

# Die Lokalisierung von Internetseiten – gleicher Inhalt, gleiche Wirkung?

Ein Blick auf die lokalisierten Seiten einer Webseite:

Um neue Kunden werben zu können, wird es immer wichtiger, die eigene Internetseite in einer Fremdsprache anzuzeigen. Die Übersetzung ist aber oft der „Schwachpunkt“ der Webseite. Es wurde viel in Design investiert, viel Zeit aufgebracht um Wörter gegeneinander aufzuwiegen.

Dann schickt man den Übersetzungsauftrag los und die Texte sollen in kürzester Zeit übersetzt werden.

Es entsteht zwar eine getreue Kopie des Originals, die jedoch nicht die gleiche Wirkung des Originals erreichen kann.

Die Fehler, die dabei begangen werden, kann man folgendermaßen kategorisieren:

- Tippfehler – leider zu viele:

Wie soll eine Seite den Besucher zum Weiterlesen animieren, wenn er bei jedem zweiten Wort einen Tippfehler sieht. Ich spreche nicht von den Fehlern, die sich in jedes Dokument schleichen können, sondern von Fehlern wie zum Beispiel falsche oder fehlende Akzente, Endungen, Buchstabenverwechslungen.

Diese Fehler bringen den Leser dazu, mehr auf die Fehler zu achten als auf den Inhalt des Textes. Nach dem 10. Tippfehler im gleichen Absatz geht der Leser auf Fehlerfang, um zu beweisen, dass er das besser geschrieben hätte.

- Sonderzeichen

Schön, der Text ist perfekt übersetzt. Haben Sie jedoch daran gedacht, wie manche Zeichen auf einem Schirm in Südafrika aussehen könnten? Ein Übersetzer schreibt mit seinem Textverarbeitungsprogramm, der Korrekturleser ebenfalls. Die Texte erscheinen perfekt. Dann wird der Text im Web präsentiert und ein potentieller Kunde in Südafrika liest ihn. Er findet die Umlaute mit einem Sonderzeichen ersetzt. Die Sonderzeichen müssen in html-Seiten mit speziellen Codes versehen werden, damit diese Zeichensatzunabhängig angezeigt werden können.

- halbübersetzte Seiten

Es ist keine Müdigkeitserscheinung des Übersetzers (dazu komme ich später). Nein. Es ist eine Botschaft des Autors: „Vielen Dank, und da Sie mich jetzt gefunden haben, können Sie den Text weiter in meiner Sprache lesen“. Im Web kann man Seiten finden, bei denen nur der erste Absatz übersetzt wurde. Wenn man auf den Geschmack gekommen ist und es wirklich zur Sache geht, wird nicht weiter übersetzt, denn die ersten Zeilen konnte der Verfasser selber schreiben, aber dann? Genauso einladend sind Seiten, die zur Gänze übersetzt worden sind (auch Links und Grafiken) aber sobald man auf einen Link klickt, wird man auf die Originalsprache zurückverwiesen. In solchen Fällen ist es besser, nichts zu übersetzen, als dem Besucher lediglich die Produktbeschreibung in seiner Sprache zu zeigen, mit dem Ziel, dass der „Bezahlen“-Button geklickt wird.

- **Müdigkeitserscheinung des Übersetzers**

Übersetzer sind auch nur Menschen. Wenn der Auftrag um 22 Uhr vergeben wird und um 6 Uhr Früh fertig sein soll, kann man nicht 100-prozentige Genauigkeit erwarten. Ein Computer kann rund um die Uhr arbeiten, ein Übersetzer nicht – vor allem dann nicht, wenn er bereits einen 10-Stunden-Tag hinter sich hat. Diese Problematik findet man oft bei Schnell-und-billig Übersetzungen (in Übersetzerkreisen als „Fast-Food Übersetzungen“ genannt). Erfahrene Übersetzer haben es nicht nötig, sich darauf einzulassen – sie verdienen genug und wissen, dass das Ergebnis nicht optimal sein kann, vor allem wenn der Kunde auf das Korrekturlesen verzichtet, um noch mehr Kosten zu sparen. Ein anderes Symptom: ausgezeichnete Übersetzung, nach ungefähr 50 Seiten (je nach Müdigkeit des Übersetzers) erscheinen die ersten Endungsfehler (die die automatische Rechtschreibprüfung nicht erkennt, weil diese Endungen in anderen Kontexten auch möglich sind), dann übersetzte Wörter, die nicht mehr überprüft, sondern wörtlich übertragen werden. Später kommen Sätze ohne Verb, ohne Subjekt, und als Krönung am Ende ganze unübersetzte Abschnitte.

Darüber hinaus sollte jeder Text von einem anderen muttersprachigen Übersetzer noch einmal gelesen werden (wobei wir dem Kunde die Entscheidung lassen, ob dies wir abwickeln oder er es einem anderen Korrekturleser weiterleiten will). In speziellen Fällen, wo Texte in Eile übersetzt worden sind, sollte man Augenmerk auf das Korrekturlesen geben.

