

Erfolgsfaktor Erfahrung: Internet in China

20.05.2010, 17:35 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *avenit AG*

Presseagentur: *Walter Visuelle PR GmbH*



Christian Seifert, Vorstandsvorsitzender der avenit AG

avenit AG ist mit Tochterunternehmen seit sechs Jahren in Shanghai aktiv und bietet dort technisches Know-how für Internet-Auftritte und Online-Marketing

Shanghai / Offenburg, 20.05.2010. Webdesign und Internetmarketing speziell für den chinesischen Markt gehören zu den Serviceangeboten der avenit Ltd. in Shanghai. Das Tochterunternehmen des süddeutschen Internet-Full-Service-Dienstleisters avenit AG, Offenburg, realisiert die chinesischen Webauftritte deutscher Unternehmen mit viel Know-how und Erfahrung vor Ort in Shanghai. Neben der technischen Umsetzung übernimmt avenit das Suchmaschinen-Marketing für die erfolgreiche Online-Präsenz ihrer Kunden. Wie aktuelle Studien im Umfeld der Asien-Pazifik-Konferenz zeigen, haben deutsche Unternehmen heute ein sehr großes Interesse am Handel mit China. Insbesondere die Inlandsnachfrage beflügelt demnach das Geschäft: Nach einer Studie der deutschen Auslandshandelskammern in China und der Beratungsgesellschaft Fiducia erwarten 95 Prozent der befragten Unternehmen einen Umsatz- und Gewinn-Anstieg in China 2010. Das Beratungshaus A.T. Kearney rät insbesondere dem deutschen Mittelstand zu Investitionen in China, um ihre Marktstellung langfristig zu sichern. Die avenit AG ist für die entsprechenden Web-Präsenzen und alle Fragen des

Internet-Handels Ansprechpartner vor Ort mit langjährigen Kontakten und Kenntnissen der behördlichen Auflagen.

avenit empfiehlt Unternehmen, die ihr Angebot für chinesische Zielgruppen aufbereiten wollen, den Internetauftritt gezielt auf die landesspezifischen Anforderungen abzustimmen. Neben einer chinesischen Sprachversion sind speziell die Ladezeiten und die zentrale Registrierung der Webseite in China Erfolgsfaktoren für eine gute Erreichbarkeit der Webseite. Aus diesem Grund übernimmt der Dienstleister auch das Hosting auf Servern in Shanghai. Hierfür wird für jede Webseite eine eigene Lizenznummer (ICP-Nummer) benötigt, die für den Betreiber der Webpage von avenit beantragt wird. Zahlreiche Kunden aus der Industrie und dem Veranstaltungs- und Messewesen vertrauen auf die Erfahrungen und Empfehlungen der avenit Ltd. bei der Umsetzung chinesischer Webauftritte. Ein Referenzprojekt ist die Internet-Präsenz des Deutschen Pavillons auf der gegenwärtigen EXPO in Shanghai (<http://www.expo2010-deutschland.de/erleben/deutscher-pavillon>), der von den Internet-Experten in den Sprachversionen Deutsch, Englisch und Chinesisch realisiert wurde.

„Optisch sind chinesische Webseiten in der Regel oft recht bunt und einfach gestaltet“, informiert Thomas Seifert, der 2004 das Office in Shanghai gründete. „Insgesamt haben die Internetauftritte hier einen kleineren Umfang, als wir es von typischen deutschen Corporate-Websites gewohnt sind. Speziell auch der Textanteil ist deutlich geringer.“ Nach Beobachtungen Seiferts ist auch das Nutzerverhalten der chinesischen Bevölkerung ein anderes. So werde das Internet weniger formell genutzt. Über Plattformen wie Skype, MSN und Facebook würden vor allem soziale Kontakte sehr stark gepflegt. Chinesen kommunizierten hierüber mit ihren Kunden und Lieferanten ebenso wie mit Freunden im privaten Bereich. Während deutsche Unternehmen vielfach bereits Anbindungen an Warenwirtschaft- und ERP-Systeme realisiert haben, habe sich dies in China noch nicht durchgesetzt.

Die avenit Ltd. arbeitet in Shanghai häufig mit Kommunikations- und Online-Agenturen zusammen und ist für diese technischer Umsetzungspartner. Für eine erfolgreiche Wahrnehmung der Internet-Auftritte übernimmt das Unternehmen zudem das lokale Suchmaschinen-Marketing. Auch hier lassen sich die Erfahrungen aus dem deutschen Markt nicht eins zu eins auf China übertragen, wissen die Experten. So ist beispielsweise der größte Player im chinesischen Markt nicht etwa Google, sondern der dortige Anbieter baidu. Wichtigster Tipp für das Online-Marketing von avenit an Unternehmen: mit einer Keyword-Analyse starten und ein ausreichendes Budget für ein gezieltes Keyword-Buying einplanen.

Vielfach stellt das Management-Team von avenit noch Unsicherheit bei deutschen Unternehmen in Bezug auf chinesische Webpräsenzen fest: Themen wie die Internet-Zensur in China sowie die Regulatorien für den Handel sind für die Entscheider wenig transparent. Hier zahlt sich die langjährige Präsenz des Dienstleisters in Shanghai aus, der sowohl eine zuverlässige Beratung als auch die benötigten Serviceleistungen bietet. „Die avenit Ltd. ist seit sechs Jahren sehr erfolgreich für unsere Kunden in Shanghai aktiv und hat sich sehr dynamisch entwickelt. Wer in eine chinesische Webseite investieren will, benötigt keine sprachliche Übersetzung des Internetauftritts, sondern eine angepasste Version, die alle technischen Anforderungen berücksichtigt. Dies lässt sich nur mit einem Partner umsetzen, der entsprechende Erfahrungen im chinesischen Markt sowie mit den behördlichen Auflagen hat und vor Ort tätig ist“, betont Christian Seifert, Vorstandsvorsitzender der Offenburger avenit AG.

Portrait

Die avenit AG gehört zu den führenden eBusiness-Lösungsanbietern im Südwesten Deutschlands. Seit der Gründung des Unternehmens durch Christian Seifert im Jahr 1995 expandiert das Unternehmen kontinuierlich. Aktuell sind mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an Standorten in Europa und Asien bei avenit beschäftigt. Schwerpunkt des Dienstleistungsportfolios sind Internet-Services sowie Software-Entwicklung. Website-Konzepte von avenit beleuchten

die eBusiness-Potenziale und Geschäftsziele eines Unternehmens. Bei der Umsetzung werden die Geschäftsdaten optimal vernetzt, um Kunden zu gewinnen, Kosten zu sparen und den Umsatz zu steigern. Die Funktionalitäten eines Webauftritts reichen von ERP-gestützten E-Commerce-Lösungen bis hin zu komplexen Intranets und großen Kundenportalen. Zudem bietet avenit Marketing-Dienstleistungen rund um die Webseite, wie beispielsweise Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und Suchmaschinen-Marketing (SEM). Über 400 Kunden der unterschiedlichsten Branchen stehen auf der Referenzliste. Dazu zählen namhafte Unternehmen aus Handel, Industrie und Tourismus wie Bertelsmann, Bosch-Siemens, Messe Hannover, Schneider electric, Swarovski, Meiko und viele mehr. Das Tochterunternehmen avenit Ltd. in Shanghai bietet Web-Lösungen sowie SEO und SEM für den chinesischen Markt.

News-ID: 430767 • Views: 955 (Stand: 07.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/430767/Erfolgsfaktor-Erfahrung-Internet-in-China.html>