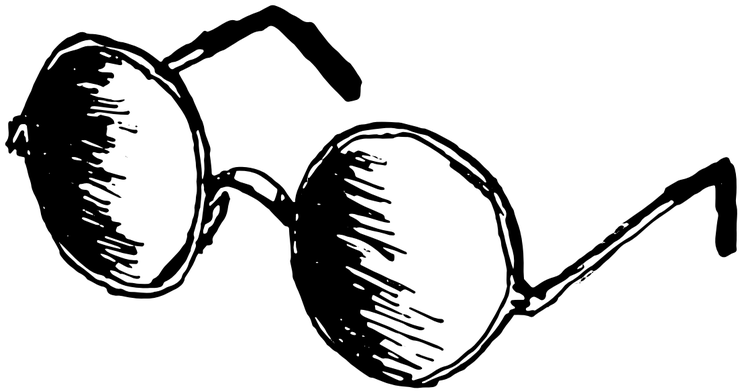
Karin Lubs & Lea Pelzer

Een nieuwe blik op Duitsers



Wie zijn wij?



Karin Lubs

Klantgerichte communicatieadviseur

www.klantopeen.nl



Lea Pelzer

Duitsland content & creator marketeer

www.leapelzer.com

Onderzoeken, analyses … kansen!

→ Extra aandacht voor de Duitse markt loont!



Reden 1: het zijn er heel veel

De naaste buren:

- Nordrhein-Westfalen: ruim 18 miljoen
- Niedersachsen: ruim 8 miljoen

Reden 2: seizoenopvulling

- vakantiekalender http://www.schulferien.org
- Feiertage, Brückentage, Kurzwochen, lange Wochenenden: www.kalender-365.eu
- extra kansen met arrangementen!

Reden 3: aangename gasten

- beleefd
- niet krenterig
- eerlijk met feedback
- trouw
- goede ambassadeurs

“Duitsers doen we er gewoon bij”

- speciale doelgroepenbenadering
- focussen op een aantal speerpunten
- leer ze een beetje kennen!

Zoek de verschillen!

Veel overeenkomsten, maar…

- verrassingen – ‘nein, danke!’
- veiligheidsgevoel: ‘alles unter Kontrolle’
- feedback is normaal
- belangstelling voor ‘Land und Leute’

Waarvan worden Duitsers blij?

- héél veel informatie
- goede service, kwaliteit en professionaliteit
- veiligheid en vertrouwdheid
- persoonlijke benadering
- Nederland en de Nederlanders

Nederlanders door Duitse ogen

- allemaal talenwonders
- vriendelijk
- relaxed - ‘locker’
- soms een beetje te ‘locker’
- ‘…so schön bunt!’

Karin Lubs & Lea Pelzer

Hartverwarmend van links naar rechts!



✅ Speerpunten: hiermee kun je scoren

- service
- professionaliteit
- aandacht
- … en een beetje Duits

Speerpunt 1: goede service



❌ De afknappers

- geen interesse – “Keine Ahnung” – nog even doorbellen, processen op plaats 1
- gemakzucht – “Daar kunnen we niet aan beginnen”
- lomp in plaats van ‘locker’, humor op het verkeerde moment.

De knuffelfactoren

- glimlach
- oogcontact
- herkenning
- op elke vraag een antwoord!
- interesse: Hatten Sie einen schönen Tag?

Speerpunt 2: professionaliteit voelt veilig

- e-mail- en telefooncontacten
- efficiency
- omgaan met feedback of klachten
- puppy-gedrag?

