

DIE 7 WICHTIGSTEN REGELN

FÜR EINE ERFOLGREICHE
WEBSITE LOKALISIERUNG



ERFOLGSFAKTOREN IM INTERNATIONALEN MARKETING

Internationalisierung ist für jedes Unternehmen – sei es ein erfolgreicher Mittelständler oder ein junges Start-up – ein zentraler und existentieller Meilenstein. In einer vollständig globalisierten Wirtschaft wagen immer mehr Unternehmen den Schritt in fremde Märkte und rollen ihr Geschäftsmodell weltweit aus. Dabei kommt der Lokalisierung von marketingrelevanten Inhalten eine besondere Bedeutung zu. Besonders wichtig sind die Übersetzung des Webauftrittes und von Präsentationen sowie die Übertragung der Produktstammdaten in neue Sprachen.

Professionelle Lokalisierung

Die Übersetzung als Teilaufgabe innerhalb von Lokalisierungsprojekten muss sich an den speziellen kulturellen Randbedingungen der Zielregion orientieren. Landestypische Besonderheiten erfordern eine zielgerichtete Bearbeitung, damit die Nutzer ein positives Erlebnis mit der Website und den Angeboten des Unternehmens verbinden. Missverständnisse bei der Lokalisierung sind dringend zu vermeiden.

Dies gelingt, wenn die Zielgruppe im regional und fachlich passenden Sprachstil angesprochen wird. Muttersprachler haben ein sensibles Sprachgefühl, das die Lokalisierung erleichtert und Fehler frühzeitig vermeidet. Ein typisches Beispiel sind die feinsprachlichen Unterschiede zwischen dem britischen und amerikanischen Englisch. Aber auch regionsspezifische Sprachgewohnheiten zwischen Nord- und Süddeutschland werden von Nutzern wahrgenommen und interpretiert. Die präzise, zielgruppengenaue Übersetzung ist deshalb erfolgskritisch in Lokalisierungsprojekten. Dabei ist die Übersetzung von Texten nur ein Teil der Arbeit, die zu einer guten Lokalisierung von

Websites beiträgt. In diesem Kontext sind folgende sieben erfolgskritischen Maßnahmen essentiell, um in der digitalen Welt internationale Kunden und neue Interessenten schnell und effizient zu erreichen.

Die 7 wichtigsten Regeln für eine erfolgreiche Website-Lokalisierung

In vielen aktuellen Projekten hat sich herauskristallisiert, welche Schritte und Bausteine bei einer erfolgreichen Lokalisierung nicht fehlen dürfen:

1. Die Wahl der passenden internationalen URL-Struktur
2. Die professionelle Übersetzung durch fachlich spezialisierte Muttersprachler
3. Die Beurteilung der lokalen Relevanz von Inhalten
4. Das Beachten kultureller Besonderheiten und lokaler Gesetze
5. Die Konsistenz von Formulierungen, Zeichensätzen, Formatangaben usw.
6. Die perfekte Übersetzung von suchmaschinenrelevanten Inhalten
7. Die Lokalisierung der Bildersprache, von Buttons und Links

Die 7 wichtigsten Regeln für eine erfolgreiche Website-Lokalisierung

7 Regeln

Regel 1: Internationale URL-Struktur festlegen

Grundsätzlich gibt es für unterschiedliche Sprachversionen und Zielmärkte folgende Methoden, um eine geeignete URL-Struktur festzulegen:

- **Länderspezifische Top-Level-Domains**, z.B. ihre-domain.de und ihredomain.it
- **Subdomains zur Ergänzung generischer Top-Level-Domains**, z.B. de.ihredomain.org

- **Unterverzeichnisse unter generischen Top-Level-Domains**, z.B. ihredomain.org/de/

Jede Struktur hat dabei spezifische Vor- und Nachteile, so könnten lokale Domainnamen teilweise nicht verfügbar sein und auch technische Gründe beeinflussen die Auswahl.

