



Onlineshops übersetzen leicht gemacht: Der Guide für Ihren internationalen Webshop

Mit Checkliste





Sie möchten mit Ihrem Onlineshop in neuen Märkten durchstarten und weltweit Kund*innen gewinnen? Mit einer professionellen Lokalisierung klappt das Ganze. Was Sie dazu brauchen, ist ein solides Konzept. Und Supertext hilft Ihnen, Ihres zu finden – egal, ob Sie Mode, Technologie, Convenience-, Lifestyle-Produkte oder ganz was anderes international verkaufen möchten.

Erfahren Sie, wie Sie lokales Denken für globalen Erfolg nutzen und mit welchen Schritten Sie Ihren Shop sprachlich für jeden neuen Markt bereit machen. Schritt 1: Weiterlesen.



Inhalt

1. Wozu das Ganze?

5 Gründe, Ihren Onlineshop zu übersetzen | 4

2. Wie funktioniert's?

Die komplette Anleitung: In 10 Schritten zum übersetzten Webshop | 6

3. Wie wird es effektiv und kostengünstig?

4 Bereiche mit Sparpotenzial beim Lokalisieren | 17

4. Wer hats schon gemacht?

Erfolgsgstorys | 20

5. Direkt loslegen

Checkliste «Webshop übersetzen» | 22



5 Gründe, Ihren Online- shop zu übersetzen

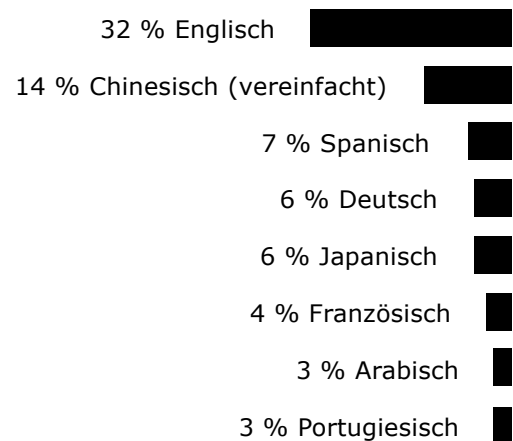
2020 stieg der weltweite Umsatz im E-Commerce um mehr als 27 %. Die erste Berührung mit einer Marke oder einem Unternehmen erfolgt in der Regel über deren Website. Und bei einem reinen Webshop ist das nicht nur der erste, sondern auch der einzige Eindruck, den Sie hinterlassen können. Im Onlinegeschäft spielt darum neben den Produkten vor allem die User Experience eine entscheidende Rolle.

Ein Webshop in der Muttersprache wird für User*innen zu einem echten Erlebnis – für das diese wiederum bereit sind, tiefer in die Tasche zu greifen. Je mehr Sprachen Sie anbieten, desto grössere Chancen hat Ihr Shop auf Erfolg. Und das aus mehreren Gründen – hier kommen die fünf schlagkräftigsten.

Sie gewinnen Kundinnen

Laut der internationalen Studie „Can't read won't buy“ sind 40 % der User nicht bereit, etwas in einem fremdsprachigen Webshop zu kaufen. 72 % geben an, dass sie ein Produkt eher kaufen würden, wenn die Informationen darüber in ihrer eigenen Sprache zur Verfügung stehen. Machen Sie also aus Usern Kunden, indem Sie sie dort abholen, wo sie sich wohlfühlen: zu Hause.

Auf Deutsch erreichen Sie 6 % der weltweiten Kaufkraft. Mit nur sieben weiteren Sprachen sind es hingegen schon ganze 75 % aller globalen Käufer*innen. Die wichtigsten Sprachen für Ihr Shop-Wachstum:



Top-8-Sprachen nach BIP

Quelle: CSA Research

Sie erhöhen den Warenkorbwert

Produkte in einem Webshop zu kaufen, den man nicht vollständig versteht oder der einem fremd erscheint, fühlt sich riskant an – insbesondere dann, wenn es um teure Anschaffungen geht. Bei solchen Entscheidungen kann der sogenannte Social Proof (deutsch: sozialer Nachweis) das Zünglein an der Waage sein: zum Beispiel eine Produktbewertung. Diese Informationen dienen als Beweis für die Qualität und die Erfahrung beim Verwenden. Sie sind dann besonders

1. Wozu das Ganze?
2. Wie funktioniert?
3. Wie wird es effektiv und günstig?
4. Wer hat's schon gemacht?
5. Direkt loslegen



vertrauenswürdig, wenn sie von echten Menschen erstellt wurden, mit denen der Kunde sich identifizieren kann. Und das geht am besten über die eigene Sprache.