Speerpunt 3: knuffelfactor aandacht

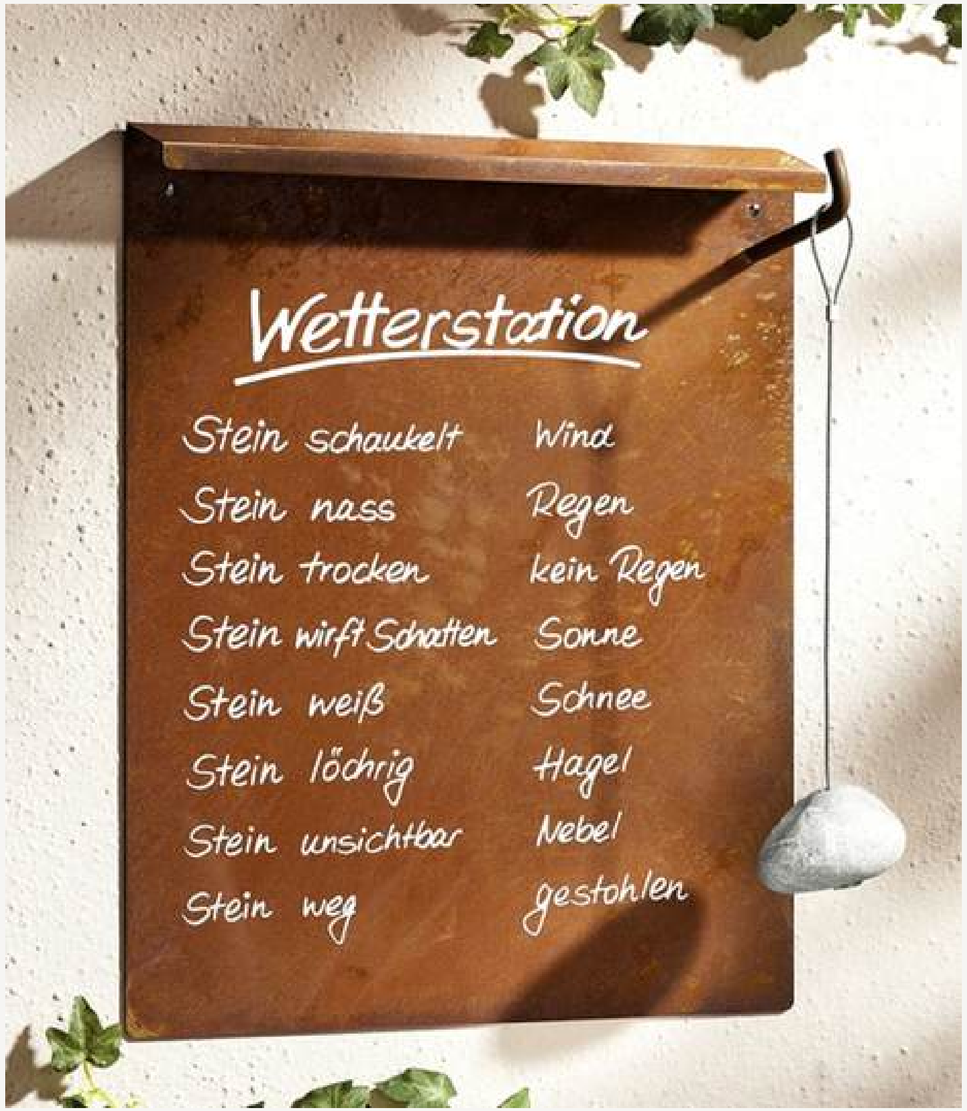
- gevoel van welkom
- herkennen
- persoonlijke betrokkenheid en tips
- maak eens een praatje…of zelfs een grapje!



Duitse humor 1

70 er jaren:

een beetje simpel...



Karin Lubs & Lea Pelzer

Duitse humor 2: afgegeken van NL



Karin Lubs & Lea Pelzer

Duitse humor 2025



Sprechen Sie Deutsch? Ein bisschen!

- website en e-mailcontacten
- receptie en telefoon
  bonuspunten:
- infobrochure, flyers, menukaart etc.
- animatie

Ga op zoek naar het wintersportgevoel!

- je spreekt altijd beter Duits dan zij Nederlands
- vergeet de vreselijke rijtjes
- ze vinden je accent charmant!
  “Sie können hier platzen?”
  Samen om lachen!



Slechte vertaaltools en de gevolgen

- … ob Sie nun einen Familiencamping oder den endgültigen Frieden suchen, bei uns sind Sie an der richtigen Adresse!
- In der Küche steht unser Operationsteam für Sie bereit!
- Goede opties: deepl.com en openai.com

De website - klopt de basis?

