

LyneLocalize

Die 7 häufigsten Lokalisierungsfehler deutscher MedTech-Unternehmen beim Eintritt in den französischen Markt

Ein praktischer Leitfaden zur erfolgreichen Expansion ins
französischsprachige Marktgebiet.

Warum dieser Leitfaden existiert

Frankreich ist nicht einfach eine Übersetzung des deutschen Marktes.

Deutsche MedTech-Unternehmen unterschätzen oft die Komplexität einer erfolgreichen Lokalisierung. Sie denken an Übersetzung. Sie sollten an Strategie denken.

Der französische Markt hat eigene Anforderungen: regulatorische Standards, kulturelle Erwartungen, SEO-Anforderungen und Nutzererfahrung. Ein falscher Schritt kostet Zeit, Budget und verlorene Marktchancen.

Dieser Leitfaden zeigt die 7 häufigsten Fehler, die wir in diesem Prozess sehen, und wie Sie sie vermeiden.

Was Sie in diesem Leitfaden finden

Für jeden Fehler erhalten Sie: das Problem, das Risiko, wenn Sie es ignorieren, und die bewährte Praktik, um es richtig zu machen.

Fehler 1: Website-Inhalt wird nicht lokalisiert, sondern nur übersetzt

Problème:

Sie übersetzen Ihre Website Wort für Wort ins Französische. Der Text ist grammatikalisch korrekt, aber er spricht nicht die französischen Nutzer an. Die Tonalität ist deutsch, die Argumente sind für den deutschen Markt optimiert.

Risiko:

Französische Nutzer verstehen zwar, was Sie sagen, aber sie verbinden sich nicht mit Ihrer Botschaft. Die Conversion-Rate fällt, Ihre Glaubwürdigkeit sinkt, und Wettbewerber, die lokalisiert haben, gewinnen.

Bewährte Praktik:

Lokalisierung bedeutet: Sie schreiben den Inhalt neu, nicht für deutsche Nutzer, sondern für französische. Das bedeutet andere Beispiele, andere Argumente, andere kulturelle Referenzen. Der Umfang ändert sich oft. Das ist normal.

Fehler 2: SEO wird beim Lokalisieren ignoriert

Problème:

Sie haben auf Deutsch eine starke SEO. Sie übersetzen alle Seiten ins Französische und erwarten, dass Google sie automatisch rankt. Das funktioniert nicht. Französische Keywords sind anders, Suchvolumen ist anders, Wettbewerb ist anders.

Risiko:

Ihre französische Website ist unsichtbar. Selbst wenn sie gut ist, findet sie niemand. Sie investieren in Lokalisierung, aber generieren keinen Traffic. Ihre Expansion scheitert, bevor sie anfängt.

Bewährte Praktik:

Für jede Seite machen Sie eine SEO-Recherche speziell für Frankreich. Keywords, Seitentitel, Metabeschreibungen müssen neu geschrieben werden. Das ist technisch einfach, aber strategisch essentiell.

Fehler 3: Medizinische Terminologie wird nicht standardisiert

Problème:

Verschiedene Seiten Ihrer Software verwenden unterschiedliche Begriffe für dasselbe Konzept. In der medizinischen Software ist das tödlich. Nutzer werden verwirrt. Regulatorische Anforderungen werden nicht erfüllt.

Risiko:

Verwirrung führt zu Nutzerfehler. In der Medizin kostet das nicht nur Vertrauen, es kann ernsthafte Konsequenzen haben. Regulatorische Audits zeigen die Inkonsistenz. Sie müssen nachbessern.

Bewährte Praktik:

Erstellen Sie ein Terminologie-Glossar BEVOR Sie lokalisieren. Jeder medizinische Begriff wird einmal definiert, einmal übersetzt, und überall konsistent verwendet. Alle Übersetzer arbeiten mit diesem Glossar.

Fehler 4: Benutzeroberfläche (UI) wird nicht an französische Nutzer angepasst

Problème:

Sie lokalisieren den Text, aber nicht die UI. Französische Texte sind oft 20-30% länger als deutsche Texte. Buttons brechen, Labels passen nicht, das Design zerfällt. Das sieht unprofessionell aus.

Risiko:

Eine gebrochene UI vermittelt Unsicherheit. Nutzer denken: 'Wenn sie nicht mal die Oberfläche testen konnten, wie kann ich meinen Daten trauen?' Ihre Glaubwürdigkeit sinkt sofort.

