

Sprachdienstleister - Wien

Schon mal an SEO gedacht?

Suchmaschinenoptimierung für Übersetzerinnen und Übersetzer



Vielen ist die Search Engine Optimierung (SEO) also Suchmaschinenoptimierung für Webtexte schon bekannt, aber wenige Übersetzerinnen und Übersetzer wissen, dass SEO auch für das Übersetzen von Online-Texten gewinnbringend sein kann.

Wer für die Werbe- und Marketingbranche textet, weiß, wie entscheidend gute und auf Suchmaschinen optimierte Texte für den Erfolg einer Website sind.

Wer braucht SEO?

Wenn von Suchmaschinenoptimierung gesprochen wird, dann werden hiermit ausschließlich die Suchmaschinen von Google, Yahoo und Bing gemeint. Dementsprechend gelten die folgenden Tipps nicht für die russische Suchmaschine Yandex oder die chinesische Suchmaschine Baidu. Grundlegend für SEO ist das Page Ranking System, welches von vielen Faktoren abhängig ist. Neben einer auf mobile Geräte angepassten Website ist auch die Qualität der Webtexte für die Reihung der Suchmaschinen entscheidend.

SEO wird vor allem für die Textproduktion, Anpassung bzw. die Übersetzung von Marketing- und Webtexten, für die Übersetzung von Online-Shops sowie auch bei der Textproduktion von Blogbeiträgen eingesetzt.

Wie funktioniert nun SEO?

Es gibt leider kein allgemein gültiges Rezept für SEO. Sicher ist jedoch, dass vertrauenswürdige Seiten mit hoher Verlinkungsdichte höher gereiht werden. Zuerst sollte überprüft werden, ob eine Website bereits von Google erfasst wurde, d.h. indexiert wurde. Damit eine Website gefunden werden kann, sollte sie vorher von der Suchmaschine auch erfasst werden. Suchmaschinenoptimierung passiert grundsätzlich zweifach, auf der Seite (on-page) und abseits der Seite (off-page).

Leserfreundlichkeit

Um hohe Leserfreundlichkeit zu erreichen, sollten Webtexte möglichst auf die kulturellen, sprachlichen sowie an die Zielgruppe angepassten Bedürfnisse zugeschnitten sein. Vorteilhaft ist das übersichtliche Layout eines Webtextes. Sinnvoll sind daher die Formatierung der Überschriften (H1, H2, usw.), Nennung von Keywords, Verwendung von Aufzählungszeichen sowie die Strukturierung von Inhalten. Eine gute Übersicht des Webtextes ermöglicht der Leserin oder dem Leser gezieltes Lesen. Damit werden die Verweildauer und die Seitenaufrufe von Website-Besucherinnen und Besuchern erhöht, womit die Suchmaschinenoptimierung begünstigt wird. Ebenfalls sollte auf die Aktualität und stätige Erweiterung der Website geachtet werden. Google beispielsweise indexiert eine Website umso öfter, je mehr neue Inhalte veröffentlicht werden, was sich letztendlich positiv auf die Reihung auswirken kann.

Der SEO-Schlüssel

Ebenfalls sollte auf die Meta-Elemente geachtet werden, diese beinhalten möglichst treffende Schlagwörter, sogenannte Keywörter. Dabei gilt es, grundsätzlich das übertriebene Verwenden von Keywörtern zu vermeiden. Empfehlenswert sind drei bis fünf Keywörter in den Titeln und im Haupttext. Jedenfalls sollte von duplizierten Texten Abstand genommen werden. Vor allem bei Online-Shops ist dieses Problem gegeben, wenn immer wieder gleiche Textbausteine und Produktbeschreibungen wiederholt auf der Website veröffentlicht werden. Wiederholungen sind für die Suchmaschinenoptimierung nicht vorteilhaft. Abwechslungsreiche Beschreibungen sowie die Vermeidung von Nominalkonstruktionen helfen, Webtexte leserfreundlich und suchmaschinenoptimiert zu gestalten. Aktive Verben sowie animierende und auf die Zielgruppe angepasste Adjektive hauchen dem Ganzen Leben ein.

Diese und viele andere Strategien verhelfen Ihrer Übersetzung oder Ihrem Text zu höherer Leserfreundlichkeit und damit auch zu einer besseren Suchmaschinenreihung.

Bericht von Ivana Havelka, Bakk.phil, MA