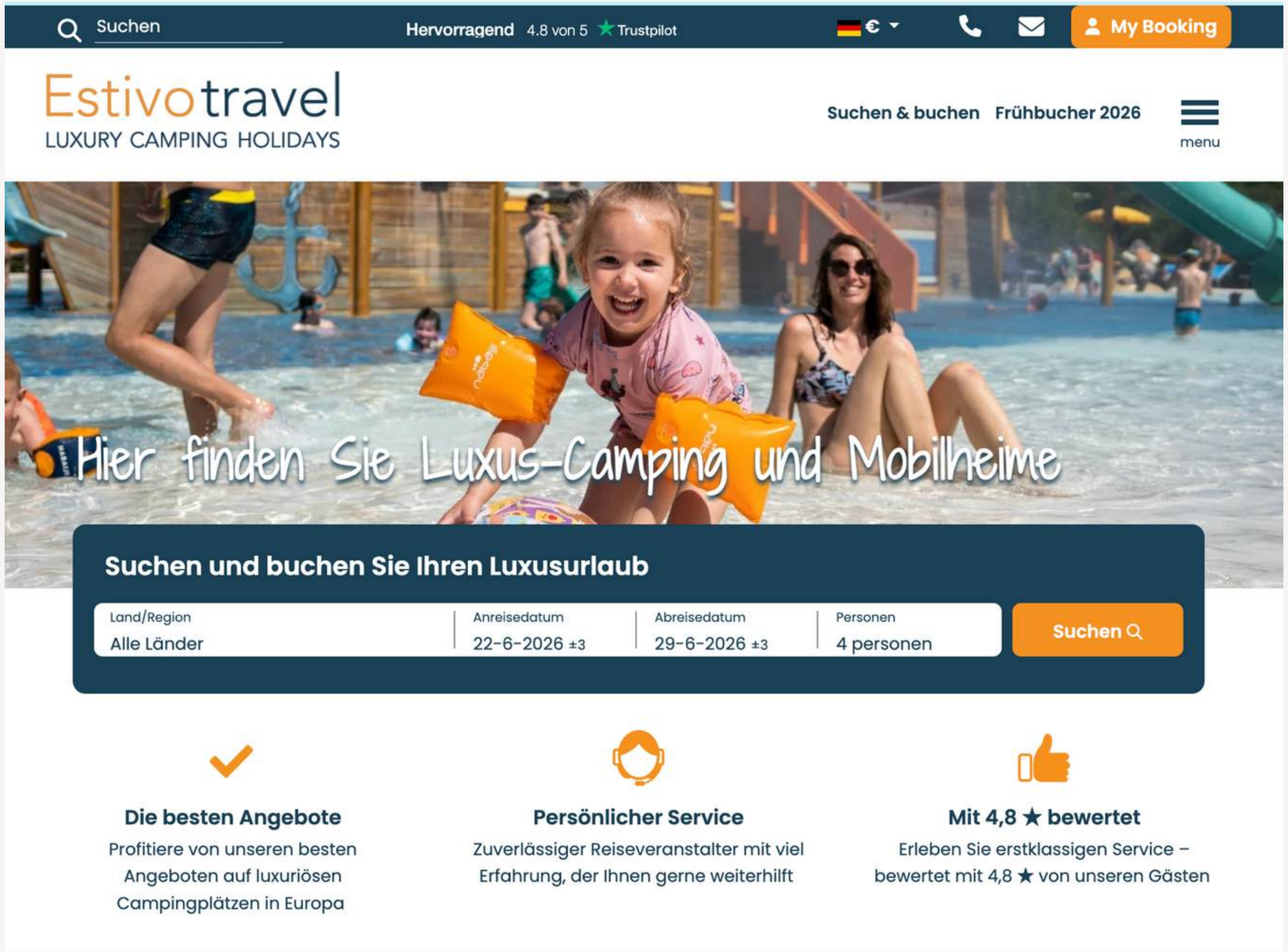
- veilig? SSL-certificaat?
- responsive?
- Duitse versie of landingspagina?
- informatie gaat voor beleving
- belangrijk: wat biedt de omgeving?

Maar hoe pas ik dat toe?