Sie müssen sich nicht auf Rabattschlachten einlassen

Laut der genannten Studie sind 54 % der User bereit, mehr für ein Produkt zu zahlen, wenn sie die Informationen darüber in ihrer eigenen Sprache bekommen. Mit der Lokalisierung verschaffen Sie sich also einen klaren Wettbewerbsvorteil, der auch dann noch zählt, wenn Ihre Preise etwas über denen der Konkurrenz liegen.

Sie schaffen Vertrauen

Wenn Sie Ihren Webshop lokalisieren, senden Sie ein klares Signal aus: Erstens führen Sie Ihr Business professionell und zweitens wissen Sie, was im Zielmarkt vor sich geht und können den Kunden so die richtigen Produkte anbieten. Das fördert die Vertrauenswürdigkeit – eine entscheidende Zutat für den Erfolg im Onlinehandel.

Sie bauen eine nachhaltige Verbindung zur Kundschaft auf

Menschen sind soziale Wesen. Sie wollen von Menschen kaufen, nicht von Robotern. Denken Sie an sich selbst auf einem Markt: Ist nicht gerade das nette Verkaufspersonal an den Ständen Teil des Einkaufserlebnisses? Ähnlich verhält es sich im Internet: Ein Webshop, der offensichtlich von einer Maschine übersetzt wurde und sich hölzern anhört, erreicht niemanden emotional.

Für eine längerfristige Bindung müssen Sie zunächst mit Ihren Produkten und Services überzeugen. Denn irgendwann wird der Kunde wieder etwas kaufen möchten. Und an Sie denken – wenn Sie seine Sprache sprechen. Laut der genannten Studie suchen nämlich beim wiederholten Kauf 75 % der User eines fremdsprachigen Shops nach einer Alternative in der eigenen Sprache, statt beim bekannten Anbieter zu bleiben. Legen Sie es stattdessen auf eine Langzeitbeziehung an – glückliche Kundinnen kommen immer wieder.

1. Wozu das Ganze?
2. Wie funktioniert?
3. Wie wird es effektiv und günstig?
4. Wer hat's schon gemacht?
5. Direkt loslegen



Die komplette Anleitung: In 10 Schritten zum übersetzten Onlineshop

Die Lokalisierung eines Webshops ist sehr individuell und steht bei Start-ups wie bei globalen Unternehmen an. Stets gleich ist aber das Grundkonzept. Und der Erfolg nur eine Frage des richtigen Vorgehens. Diese Schritt-für-Schritt-Anleitung hilft Ihnen, von Anfang an alles richtig zu machen.

Bevor wir loslegen: diese Begriffe müssen Sie kennen

Was ist Lokalisierung?

Einen Onlineshop zu lokalisieren bedeutet, ihn individuell für einen neuen Markt oder ein Land so anzupassen, dass er im kulturellen Kontext Sinn ergibt. Das Ziel ist, das User-Erlebnis so authentisch zu gestalten wie im Original. Texte zu übersetzen ist ein Teil davon. Andere Änderungen betreffen Bilder, Farben oder die Ansprache der Zielgruppe.

Was ist Internationalisierung?

Die Internationalisierung schafft die systemischen Voraussetzungen, damit eine Lokalisierung gelingt. Die Programmierung Ihrer Website wird auf verschiedene Sprachen ausgerichtet, damit die Inhalte später angepasst werden können. Das betrifft Elemente der grafischen Oberfläche – des User Interface (UI) –, wie Zeichen- und Datenformate, Zahlen oder Währungen.

1. Wozu das Ganze?
2. Wie funktioniert?
3. Wie wird es effektiv und günstig?
4. Wer hats schon gemacht?
5. Direkt loslegen



—
Jetzt den kompletten Guide
herunterladen

Noch ein Klick zum internationalen Online-
shop-Erfolg: [Hier gehts zur kostenlosen
Vollversion.](#)

1. Wozu das Ganze?
2. Wie funktioniert?
3. Wie wird es effektiv und günstig?
4. Wer hats schon gemacht?
5. Direkt loslegen



Sie wollen über Ihr
Onlineshop-Projekt
sprechen? Gerne.

info@supertext.ch
+41 43 500 33 80

supertext.ch
[Kontakt aufnehmen](#)



Supertext. Der Name ist Programm.

2005 als Text- und Übersetzungsagentur gegründet, ist Supertext heute einer der innovativsten und kreativsten Sprachdienstleister weltweit mit Standorten in Zürich, Berlin und Los Angeles. Über 3000 Unternehmen – vom Start-up bis zum global aufgestellten Multi-Konzern – greifen regelmässig auf die webbasierten Services von über 2000 Sprachexperten zurück. Mit Projekten für JUMBO, Calida, Ochsner Sport oder Trek hat sich der Sprachdienstleister als Partner für kreative Webshop-Lokalisierung einen Namen gemacht