



Stolpersteine und Tipps beim Website übersetzen

Inzwischen präsentiert nahezu jedes Unternehmen seine Leistungen im Internet. Die eigene Firmenwebsite gehört einfach dazu und ist ein wichtiges Marketing- und Kommunikationsinstrument für öffentliche Stellen, Dienstleister, Produzenten und Wissenschaftler. Nicht nur das eigene Produktportfolio - auch alle Neuerungen, Messeteilnahmen und personelle Veränderungen können hier schnell, rund um die Uhr und verkaufsfördernd einem breiten Publikum präsentiert werden.

Was, wenn der fremdsprachige Interessent keine Inhalte in seiner Sprache findet?

Dann hat der angelockte Besucher - und damit auch der potentielle Kunde oder Partner mit nur einem Klick Ihre Website wieder verlassen. Die Chancen, dass ein so enttäuschter Besucher zurück kommt, sind dabei gering. Ihre Website übersetzen zu lassen ist der beste Weg, um internationale Interessenten zu überzeugen. Hier einige Hinweise auf mögliche Stolpersteine dabei und ein paar wertvolle Tipps.

1. Aus welchen Ländern erfolgen die Zugriffe auf Ihre Website?

Eine Website, die Zugriffe aus Großbritannien und Australien verzeichnet, sollte mindestens in englischer Sprache (idealerweise britisches Englisch als auch als zweite Version auf den australischen Sprachgebrauch angepasst) vorliegen. Haben Sie eher Besucher aus einem anderen europäischen Sprachraum? Dann schauen Sie genau hin: Benötigen Sie eher Italienisch? Polnisch? Tschechisch? Oder eine ganz andere Sprache? Dann sind das die Zielsprachen, in die Sie Ihre Website übersetzen lassen sollten. Zwar ist die englische Sprache im Geschäftsbereich sehr verbreitet, so dass womöglich Ihre Kooperationspartner Ihre Informationen auch auf diese Weise verstehen können - aber der erste Eindruck einer fremdsprachlichen Website ist ein deutlich professionellerer, als wenn der potentielle Kunde zunächst bei Fachworten nachschlagen muss.

2. Achten Sie darauf, nur auf Unterseiten zu verlinken, die auch übersetzt sind!

Stellen Sie sich vor, Ihr Websitebesucher findet einen spannenden Text zu Ihrem neusten Produkt: und landet auf einer Seite, die nicht übersetzt ist oder noch schlimmer, erhält eine Meldung darüber, dass seine gewünschten Inhalte nicht vorhanden sind. Solche Erfahrungen sind häufig auch der Grund, Ihre Internetpräsentation gänzlich zu schließen und hinterlassen einen negativen Eindruck. Klären Sie also vor den Übersetzungen, welche Inhalte relevant sind und lassen Sie nur diese übersetzen - es ist wahrscheinlich, dass Inhalte, die deutsche Besucher interessieren, fremdsprachigen Besuchern keinen Mehrwert bieten. Eine entsprechend angepasste Übersetzung spart Ihnen Kosten und unnötigen Aufwand.



3. Halten Sie auch Aktualisierungen mehrsprachig.

Haben Sie auch eine Seite, auf der Sie über Ihre Neuigkeiten berichten? Für die meisten Unternehmen macht dies durchaus Sinn. Auf diese Weise können neue Entwicklungen, Messebesuche, und zum Beispiel Jubiläen schnell und unkompliziert einer breiten Leserschaft präsentiert werden. Auch für potentielle Kooperationspartner können diese Informationen relevant sein. Tatsächlich ist es so, dass manche Entscheidungsträger aus dem Ausland die Firmenpolitik, die über solche Beiträge transportiert wird, als wichtige Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Kontaktaufnahme betrachten. Achten Sie darauf, diese Neuigkeiten und alle Aktualisierungen auf Ihrer Webseite immer mehrsprachig zu halten. Ganz besonders wichtig ist dies, wenn Ihre News in den Social-Media-Kanälen geteilt werden. Teilen Sie Ihren Redaktionsplan für Ihre Neuigkeiten rechtzeitig Ihrem Dienstleister mit, so können diese zeitnah übersetzt und auf Ihrer Website veröffentlicht werden. Sie sehen: Mehrsprachigkeit endet nicht beim Website übersetzen - denken Sie an alle weiteren Kanäle die sie pflegen.

4. Nur für Profis: Lassen Sie einen Fachübersetzer aus dem Mutterland Ihre Website übersetzen.

Gute Fremdsprachenkenntnisse sind lange nicht genug, um eine ordnungsgemäße Übersetzung anzufertigen. Der Übersetzer muss zudem über den Stand der aktuellen Sprachentwicklung (siehe dazu auch unser Blogartikel zum Thema Mutterlandprinzip), zu den kulturellen Entwicklungen und zum aktuellen Zeitgeist informiert sein. Andernfalls kann die Wortwahl, die ein vermeintlich guter Übersetzer trifft, Ihre Übersetzung ins Lächerliche ziehen, da sie veraltet ist oder in einem falschen Kontext steht. Ein Fachübersetzer kann wichtige Stolpersteine beachten und sie an diesen Stellen bewusst vermeiden. Die Zahlworte im amerikanischen Englisch sind zum Beispiel gern Grundlage für Missverständnisse. Die amerikanische "billion" bedeutet im Deutschen „Milliarde“. Stellen Sie sich die Verwunderung beim Kunden vor, wenn es um Produktkennzahlen, Bilanzen oder Absatzzahlen geht! Natürlich finden auch Fachvokabular und Fremdworte beim Fachübersetzer aus dem Mutterland die richtige Bedeutung. Ein häufiger Anwendungsfall sind die Übersetzungen von Redewendungen und Sprichworten, die gern auf Websites und in Marketingtexten verwendet werden. Sind diese im Zielland nicht geläufig, werden sie vom Leser auch nicht verstanden. An solcher Stelle tauschen Übersetzer manchmal ganze Texte aus.

