

Hörtext

Neue Medien und Marketing

Eine außerordentliche Bedeutung erhalten interkulturelle Aspekte mit der zunehmenden Nutzung der neuen Medien für das Marketing. Die neuen interaktiven Medien können insbesondere auf Grund ihres multisensorischen Potentials in nahezu idealer Weise zur Verbesserung der bisherigen Praxis beitragen, das heißt, sie ermöglichen die Verwendung von gesprochener und geschriebener Sprache, von Bildern, Filmen, Skizzen, Zeichnungen, Musik usw., wirken also gleichzeitig auf mehrere Sinne ein. Fehlende Grundkenntnisse der interkulturellen Wirtschaftskommunikation bzw. des interkulturellen Marketings sind aber der Grund dafür, dass dieser Aspekt bei der digitalen Präsentation der Unternehmen insbesondere bei dem wichtigsten modernen Marketinginstrument, der Websitegestaltung, fast durchweg vernachlässigt oder überhaupt nicht ins Auge gefasst wird. Dies widerspricht der Zielsetzung der meisten Websites, an der weltweiten Kommunikation teilzunehmen und globales Marketing zu betreiben. Man müsste annehmen, dass ein entsprechendes Problembewusstsein insbesondere bei internationalen Unternehmen vorhanden sein müsste, das heißt bei Firmen, die ihre Dienstleistungen und Produkte in mehreren Ländern vertreiben. Von der Struktur her sind dies nicht nur Großbetriebe, sondern auch mittelständische Unternehmen. Doch die meisten dieser Firmen handeln regional oder national, nicht international. Deutsche Internetsites offerieren nicht einmal eine Übersetzung für ihre wichtigsten Handelspartner, amerikanische operieren mit Telefonnummern, die im Ausland nicht gelten usw.