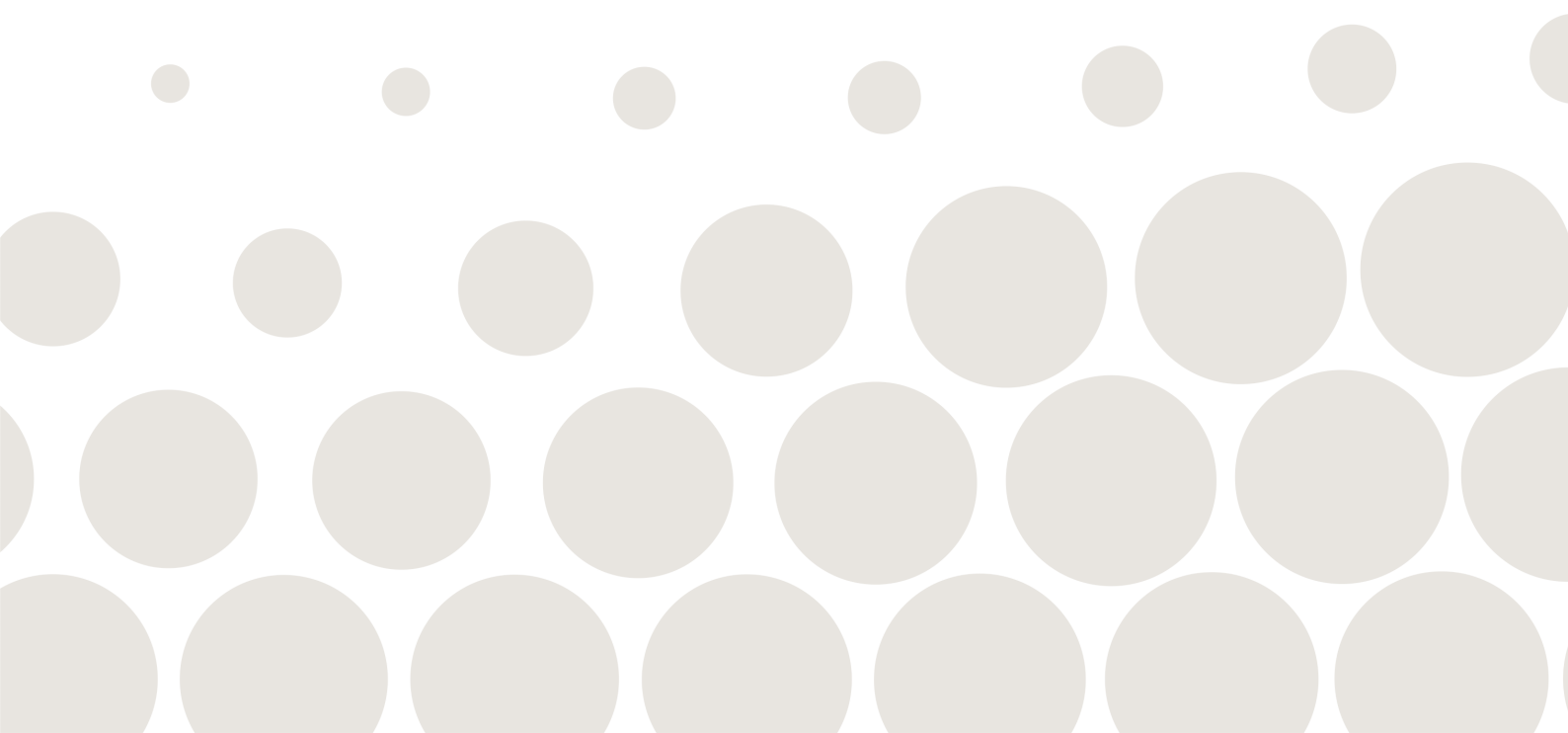




# Website- Übersetzung 2026

Strategischer Leitfaden für mehrsprachige Websites,  
KI-Übersetzung und messbares Wachstum

