

Chinesen mögen es bunt

(seb-) Wer in Asien expandieren will, braucht die passende Internet-Site. „Viele Firmen machen dabei den Fehler, einfach eine englische oder chinesische Übersetzung ihrer Site zu machen“, sagt dbc-Geschäftsführer Holger Lüke. Sein Unternehmen berät Firmen unter anderem bei der Gestaltung internationaler Internet-Angebote. Seine Erfahrung: „Häufig werden die ausländischen Internet-Angebote nicht gefunden, weil sie nicht in den örtlichen Suchmaschinen eingetragen sind. Nicht überall auf der Welt ist Google so stark wie bei uns.“

Auch die Geschmäcker sind unterschiedlich: Während amerikanische Kunden großen Wert auf Funktionalität setzen, mögen es asiatische Kunden verspielter.

„Hier kann man auch gerne eine Animation einbauen und bei der Farbwahl deutlich mutiger sein“, sein dbc-Mitarbeiter Alexander Brouwer.

Auch die Pflege einer fremdsprachlichen Internet-Site kann schwierig werden, wenn man die Sprache nicht selbst beherrscht: „Wer sagt ihnen, dass die Übersetzung stimmt und Sie nicht vielleicht Produktnamen benutzen, die in dem fremden Land eine völlig andere Bedeutung haben?“, fragt Brouwer. dbc programmiert und pflegt ausländische Seiten für große Mittelständlicher und Großunternehmen: „Wir sind mit unseren Kunden gewachsen und arbeiten inzwischen mit örtlichen Partnern zusammen“, sagt Chef Holger Lüke.