Regel 2: Inhalte professionell übersetzen lassen

Die professionelle Übersetzung ist für eine erfolgreiche Website-Lokalisierung der wichtigste Erfolgsfaktor. Dabei sind verschiedene Standards zu beachten, die darüber entscheiden, ob die Übersetzung fehlerfrei ist und die Zielgruppe erreicht oder nicht:

- **Wählen Sie als Übersetzer immer einen Muttersprachler mit Fachexpertise aus.**
- **Beauftragen Sie ein zusätzliches Lektorat oder Korrektorat bei komplexen und wichtigen Texten.**



- **Definieren Sie die Zielgruppen und Personas der Übersetzung nach Tonalität.**
- **Achten Sie auf ein qualitativ einwandfreies Ausgangsdokument.**
- **Planen Sie genügend Zeit für die Übersetzung ein – vor allem bei komplexen Texten.**
- **Stellen Sie Ihrem Übersetzungsdienst positive Textbeispiele aus der Vergangenheit zur Verfügung und entwickeln Sie so ihr eigenes Translation Memory.**
- **Achten Sie auf die Verwendung eines Style Guide mit Glossar für den zu übersetzenden Text.**
- **Bleiben Sie während der Auftragsbearbeitung für den Übersetzungsdienstleister gut erreichbar, damit der Abstimmungsbedarf schnell geklärt werden kann.**
- **Lassen Sie Textkorrekturen am übersetzten Dokument sofort umsetzen.**
- **Nutzen Sie nur zertifizierte Übersetzungsdienstleister mit hohen technischen Qualitäts- und Sicherheitsstandards.**

Nur Dienstleister, die nach diesen Standards arbeiten, liefern mit hoher Sicherheit auch eine hohe Qualität. Es lohnt sich, Übersetzungsdienstleister sorgfältig zu vergleichen und einen hohen Anspruch an die Qualität zu stellen, denn je geringer die Zahl der Fehler und Missverständnisse, desto geringer sind auch die Kosten, wenn die benötigte Zeit des Auftraggebers in den Aufwand einberechnet wird.

Regel 3: Lokale Relevanz von Inhalten beurteilen

Inhalt und Kontext einer guten Lokalisierung müssen aus einem Guss sein. Ein guter Übersetzungsdienstleister darf nicht nur die Texte auf qualitativ hohem Niveau übersetzen, sondern muss auch die lokale Relevanz der Inhalte beurteilen können und in den richtigen Kontext übertragen. Das bedeutet, dass der Übersetzungsdienstleister nicht nur sprachlich versiert ist, sondern auch die spezifische Region und die Nutzer und deren Gewohnheiten kennt, um Inhalte sinnvoll zu lokalisieren.

Irrelevante Inhalte müssen zunächst identifiziert werden, um anschließend entweder grundlegend neu gefasst und formuliert zu werden oder sie können sogar ganz wegfallen.

Anhand den nachfolgenden Beispiele wird deutlich, in welchen Fällen besondere Sorgfalt bei der Lokalisierung erforderlich ist:

- **Ist der prominente Verweis auf den Telefonsupport sinnvoll, wenn dieser aus dem Ausland nur zu hohen Kosten erreichbar oder in der jeweiligen Landessprache nicht verfügbar ist?**



- **Ist der deutsche Mittelständler in Südamerika als Referenz geeignet oder gibt es passende lokale Referenzen?**
- **Sind nationale Zertifizierungen oder Auszeichnungen in anderen Erdteilen von Bedeutung?**

Häufig ist es sinnvoll, Inhalte speziell für das Zielland zu erstellen oder auf die reine Lokalisierung zu verzichten. Um diese Entscheidung zu treffen, ist die Zusammenarbeit mit Experten notwendig, die nicht nur reine Übersetzungsarbeit leisten, sondern bereits Erfahrungen in der Transkreation – der ganzheitlichen Übersetzung unter Berücksichtigung kultureller Zusammenhänge – von Inhalten haben.