*Ein Whitepaper von Conword*





## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Einleitung	3
2. Warum mehrsprachige Websites?	3
3. Technologische Grundlagen der KI-Übersetzung	4
4. Technische Ansätze für Website-Übersetzung	5
5. Conword: KI-Layer für mehrsprachige Websites	6
6. DeepL als Übersetzungs-Engine	8
7. SEO und Mehrsprachigkeit	8
8. Wirtschaftlichkeit und ROI	9
9. Datenschutz & Compliance	10
10. Qualitätsmanagement in der KI-Übersetzung 10.1 Kombination KI + Mensch	11
11. Häufige Fehler und Checkliste	12
12. Ausblick und Fazit	13
13. Quellen	14



# 1. Einleitung

Digitale Kommunikation kennt keine Grenzen mehr. Websites von Unternehmen, Behörden und Institutionen sind weltweit sichtbar – unabhängig davon, ob sie dafür vorbereitet sind.

Gleichzeitig erwarten Nutzer:

- **schnellen Zugriff** auf Informationen
- **klare Inhalte**
- **Informationen in einer vertrauten Sprache**

Internationale Studien zeigen:

- **76 %** der Konsumenten bevorzugen Produktinformationen in ihrer Muttersprache.<sup>1</sup>
- **40 %** meiden Websites, die keine Inhalte in ihrer Sprache anbieten.<sup>2</sup>
- **59 %** der europäischen Internetnutzer konsumieren Inhalte bevorzugt in ihrer eigenen Sprache und verlassen Seiten schneller, wenn diese nicht in der passenden Sprache verfügbar sind.<sup>3</sup>

Mehrsprachige Websites sind daher kein Komfortmerkmal, sondern ein **strategischer Erfolgsfaktor** für:

- Unternehmen (B2B, B2C, E-Commerce, SaaS)
- Behörden und öffentliche Einrichtungen
- Agenturen
- Kulturelle und Bildungsinstitutionen

**Ziel dieses Whitepapers** ist es, einen pragmatischen Überblick zu geben:

- Warum mehrsprachige Websites notwendig sind
- Welche Technologien heute verfügbar sind
- Wie Conword mit KI-Übersetzung (u.a. DeepL) Websites schnell mehrsprachig macht
- Wie sich Reichweite und Wirkung messbar steigern lassen

## 2. Warum mehrsprachige Websites?

### 2.1 Nutzererwartungen und Verhalten

Nutzer möchten Inhalte verstehen – nicht „entschlüsseln“. Websites nur in einer Sprache zu betreiben, führt zu:

- geringerer Nutzung
- niedrigeren Conversion-Raten
- weniger Vertrauen in Marke oder Institution

**Beispiele nach Zielgruppe:**

---

<sup>1</sup> QUELLE: CSA Research – „Can’t Read, Won’t Buy“

<sup>2</sup> QUELLE: CSA Research – „Can’t Read, Won’t Buy“

<sup>3</sup> QUELLE: EU-Kommission – Website Translation / Language Tools



- **Unternehmen:** Internationale Kund:innen vergleichen Angebote. Fehlen Inhalte in der bevorzugten Sprache, werden Alternativen gewählt.
- **Behörden:** Bürger:innen mit Migrationshintergrund, Touristen oder internationale Fachkräfte finden Informationen nicht oder nur schwer.
- **Kulturelle Einrichtungen:** Internationale Besucher planen ihren Aufenthalt online – oft in ihrer Sprache.
- **Agenturen:** Mehrsprachige Projekte sind Standardanforderung bei Kunden mit internationaler Zielgruppe.

## 2.2 Effekte einer mehrsprachigen Website

Eine gut vorbereitete mehrsprachige Website verbessert:

- **Reichweite**  
Erschließung neuer Sprach- und Zielgruppen.
- **Benutzerfreundlichkeit**  
Klar verständliche Inhalte in der bevorzugten Sprache.
- **Conversion**  
Weniger Unsicherheit, höhere Abschlussbereitschaft (Kauf, Anfrage, Spende, Bewerbung).
- **Image und Professionalität**  
Mehrsprachige Auftritte wirken moderner und international anschlussfähig.
- **Zugang & Teilhabe**  
Gerade für öffentliche Einrichtungen ein wichtiges Ziel.

