

VERSTEHE NICHT, KAUF NICHT

MAXIMIEREN SIE IHREN UMSATZ, INDEM SIE KUNDEN IN IHRER EIGENEN SPRACHE ANSPRECHEN – UND BENUTZEN SIE ENGLISCH ALS SPRUNGBRETT ZU ANDEREN MÄRKTEN.

ENGLISCH ERÖFFNET MÄRKTE – NICHT NUR IN GROßBRITANNIEN, SONDERN AUCH IN ANDEREN LÄNDERN

Eine für die Europäische Kommission durchgeführte Umfrage bestätigt, dass 90 Prozent der Befragten innerhalb der EU „immer eine Webseite in ihrer eigenen Sprache“ besuchen, wenn sie mehrere Sprachen zur Auswahl haben. In der Umfrage stellte sich auch heraus, dass eine knappe Mehrheit (53%) „die Nutzung einer englischen Version einer Webseite als akzeptabel“ empfand. Außerdem ist Englisch die Lingua-Franca des Internets, mit seinen mehr als 873 Millionen Nutzern. Stellen Sie sich vor, welchen Einfluss das auf ihre Reichweite und somit Umsatzzahlen haben könnte! Übersetzungen Ihrer Inhalte ins Englische bieten oftmals auch interessante Möglichkeiten in andere englisch-sprachige Märkte vorzustoßen.

ÜBERSETZUNG ODER LOKALISIERUNG?

Wenn Sie globale Märkte erschließen möchten, werden Sie immer wieder auf die Schlagworte „Übersetzung“ und „Lokalisierung“ stoßen. Obwohl beide Begriffe häufig als Synonyme verwendet werden, bezeichnen sie jedoch zwei unterschiedliche Prozesse. Bei einer Übersetzung wird der Ausgangstext von Inhalten in die Zielsprache umgesetzt. Die entsprechende Übersetzung ist zwar druckfähig, ist aber nicht an einer bestimmten Leserschaft oder einem bestimmten Markt orientiert. Lokalisierung hingegen passt die Übersetzung an den jeweiligen Zielmarkt so an, dass die Inhalte seinen geschäftlichen und kulturellen Aspekten entsprechen und den Eindruck erwecken, sie seien direkt für den Endnutzer kreiert worden. Neben der Übertragung von Wörtern aus der Ausgangs- in die Zielsprache gehören auch die Adaption des Zieltextes (etwa die Tonalität / persönliche Anrede, als auch Kontaktinfos, Schreibweise, usw.) zur Lokalisierung. Dieser Prozess soll sicherstellen, dass Ihre Aussagen korrekt übertragen werden und dafür sorgen, Ihren Zielmarkt so anzusprechen, dass Sie Vertrauen aufbauen und so neue Kunden gewinnen können.

ÜBERSETZUNGSPARTNER FINDEN

Sie sind hochspezialisiert. Fachübersetzer haben ebenfalls Kompetenzen die über die reine Übersetzungsarbeit hinausgehen. Kulturelles Bewusstsein und ein starkes Engagement, um ein überzeugendes Erlebnis anzubieten, zeichnen die besten Fachübersetzer aus.

Sie brauchen einen Partner, der eng mit Ihnen zusammenarbeitet, Ihre Fachbegriffe recherchiert und der wirkungsvolle lokalisierte Inhalte produziert und somit dazu beiträgt, dass Ihr Marktauftritt in Großbritannien und der englisch-sprachigen Welt erfolgreich verläuft.

INHALTSANSPRÜCHE

Vor allen Dingen sollten Sie Ihre Übersetzungsaufträge möglichst rechtzeitig planen. Im Normalfall können Übersetzer ungefähr 200 Zeilen pro Tag übersetzen – aber Sie sollten den Liefertermin immer mit dem Übersetzungspartner abklären, falls der Text am Ende des Prozesses noch geprüft werden soll.

PARTNERSUCHE

Diese Webseiten können Ihnen helfen, eine/n starken Übersetzungspartner/in zu finden und bieten zahlreiche Infos an: www.bdue.de / www.iti.org.uk.

BEACHTENSWERTES

- **Definieren Sie Ihren Anspruch** so genau wie möglich
- **Stellen Sie Referenz- und Fachmaterial Ihres Unternehmens zur Verfügung.** Es verdeutlicht dem Übersetzer den fachlichen Kontext und gibt ihm einen Einblick in Ihre spezielle Firmenterminologie.
- **Benennen Sie einen Ansprechpartner für fachliche Probleme.** Sprache ist etwas sehr Lebendiges, Individuelles. Deshalb kann nur der Autor eines Textes genau sagen, was mit einer bestimmten Formulierung gemeint ist, welcher Sinn sich dahinter verbirgt, was dem Partner im Ausland damit vermittelt werden soll.
- **Seien Sie nicht beunruhigt, wenn sich ein/e Übersetzer/in während der Auftragsbearbeitung mit fachlichen Fragen zu Ihrem Text an Sie wendet.** Dies zeigt, dass er sich intensiv und gewissenhaft mit dem Text auseinandersetzt und ist aus Qualitätssicht nur zu begrüßen.

Mark Elliott

arbeitet seit über 15 Jahren als Übersetzer. Er war ursprünglich im Vertrieb bei Ericsson tätig und hat nach seinem Abschluss (MA) in der Fachrichtung Übersetzung im Jahr 2004 die Firma Media Translation gegründet.