

Spricht Ihre Website schon in Kundensprache? Website übersetzen - Stolpersteine und Tipps

Nahezu jedes Unternehmen präsentiert inzwischen seine Leistungen im Internet. Eine eigene Website gehört einfach dazu, sie ist ein wichtiges Marketing- und Kommunikationsinstrument für Dienstleister, Produzenten, Wissenschaftler und öffentliche Stellen. Nicht nur die eigene Bandbreite der Leistungen - auch alle Neuerungen, Messeteilnahmen und personelle Veränderungen können hier einem breiten Publikum schnell, rund um die Uhr und verkaufsfördernd präsentiert werden.

Doch was, wenn der fremdsprachige Leser der Website leider nur "Bahnhof" versteht?

Dann ist der angelockte Besucher - und damit auch der potentielle Kunde oder Partner weg vom digitalen Schaufenster. Und die Statistiken beweisen, dass die Chancen, dass er zurückkommt, eher gering sind. Was also tun? Der beste Weg um internationale Interessenten zu überzeugen ist, Ihre Website übersetzen zu lassen. Hier ein paar Tipps und Hinweise auf mögliche Stolpersteine dabei.

1. Schauen Sie aus welchen Ländern die Zugriffe auf Ihre Website erfolgen

Eine Website, die Zugriffe aus den Vereinigten Staaten und Australien verzeichnet, sollte mindestens in englischer Sprache (idealerweise US-Amerikanisch beziehungsweise auf den australischen Sprachgebrauch angepasst) vorliegen. Haben Sie eher Besucher aus dem europäischen Sprachraum? Dann schauen Sie genau hin: Benötigen Sie eher Spanisch? Französisch? Tschechisch? Oder eine ganz andere Sprache? Dann sind das die Zielsprachen, in die Sie Ihre Website übersetzen lassen sollten. Im Geschäftsbereich ist zwar die englische Sprache sehr verbreitet, so dass womöglich Ihre Kooperationspartner Ihre Informationen auch auf diese Weise verstehen können - aber der erste Eindruck einer sachgemäß fremdsprachlichen Website ist ein deutlich professionellerer, als wenn der potentielle Kunde zunächst bei Fachworten das Wörterbuch befragen muss.

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

Stellen Sie sich vor, Ihr Websitebesucher findet einen spannenden Teaser zu Ihrem neusten Produkt: und landet auf einer Seite, die nicht übersetzt ist oder noch schlimmer, einer Seite mit einer Fehlermeldung, dass die Inhalte nicht vorhanden sind. Solche Erfahrungen machen nicht nur keinen guten Eindruck, oft sind sie auch der Grund, Ihre Internetpräsentation gänzlich zu verlassen. Manchmal kann es sein, dass Inhalte, die deutsche Besucher interessieren, fremdsprachigen Besuchern keinen Klick entlocken - klären Sie also vorher, welche Inhalte relevant sind und lassen Sie nur diese übersetzen - das spart Ihnen Kosten und unnötigen Aufwand.

3. Halten Sie auch Ihre Neuigkeiten und Aktualisierungen mehrsprachig.

Haben Sie auch eine "Neuigkeiten"-Seite? Für die meisten Unternehmen macht dies durchaus Sinn. Auf diese Weise können neue Entwicklungen, Messebesuche, Events und zum Beispiel Jubiläen schnell und unkompliziert einer breiten Leserschaft präsentiert werden. Potentielle Kooperationspartner finden diese Informationen sicher auch interessant. Für manche Unternehmer aus dem Ausland ist die Firmenpolitik, die über solche Beiträge transportiert wird sogar eine wichtige Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Kontaktaufnahme. Achten Sie darauf, diese Neuigkeiten und alle Aktualisierungen auf Ihrer Webseite auch mehrsprachig zu halten. Insbesondere, wenn diese in den Social-Media-Kanälen geteilt werden. Wenn Sie dem Dienstleister Ihren Redaktionsplan für Ihre Neuigkeiten rechtzeitig mitteilen, können diese zeitnah übersetzt und auf Ihrer Website gepostet werden.

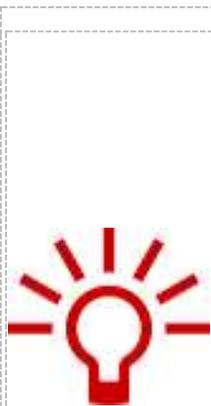
4. Lassen Sie einen Fachübersetzer aus dem Mutterland Ihre Website übersetzen.

Gute Fremdsprachenkenntnisse sind lange nicht alles, um eine ordnungsgemäße Übersetzung anzufertigen. Es benötigt Kenntnisse aus der aktuellen Sprachentwicklung (siehe dazu auch unser Blogartikel zum Thema Mutterlandprinzip), zu den kulturellen Entwicklungen und zum aktuellen Zeitgeist. Worte, die ein vermeintlich guter Übersetzer vor einigen Jahren gelernt hat, können schon heute Ihre Übersetzung ins lächerliche ziehen, da sie veraltet sind. Außerdem kann ein Fachübersetzer wichtige Stolpersteine beachten und sie an diesen Stellen bewusst vermeiden. So sind die Zahlworte im amerikanischen Englisch gern Grund für Missverständnisse.