## 3. Technologische Grundlagen der KI-Übersetzung

### 3.1 Von klassischer Übersetzung zu KI

Traditionell wurden Website-Inhalte rein manuell übersetzt:

- Übersetzer:innen übertragen Texte in die Zielsprache.
- Änderungen auf der Website erfordern erneute Übersetzung.

Das ist qualitativ hochwertig, aber:

- langsam
- teuer
- schwer skalierbar bei vielen Seiten oder häufigen Aktualisierungen

### 3.2 Frühe maschinelle Übersetzung

Frühe Übersetzungssysteme basierten auf:

- **Regeln** (grammatikalische Muster, Wörterbücher) oder
- **statistischen Modellen** (Wahrscheinlichkeiten aus Paralleltexten)

Vorteile:

- große Textmengen in kurzer Zeit
- Kostenreduktion gegenüber rein manueller Übersetzung



Einschränkungen:

- unnatürliche, teils fehlerhafte Formulierungen
- mangelndes Verständnis für Kontext<sup>4</sup>

### 3.3 Neuronale maschinelle Übersetzung (NMT)

Heute dominieren **neuronale Netze** (NMT). Moderne Modelle (z.B. Transformer) betrachten ganze Sätze und Textpassagen als Einheit:

- besseres **Kontextverständnis**
- natürlichere **Formulierungen**
- kontinuierliche Verbesserung durch Training

Anbieter wie **DeepL**, Google und Microsoft nutzen NMT, um qualitativ hochwertige Übersetzungen in vielen Sprachen bereitzustellen. Conword greift für Website-Übersetzungen u.a. auf DeepL als Engine zurück.<sup>5</sup>

## 4. Technische Ansätze für Website-Übersetzung

### 4.1 Manuelle Mehrsprachigkeit im CMS

- pro Sprache eigene Seiten oder eigene CMS-Instanzen
- Inhalte werden manuell gepflegt

#### Vorteile

- volle Kontrolle pro Sprache
- für kleine Websites ausreichend

#### Nachteile

- hoher Pflegeaufwand
- Fehleranfälligkeit (veraltete Inhalte, fehlende Aktualisierung)
- geringe Skalierbarkeit

### 4.2 CMS-Plugins

- Erweiterungen für gängige CMS (z.B. WordPress, TYPO3, Drupal)
- meist Mischung aus manueller und automatischer Übersetzung

#### Vorteile

- direkt im CMS verwaltbar
- sinnvoll bei einfachen Szenarien

#### Nachteile

- abhängig von Plugin-Updates und Kompatibilität
- begrenzte Skalierbarkeit bei großen Portalen oder komplexen Setups

---

<sup>4</sup> QUELLE: Überblick z.B. bei Koehn – „Neural Machine Translation“

<sup>5</sup> QUELLE: Vaswani et al. – „Attention Is All You Need“; Wu et al. / Johnson et al. zu Google NMT



- zusätzlicher Wartungsaufwand

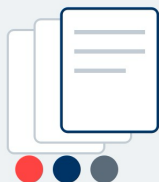

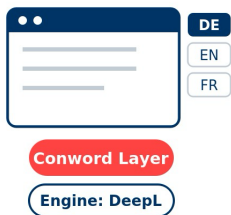
## 4.3 KI-Layer (Conword)

- JavaScript-Layer, der auf die bestehende Website „aufgesetzt“ wird
- Inhalte werden beim Seitenaufruf erkannt und automatisch übersetzt
- Original-Website bleibt das **führende System**

### Vorteile

- Integration in Minuten
- keine Duplikatpflege im CMS
- hohe Skalierbarkeit (viele Seiten, viele Sprachen)
- unabhängig vom jeweiligen CMS
- klarer, überschaubarer Betriebsaufwand