5. Neue Märkte werden erschlossen? Bereiten Sie Ihre Website darauf vor!

Das Geschäft wächst und Sie möchten neue Märkte erschließen? Dann denken Sie auch daran, Ihre Marketingmaterialien, Präsentationen, Flyer sowie Visitenkarten und natürlich Ihre Website für das neue internationale Umfeld zu übersetzen. Ihre Firma und Ihre Produkte oder Dienstleistungen werden mit Start Ihrer Erweiterungsmaßnahmen mit Sicherheit im Internet gesucht. Umso besser, wenn Sie Ihre zukünftigen Kunden dann bereits in Ihrer Sprache erwarten.



Augen auf: Stolperstein Lokalisierung!

Wird eine Website lokalisiert, geht es um einiges mehr, als nur Mehrsprachigkeit. Folgende Fragen sollten von Ihrem Dienstleister unbedingt beantwortet werden können: Welche Maßeinheiten werden verwendet? Welche üblichen Formulierungen gibt es im Geschäftsbereich, welche sind völlig unüblich? Gibt es Einschränkungen bei Bildmaterial, welche im neuen Zielland vielleicht aus kulturellen Gründen als tabu gelten? Sind bestimmte Kommunikationsformen Gang und Gebe - andere aber gar nicht verbreitet? (z.B. Facebook, E-Mail, Blogs oder länderspezifische Verzeichnisse?) Sind rechtliche Rahmenbedingungen geklärt?

6. Neue Sprache? Machen Sie diese findbar!

Die Inhalte, die User aus einem anderen Land, suchen, unterscheiden sich häufig von denen der deutschen Besucher. Passen Sie Ihre Keyword-Liste pro Land an, geben Sie diese an den Übersetzer und bitten Sie ihn um Prüfung der Begriffe im Zielland sowie im interkulturellen Kontext. Passen Sie Ihre SEO-Optimierung entsprechend beim Webseite übersetzen an. Achten Sie zudem darauf, Ihre Meta-Descriptions zu übersetzen, da sich sonst Ihre Seite im Ranking der Suchmaschinen nicht gut behaupten kann. Vorsicht auch vor Abstrafungen durch Suchmaschinen. Sind zum Beispiel in Webshops ähnliche Artikel eingefügt und dann noch in verschiedene Sprachen übersetzt, kann es schnell dazu kommen, dass z.B. Google dies als "duplicated content" wertet. Teilt man Google aber die geografische Ausrichtung der Website mit, tauchen nicht mehrere Sprachversionen einer Internetpräsentation in den Suchergebnissen auf und schwächen sich nicht länger gegenseitig. So kann man die Abstrafung verhindern.

6. Juristische Voraussetzungen

Hier stehen Fragen, wie die, nach der Impressumspflicht und rechtlichen Voraussetzungen, an erster Stelle. Gibt es länderspezifische Unterschiede und Einfügungen, die gemacht werden sollten? Unabhängig von der Nationalität Ihres Kunden, sollten Sie ihn über seine Rechte und Pflichten aufklären. Insbesondere AGB, Datenschutzerklärungen und Lieferbedingungen sowie -fristen, sollten in den jeweiligen Sprachen vorliegen, sonst könnten Sie als Unternehmen Ihre Haftungsansprüche verlieren. Wir empfehlen für die Übersetzung solcher Texte einen Fachübersetzer aus dem Bereich Recht, damit in diesen wichtigen Texten auch die juristische Fachsprache eingearbeitet wird.

Gut übersetzt, wird Ihr Unternehmen auch in den verschiedenen Sprachen überzeugen.

Spricht Ihre Website bereits "Kundensprache"? Falls nicht: Fragen Sie uns an!



Über BECO-SPRACHEN

Gegründet wurde **BECO-SPRACHEN** 2008 in Regensburg. Heute übersetzen wir täglich mehr als 100.000 Wörter in über 40 Sprachen. Dabei konzentrieren wir uns auf die Fachbereiche Technik, Recht und Marketing.

Unser Team vor Ort wird von rund 1.500 Übersetzern weltweit unterstützt. Egal ob online oder persönlich am Telefon beauftragt, Ihre Texte werden **sicher übersetzt** und Sie können damit **gut ankommen**.

Unsere Kompetenz – Ihr Vorteil:

Das BECO-SPRACHEN - Qualitätsmanagement garantiert professionelle, kosteneffiziente Übersetzungen:

- 🌐 Datensicherheit gemäß den Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes §11
- 🌐 über 1.500 muttersprachliche Übersetzer weltweit
- 🌐 Einsatz moderner Translation-Memory-Systeme
- 🌐 Kundenfreundliches Dateimanagement-System
- 🌐 Muttersprachen- und Mutterlandprinzip
- 🌐 mehr als 225 Sprachkombinationen
- 🌐 gemäß DIN-EN 15038
- 🌐 6-Augen-Prinzip

Wir setzen moderne Tools zur professionellen Projektabwicklung ein und erarbeiten für Sie interessante Konzepte zur Senkung der Übersetzungskosten.

Fordern Sie unser Angebot an!

Kontakt

Niederlassung Regensburg

Neupfarrplatz 16
93074 Regensburg

Tel: 0941 - 64 64 488 - 0
Fax: 0941 - 64 64 488 - 9
Mail: office@beco-sprachen.de

Niederlassung Dresden

Ammonstraße 70
01067 Dresden

Tel: 0941 - 64 64 488 - 0
Fax: 0941 - 64 64 488 - 9
Mail: office@beco-sprachen.de