Bewährte Praktik:

Planen Sie mehr Platz für französische Texte ein. Testen Sie die UI mit echtem französischem Text. Passen Sie Layouts an, wenn nötig. Das ist Teil der Lokalisierung, nicht etwas Zusätzliches.

Fehler 5: Französische Regulierung wird ignoriert

Problème:

Sie kennen die deutschen Anforderungen (GDPR, MDD, MDR). Sie denken, Frankreich hat dieselben. Das stimmt teilweise, aber Frankreich hat zusätzliche nationale Anforderungen: ANSM-Registrierung, französisches Datenschutzrecht, nationale Dokumentations-Standards.

Risiko:

Sie launchen in Frankreich und erkennen zu spät, dass Sie nicht konform sind. Sie müssen die Software vom Markt nehmen. Reputationsschaden. Verlust des Marktzugangs.

Bewährte Praktik:

Konsultieren Sie einen Regulatory Affairs Specialist, der Frankreich kennt. Verstehen Sie die französischen Anforderungen VOR der Lokalisierung, nicht danach. Das spart Zeit und verhindert teure Fehler.

Fehler 6: Lokale Zahlungs- und Währungsprobleme werden übersehen

Problème:

Ihre deutsche Version funktioniert mit EUR und deutschen Zahlungsmethoden. Sie übernehmen die gleiche Konfiguration in Frankreich. Aber französische Nutzer erwarten lokale Zahlungsoptionen (z.B. Cartes bancaires, SEPA Direct Debit mit französischen Varianten) und französische Kundenunterstützung.

Risiko:

Nutzer können nicht bezahlen oder vertrauen dem Zahlungsprozess nicht. Sie brechen ab. Sie verlieren Kunden, die zahlen würden, wenn der Prozess lokal war.

Bewährte Praktik:

Integrieren Sie französische Zahlungsoptionen. Stellen Sie sicher, dass Währung und Steuern korrekt sind. Lokalisieren Sie auch den Kundensupport. Das ist essentiell.

Fehler 7: Datenschutz und GDPR-Compliance werden nicht neu bewertet

Problème:

Sie haben die deutsche GDPR-Compliance. Sie denken, das reicht für Frankreich. Aber Frankreich hat nationale Datenschutzregeln, die strenger sind (z.B. 'Recht auf Vergessenwerden' wird in Frankreich aggressiver durchgesetzt). Datenserver müssen in der EU sein, aber der Standort kann wichtig sein.

Risiko:

CNIL (französische Datenschutzbehörde) kann Ihre Website blockieren oder hohe Bußgelder verhängen. Das ist nicht theoretisch, das passiert regelmäßig.

Bewährte Praktik:

Überprüfen Sie Ihre Datenschutzerklärung mit einem französischen Rechtsanwalt. Stellen Sie sicher, dass Datenverarbeitung und Speicherung konform sind. Das ist nicht verhandelbar.

Ist Ihre Software Frankreich-ready?

Nutzen Sie diese Checklist, um Ihre aktuelle Situation zu bewerten:

- Website auf Französisch vorhanden und lokalisiert (nicht nur übersetzt)
- SEO für Frankreich durchgeführt (Keywords, Struktur, Seitentitel)
- Medizinische Terminologie standardisiert und konsistent
- Benutzeroberfläche für französische Textlänge angepasst
- Französische Regulierungsanforderungen verstanden und implementiert
- Französische Zahlungsoptionen integriert
- Datenschutz und GDPR-Compliance für Frankreich überprüft

Wie viele Punkte haben Sie angekreuzt?

5-7 Punkte: Sie sind gut vorbereitet.

3-4 Punkte: Sie haben noch Arbeit vor sich. Eine strategische Bewertung würde helfen.

0-2 Punkte: Ein strukturiertes Programm ist notwendig. Sie brauchen externe Unterstützung.

Möchten Sie wissen, wie Ihre Marktpresenz abschneidet?

Eine individuelle Einschätzung ist der nächste Schritt. Mit unserem Medical Software France Launch Audit™ analysieren wir:

- Ihre aktuelle digitale Präsenz in Frankreich
- SEO-Leistung und Sichtbarkeit
- Lokalisierungsbereitschaft Ihrer Software
- Regulatorische Compliance-Lücken
- Eine priorisierte Roadmap mit Quick Wins

Nächster Schritt: Buchen Sie eine kostenlose 15-Minuten-Marktanalyse.

LyneLocalize
contact@lynelocalize.de
www.lynelocalize.de