## Drei Wege zur mehrsprachigen Website

Manuelle Pflege im CMS	CMS-Plugin	Conword KI-Layer
		
<ul style="list-style-type: none"><li>• separate Inhalte je Sprache</li><li>• hoher Pflegeaufwand</li><li>• fehleranfällig, veraltet</li><li>• schwer skalierbar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• direkt im CMS verwaltbar</li><li>• abhängig von Plugin-Updates</li><li>• begrenzte Flexibilität</li><li>• zusätzlicher Wartungsaufwand</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ eine Website, ein Pflegepfad</li><li>✓ automatische Übersetzung</li><li>✓ Integration in Minuten</li><li>✓ hoch skalierbar</li></ul>

**Conword reduziert den Pflegeaufwand und beschleunigt die Mehrsprachigkeit.**

Eigene Darstellung (Conword).

## 5. Conword: KI-Layer für mehrsprachige Websites

### 5.1 Zielbild

Conword richtet sich an Organisationen, die:

- ihre vorhandene Website **ohne Relaunch** mehrsprachig machen wollen
- auf **automatische Übersetzung** setzen
- **DSGVO-konforme** Nutzung von KI-Übersetzung benötigen



Typische Einsatzfelder:

- Stadt- und Kommunalportale
- Unternehmenswebsites
- Hochschulen, Kultureinrichtungen
- Kampagnen- und Recruitingseiten

## 5.2 Funktionsprinzip

### 1. Einbindung

Ein JavaScript-Snippet wird in die Website integriert (z.B. über Tag-Manager oder Template).

### 2. Konfiguration

Sprachen und Optionen werden im Conword-System hinterlegt.

### 3. Übersetzung

Beim Aufruf der Seite erkennt Conword Textinhalte und ruft die Übersetzung u.a. über DeepL ab.

### 4. Anzeige

Nutzer wählen im Sprachmenü ihre Sprache; die Inhalte werden in Echtzeit in der gewünschten Sprache dargestellt.

### 5. Aktualisierung

Änderungen im Original werden automatisch erkannt und neu übersetzt – ohne doppelten Pflegeaufwand.

## 5.3 Leistungsmerkmale (Bezug zum Angebotsstil)

- Lizenz für den Einsatz der **Frontend-Software** (Conword) auf definierten Domains
- Bereitstellung eines kundenspezifischen **HTML-/JavaScript-Snippets**
- Support per E-Mail/Telefon beim Einbau
- Anleitung für die Implementierung
- Hosting aller Ressourcen in der EU (**DSGVO-konform**)
- Flatrate-Modell mit **Fair-Use-Richtlinie**

*(Hier kannst du eine Tabelle ähnlich dem Angebot einfügen, z.B. Spalten: „Leistungsmerkmal“, „Beschreibung“.)*

## 5.4 Vorteile im Überblick

- **Echtzeit-Übersetzung** neuer Inhalte
- **einfache Integration** ohne tiefgreifende CMS-Eingriffe
- **skalierbar** für große Portale und viele Sprachen
- **individueller Sprachwähler**, anpassbar an das Corporate Design
- **keine zusätzliche CMS-Pflege** für Fremdsprachen
- **klare Kostenstruktur** durch Flatrate



## 6. DeepL als Übersetzungs-Engine

Conword nutzt u.a. **DeepL** als technische Grundlage für Übersetzungen.

### 6.1 Stärken von DeepL

- hohe Qualität insbesondere in europäischen Sprachen
- natürlich wirkende Formulierungen
- Glossar-Funktionen
- Terminologie-Anpassungen für Fachbegriffe<sup>6</sup>

### 6.2 Zusammenarbeit: Conword + DeepL

- Conword bindet DeepL über definierte Schnittstellen ein.
- Übersetzungen laufen über Conword gesteuert; Kunden arbeiten ausschließlich mit Conword als Lösung.
- Technische und rechtliche Anforderungen (z.B. Fair Use, keine kritische Infrastruktur) werden über Conword berücksichtigt und kommuniziert (siehe Angebotsdokument).

*(Optionaler Kasten – Hinweistext wie im Angebot:)*

#### **Hinweis:**

Automatische Übersetzungen dürfen nicht in kritischer Infrastruktur eingesetzt werden. Zudem ist sicherzustellen, dass keine personenbezogenen Daten von Nutzenden an die Schnittstelle übergeben werden.

