



**Hochwertige Kunststoffbearbeitung: Innovativ und führend bei der präzisen Bearbeitung von High-Performance-Plastics zu einem schönen Endprodukt. Genau das macht BKB Precision : Herausfordernde Produkte herstellen, die seine Abnehmer brauchen. Dank des hochmodernen Maschinenparks ist dies auch rund um die Uhr möglich. Vom Hauptsitz und der Fabrik in der Brainport-Region aus wird der internationale Markt bedient.**

**Seit einigen Jahren ist das Unternehmen auch auf dem deutschen Markt aktiv, und diese Anstrengungen beginnen sich auszuzahlen. Hierbei ist das Internet die neue globale Messe. Dies ist demzufolge der Ort, an dem sich die neue Generation an Einkäufern und Ingenieuren orientiert. „Wir befinden uns jetzt in einer spannenden Phase; wir haben viel investiert. Die Teile fügen sich langsam zusammen, und das bietet schöne Zukunftsperspektiven. Ob sich unsere Business Development-Aktivitäten auszahlen? Die ersten Signale sind positiv“, so Mannes Westhuis, Managing Director.**

### **Was habt ihr unternommen, um den deutschen Markt zu erobern?**

„Um im deutschen Markt Fuß zu fassen, haben wir uns voll auf den Aufbau eines Netzwerks konzentriert. Dabei gehen wir systematisch vor. Ein starker Aspekt bei unseren Kontakten mit deutschen Abnehmern ist, dass wir sie mit unserer Kreativität noch wirklich überraschen können.“

Die High-Tech-Industrie ist anspruchsvoll. In den Niederlanden wird z.B. davon ausgegangen, dass einem High-Tech im Blut steckt; man geht automatisch davon aus, dass man mitdenkt. Innovationskraft und Zusammenarbeit in der High-Tech-Branche gehen hier Hand in Hand. In Deutschland ist das noch anders. Dort muss man den Markt, der sehr nach innen ausgerichtet ist, echt erobern, und das ist für ein mittelständisches Unternehmen wie BKB eine Herausforderung.

Deutschland bleibt für uns jedoch ein großer Markt mit viel Potenzial, und wir merken, dass Unternehmen dem Kauf außerhalb der Landesgrenzen viel offener gegenüber stehen. Hier ist es besonders wichtig, sein Können zu zeigen. Wir machen unsere Qualitäten und Möglichkeiten oft greifbar, indem wir Proben der gewünschten Produkte herstellen. Hiermit können wir beweisen, dass wir mit unseren Bearbeitungsmöglichkeiten und unserem Ansatz eine innovative Rolle einnehmen und tatsächlich die gewünschte Qualität liefern.

Darauf sind wir natürlich stolz, und dank unserer Kenntnisse und Fähigkeiten bezüglich komplexer Fragen knüpfen wir neue Geschäftsfreundschaften. Mit uns kann man wirklich über Kunststoffe und deren Machbarkeit reden, und das schätzt man.“



### **Welche Vorteile bietet euch der deutsche Markt?**

Westhuis: „Nicht jeden potentiellen Kunden kann man als neuen Festkunden begrüßen, wie gut unsere Produkte auch sein mögen. Das hängt von vielen Faktoren ab. In unserer Strategie versuchen wir, unsere USPs deutlich hervorzuheben und diese dem deutschen Markt und den Bedürfnissen unserer Abnehmer anzupassen. Hierfür setzen wir Spezialisten mit umfangreichen Kenntnissen über die verschiedenen Aspekte der deutschen Geschäftswelt ein. Dank dieser Zusammenarbeit sind wir nahe am Markt und können schnell reagieren.“

Und das sorgt wiederum dafür, dass wir im deutschen Markt auffallen. Das bietet uns neue Geschäftsbeziehungen, die uns herausfordern, wodurch wir unsere Marktposition ausbauen können.“

### **Welche Vorteile bietet euch das Online-Unternehmertum in Deutschland?**

„Deutschland ist von Ursprung her ein Messeland. Es ist wichtig, die Messen sorgfältig auszuwählen. Deutschland ist jedoch auch ein großes Land, und wenn man jeden potentiellen Kunden besuchen möchte, ist das ziemlich anstrengend. Deshalb verfolgen wir die digitale Entwicklung sehr aufmerksam. [Internet ist die neue globale Messe](#) und demzufolge der Ort, an dem sich die neue Generation an Einkäufern und Ingenieuren orientiert. Dieser Kanal ist für uns also sehr wichtig, da wir unsere Qualitäten auf diese Weise sehr gezielt hervorheben können. Das bietet uns auch eine viel größere Reichweite, als wenn wir tatsächlich durch ganz Deutschland fahren würden“, so Mannes Westhuis.

### **Woher kommt der größte Teil des Besucherverkehrs?**

„Die Frage ist nicht so sehr, woher die meisten Besucher kommen, sondern welche Frage und/oder welches Problem sie haben, das sie dazu führt, auf dem Internet nach einer Antwort zu suchen. Unser Content Marketing zielt darauf ab, innerhalb der wenigen verfügbaren Sekunden unsere Kompetenz zu zeigen und erkennbar zu machen. Und den deutschen Abnehmern ist besonders wichtig, dass das auf der Website vermittelte Bild mit der Realität übereinstimmt. What you see is what you get!“

Wir benutzen soziale Netzwerke wie LinkedIn und Twitter, sind jedoch auch aktiv auf Xing; letzterer Kanal richtet sich vor allem an den deutschen Markt. Die meisten Online-Leads werden jedoch noch immer über unsere Website generiert. Diese ist komplett auf Deutsch verfügbar und [SEO proof](#) optimiert. Wir versorgen unsere Kunden zudem mit gezielten Informationen und verfügen über einen optimal eingerichteten Kundenservice.“

### **Was sind eure (online) Ambitionen für 2018?**

Westhuis: „In 2018 möchten wir den Erfolg unserer aktuellen Aktivitäten fortsetzen und für eine gute Basis für unseren Erfolg in 2019 sorgen. Bei Online Marketing darf man sich nämlich zurücklehnen und muss man stets vorausschauen. Im Markt gibt es noch immer viele Herausforderungen, wir sehen der Zukunft also voll Vertrauen entgegen.“

Dieser Artikel wurde in Zusammenarbeit mit [Dexport](#) geschrieben.