

## **10 Tipps für interkulturelles Marketing**

---

Diese Checkliste mit folgenden zehn Regeln kann werbungstreibenden Unternehmen helfen, wenn sie den Dialog mit Zielgruppen suchen, die über einen ethnischen Hintergrund verfügen.

---

### **1. Individuelle Wertschätzung**

Machen Sie die kulturelle Eigenständigkeit der jeweiligen Zielgruppe in Ihren Mailings deutlich. Damit zeigen Sie, dass Sie die Individualität der Zielgruppe anerkennen, und drücken unaufdringlich Wertschätzung aus.

### **2. Anknüpfen an Gewohntes**

Setzen Sie eine zielgruppenspezifische Werbetonalität in Ihren Mailings ein. Die richtige Tonalität und die passende Art des Humors können ebenso wichtig sein wie das Nutzen von Testimonials, die in der interkulturellen Gemeinschaft bekannt sind.

### **3. Selbstverständlichkeit: Integration**

Stellen Sie die Integration der ethnischen Zielgruppen in die deutsche Gesellschaft keinesfalls infrage. Vermeiden Sie diesbezüglich kritische Themen. Verwechseln Sie aber Integration auch nicht mit "Gleichmacherei".

### **4. Werte kommunizieren**

Berücksichtigen Sie die starke soziale Werteorientierung der Zielgruppen mit ethnischem Familienhintergrund. Hier ist ein gutes Gespür nötig, um die entsprechenden Werte nicht klischeehaft zu überzeichnen, sie aber dennoch deutlich zu machen.

### **5. Lokale Tugenden einbringen**

Nutzen Sie für Ihre Kommunikation auch die Affinität vieler multikultureller Zielgruppensegmente zu typisch deutschen Tugenden wie Fleiß, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit oder Ordnung. Hierbei sind positive Imagetransfers auf das Unternehmen und seine Produkte möglich.

### **6. Produktqualität durch Marken unterstreichen**

Bei der werblichen Kommunikation mit den Migrantenzielgruppen kann es hilfreich sein, Aspekte wie hohe Markenqualität und Labels wie „Made in Germany“

hervorzuheben. Ethnische Zielgruppen verbinden damit häufig auch eine gute Produktqualität.

## **7. Keine Politik oder Religion**

Werbeinhalte sollten ohne politische Anspielungen oder religiöse Themen auskommen. Diese verfügen über zu viel kritisches Potenzial und lenken von den eigentlichen Botschaften des Marketings ab.

## **8. Gemeinsam stark**

Nutzen Sie Gruppeneffekte: Zufriedene Kunden mit ausländischem Familienhintergrund sind oft loyal und können für erhebliche Multiplikatorwirkung sorgen. Entsprechend konfektionierte Angebote können dies ebenso unterstützen wie entsprechende Testimonials.

## **9. Auf die Region optimieren**

Mailingaktionen sollten auch für ethnische Zielgruppen regionalstrategisch geplant und optimiert werden. Nur wenn Sie wissen, wo Ihre Zielgruppen wohnen und agieren, können Sie Ihre Kampagnen effizient durchführen.

## **10. Nachhaltigkeit**

Setzen Sie auch in der Kommunikation mit interkulturellen Zielgruppen auf Langfristigkeit im Dialog. Kontinuität in der Zielgruppenansprache wird auch im interkulturellen Marketing oft mit Kundentreue belohnt - vorausgesetzt, die Produkte halten auch ihr Leistungsversprechen.

---

**Quelle:** [www.direktplus.de](http://www.direktplus.de)  
**Copyright:** 2009 Deutsche Post AG

**Herausgeber:**  
Deutsche Post AG  
53250 Bonn

Telefon: +49 / (0) 228 / 18 20  
E-Mail: [info@deutschepost.de](mailto:info@deutschepost.de)

Handelsregister-Nr.: Registergericht Bonn HRB 6792  
USt-IdNr.: DE 169838187