Die deutsche „Milliarde“ heißt im amerikanischen Englisch "Billion" - Stellen Sie sich die Verwunderung beim Kunden vor, wenn es um Absatzzahlen, Bilanzen oder dergleichen geht! Auch Fremdworte und Fachvokabular finden beim Fachübersetzer aus dem Mutterland die richtige Bedeutung. Ein Beispiel sind die Übersetzungen von Sprichworten und Redewendungen, die gern auf Websites verwendet werden. Wenn diese im Zielland nicht geläufig sind, werden sie vom Leser auch nicht verstanden. Hier tauschen Übersetzer manchmal ganze Texte aus.

5. Sie erschließen neue Märkte? Bereiten Sie Ihre Website darauf vor!

Ihre Firma möchte Ihr Geschäft erweitern? Dann lassen Sie auch Ihre Marketingmaterialien, Flyer, Präsentationen sowie Visitenkarten und natürlich Ihre Website für das neue, internationale Umfeld übersetzen. Es ist sehr wahrscheinlich, dass Ihre Firma mit Start Ihrer Erweiterungsmaßnahmen gesucht wird. Gut, wenn Sie Ihre zukünftigen Kunden dann bereits in Ihrer Sprache erwarten.



Achtung Stolperstein Lokalisierung!

Bei einer Websitelokalisierung geht es um einiges mehr, als nur Mehrsprachigkeit. Folgende Fragen sollten unbedingt beantwortet werden: Welche Maßeinheiten werden verwendet? Welche Formulierungen dürfen im Geschäftsbereich eher nicht auftauchen, welche sind üblich? Gibt es Bilder, 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, bestimmte Foren oder länderspezifische Verzeichnisse?) Sind rechtliche Rahmenbedingungen geklärt?

6. Neue Sprache? Neues SEO!

User, die aus einem anderen Land stammen, suchen häufig über andere Inhalte als Ihre deutschen Besucher. Stellen Sie eine entsprechend angepasste Keyword-Liste für den Übersetzer bereit und bitten Sie ihn um Prüfung der Begriffe im Ausland und auch im interkulturellen Kontext. Passen Sie diese an die Mehrsprachigkeit und die SEO-Optimierung Ihrer Website an. Achten Sie zudem darauf, Ihre Meta-Descriptions zu übersetzen, da sich sonst Ihre Seite im Ranking der Suchmaschinen nicht gut behaupten kann.

Hüten Sie sich auch vor einer Abstrafung durch die Suchmaschinen wegen "duplicated content" - Sind zum Beispiel in Webshops ähnliche Artikel eingefügt und dann noch in verschiedene Sprachen übersetzt, kann es schnell dazu kommen. Dagegen hilft es, Google die geografische Ausrichtung der Website mitzuteilen - so tauchen nicht mehrere Sprachversionen einer Internetpräsentation in den Suchergebnissen auf und schwächen sich gegenseitig.

6. Rechtliche Voraussetzungen

Fragen, die hier beantwortet werden wollen, sind: wie steht es um Impressumspflicht und rechtlichen Voraussetzungen? Gibt es da länderspezifische Unterschiede? Doch ganz gleich welche Nationalität Ihr Kunde hat, sollten Sie Ihren Kunden über seine Rechte und Pflichten aufklären. Insbesondere AGB, Lieferbedingungen und –fristen sowie Datenschutzerklärungen sollten in den jeweiligen Sprachen vorliegen, sonst könnten Sie als Unternehmen Ihre Haftungsansprüche verlieren. Für die Übersetzung solcher Texte sollten Sie einen Fachübersetzer aus dem Bereich Recht nutzen, damit in diesen wichtigen Texten auch die juristische Fachsprache eingehalten wird.

Platz für Ihre Notizen:

Über IN-TRANSLATIONS

Gegründet 2007 in Dresden als Kommunikationsmanagement zwischen Kundengruppen im Bereich Technik, Wirtschaft, Recht und Marketing und muttersprachlichen Übersetzern in aller Welt, wuchs IN-TRANSLATIONS innerhalb kürzester Zeit zu einem florierenden Unternehmen mit derzeit drei Filialen in Deutschland heran. Professionelle Übersetzungen und Dolmetscherleistungen, eine optimale Kundenzufriedenheit und faire Preise sind dabei unser Leitmotiv.

Unsere Kompetenz – Ihr Vorteil:

Das IN-TRANSLATIONS - 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!

Niederlassung Dresden

Ammonstraße 70
01067 Dresden

Fon: 0351 - 48 28 770
Fax: 0351 - 48 28 771
Mail: office@in-ts.com

Niederlassung Erfurt

Juri-Gagarin Ring 116
99084 Erfurt

Fon: 0361 - 30 26 55 44
Fax: 0361 - 30 26 55 45
Mail: erfurt@in-ts.com

Niederlassung Leipzig

Engelsdorfer Straße 396
04319 Leipzig

Fon: 0341 - 39 29 89 00
Fax: 0341 - 39 29 89 01
Mail: leipzig@in-ts.com