- **„wird schon passen“**

Diese Haltung haben Leute, die Ihre Sprachkenntnisse überschätzen. Man sieht dies bei Autoren, die der Meinung sind sie können es selbst übersetzen, weil sie in der Schule die Sprache irgendwann gelernt haben. Auch Übersetzer, die ganz kompetent sind und ein Übersetzungszeugnis besitzen, können nicht genauso gut wie

Muttersprachler schreiben. Ein Muttersprachler mag oft nicht die Fähigkeit haben zu wissen, wie man den Text richtig übersetzt, er hat meist ein „Gespür“ wenn etwas nicht stimmt, ohne manchmal sagen zu können, warum. In manchen Fällen „spürt“ man die Übersetzung des Textes. Das ist der Fehler eines „Anfängers“, den muss er ablegen, wenn er ein richtig guter Übersetzer werden will. Oft wird das Wörterbuch verwendet und der erstbeste Begriff entnommen.

Problematisch ist aber auch, wenn der Übersetzer von der Thematik des Textes überfordert ist – sei es weil er sich nicht gut genug mit der Materie auskennt (dem Kunden gegenüber wird das meist nicht zugegeben) – sei es, dass der Kunde, der das Produkt natürlich gut kennt und alles weiß, keine Hintergrundinformationen vermittelt (z.B. die Art des Produktes oder wie es aussieht oder funktioniert); dies passiert manchmal unbewusst, der Kunde nimmt nicht wahr, dass ein Übersetzer nicht unbedingt die Thematik, die den Kunden seit Jahren beschäftigt, so gut wie dieser kennen kann.

Oft hilft es, Referenzmaterial im Internet zu finden. Wenn das Thema jedoch sehr vertraulich ist und aus diesem Grund nicht mehr als das nötigste an Informationen übermittelt wird, kann komprimierte Information eventuell zu schweren Missverständnissen führen, die manchmal in eine falsche Beurteilung der Fähigkeiten des Übersetzer münden kann.

Oft wird unterschätzt, dass ein Wort in einer anderen Sprache 10 verschiedene Bedeutungen haben kann – je nach Kontext, Zweck oder Form (z.B.: „Motor“ kann ein Elektromotor sein, oder ein Verbrennungsmotor, Stellmotor usw...). Für die optimale Übersetzung sollte man so viel Referenzmaterial zur Verfügung stellen, wie dem Verfasser zur Verfügung stand.

- **automatische oder wortgetreue Übersetzung**

Besonders wenn es darauf kommt, ein Produkt zu verkaufen oder beim Leser einen bestimmten Eindruck zu erwecken, sollte man dem Übersetzer freien Lauf seiner Kreativität lassen. Die Regel ist  $A + W = \ddot{U}$  (wobei A für Ausgangstext, W für Wörterbücher, Lexika oder ähnliche Glossare und  $\ddot{U}$  für Übersetzung steht). Es ist eine noch verbreitete Meinung, dass man durch Ersetzung von Wörtern mit Wörtern der Fremdsprache dasselbe Ergebnis erzielt, als bei einer vernünftigen Übersetzung. Deshalb wurden auch Wort-für-Wort – „Übersetzungsprogramme“ entwickelt, wobei der Algorithmus nachgebessert wurde. Dennoch liefert solche Software meist ein ungenügendes Ergebnis.

Der Kunde muss sich entscheiden, was ihm wichtig ist: soll man die gleichen Satzstrukturen und einen fremd wirkenden Text vorfinden, oder lässt man dem Übersetzer mehr Freiraum in seiner Kreativität um ein wirkliches Kunstwerk und keine „Kopie“ zu erzielen. Ein Übersetzer kann nicht darüber entscheiden, Passagen

oder Worte wegzunehmen oder hinzuzufügen, aber allein die Freiheit, Texte neu zu formulieren kann manchmal Wunder bewirken, besonders im Bereich der Lokalisierung.

- nicht auf die Länge geachtet

Optimal ist, wenn der Text nach Übersetzung noch einmal vom einem Internet-Spezialisten, der die Zielsprache beherrscht, überarbeitet wird. Dies kann folgendes betreffen: Titel, Stichwörter, Buttons, Länge der Texte, oder wenn es sich generell um dynamische Seiten handelt. Diese Details liegen nicht mehr im Bereich der Übersetzung, sondern in den Ansprüchen der Seitengestaltung selbst – jede einzelne Seite soll den Besucher so ansprechen als wäre es eine Seite, die im Land der Zielgruppe erstellt wurde.

Eine mehrsprachige Webseite zu gestalten bedarf mehr Zuwendung als die schnelle Übersetzung einiger Zeilen Text. Wenn für die fremdsprachige Seite der gleiche Effekt wie der der Seite mit Originalsprache erreicht werden soll, und man sich damit von der Konkurrenz hervorheben will, ist das in sich viel Arbeit und auch in gewisser Weise eine Kunst. Es lohnt sich, wenn man wirklich will, dass die Zielgruppe aufmerksam wird und nicht sofort auf eine andere Webseite wechselt.