## 7. SEO und Mehrsprachigkeit

KI-Übersetzung allein sorgt noch nicht für Sichtbarkeit in Suchmaschinen. Für Organisationen, die SEO aktiv nutzen, sind u.a. folgende Punkte relevant:<sup>7</sup>

### 7.1 Sprach- und Strukturfragen

- klare Struktur der Sprachversionen (Subdomains oder Verzeichnisse)
- saubere Konfiguration von **hreflang**-Tags
- korrekte Zuordnung der Sprachversionen in Sitemaps

### 7.2 Inhalte

---

<sup>6</sup> QUELLE: DeepL Website & Blog, z.B. „How to customize translations with DeepL and Phrase“

<sup>7</sup> QUELLE: Google Search Central – „Multi-regional and multilingual sites“



- Inhalte in der jeweiligen Sprache **verständlich** und **nutzerorientiert**
- keine reinen Roh-Übersetzungen für SEO-relevante Schlüsselbereiche
- Meta-Titel und Beschreibungen pro Sprache prüfen und ggf. anpassen

## Mehrsprachige Inhalte brauchen klare SEO-Strukturen

<b>de</b> s <b>Stadtservice Musterstadt</b> example.de > de > termine <b>Stadtservice Musterstadt   Termin online buchen</b> Vereinbaren Sie Ihren Termin bequem online – schnell, einfach und rund um die Uhr verfügbar.
<b>en</b> s <b>City Services Musterstadt</b> example.de > en > appointments <b>City Services Musterstadt   Book an Appointment Online</b> Book your appointment online – fast, simple and available around the clock.
<b>fr</b> s <b>Services municipaux Musterstadt</b> example.de > fr > rendez-vous <b>Services municipaux Musterstadt   Prendre rendez-vous</b> Prenez rendez-vous en ligne – rapide, simple et disponible 24h/24.

<b>Eigene Sprach-URL</b> /de/, /en/, /fr/ je Sprachversion	<b>Passender Seitentitel</b> Titel & Meta in der Zielsprache	<b>hreflang-Zuordnung</b> korrekte Verknüpfung der Versionen
---	---	---

Eigene Darstellung (Conword); fachliche Grundlage: Google Search Central (siehe Quellenverzeichnis).

### Hinweis:

Conword selbst überführt die Inhalte nicht in das CMS des Kunden. Damit sind die übersetzten Inhalte standardmäßig nicht für interne oder externe Suchmaschinen indexierbar. Für SEO-kritische Inhalte können ergänzende Lösungen (z.B. manuelle Übersetzungen im CMS) sinnvoll sein.

## 8. Wirtschaftlichkeit und ROI

### 8.1 Beispielhafte Betrachtung

Ausgangsszenario:

- 10.000 Besucher/Monat
  - 2 % Conversion
  - 100 € Umsatz/Conversion
- = 20.000 € Monatsumsatz



Nach Einführung einer mehrsprachigen Website (z.B. 2–3 zusätzliche Sprachen):

- +40 % Besucher (neue Märkte, bessere Nutzung)
- +20 % Conversion (mehr Vertrauen durch Sprache)

= ca. 33.600 € Monatsumsatz

= **+13.600 € Mehrumsatz pro Monat**

Je nach Branche können auch niedrigere Effekte den Einsatz von Conword wirtschaftlich machen (z.B. höhere Bürgerzufriedenheit, mehr Bewerbungen, mehr Veranstaltungsbuchungen).<sup>8</sup>

## 8.2 Weitere Nutzenaspekte

- weniger Supportaufwand durch klar verständliche Online-Informationen
- stärkere Bindung internationaler Mitarbeitender und Partner
- effizientere Kommunikation mit internationalen Stakeholdern

## 9. Datenschutz & Compliance

### 9.1 Rahmenbedingungen

Wesentliche Anforderungen (insb. in Europa):