Goede Duitse landingspagina

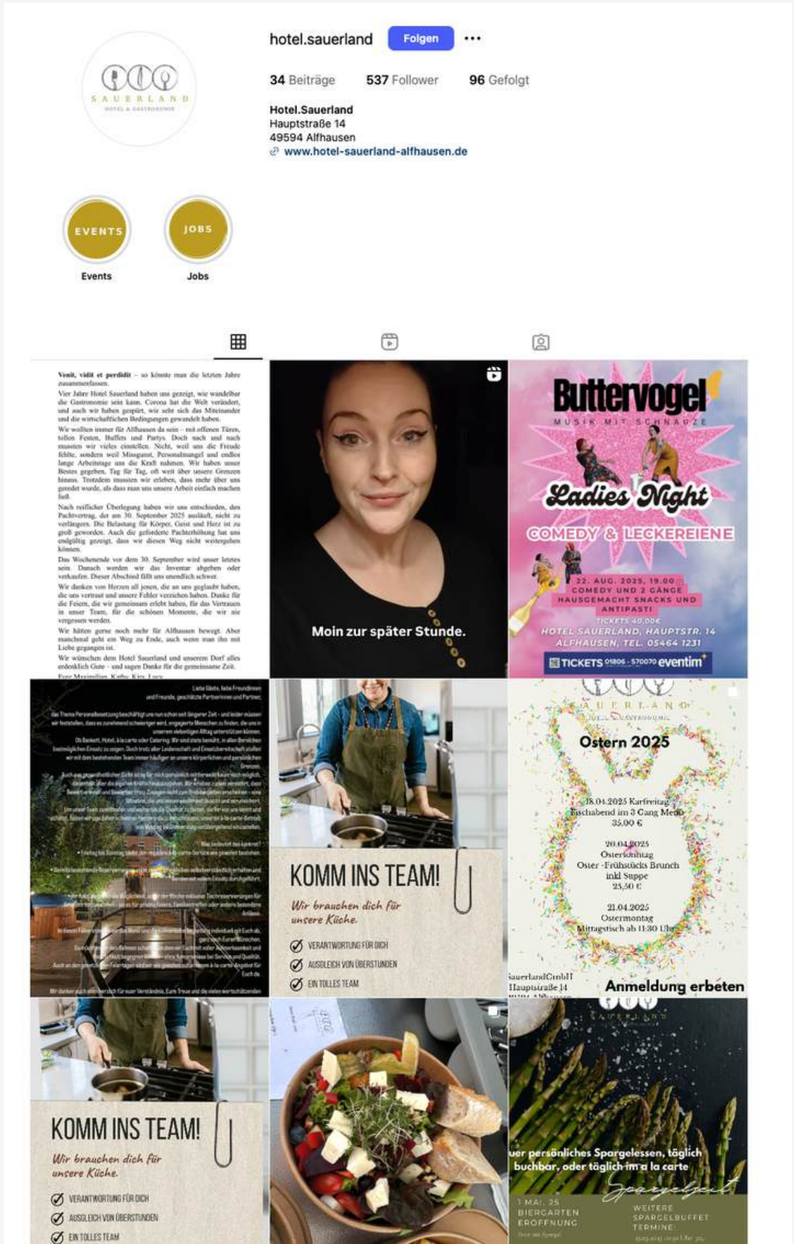
Karin Lubs & **Lea Pelzer**

- Duidelijke USP's
- Structuur
- Prijstransparantie
- Reviews
- Veel foto's
- Contact



