

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

A. Dostanko, A. Budnaya
А.С. Достанко, А.А. Будная
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Г. Саликова

TRANSKREATION: DIE KUNST DES KULTURÜBERGREIFENDEN MARKETINGS

Транскреация: искусство межкультурного маркетинга

Ziel der Forschung ist es, die Bedeutung des Konzepts "Transkreation" zu klären und herauszufinden, wie es sich von herkömmlicher Übersetzung unterscheidet, warum Transkreation im modernen Geschäftsleben wichtig ist, wie es Unternehmen hilft, auf dem globalen Markt zu expandieren, welche Faktoren ein Transkreationsprojekt gut ausmachen.

Transkreation ist die kreative Übersetzung von Marketingmaterial wie Slogans und Anzeigen von einer Sprache in eine andere, mit dem Ziel den Originaltext zu erreichen. Es gibt einen Unterschied zwischen Übersetzung und Transkreation. Während Übersetzen bedeutet, nur die Wörter von einer Sprache in eine andere zu übersetzen und die wichtigsten Gedanken des Autors beizubehalten, versteht man unter Transkreation nicht nur das Übersetzen, sondern auch das Wiederherstellen des ursprünglichen Inhalts in einer neuen Form unter Beibehaltung seines Kontexts. Transkreation sollte unter Berücksichtigung der kulturellen und sozialen Normen der Zielgruppe erfolgen. Der Person, die die Transkreation durchführt, steht es frei, wesentliche Änderungen vorzunehmen, um den Stil unverändert zu lassen.

Ein Beispiel ist eine sehr erfolgreiche Übersetzung eines gereimten Slogans: "HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso." Im Englischen wurde daraus: "Kids and grown-ups love it so — the happy world of HARIBO".

Es gibt ein weiteres gutes Beispiel für Transkreation, das mit dem Begriff "Black Friday" ("Schwarzer Freitag") verbunden ist. Das Wort "schwarz" auf Arabisch löst Gefühle von Traurigkeit und Trauer aus. Frauen in der arabischen Welt tragen schwarze Kleidung, um Trauer auszudrücken. Also, Schwarz auf Arabisch bezieht sich nicht auf Glück oder Freude. Um den Menschen auf dem arabischen Markt einen Sinn zu geben, wurde "Black Friday" mit "White Friday" ("Weißer Freitag") übersetzt.

Transkreation-Agenturen können bei der Übersetzung der folgenden Fälle helfen:

- Videospiele;
- Produktnamen;
- TV-Drehbücher und Filme;
- Kreatives Schreiben;
- Reden;
- Slogans;
- Metaphern und Schlagzeilen.

Für den Erfolg eines Unternehmens ist die Vermarktung seiner Produkte und Dienstleistungen in einer wettbewerbsorientierten Geschäftswelt entscheidend. Vor allem, wenn man sich dafür entschieden hat, einen neuen Markt zu erschließen, kann die Transkreation viele Vorteile bieten. Erstens, können Unternehmen damit ihre Botschaft wirksam vermitteln und sie unter Berücksichtigung des kulturellen Bewusstseins an einen neuen Markt anpassen. Zweitens, kann man so vermeiden, Themen anzusprechen, die in einem anderen Land umstritten sein könnten, und den Ruf des Unternehmens retten. Drittens, hilft die Transkreation, das Markenimage des Unternehmens in jedem Land, in dem es um seine Produkte oder Dienstleistungen werben will, aufzubauen und zu erhalten. Schließlich, ist jede Marketingkampagne darauf ausgerichtet, den Gewinn eines Unternehmens zu steigern. Mit Hilfe der Transkreation kann man Umsätze steigern, indem man Publikum mit besseren Inhalten überzeugen, mit denen es sich identifizieren kann. Im Allgemeinen ermöglicht Transkreation kulturelle und sprachliche Barrieren zwischen der Marke und den Kunden leichter zu überwinden.

Um ein Transkreativprojekt so erfolgreich wie möglich zu gestalten, sollte man die folgenden Empfehlungen berücksichtigen:

- 1) Muttersprachliche Übersetzer verstehen besser ihre eigene Sprache. Sie wissen, was akzeptabel ist und was ein kulturelles Tabu darstellt.
- 2) Man sollte den Zweck Ihres Textes definieren. Es ist wichtig, die gleiche Idee mit anderen Worten zu vermitteln.
- 3) Man sollte das Transkreationsteam mit allen Informationen über das Projekt versorgen, z. B. über die Zielgruppe und den Zweck des Textes.
- 4) Man sollte auf den kulturellen Hintergrund des Textes in Bezug auf kontroverse soziale Themen achten.
- 5) Man sollte Texte vergleichen, bevor man eine endgültige Entscheidung trifft.

Abschließend lässt sich betonen, dass Transkreation das beste Marketinginstrument sein kann, wenn das Unternehmen global agieren möchte. Transkreation analysiert die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher. Das Verständnis kultureller Bezüge und Tabus kann den Erfolg einer Marketingkampagne stark beeinflussen.