- **DSGVO-Konformität**
- verschlüsselte Übertragung
- klare Rollenverteilung (Verantwortlicher / Auftragsverarbeiter)
- Hosting in geeigneten Rechtsräumen (z.B. EU/EWR)<sup>9</sup>

### 9.2 Rolle von Conword

- Hosting der Conword-Komponenten auf Servern in der EU
- keine Speicherung der Conword-Software oder Übersetzungen auf Kundensystemen
- transparente Regelungen in AGB und Fair-Use-Richtlinie
- Unterstützung bei Hinweispflichten (z.B. Hinweis „automatische Übersetzung, ohne Gewähr“)<sup>10</sup>

(Kasten, im Stil des Angebots:)

#### **Wichtiger Hinweis**

Der Kunde ist dafür verantwortlich, dass keine personenbezogenen Daten an die Übersetzungsschnittstelle übergeben werden.

Bei Missbrauch oder Verstoß gegen Vorgaben von DeepL oder Conword kann die Zusammenarbeit beendet werden.

---

<sup>8</sup> QUELLE: u.a. CSA Research & diverse E-Commerce-Analysen zu Sprache/Conversion

<sup>9</sup> QUELLE: DSGVO (EU 2016/679), EDSA/EDPB-Leitlinien

<sup>10</sup> QUELLE: Conword AGB, Richtlinie zur fairen Nutzung; DeepL Pro-License



## 10. Qualitätsmanagement in der KI-Übersetzung

### 10.1 Kombination KI + Mensch

Automatische Übersetzung bietet Geschwindigkeit und Skalierbarkeit. Für ein professionelles Ergebnis empfiehlt sich jedoch ein einfaches Qualitätskonzept:

- KI übersetzt **alle** Inhalte
- ausgewählte Bereiche werden **stichprobenartig geprüft**
- kritische Inhalte (rechtlich, fachlich, imageprägend) werden gezielt nachbearbeitet<sup>11</sup>

### 10.2 Praktische Maßnahmen

- zentrale Festlegung wichtiger Begriffe (Glossar)
- Fokus auf wenige, aber wichtige Bereiche (Startseite, Kontakt, zentrale Infos)
- Einbindung von Fachabteilungen (z.B. Rechtsabteilung, Fachämter, Marketing) in die Prüfung ausgewählter Texte

---

<sup>11</sup> QUELLE: ISO 18587 (Post-Editing von MT), Empfehlungen von GALA/TAUS



## 11. Häufige Fehler und Checkliste

### 11.1 Typische Fehler

- nur die „sichtbaren“ Inhalte übersetzen (Navigation, Fehlermeldungen, Formulare bleiben einsprachig)
- keinerlei Qualitätskontrolle der KI-Ergebnisse
- Übersetzung einführen, ohne rechtliche und datenschutzrechtliche Fragen zu klären
- fehlende oder falsche Hinweise auf automatische Übersetzungen

### 11.2 Checkliste (Kurzfassung)

#### Strategie

- Ziele der Mehrsprachigkeit definiert (Reichweite, Service, Image, Barrierefreiheit)
- relevante Zielsprachen festgelegt

#### Technik

- geeigneter Ansatz gewählt (z.B. Conword KI-Layer)
- Implementierung mit interner IT oder Agentur abgestimmt

#### Inhalte

- wichtigste Seiten priorisiert (Startseite, Leistungen, Service, Kontakt, häufige Fragen)
- Stellen mit hoher Relevanz identifiziert (rechtlich, fachlich, imagekritisch)

#### Recht & Datenschutz

- DSGVO-Konformität geprüft
- ggf. Auftragsverarbeitungsvertrag geschlossen
- Hinweis auf automatische Übersetzung implementiert (falls erforderlich)

#### Qualität

- Glossar bzw. Terminologieliste erstellt (optional)
- einfache Prüfroutinen festgelegt (Stichproben)



## Checkliste: mehrsprachige Website einführen

- Ziele definiert**  
Reichweite, Service, Image, Barrierefreiheit
- Zielsprachen festgelegt**  
relevante Sprachen für die Zielgruppen
- Technik abgestimmt**  
Ansatz gewählt, mit IT/Agentur geklärt
- Datenschutz geprüft**  
DSGVO-Konformität, ggf. AV-Vertrag
- Qualitätssicherung eingeplant**  
Glossar, Stichproben, kritische Texte

Eigene Darstellung (Conword).

