

Interlingua: Die Zukunft gehört Multilanguage Marketing!

Sprache als Voraussetzung für Online-Handel ohne Grenzen

Ludwig Wittgensteins Feststellung „Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt“ gilt auch für viele Online-KäuferInnen. Aktuelle Studien zeigen deutlich: Multilanguage Marketing gehört zu den wesentlichen Voraussetzungen grenzenlos erfolgreichen Online-Handels.

(Wien, 24. Februar 2010) – Immerhin jeder dritte Österreicher hat 2008 laut Eurobarometer-Studie online eingekauft, womit Österreich allerdings deutlich hinter anderen EU Staaten liegt. Im EU-Durchschnitt wuchs der Online-Handel 2008 um beachtliche sechs Prozent. Die Studie zeigt jedoch auch eine deutliche geografische Segmentierung, bedingt vor allem durch weit verbreitetes Misstrauen gegenüber Händlern aus anderen EU-Staaten. Denn obwohl ein Drittel der Befragten angab, prinzipiell Waren aus anderen Ländern einkaufen zu wollen, taten dies 2008 nur sieben Prozent. Das bedeutet eine Beinahe-Stagnation im internationalen Online-Handel gegenüber 2006 (sechs Prozent).

Um diesem Trend entgegenzuwirken, sollten Online-Händler verstärkt auf vertrauensbildende Maßnahmen setzen. Dazu gehört auch, den KonsumentInnen ihre Unsicherheit so weit wie möglich zu nehmen; Verständnisprobleme gleich gar nicht erst entstehen zu lassen, ist eine wesentliche Grundlage dafür. „Moderne Transport- und Kommunikationsmittel haben die Welt zwar näher zusammenrücken lassen – Inbegriff und Symbol dieser Entwicklung ist das Internet. Doch noch immer bilden Sprachbarrieren unsichtbare Grenzen, die einen maßgeblichen Einfluss auf Kaufentscheidungen haben, auch im Web. Vor diesem Hintergrund werden Übersetzung und Lokalisierung – also die Berücksichtigung formaler und kultureller Besonderheiten der Zielsprache – zu zentralen Mitteln, um Konsumenten zu erreichen, zu überzeugen und langfristig zu binden“, betont Mag. Sabine Kern, Geschäftsführerin Interlingua Language Services.

Eine Studie des unabhängigen Meinungsforschungsinstituts Common Sense Advisory aus dem Jahr 2006 zeigt diese unsichtbaren Grenzen auf und belegt, wie groß der Einfluss von Sprache auf das Kaufverhalten ist. So gaben 52 Prozent der 2.400 befragten Online-KäuferInnen aus acht Staaten an, nur auf Websites zu kaufen, die in ihrer Muttersprache

verfasst sind – in Japan und Frankreich lag dieser Wert sogar bei über 60 Prozent. Angesichts der zunehmenden Verbreitung von Online-Shops und der scheinbar (geografisch) unbegrenzten Möglichkeiten, die sie eröffnen, überaus brisante Zahlen. Interessant für Unternehmen, die dennoch vor den Kosten zurückschrecken: 64 Prozent der StudienteilnehmerInnen gaben an, bereit zu sein, mehr für ein Produkt zu zahlen, wenn die Informationen dazu für sie verständlich sind. „Die eigene Sprache gibt den Menschen ein Gefühl der Sicherheit. Probleme mit sprachlichen Ambiguitäten und kulturell bedingte Missverständnisse können durch professionelle Übersetzung und Lokalisierung minimiert werden. Aus der Studie geht übrigens auch klar hervor, dass diese Art der Sicherheit umso entscheidender ist, je teurer Anschaffungen oder langfristiger Investitionen sind“, analysiert die Expertin.

Diese Ergebnisse zeigen deutlich, dass Übersetzung und Lokalisierung wichtige Bestandteile eines überzeugenden, Sprachgrenzen überschreitenden Unternehmensauftritts und Marketings sind. Und das gilt selbstverständlich nicht nur für den Auftritt im Web.

Interlingua Language Services

Die 1977 gegründete Interlingua Language Services-ILS GmbH wurde bereits 2006 als erster österreichischer Sprachdienstleister nach der ÖNORM EN 15038 zertifiziert und deckt mit weltweit 35 MitarbeiterInnen und 350 Freelancern das gesamte Spektrum hochqualitativer Übersetzungen ab. Akademisch ausgebildete und geprüfte muttersprachliche ÜbersetzerInnen sowie die sechs Kompetenzzentren – Interlingua Tec, Interlingua Law & Insurance, Interlingua Finance, Interlingua Advertising, Interlingua Tourism und Interlingua Science (Pharmazie, Biologie und Medizin) – garantieren linguistisches und fachliches Know-how in über 60 Sprachen. Pro Jahr werden etwa zwölf Millionen Wörter mit einer Fehlerquote von nur 0,001 Prozent übersetzt. Mit 3.000 Aufträgen und der Übersetzung von insgesamt 25.000 Dokumenten pro Arbeitsjahr gehört Interlingua zu den Marktführern in Österreich. Details unter www.interlingua.at.