Regel 4: Länderspezifische und kulturelle Besonderheiten berücksichtigen

Nicht alles, was in der westeuropäisch geprägten Kultur selbstverständlich und unkritisch ist, kann durch schlichte Übersetzung auf andere Länder weltweit übertragen werden. Zum Beispiel sind religiöse Rahmenbedingungen und daraus abgeleitete Empfindungen zu berücksichtigen. Diese gelten auch für die Bildsprache. Die Abbildung leicht bekleideter Frauen oder nackter Füße kann in der arabischen Welt oder auch in Teilen Asiens verpönt oder gar verboten sein. Auch die Verwendung alkoholischer Getränke oder dem in Deutschland bekannten Sparschwein in Text und Bild kann in anderen Kulturkreisen zu Irritationen führen. Selbst die Farben auf einer Website sind abhängig von Kulturkreis. Wird die Farbe Weiß im Westen mit Begriffen wie Unschuld, Reinheit, Freude und ähnlichem assoziiert, steht sie in vielen asiatischen Ländern für Trauer und Tod.

Abweichende gesetzliche Bestimmungen wie die Impressumspflicht, der Datenschutz oder Preis- und Steuerinformationen, Widerrufsbelehrungen und Fristen sind ebenfalls wichtige Faktoren, die bei der Lokalisierung einer Website keinesfalls vergessen werden dürfen. Entsprechende Texte können daher nicht einfach Wort für Wort übersetzt werden, sondern sollten von Fachleuten mit juristischen Kenntnissen lokalisiert werden.

Regel 5: Sonderzeichen, Schriften und Formate

Viele Länder unterscheiden sich hinsichtlich der verwendeten Zeichensätze sowie der gängigen Datums-, Zeit- und Mengenangaben. Zum Beispiel entspricht das englische „Billion“ der deutschen „Milliarde“ und bei der amerikanischen Datumsformatierung wird zuerst der

Monat genannt, dann der Tag. Folgendes ist zu beachten:

- **Die Datumsformatierung**
- **Die Dezimaltrennzeichen (Punkt oder Komma)**
- **Die Schriftzeichen (z.B. Arabisch, Chinesisch, bestimmte Buchstaben nordischer Sprachen)**
- **Die Schriftrichtung (von rechts nach links anstelle von links nach rechts)**

Regel 6: SEO-Optimierung weltweit berücksichtigen

Die richtige Übersetzung von Keywords und suchmaschinenrelevanten Inhalten sind weitere wichtige Elemente, um sich in einem fremden Markt zu positionieren. Über die Auffindbarkeit einer Website entscheidet, ob die Begriffe mit dem höchsten Suchvolumen verwendet werden und im richtigen Kontext der Website stehen. Zudem spielen verschiedene Suchattribute sowie Meta-Daten auch eine entscheidende Rolle. Die relevanten Überschriften und Meta-Descriptions in der Suchmaschine müssen deshalb von ausgewiesenen Experten in die neue Sprachwelt übertragen werden.

Folgende Meta-Angaben und HTML-Attribute müssen lokalisiert werden:

- **Website-Title und H1-Überschrift**
- **Meta-Description**
- **URL-Pfade**
- **Ankertexte aller Links, natürlich auch im Rahmen der Navigation**
- **Alt-Attribute von Bildern**
- **Formulare**

Regel 7: Layout, Grafiken und Buttons anpassen

Für einen professionellen Website-Auftritt müssen alle Texte auf Buttons, Schaltflächen, Grafiken und

Screenshots lokalisiert werden. Dabei ist zu beachten, dass die Länge von Wörtern und Sätzen in verschiedenen Sprachen teilweise unterschiedlich ausfällt. Während englische Formulierungen und Ausdrücke häufig weniger Platz benötigen, kann dies in anderen Sprachen – z.B. Französisch – sehr lang ausfallen. Dies erfordert unter Umständen auch die Größenanpassung der grafischen Elemente.



Der Translation Workflow Management Prozess im Überblick.

Individuelle Lösungen und maßgeschneiderte Projekte für spezielle Kundenwünsche

Kostenfaktoren Personal und Prozesse: Wie Sie an der richtigen Stelle sparen!

Der Einsatz von personellen Ressourcen für das Einpflegen von übersetzten Texten in ein Content-Management-System oder eine E-Commerce-Software ist aufwendig, kostspielig und oft eine gefährliche Fehlerquelle. Deshalb lohnt es sich, Übersetzungsservices zu vergleichen

und Anbieter zu wählen, die einen hohen technischen Integrationslevel garantieren. Diese Anbieter ersetzen mit Translation Automation viele Tätigkeiten und machen sie obsolet. Das spart Zeit, Geld und steigert die Qualität im Lokalisierungsprozess.

