

## Sprachlos?

Utl.: "bulletin", das Touristik-Magazin für PraktikerInnen der Österreich Werbung, testet Fremdsprachenkenntnisse der Tourismusverbände =

Wien (OTS) - Fremdsprachenkenntnis und die damit verbundene Qualität der Dienstleistung standen im Mittelpunkt eines Blitztestes des "bulletins", den das Touristik-Magazin für PraktikerInnen der Österreich Werbung bei heimischen Tourismusverbänden durchführte. Die Bilanz der Sprach-Nagelprobe: Wer kein Deutsch spricht, der erfährt eine eher stiefmütterliche Behandlung seitens der heimischen Tourismus-Informationsbüros.

Als Grundlage für den Sprach-Test dienten zwei durchaus realistische Mailanfragen: eine auf Englisch für den Sommerurlaub rund ums Klettern, die andere auf Italienisch für einen winterlichen Aufenthalt mit Langlaufen und Snowboarden. Die beiden elektronischen Briefe richteten sich an touristische "Großkaliber" in Österreich, sprich an die nächtigungsstärksten Orte der Winter- sowie der Sommersaison.

Ein klares Ungenügend hagelt es für die Antwortintensität: Lediglich 50 Prozent der angeschriebenen Tourismusverbände antworteten auf die Fragen der Österreich-Urlauber in spe. Diejenigen, die sich zur fremdsprachigen Konversation hinreißen ließen, waren mit ihrer Antwort immerhin schnell zur Stelle: Ein überwiegender Teil dieser Tourismusbüros meldete sich innerhalb von 24 Stunden. Nur etwa ein Drittel der an den englischen E-Mail-Verfasser gesandten Links (Hinweise auf Bergsportschulen & Co) war auch in englischer Sprache verfügbar. Auf die italienische Anfrage antwortete nur ein Verband in Englisch, alle übrigen auf Italienisch, allerdings waren nur 4 von 14 Links (zu Skischulen und Sportgeschäften) auch in italienischer Sprache.

"Nicht gerade brillant, jedoch durchgängig verständlich", so urteilen die Experten vom Urlaubsservice der Österreich Werbung über die Ausdrucksweise der österreichischen Mail-Autoren. In punkto Grammatik und auch bei der Rechtschreibung schlichen sich jede Menge Fehlerteufelchen in die Antwortbriefe.

Von mangelndem Einsatz für König Gast zeugt die lückenhafte Beantwortung von konkreten Fragen. Während sich unter den englischen Mails keine einzige vollständig beantwortete Information fand, stachen unter den "italienischen" Mails die drei Verbände Flachau, Innsbruck und Seefeld/Leutasch durch einen perfekten Antwortkatalog hervor.

Das "bulletin" nahm auch die Websites der großen Sommer- und Wintersportorte unter die Lupe: Zwar lassen sich die Webinhalte der nächstigungsstärksten Urlaubsorte zu rund 90 Prozent auch in englischer Sprache abrufen - und das sehr häufig in einer Vollversion der deutschen Fassung -, kaum jede zweite Homepage verfügt jedoch über eine Übersetzung oder zumindest eine Kurzfassung in weiteren Fremdsprachen. Sonderapplaus geht in der Kategorie "kommunikative Websites" an [www.wildschoenau.com](http://www.wildschoenau.com), das zumindest die Hauptinformationen in sieben verschiedenen Fremdsprachen präsentiert, und an [www.neustift.com](http://www.neustift.com) mit sechs Sprachvariationen.

Die Besten nach den Bewertungskriterien: Qualität der Anfragebeantwortung (Sprachqualität und Eingehen auf die gestellten Fragen)

(in alphabetischer Reihenfolge)

Sommer

Maria Alm/Hochkönig

Millstätter See

Mittelberg

Neustift

Seefeld

St. Wolfgang

Winter

Bad Hofgastein

Bad Kleinkirchheim

Flachau

Innsbruck

Kitzbühel

Seefeld/Leutasch

St. Gallenkirch

Zell am See

Rückfragehinweis:

Dr. Christa Lausenhammer  
Unternehmenssprecherin  
Österreich Werbung  
Tel.: 01/588 66-299  
mailto:Christa.lausenhammer@austria.info

\*\*\* TPT-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER  
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0015 2006-01-30/08:45

300845 Jän 06

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20060130\\_TPT0015](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20060130_TPT0015)