

- Gisela Margarete Strauss ▪ Kommunikation-Dienstleistungen ▪ Text-Adaption ▪ Software-Lokalisation ▪
- Übersetzungsmanagement ▪ Beratung bei Rohübersetzungen ▪

Die Übersetzung Ihrer Website

» Die Übertragung von Texten in eine neue Landessprache ist ein integrativer Bestandteil der betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungskette. «

Harvard Business Review, Deutschland

Wenn Sie sich als Website-Betreiber für eine Übersetzung entscheiden, möchten Sie bereits im Vorfeld wissen, was auf Sie zukommt. Lesen Sie deshalb diese handliche Schritt-für-Schritt-Beschreibung von Basis-Vorgängen, die bei jeder gelungenen Übersetzung durchgeführt werden sollten. Darüber hinaus finden Sie Empfehlungen und hilfreiche Tipps, die Ihnen erlauben, den gesamten Prozess transparent und mit größtmöglicher Planungssicherheit zu gestalten. Spätestens bei der Realisierung einer Übersetzung zeichnet sich ein bedeutender Unterschied von Online- zu Broschüren-Texten ab:

TIPP: Nur Online-Texten ist *immer* auch angewandtes Texten.

Betrachten Sie Online-Text als Anwendung

Text als Anwendung klingt selbstverständlich, denkt man an Linkbeschriftungen und Menüpunkte: Anwender müssen darauf klicken um zu navigieren. Aber auch Fließtext sollte die besondere Aufmerksamkeitsspanne von Websitebesuchern adressieren. Diese Aufmerksamkeitspanne ist nicht nur notorisch kurz, Ihre Besucher erwarten zudem, leicht und schnell an das avisierte Ziel gebracht zu werden.

Ein geeigneter Online-Text unterstützt diese Anwender-Wünsche und übt dabei eine Leitfunktion (Guide) aus. Den Rahmen hierfür legt ein durchdachtes Textleitsystem, bestehend aus kontextuellen Informationen, gekoppelt mit zielgenauen Handlungsaufforderungen und -möglichkeiten für Navigierende. Ein wirkungsvoll gestaltetes Textleitsystem besteht aus Sitemap, Überschriften, Seitentitel, Menübeschriftungen, Link-Etiketten, Fußzeilen, Navigationsleisten sowie Bild- und Formularbeschriftungen (diese sind sehr wichtig bei E-Commerce-Transaktionen). Fließtext findet in dieser vereinheitlichenden Struktur seine Verankerung.

Soll das Wort eine hilfreiche Orientierung und Kommunikation mit Ihren Anwender-Kunden bieten, ist zudem eine systematische Erfassung von Stichwörtern, die Ihren Angeboten Identität und Kontur verleihen, unentbehrlich (Branding/Guide).

Ihr Vorteil - ein geordneter Einsatz von Texten fördert nicht nur die Handlungsfreudigkeit Ihrer Kunden: Auch Suchmaschinen erfassen und belohnen Anwender orientierte Textelemente - auf allen Ebenen des Auftritts. Bedingung ist allerdings, dass Texte dem kognitiven Leseverhalten der Zielgruppe **Mensch** - also nicht mehr wie bis vor Kurzem der » *Maschine* «) - entgegen kommen.

TIPP: » Bestraft « werden jene (bisweilen sogar teuren) Methoden, die es darauf anlegen, mit Anhäufungen von Keywörtern Suchmaschinen zu » überlisten «, die indes dem Nutzerverhalten nicht direkt dienlich sind. Jede neue » Überlistungsmethode « ist bisher noch von den Algorithmen der Suchmaschinenbetreiber erkannt, bloßgestellt und ausgeschaltet worden.

Den Anpassungs- und Internationalisierungsbedarf Ihres Online-Produkts fördern solche Vorbetrachtungen zutage, sollten Sie diese oder jene Vorgehensweise bei der Erstproduktion Ihrer Website nicht beachtet haben. Was aber meint eigentlich *Internationalisierung*?