Mit einer geeigneten technischen Ausstattung können Website-Inhalte komplett digital aus der Software (CMS oder Shop-System) heraus an einen professionellen Übersetzungspartner gesendet werden, die Übersetzung erfolgt auf gleichem Wege zurück und wird automatisch an die richtige Stelle im CMS ausgeliefert.

Die Implementierung ist einfach, sie erfordert einen geringen IT-Aufwand und die Online-Redakteure müssen keine neue Software erlernen. Neue oder veränderte Texte sind innerhalb kürzester Zeit in allen Zielsprachen online und stets auf dem aktuellen Stand. Sämtliche Inhalte und Bereiche der Website können zur Übersetzung ausgewählt werden – sowohl Seiten und Unterseiten als auch weitere Inhaltselemente wie z.B. benutzerdefinierte Felder.

Prozessschritte nahtlos und „per Parameter“ für bessere Übersetzungsqualität

Die Übersetzungsqualität steigt, weil Arbeitsschritte mit Copy & Paste überflüssig geworden sind. Übersetzungen werden per Parameter automatisch in die vorgegebene Seitenstruktur und Formatierung eingefügt.

Das senkt die Fehlerquote und eliminiert ad hoc viele potentielle Fehlerquellen. Auch der Einsatz von Translation Memories und Glossaren senkt die Kosten, denn bereits übersetzte Passagen werden automatisch erkannt und nicht neu übersetzt. Vorhandene Übersetzungen werden in einer Übersetzungsdatenbank gespeichert und bei Bedarf, für ein konsistentes Wording und ohne zusätzliche Berechnung wiederverwendet. Das steigert die Übersetzungsqualität umfassend und sorgt für Konsistenz in der internationalen Kommunikation.

Weitere Vorteile einer zentralen Plattform für Übersetzungsautomation sind spezialisierte Workflows und dig-

itale Werkzeuge, die auf ein hohes Datenschutzniveau ausgerichtet sind. Jeder Datenaustausch ist mit einer 256-Bit-SSL-Verschlüsselung abgesichert. Geeignete Translation-Automation-Systeme bieten zudem eine komfortable und transparente Auftragsübersicht, mit der Übersetzungsaufträge jederzeit, also 24/7 verfolgt und bearbeitet werden können.

Individuelle Lösungen und maßgeschneiderte Projekte für spezielle Kundenwünsche

Obwohl ein gutes System bereits viele Funktionen „von der Stange“ anbieten kann, benötigen manche Kunden, besonders in großen Projekten, Speziallösungen. Deshalb bieten einige Branchenprofis auch individuelle Lösungen und Anpassungen für Lokalisierungsprojekte. Projektmanager und IT-Fachleute entwerfen maßgeschneiderte Lösungen für spezielle Anforderungen. Wie eine große Website-Lokalisierung in ein erfolgreiches Projekt gegossen wird, ergibt sich ganz praxisnah anhand eines Beispiels. Der beliebte Markenhersteller tesa AG, eine Tochtergesellschaft von Beiersdorf, betreibt weltweit ein Milliarden-Business und plante einen Relaunch seiner internationalen Webpräsenzen. In diesem Case zeigt sich, worauf es bei der erfolgreichen Auswahl eines Lösungspartners und Implementierung eines Systems ankommt.



Übersetzungsqualität durch automatische Prozesse



FALLBEISPIEL: WIE TESA MIT 24TRANSLATE SEINE WEBSITE IN ÜBER 24 SPRACHEN LOKALISIERT

Die tesa AG suchte für Ihr anstehendes Website-Relaunch-Projekt einen verlässlichen Übersetzungsanbieter. Neben der qualitativ hochwertigen Übersetzung in mehr als zwei Dutzend Zielsprachen sollte auch eine technische Lösung zur Optimierung des Übersetzungsworkflows gefunden werden. Von den Anbietern wurde erwartet, dass sie verschiedene tesa-interne Systeme und unterschiedliche Dienstleister an eine Übersetzungsplattform anbinden konnten.