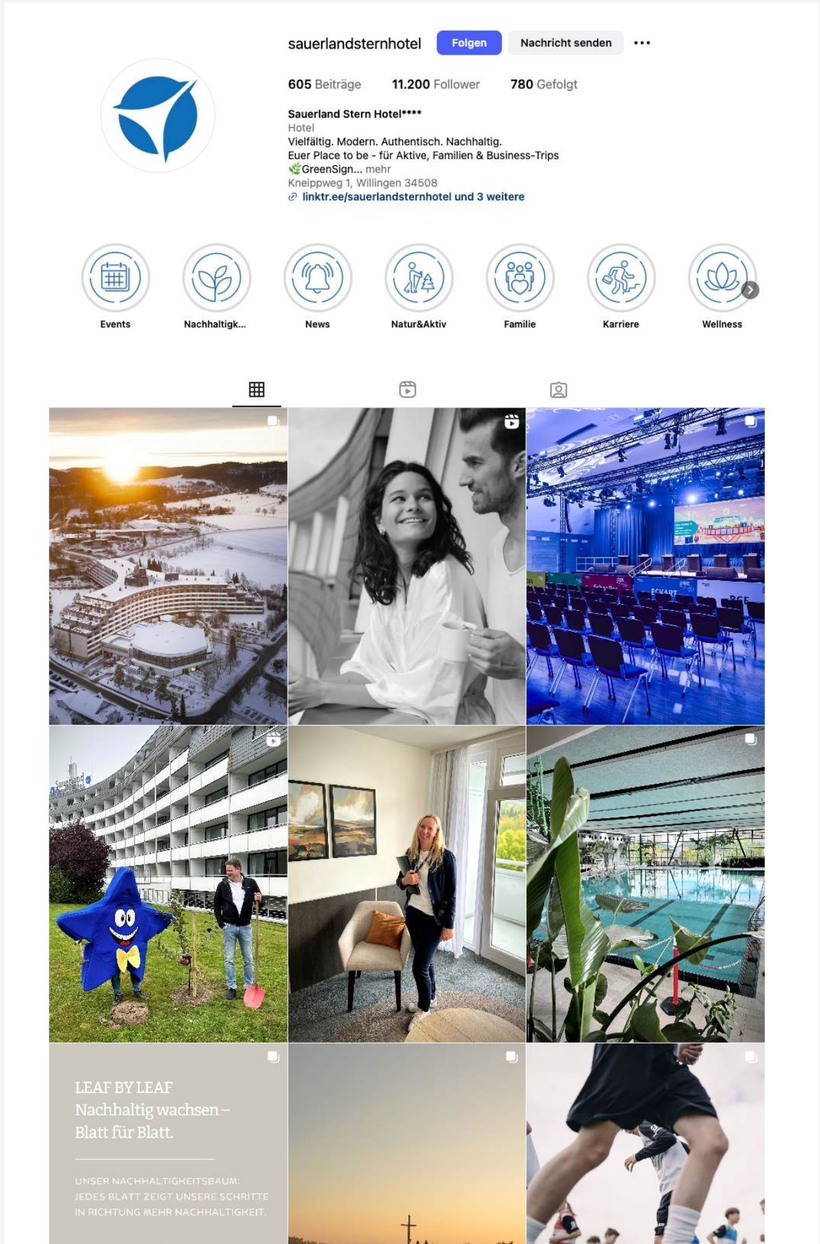
✕ DIT WERKT NIET

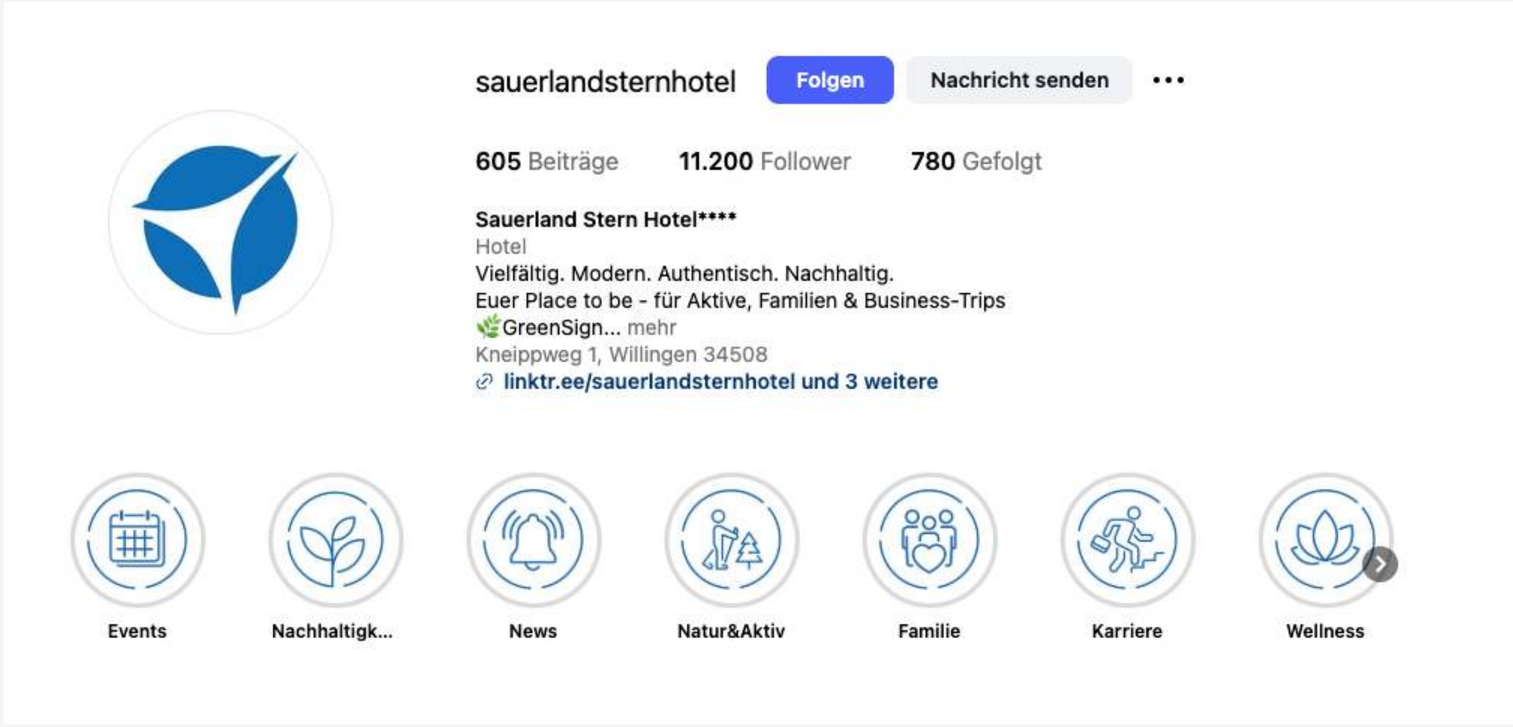
Karin Lubs & Lea Pelzer



- slechte bio
- amper highlights
- rommelige feed

✅ DIT WERKT





- **uitgebreide bio**
- **veel highlights**
- **goede feed**

Influencer marketing in Duitsland

- Wat werkt: herkenning, vertrouwen, context
- Anders dan in nederland
- Kosten: van €0 tot enkele duizend eu per samenwerking.
- Resultaat: bereik, boekingen, authentieke zichtbaarheid én inzichten
- Klein bedrijf? Micro-influencers werken vaak het beste!

Aanbevelingen na influencer campagne

1. LAAT DE BINNENKANT ZIEN

Duitse volgers willen precies weten wat aanwezig is in de accommodatie, maak uitgebreide content over uitrusting, comfort en voorzieningen.

2. HELP BIJ VOORBEREIDING

“Wat moeten we meenemen?” bleek een topvraag – speel hierop in met een visuele checklist of paklijst-Post.

3. TOON INDELING & CAPACITEIT

Video’s over hoe de ruimte is ingedeeld en hoeveel mensen erin kunnen slapen presteerden goed. Denk aan 360°-rondleidingen.

4. DEEL INSIDER-TIPS VOOR DE OMGEVING

Volgers klikten veel op tips voor kindvriendelijke uitjes, regenactiviteiten en verborgen parels in de buurt.

5. LAAT INFLUENCERS HUN VERHAAL VERTELLEN

Posts zoals “Top 5 dingen die je moet weten voor je verblijf” of “Onze favoriete ervaring” zorgen voor herkenning & vertrouwen.

Doe de checklist en ontdek verbeterkansen:

- ☐ Heb je een Duitse versie van je website of landingspagina?
- ☐ Is je klantenservice bereikbaar in het Duits (mail of telefoon)?
- ☐ Gebruik je social media content specifiek afgestemd op de Duitse doelgroep (taal + tone of voice)?
- ☐ Maak je gebruik van Duitse betaalmethoden (zoals Paypal, Sofort, Klarna, etc.)?
- ☐ Heb je reviews of testimonials van Duitse klanten?
- ☐ Is je content aangepast aan de Duitse verwachtingen (duidelijkheid, professionaliteit, vertrouwen)?
- ☐ Werk je met Duitse of Duitstalige influencers/creators?
- ☐ Zet je advertenties of campagnes in die specifiek op de Duitse markt gericht zijn?

Heb je VRAGEN?

