

[< Zurück zur Übersicht](#)

Dr. Ricki Weiss und Ursula Matras

## ANDERE LÄNDER, ANDERE SPRACHE: DR. RICKI WEISS UND URSULA MATRAS ÜBER ERFOLGSFAKTOREN DER INTERNATIONALISIERUNG

🕒 02. März 2017 | 14:46 👤 Autor: Art of Writing 📍 Österreich, Burgenland, Wien

[Facebook](#)[Twitter](#)[LinkedIn](#)[XING](#)[Drucken](#)

**Wenn es darum geht, im Zuge einer Internationalisierungsstrategie den Weg im Exportgeschäft zu ebnen und für eine unverkennbare Positionierung gegenüber Mitbewerbern am globalen Markt zu sorgen, sind eine nachvollziehbare Ausrichtung und ein durchgängiger erstklassiger Auftritt mit klaren Botschaften ein absolutes Muss. Die punktgenaue Darstellung der unternehmerischen Stärken, Vorzüge und Vorteile auf hohem Niveau, die Sprachqualität und das darin gespiegelte interkulturelle Verständnis sind entscheidende Erfolgsfaktoren.**

Die international tätige Kommunikationsstrategin und PR Managerin Dr. Ricki Weiss und Österreichs Spezialistin für englische Businessstexte Ursula Matras begleiten gemeinsam Unternehmen und deren Entscheidungsträger beim Expansionskurs mit International Strategischer Kommunikation. Diese baut auf der jeweiligen Unternehmensstrategie auf, entwickelt die relevanten Inhalte als einprägsame Botschaften und transportiert sie im Sinne einer stimmigen und einheitlichen Gesamtkommunikation. Als eingespieltes Team sorgen die beiden Expertinnen durch ihr interkulturelles Know-how und ihre internationale Erfahrung für einen punktgenauen, markt- und zielgruppengerechten sowie sprachlich exzellenten Unternehmensauftritt auf allen Kommunikationskanälen, von Marketingunterlage über interne Kommunikation bis zu Web oder Film.

Der Erfolg beruht auf dem perfekten Zusammenspiel einiger wesentlicher Aspekte: u.a. eine gute – und vor allem

rechtzeitige – Vorbereitung und Planung, unmissverständliche Botschaften mit präzise gewählter Tonalität sowie eine durchgängig stimmige Wort- und Sprachwahl, abgestimmt auf das Corporate Wording und Zielgruppen.

### **Andere Länder, andere Sprache**

„Auf den Punkt gebracht wird die Unternehmenspositionierung idealerweise in Englisch, der weltweit geltenden Geschäftssprache Nr.1. In einigen Ländern ist sie auch die Basis für Übersetzungen in die Landessprache“, so Ursula Matras. „Klare, leicht verständliche Formulierungen und prägnante Aussagen sind ein Muss. Genau damit aber tun sich viele schwer. Denn, die Kommunikation auf internationaler Ebene mit all ihren Unterschieden ist sehr facettenreich und geht immer Hand in Hand mit interkultureller Kompetenz.“ Darin zu investieren zahle sich doppelt aus, denn gute Kommunikation ist eine Grundvoraussetzung für gegenseitiges Vertrauen. Daraus entstehen letztlich gute Geschäfte. „Wer hier Kosten spart, spart an der falschen Stelle!“ Das Resultat sind dann nämlich mehr schlecht als rechte englische Texte, die nicht nur zu Missverständnissen führen können, sondern gar zum Image- oder Auftragsverlust.

Alleine zwischen British English und American English gibt es nicht nur markante sprachliche Unterschiede, sondern auch feine Nuancen im Business. Obwohl beide Englisch sprechen, sind die Briten eher reserviert, zeigen wenig Emotion, bewahren stets die Contenance und gelten als formeller als Amerikaner. Mit höflichem Small Talk und nobler Zurückhaltung sind die Briten Meister des Understatements. Amerikaner pflegen die direkte Kommunikation ohne Ausschweifungen und kommen schnell auf den Punkt. Je klarer Ziele und Nutzen artikuliert werden, desto besser, denn der Amerikaner möchte den besten Deal verhandeln, getreu dem Motto: „Let’s get the job done!“ – Unterschiede, die sich in der Kommunikation wiederfinden.