24translate und 24technology schnürten ein Paket für tesa, das individuell auf die speziellen Bedürfnisse in Bezug auf die Lokalisierung der Website im Rahmen des Relaunches eingeht. Für den Auftraggeber hatte die Einhaltung des Zeitplans oberste Priorität. Dieser beinhaltete das Lektorat der Ausgangstexte und die anschließende Übersetzung in über 24 Sprachen. Das Lektorat war erforderlich, da der Content der Website aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen zusammengetragen und nicht von Muttersprachlern verfasst worden war. Um den engen Zeitplan einhalten zu können, wurde ein Inhouse-Lektor ausgewählt, der direkt im Content-Management-System (CMS) des Kunden arbeiten konnte.

Für das Website-Relaunch-Projekt wurde eine firmenspezifische Übersetzungsplattform eingesetzt. Mehrere tesa-Systeme und verschiedene Übersetzungsdienstleister wurden daran angebunden. Die Plattform ist außerdem mit einem Translation Memory und Glossar ausgestattet und erlaubt es, dass tesa-Mitarbeiter selbst kleinere Übersetzungen mit Hilfe eines Editors anfertigen. Bereits vor Projektbeginn identifizierten die Beteiligten eine ganze Reihe von erfolgskritischen Herausforderungen, die während des Projekts gemeistert wurden:

- Schnelles und effektives Inhouse-Lektorat in enger Zusammenarbeit mit den tesa-Mitarbeitern
- Enger Projektzeitplan für den Relaunch der neuen Websites

- Großes Textvolumen in über 24 Zielsprachen
- Anbindung des tesa-CMS an das Translation-Management-System

Das regelmäßige, eng getaktete Inhouse-Lektorat sorgte für die Texthomogenität der Ausgangstexte. Für den automatisierten Übersetzungsprozess wurde ein Translation-Management-System individuell für tesa entwickelt. Eine Schnittstelle (API) wurde in das CMS von tesa implementiert, damit es nahtlos mit dem Translation-Management-System (TMS) verbunden ist. Auch die komplette Auftragsabwicklung kann so direkt im CMS ohne Medienbrüche durchgeführt werden. Die Übersetzungsaufträge werden ganz ohne manuellen Aufwand ausgelöst und wieder importiert. Abgerundet wird dieser End-to-End-Workflow von einem automatischen Angebotsprozess. Darin ist eine Kostenfreigabe integriert, die tesa jederzeit umfassende Kostentransparenz garantiert.

Was uns auszeichnet, ist der unbedingte Wille zu Qualität und Innovation

Als einer der international führenden Übersetzungsdienstleister verbindet 24translate den deutschen Mittelstand seit zwei Jahrzehnten mit der gesamten Welt. Weltmarktführer wie zum Beispiel tesa, Feintool und ThyssenKrupp bauen bei der Erschließung neuer Märkte auf unsere Technologie und Fachkompetenz. Kunden von 24translate können zu jeder Zeit auf alle Bausteine unseres bewährten Übersetzungsmanagements zurückgreifen und vertrauen dabei auf beständige Qualität und Zuverlässigkeit.

Über 24translate

Als einer der international führenden Übersetzungsdienstleister verbindet 24translate Unternehmen seit zwei Jahrzehnten mit der gesamten Welt. Unsere Kernkompetenzen sind Fachübersetzungen, Textoptimierungen und Prozessautomatisierungen für alle Branchen. Insbesondere bei anspruchsvollen Übersetzungsprojekten profitieren unsere Kunden von unserer technischen Expertise und unserem sehr hohen Datensicherheitsstandard.

Haben Sie noch Fragen oder möchten Sie mehr darüber erfahren, wie Sie Ihr mehrsprachiges Kommunikationspotenzial noch besser ausschöpfen können?

Sprechen Sie uns an! Gerne beraten wir Sie kostenlos und individuell.

Schweiz

24translate GmbH
Rittmeyerstrasse 13
9014 St. Gallen

Web www.24translate.ch
Telefon +41 (0) 71 226 46 56
E-Mail info@24translate.ch

Deutschland

24translate Direct GmbH & Co. KG
Straßenbahnring 19a
20251 Hamburg

Web www.24translate.de
Telefon +49 (0) 40 480 63 20
E-Mail service@24translate.de