übriges auch für französisch- oder niederländischsprachige Prospekte in Deutschland). **Und das Internet funktioniert auch nicht richtig grenzüberschreitend**, zwar gibt es EU-Verordnungen, aber die funktionieren in der Praxis nur bedingt. Der Suchbegriff ist schon häufig ein Problem. Wenn der Deutsche in den Niederlanden einen Teppich sucht, dann sollte er beim Suchbegriff an Tapeten denken, „tapijt“ heißt nämlich Teppich. Auch mit der Zahlungsweise hapert es immer noch bei Bestellungen im Ausland und erst recht bei den Lieferkosten. Somit sollte man die Kunden da abholen, wo sie die Werbung erwarten - **Tageszeitung** (Leser über 40 Jahre, aber immer noch mehr als 60% davon), **Wochenblatt** (bekommt zwar fast jeder, liest aber nicht jeder und hat in Belgien und den Niederlanden keinen aktuellen redaktionellen Inhalt), **Radio** (Abdeckungen von ca. 18%), **Regionalfernsehen** (nur in den Provinzen Limburg ca. 15%). Prospekte sind ein Thema für sich, entweder sehr teuer oder aufgrund fehlender Verteiler sehr unzuverlässig zugeteilt, oder wie in Deutschland oder den Niederlanden mit 20 gestapelten Beilagen und mehr einfach zu unüberschaubar. **Und die jungen Leute** - Instagram, Facebook, Youtube - man kann es ja mal versuchen, aber fragen Sie doch einmal die 20-jährigen, da wird es wohl auf amazon, zalando und ebay hinauslaufen. Regional ist die Suche im Netz immer noch wie eine Nadel im Heuhaufen.



## 4. Kleine Feinheiten machen den Unterschied

Geschmäcker sind verschieden und in unseren Grenzregionen manchmal sehr verschieden. Die Lebensgewohnheiten sind ebenfalls unterschiedlich, oft werden andere Schwerpunkte gesetzt. Wer weiß denn schon, das in Belgien Steuern auf Pflegeprodukte erhoben werden, in den Niederlanden auf Elektroartikel oder in Deutschland auf Getränkedosen Pfand erhoben wird? In Belgien und den Niederlanden teilt man sich ein Zeitungsabo. In Holland hat fast jede Region einen eigenen Radiosender. In Deutschland hat man Umweltzonen eingerichtet, seit Aachen das macht, haben **zahlreiche belgische und niederländische Fahrzeuge eine grüne und deutsche Umweltplakette am Auto**. In Deutschland kann jeder 490,- € steuerfrei hinzu verdienen, in Belgien und in den Niederlanden gibt es das nicht. Arbeitslose und Rentner dürfen kleine Beträge nicht übersteigen, sonst wird es von Rente oder AL-Geld abgezogen. Und da in Belgien Schüler ganztags Unterricht haben, werden die meisten Drucksachen mit der Post verteilt, weil schlicht und ergreifend die Boten fehlen. Mindestlohnzahlungen gelten in allen drei Ländern und sind in Deutschland die Niedrigsten\*.

Als Fazit bleibt festzustellen, dass **eine Grenzregion wie die Euregio Maas-Rhein besondere Reize schafft**. Die Einkaufsmöglichkeiten und Preise innerhalb eines Landes unterscheiden sich kaum, **im Dreiländer-Vergleich unterscheiden sie sich teils erheblich**. Im Grenzraum profitiert man von deutlich größeren Produktpaletten, man kann den Einkauf zum Erlebnis machen und dazu noch so manches Schnäppchen ergattern. Ein Niederländer und Belgier kommt regelmäßig zum Einkauf nach Deutschland, denn er spart viel Geld. Ein Deutscher besucht das benachbarte Grenzland, um sich einen schönen Tag zu machen oder etwas Besonderes aus der Nachbarregion zu genießen. Deshalb sollte man diese potentielle Kundschaft mit den richtigen Medien und der richtigen Werbung ansprechen.

Wir helfen Ihnen dabei. **Seit über 50 Jahren machen wir nichts anderes.**

