

Informationen spielen bei der Reiseplanung eine zentrale Rolle und beeinflussen die Reiseentscheidung für eine Destination bzw. eine bestimmte Reiseleistung. Neben inländischen Gästen nutzt verstärkt auch die ausgabefreudige und monetär besonders attraktive Gästegruppe der internationalen Gäste das Internet zur Inspiration und Informationsbeschaffung. Neben klassischen Reise- und Buchungsportalen werden auch Websites von Tourismusorganisationen, Hotels, Restaurants bzw. Freizeiteinrichtungen besucht. Die Recherche findet in der Regel im Heimatland und bevorzugt in der eigenen Landessprache statt.

Nachfolgend werden 6 Argumente aufgeführt, die für eine mehrsprachige (mindestens aber eine englischsprachige) Website sprechen, die die Wettbewerbsfähigkeit steigern kann.

1. Sprachen der Weltbevölkerung

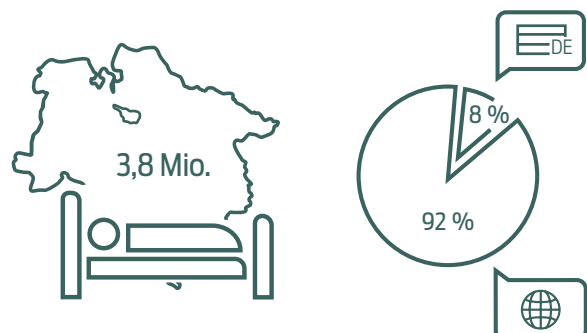
Bei einer Weltbevölkerung von etwa acht Milliarden Menschen, spielt die deutsche Sprache eine eher untergeordnete Rolle. Ungefähr 160 Millionen Menschen sprechen Deutsch als Mutter- oder Zweitsprache. Englisch wird dagegen von knapp 1,5 Milliarden Menschen als Mutter- oder Zweitsprache gesprochen. Dies entspricht einem Anteil von 18,8 Prozent an der Weltbevölkerung. Mit englischsprachigen Inhalten können daher potenziell deutlich mehr Menschen erreicht werden als mit deutschsprachigen.



2. Potenzial bei internationalen Übernachtungen

Das Reiseland Niedersachsen hat bei deutschsprachigen, aber vor allem bei Gästen aus dem nicht deutschsprachigen Ausland ein großes Potenzial für mehr Übernachtungen, das noch nicht ausgeschöpft ist.

2023 wurden in Niedersachsen knapp 3,8 Millionen Übernachtungen von ausländischen Gästen verzeichnet (in Deutschland waren es insgesamt 80,9 Millionen Übernachtungen). 92 Prozent davon (deutschlandweit 86 Prozent) stammen aus Quellmärkten, in denen nicht deutsch gesprochen wird.



3. Globalisierung / Zuwanderung von Fachkräften

Anteil von in Deutschland lebenden und arbeitenden Menschen aus dem fremdsprachigen Ausland wächst und wird zukünftig aufgrund des Arbeitskräftemangels weiter zunehmen. Deutsch-Grundkenntnisse sind vorhanden, doch bleibt Deutsch für diese Menschen eine Fremdsprache. Sie fühlen sich mit der eigenen Muttersprache oder Englisch wohler und sicherer und nutzen beides bevorzugt.



4. Höhere Sichtbarkeit und Reichweite

Dass Sichtbarkeit im Internet ein Erfolgsfaktor im Marketing ist, ist hinreichend bekannt. Wer besucht werden will, muss auch gefunden werden können. Im internationalen Kontext ist Online-Sichtbarkeit besonders wichtig, denn internationale Gäste nutzen das Internet oft noch häufiger als Gäste aus dem deutschsprachigen Raum. Eine zusätzlich suchmaschinenoptimierte Webseite kann außerdem dazu beitragen, den Rang und die Sichtbarkeit der eigenen Internetpräsenz auch bei fremdsprachigen Suchergebnislisten zu verbessern. Dies wiederum erhöht die Reichweite und die Wahrscheinlichkeit, eine Buchung und somit Umsatz zu generieren.



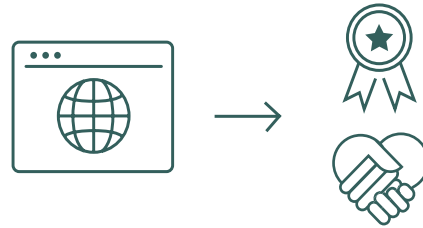
5. Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit

Auch wenn in der Destination oder im Betrieb selbst Englisch oder weitere Fremdsprachen gesprochen werden, benötigen potenzielle internationale Gäste fremdsprachige Informationen vor dem eigentlichen Aufenthalt. Gästen kann die Reiseentscheidung für eine bestimmte Leistung immens erleichtert werden, wenn auf der Website zielgerichtet aufbereitete fremdsprachige Informationen bereitgestellt werden. Sind diese nicht vorhanden bzw. unverständlich, wird oft bei der Konkurrenz gebucht.



6. Stärkung des positiven Images

Eine fremdsprachige Website mit einer guten Übersetzung wirkt professionell und weltoffen und signalisiert internationalen Gästen, dass sie willkommen sind. Vertrauen und Glaubwürdigkeit spielen vor allem bei nicht deutschsprachigen Gästen eine nicht zu unterschätzende Rolle.



Weiterführende Informationen

3 Hilfestellungen für die Gestaltung einer fremdsprachigen Website, finden Sie online durch Scannen (mit dem Smartphone) bzw. Anklicken (PDF-Version) des nebenstehenden QR-Codes.



Weitere Informationen zum Umgang mit internationalen Gästen sowie zur internationalen Marktbearbeitung bei der TMN finden Sie hier: nds.tourismusnetzwerk.info/auslandsmarketing.