

Leitfaden: Professionelle Übersetzungen

Egal ob Ihre Internetseite oder Printprodukte wie Hausprospekt, Museumsflyer oder Ihre Speisekarte: professionelle Übersetzungen sind unerlässlich, wenn Sie internationale Gästegruppen ansprechen wollen.

Die wachsende Bedeutung digitaler Informationskanäle hat zur Folge, alle erdenklichen Inhalte übersetzen zu müssen. Denn das Internet kennt keine Barrieren und die Zahl der potenziellen Kunden ist exponentiell gewachsen (und die sprechen viele verschiedene Sprachen!).

Warum sollten Sie Ihre Informationen übersetzen lassen?

Es gibt viele Gründe! Und möglicherweise sind Ihnen einige von diesen noch gar nicht in den Sinn gekommen.

Weil Kunden schlecht übersetzten Websites nicht vertrauen

Tatsächlich gibt es Daten, die besagen, dass etwa 80 % der Internetnutzer es sich zweimal überlegen würden, bevor sie auf einer schlecht übersetzten Website kaufen.

Warum ist dies so? In einer Zeit, in der immer mehr Menschen von automatischen Übersetzern wie Google Translate Gebrauch machen, wäre es doch logisch, wenn die "Toleranz" gegenüber schlechten Übersetzungen stiege. Doch das ist nicht der Fall.

Wenn ein Benutzer seine Kreditkarte zum Bezahlen oder Buchen benutzt, schaut er sich die Website, auf der er einkauft, ganz genau an. Am Ende kommt dabei kleinen Details wie falsch verwendeten Synonymen oder bedeutungslosen Phrasen enorme Bedeutung zu. Sie suggerieren dem potenziellen Kunden Achtlosigkeit und vermitteln wenig Vertrauen.

Weil es ein schneller Weg ist, Ihre Kundenreichweite zu erweitern

Zwar reicht die Übersetzung Ihrer Website in eine andere Sprache nicht aus, um Kunden in neuen Ländern zu erreichen, doch es ist ein wichtiger Schritt.

Im Tourismus sollte die Übersetzung von Webseiten, sozialen Netzwerken oder Printprodukten Standard sein. Weil Englisch als Verkehrssprache weit verbreitet ist, ist die Übersetzung in die englische Sprache ein wichtiger Anfang. Allerdings kann es sich lohnen, auch in andere Sprachen zu übersetzen, wenn diese Märkte eine relevante Bedeutung haben. Schließlich möchten Kunden Informationen auch in ihrer eigenen Sprache aufrufen.

Weil es Ihre Suchmaschinenoptimierung begünstigt

Um Ihr Angebot zu entdecken, müssen Interessenten aus dem Ausland erst Ihre Webseite finden und dazu nutzen sie in der Regel Suchmaschinen. Google und Co. bewerten jede Webseite anhand verschiedener Begriffe und untersuchen diese auf interessante Inhalte. Nur: ausländische Gäste werden die Suchmaschinen entweder in ihrer Landessprache nutzen oder englische Suchbegriffe verwenden.

Leitfaden: Professionelle Übersetzungen

Wenn Sie internationale Kundschaft für sich begeistern möchten, müssen diese Begriffe (Keywords) und natürlich auch die Inhalte der Webseite zumindest in die englische Sprache übersetzt werden. Dazu reicht eine Lokalisierung (Anpassung des Textes an die Zielgruppe) nicht aus, denn dabei gehen Keywords und Suchphrasen verloren, weil Texte so übersetzt werden, dass der Leser sich damit wohlfühlt und die Keywords außer Acht gelassen werden. Für die Suchmaschinen aber sind diese Schlüsselwörter entscheidend.

Sie sollten also für jede Sprache eine eigene SEO-Strategie entwickeln.

Übersetzen für den Tourismus: komplexer als erwartet

Tourismusübersetzungen haben ihre eigenen Schwierigkeiten – deshalb ist es wichtig, sich auf ein Übersetzungsbüro verlassen zu können, das auf diesen Sektor spezialisiert ist und weiß, wie man mit diesen Schwierigkeiten umgeht.

Dazu zählen beispielsweise:

Die Botschaften müssen an die Kultur der jeweiligen Sprache angepasst werden

Tourismus wird mit Freizeit und Erholung in Verbindung gebracht, und dies spiegelt sich in seinen Werbebotschaften wider. Tourist-Informationen, Hotels, Restaurants... sie alle versuchen, ihre Kommunikation an die Sprache Ihrer Kunden anzupassen und dadurch attraktive und verständliche Botschaften zu schaffen. Botschaften, mit denen sich der Kunde identifizieren kann.

„Wanderlust in der Heide“ – „Lichterglanz an der Nordsee“

Ob es einem nun gefällt oder nicht, solche Botschaften sind nicht einfach zu übersetzen! Der Übersetzer muss die Kultur des Landes, für das er übersetzt, genau kennen, wenn er den ursprünglichen Ton der Botschaft nicht verändern will.

Der Übersetzer hat keine Ahnung von dem, was er schreibt

Ein großer Teil der Übersetzungen im Tourismusbereich sind Inhalte, in denen von einer bestimmten Stadt, einem Denkmal oder einem anderen Ort die Rede ist, der einen Besuch wert ist. In solchen Fällen enthalten die Originaltexte in der Regel alle möglichen Details und subjektiven Bewertungen, mit dem Ziel, sie so visuell und attraktiv wie möglich zu gestalten.

Für einen Übersetzer, der die Orte noch nie zuvor besucht hat und nicht weiß, wie es dort wirklich aussieht, kann es schwierig sein, sie in einer anderen Sprache zu beschreiben. Selbst wenn man den Originaltext versteht, kann sich der Übersetzer kaum zu 100% sicher zu sein, dass seine Übersetzung der Realität entspricht.

Mitunter ist es sogar notwendig, dass der Übersetzer zusätzliche Informationen über den Ort einholt (z.B. Reiseführer oder andere Blogs), um sich zu vergewissern, dass der Ort, den er beschreibt, tatsächlich so ist, wie er es sich vorstellt.

Leitfaden: Professionelle Übersetzungen

Was Sie bei einem Übersetzungsbüro beachten sollten, das touristische Übersetzungen anbietet

Wenn Sie sich zu einer Übersetzung entschieden haben und nun ein Übersetzungsbüro benötigen, das Ihnen bei diesem Prozess hilft, gibt es mehrere Faktoren, die Sie berücksichtigen sollten:

- Ihr Übersetzungsbüro sollte auf den Tourismus spezialisiert sein
- Die Übersetzer sollten auch die Gewohnheiten und Bedürfnisse des Herkunftslandes Ihrer Zielgruppen kennen
- Wählen Sie eine Agentur mit muttersprachlichen Übersetzern
- Ihr Übersetzungsbüro sollte über SEO-Kenntnisse verfügen

Ihre Entscheidung kann erleichtert werden, indem Sie verschiedene Übersetzer kontaktieren und Sie mit einem kurzen Beispieltext Probeübersetzungen erbitten. Bei der Auswahl möglicher Agenturen können Sie bei Ihren regionalen touristischen Partnern nachhaken, welche Agenturen für Übersetzungsarbeiten genutzt wurden – so wissen Sie am besten, was Sie bekommen.