

Freitag, 21. Oktober 2005

Regionale Marketingflops

Der McDonald-Konzern erlitt vor einiger Zeit mit einer Werbekampagne in Japan Schiffbruch. Grund dafür war das Maskottchen des Konzerns, der Clown Ronald-McDonald, welcher üblicherweise mit einem weißgeschminkten Gesicht auftritt. In Japan ist ein weißgeschminktes Gesicht aber ein Synonym für den Tod...

Coca-Cola floppte bei der Markteinführung der 2-Liter-Flasche in Spanien. Niemand hatte bedacht, daß die meisten Spanier nur kleine Kühlschränke besaßen, in denen die Flasche nicht hineinpasste. Und lauwarm wollte auch niemand die süße Limonade trinken...

Ein vom Schwedischen in das Englische übersetzter Anzeigentext las sich in einer koreanischen Zeitschrift, wenn man ihn frei und rücksichtsvoll in das Deutsche übersetzte, wie folgt: 'Nichts saugt so hundsmiserabel wie ein Elektrolux-Staubsauger.'

Der Versuch, Kuchenbackmischungen in Japan zu verkaufen, bescherte General Foods Verluste in Millionenhöhe. Da japanische Küchen sehr klein sind, besitzen nur drei Prozent aller japanischen Haushalte überhaupt einen Backofen...

In einem zweiten Versuch wollte General Foods die Japaner dazu bringen, Kuchen in ihren Reiskochern zu backen, die technisch dafür durchaus geeignet waren. Man beachtete aber nicht, daß die Japaner ihre Reiskocher hauptsächlich dazu benutzten, während des ganzen Tages Reis warm zu halten, damit sie nach Bedarf jederzeit davon essen konnten. Somit war auch der Reiskocher zum Kuchenbacken nicht verfügbar

Auch Philips machte Erfahrungen mit den japanischen Mineratur-Küchen. Der niederländische Konzern konnte seine Kaffeemaschinen erst verkaufen, als sie größtmäßig an die japanischen Küchen angepasst wurden. Ähnlich verhielt es sich mit den Rasierern des selben Herstellers. Diese waren zu groß für die zierlichen japanischen Männerhände...

Campbell mußte bei der Markteinführung seiner Suppenkonzentrate in England Verluste von 30 Mio. USD hinnehmen. Der Grund: Niemand klärte den Verbraucher darüber auf, daß es sich um ein Konzentrat handle, zu dem man Wasser hinzufügen müsse. Deshalb hielten die meisten Briten solch kleine Dosen mit Suppe einfach für zu teuer...

Die Mißachtung regionaler Gepflogenheiten hatte auch für einen amerikanischen Waschmittelhersteller Folgen. Dieser schaltete Mitte der 80er Jahre eine Anzeige, die links einen Berg schmutziger Wäsche, das Produkt in der Mitte und rechts als Ergebnis einen Berg sauberer Wäsche als Motiv hatte. Was aber nicht beachtet wurde: Araber lesen von rechts nach links. Das Produkt floppte...

Der Name des Duftwässerchens 'Irish Mist' war für den deutschen Markt nicht geeignet. Hierzulande kennt man es nun unter den Namen 'Irish Moos'

Das Chevrolet-Modell Nova klingt auf spanisch wie 'no va' --> es läuft, funktioniert nicht

Der Amerikanische Automobilhersteller 'American Motor Corporation' (AMC) versäumte bei der Markteinführung seines Modells 'Matador' auf dem spanischen Markt die Bedeutung des Namens kontrollieren zu lassen. Matador bedeutet im spanischen soviel wie 'Mörder'.

Auch FORD unterlief bei dem Export des Lastwagens 'Fiera' der Fehler, nicht die spanische Bedeutung des Modelnamens überprüfen zu lassen. Dieser heisst nämlich übersetzt 'hässliche alte Frau'.

Die chinesische Sprache ist eine problematische Sprache, nicht zuletzt wegen der Vielzahl von Homonymen oder Dialekten. Zu dieser Erkenntnis mußte auch Kentucky Fried Chicken kommen, denn deren Slogan 'finger-lickin good' klang in China wie 'iss deine Finger auf'.

Auch ein amerikanischer Zigarettenhersteller verwendete wenig Zeit mit dem Studium fernöstlicher Sprachen. So kam es, das sein Slogan 'Salem - Feeling Free' für den japanischen Markt übersetzt eine etwas andere Bedeutung erhielt: 'When smoking Salem, you feel so refreshed that your mind seems to be free and empty'. (Wenn sie Salem rauchen, fühlen sie sich so erfrischt, das ihr Geist ganz frei und leer zu sein scheint)

Anfänglich erlebte Ford mit seinem Model Pinto einen fürchterlichen Flop auf dem brasilianischen Markt. Denn als der Wagen in den Markt eingeführt wurde, wurde auch der Modelname ungeprüft übernommen. 'Pinto' bedeutet aber in der brasilianischen Landessprache 'kleiner Pimmel'. Ford bemerkte den Fehler und änderte den Namen in 'Corcel' ab, was 'Pferd' bedeutet.

Nach Eintritt in den englischsprachigen Markt wunderten sich die Manager des zweitgrößten japanischen Reiseveranstalters, der 'Kinki Nippon Tourist Company', über die ungewöhnlich hohe Nachfrage nach außergewöhnlichen Sex-Reisen. Nachdem ihnen bewußt wurde, daß ihr Firmenname übersetzt 'Reiseagentur für perverse Japan-Touristen' bedeutet, wurde dieser schleunigst geändert...

Viele Spanier konnten sich nicht dazu entschließen, einen 'Mitsubishi Pajero' zu kaufen. Wer fährt denn schon auch gerne ein Auto, das 'Wichser' heißt...

Für den japanische Automobilkonzern stellte es sich als Fehler heraus, den Namen des Sportwagens MR 2 nicht für den französischen abgeändert zu haben. Dieser klingt nämlich, schnell ausgesprochen, wie 'merde', was im Deutschen 'Scheiße' bedeutet.

Als Coca-Cola in den 20er Jahren die berühmte braune Limonade auf den chinesischen Markt brachte, verwendete der Konzern nur wenig Zeit auf die komplexen linguistischen und kulturellen Aspekte der Namensforschung. Coca-Cola klang im chinesischen etwa wie Kou-ke-kou-la, was je nach Dialekt 'Ein durstiger Mund und ein Mund voller Kerzenwachs' oder 'ein weibliches Pferd, mit Kerzenwachs gefüllt' bedeutete. Coca-Cola bewies jedoch Lernfähigkeit und änderte die phonetische Übersetzung in Ke-kou-ke-le, was immer noch nach Coca-Cola klingt, aber nun 'schmackhaft und glücklich' bedeutet.

Auch dem Konkurrenten Pepsi blieben solche Erfahrungen nicht erspart. Die Übersetzung des Slogans 'Come alive with the Pepsi Generation' klang in der Landessprache Taiwans wie 'Pepsi will bring your ancestors back from the dead - Pepsi läßt ihre Vorfahren von den Toten auferstehen.'

Colgate führte in Frankreich eine Zahnpasta namens 'Cue' ein. Was man aber nicht wusste: 'Cue' ist der Name eines in Frankreich sehr bekannten Pornomagazins...

Geschrieben von Thomas Riemer in Fehler um 17:32