Im globalen Wettbewerb zählt einwandfreies Englisch. Wird aber Deutsch gedacht und Englisch geschrieben, passieren peinliche Grammatikfehler oder man gerät gar an sprachlich falsche Freunde. Das sind ähnlich klingende und daher anscheinend gleiche Ausdrücke in Deutsch und Englisch, jedoch mit ganz anderer Bedeutung. Außerdem bietet die englische Sprache für ein deutsches Wort meist eine lange Liste von Ausdrücken und Synonymen. Je nach Verwendung können diese aber Tonalität und Aussagekraft eines Satzes verzerren und komplett ändern. Das gleiche gilt für die bildliche Sprache, Wortspiele und die Feinheiten von Redewendungen. Ein Native Speaker tut sich bei der zu Kontext, Strategie und gewünschten Intentionen passenden Wortwahl wesentlich leichter und verpackt diese auch in eine stimmige, marketinggerechte Gesamtformulierung.

Kommunikation im Einklang mit der International Strategischen Kommunikation beinhaltet das Sich-Auseinandersetzen mit kulturellen und regionalen sprachlichen Unterschieden in der globalen Geschäftswelt. Denn, wo auf anderen Ebenen der Internationalisierung der Grundsatz „andere Länder, andere Sitten“ gilt, gilt hier „andere Länder, andere Sprache“.

### **CEO Kommunikation als Vertrauensanker**

Besonderen Stellenwert erfährt in diesem Kontext die CEO Kommunikation: „Die Botschaften des Unternehmenslenkers spiegeln die Ausrichtung des Unternehmens, sie stiften Vertrauen und vermitteln Verlässlichkeit und Transparenz. Die kommunikative Führung bestimmt den öffentlich wahrgenommenen Unternehmenserfolg – insbesondere bei potentiellen Geschäftspartnern. Mit der International Strategischen Kommunikation berücksichtigen wir daher auch die kulturellen Unterschiede bei der globalen Inszenierung – das ist für das Unternehmen genauso wichtig wie für den Mann oder die Frau an der Spitze.“, erklärt Dr. Ricki Weiss, die seit über 15 Jahren namhafte Wirtschaftsgrößen bei der Positionierung für den nationalen wie internationalen Erfolg begleitet. Mit ihren Standorten in Wien, Kitzbühel und London betreut sie sowohl heimische Unternehmer mit Traditionsbetrieben als auch Vorstände weltweit tätiger Konzerne im internationalen Business. Bei Bedarf übernimmt die gebürtige Tirolerin auch operative Managementaufgaben oder die Abwicklung interkultureller Projekte.

„Eine erfolgreiche Internationalisierung erfordert somit weit mehr als die reine Übersetzung der Website, der Unternehmensbroschüre oder des Produktkatalogs. Hier ist die Zusammenarbeit mit Spezialisten ratsam. Als erprobtes Team „Weiss-Matras“ und mit unserer Businesserfahrung agieren wir als Ansprechpartner auf Augenhöhe. Mit der International Strategischen Kommunikation liefern wir unseren Kunden eine wertvolle Bereicherung, indem wir die Wahrnehmung, Positionierung und Wettbewerbsfähigkeit im hart umkämpften globalen Markt stärken“, so Ursula Matras, die als English Native Speaker, erfahrene Texterin und PR-Fachfrau das Sprachgefühl und Kommunikations-Know-how mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im internationalen Business vereint. Zweisprachig in Wien, Singapur und Johannesburg aufgewachsen, bietet die ehemalige Kosmopolitin die gesamte Klaviatur der englischsprachigen Tonalität und kreiert marketinggerechte, in Stil und Wortlaut individuell abgestimmte Texte, die Branchenspezialisten, Marktführer und Großkonzerne sprachlich in Szene setzen.

In erprobter Zusammenarbeit betreuen die Expertinnen Dr. Ricki Weiss und Ursula Matras Unternehmen bei

internationalen Agenden. Auf der Referenzliste finden sich Namen wie OMV, PORR AG, Flughafen Wien AG, CPB SOFTWARE AG, UNGER Steel Group, Christof Group, PMS Elektro- und Automationstechnik, AMOMED Pharma uvm.

---

## ART-OF-WRITING e.U.

🏠 Hausbergsiedlung 16, 7100 Neusiedl am See, Österreich

Details



---

## Dr. Ricki Weiss - PR Management & Consulting

🏠 Peter Jordan Str. 159/1/7, 1180 Wien, Österreich

Details



---

[< Zurück zur Übersicht](#)