Internationalisierung

Eigentlich haben Sie Grundprinzipien der Internationalisierung gerade kennengelernt: Durch die beschriebene systematische Aufbereitung und Erfassung von interaktiven und inhaltlichen Texten legen Sie den Grundstein für eine *internationalisierte* Website. Dies ist eine Web-Präsenz, die ohne weitere grundsätzliche Änderungen von Aufbau und Content unmittelbar in jede beliebige andere Sprache übersetzt werden kann.

TIPP: Für arabische und asiatische Websites sollte Text zusätzlich in Unicode ungewandelt werden.

Praktische Maßnahmen, die Sie oder Ihre Mitarbeiter durchführen können

In einem Stadium, in dem Sie sich bereits für eine Übersetzung entschieden haben, bietet sich nun die Gelegenheit, Ihre Internet-Präsenz hinsichtlich folgender Kriterien systematisch zu optimieren und - dabei zu internationalisieren:

1. **Anwenderführung und -freundlichkeit**
2. **Transaktionsschnittstellen und -dialoge**
3. **Wiedererkennungswert und Reichweite**
4. **Suchmaschinenplatzierung, und damit:**
 - Zielgruppengerechte Erfassung**
 - Ihrer Angebote auf jeder Ebene**
 - der Website**
5. **Etablieren von systematischen Vorgehensweisen in den Bereichen:**
 - Aktualisierung, Erweiterung,**
 - Neudesign, Qualitätsicherung**
 - und Überarbeitung.**

Abgeleitet von diesen Maßnahmen ermöglichen Sie sich zudem eine wirksame Kosteneinschätzung und eine gezielte, vereinheitlichte Auftragsvergabe für Übersetzungen in weitere Sprachen.

Markieren Sie sich den vorbereitenden Schritt der Internationalisierung als ein erstes Zwischenstadium – einen Boxenstopp. Gerade wenn Sie mit der Übersetzung noch etwas warten wollen, können Sie die positiven Resultate dieser neu angeordneten Optimierungen bereits beobachten, und dadurch maßgebliche und Richtung weisende Informationen auswerten.

TIPP: Sollten Sie bisher noch kein Web-Analyse-Werkzeug benutzt haben, so wäre nun der geeignete Zeitpunkt, ein solches auf Ihrem Server installieren zu lassen. Achten Sie dabei bitte darauf, dass die Auswertungsdaten hinsichtlich des Besucherverhaltens nach betriebswirtschaftlichen - also nicht nach technischen - Kriterien gegliedert und aufbereitet werden können.

Zusammenfassende Empfehlungen zum Abschluss

Lassen Sie sich von Übersetzern bevorzugt einen Kostenvoranschlag per Wort geben. Bei Websites macht die DIN Norm per Zeile wenig Sinn, da Zeilenlängen wegen des Seitenlayouts ständig variieren. Ideal ist es für beide, Auftraggeber und -nehmer, wenn eine Website bereits eine Sitemap aufweist. Eine Sitemap ist ein interaktives Inhaltsverzeichnis, das alle Html-Seiten individuell erfasst und thematisch einordnet. Es stellt zugleich ein verlässliches online Inventarsystem Ihres zu übersetzenden Quelltextes dar (Ein Quelltext ist der zu übersetzende Text. Zieltext wird der übertragene Text genannt. Navigationalelemente die immer gleich bleiben (basierend auf Templates oder Vorlagen), zählen Sie bitte nur einmal.

TIPP: Verwenden Sie bereits ein Redaktionssystem oder Content Management System (CMS), können Text-Vorlagen zentral erfasst und geändert werden. Dadurch vermindert sich der Aufwand für die Übersetzung von wiederkehrenden Elementen dramatisch. Bitte erwähnen Sie dies in Ihrer Ausschreibung.

Verfasst von: Gisela Margarete Strauss

Kommunikation-Dienstleistungen für Text-Adaption, Software-Lokalisation und Übersetzungsmanagement ▪ Beratung bei Rohübersetzungen.

<http://www.sepiaport.com>

Sepiaport@gmail.com

++ 49 0163.4203.154

82031 Grünwald/München

Steuer-ID: DE198621262

Die Urheberin Gisela Margarete Strauss vergibt folgende Creative Commons Lizenz für dieses Dokument:

[Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 2.5](#)