## 12. Ausblick und Fazit

Technologisch wird Übersetzung in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen – vor allem durch:

- schnellere Modelle
- bessere Qualität in noch mehr Sprachen
- stärkere Integration in bestehende Systeme<sup>12</sup>

Für Organisationen bleibt entscheidend:

- Sprachen nicht als „Extras“, sondern als **Bestandteil der digitalen Strategie** zu betrachten
- technische Lösungen zu wählen, die **einfach integrierbar, skalierbar** und **rechtlich tragfähig** sind

Conword bietet dafür:

- eine **schnell integrierbare** Frontend-Lösung
- Nutzung moderner KI-Übersetzung (u.a. DeepL)

<sup>12</sup> QUELLE: diverse Fachkreise – z.B. EU-Institutionen, Branchenverbände, NMT-Forschung



- ein **Flatrate-Modell** mit klaren Regeln und EU-Hosting

## **Kernaussage:**

Mit Conword können Websites in kurzer Zeit mehrsprachig bereitgestellt werden – ohne CMS-Relaunch, ohne zusätzliche Übersetzungsverwaltung im Backend und mit klaren Rahmenbedingungen zu Datenschutz und Betrieb.

## **Call-to-Action**

Wenn Sie Ihre Website in wenigen Schritten mehrsprachig machen möchten:

- definieren Sie 1–3 Zielsprachen
- prüfen Sie den technischen Rahmen (Domain, CMS, Zugänge)
- binden Sie das Conword-Snippet ein
- aktivieren Sie die gewünschten Sprachen

So schaffen Sie eine mehrsprachige Website, die **Nutzer besser erreicht**, **Ressourcen schont** und **zukunftssicher** aufgebaut ist.

Wenn du möchtest, kann ich im nächsten Schritt:

- konkrete **Bild-/Grafikbeschreibungen** liefern, die deine Designer:innen direkt umsetzen können (z.B. Diagrammtexte), oder
- das Dokument als „layoutfähigen“ Rohtext mit Seitenumbrüchen/Platzhaltern („Seitenende“, „Grafik hier“) strukturieren, damit du wirklich zielgenau auf 10 Word-Seiten kommst.

## 13. Quellen

### **Nutzerverhalten, Sprache & Mehrsprachigkeit**

- CSA Research (Common Sense Advisory): „**Can’t Read, Won’t Buy**“ – Einfluss von Sprache auf Kaufentscheidungen.  
<https://csa-research.com/l/media/Consumers-Prefer-their-Own-Language>
- CSA Research: Website & Studienübersicht zu Sprache und E-Commerce.  
<https://csa-research.com>
- Europäische Kommission – Website Translation / Language Tools: „**Embracing linguistic diversity in the digital age**“.



[https://website-translation.language-tools.ec.europa.eu/news-blog/embracing-linguistic-diversity-digital-age-2025-04-14\\_en](https://website-translation.language-tools.ec.europa.eu/news-blog/embracing-linguistic-diversity-digital-age-2025-04-14_en)

- UNESCO: Berichte zu Mehrsprachigkeit, digitalem Zugang und Inklusion.  
<https://www.unesco.org/en/communication-information>

## KI-Übersetzung & NMT

- Vaswani, A. et al. (2017): „**Attention Is All You Need**“ – Einführung der Transformer-Architektur.  
<https://arxiv.org/abs/1706.03762>
- Wu, Y. et al. (2016): „**Google’s Neural Machine Translation System: Bridging the Gap between Human and Machine Translation**“.  
<https://arxiv.org/abs/1609.08144>
- Johnson, M. et al. (2017): „**Google’s Multilingual Neural Machine Translation System: Enabling Zero-Shot Translation**“.  
<https://arxiv.org/abs/1611.04558>
- Koehn, P. (2020): „**Neural Machine Translation**“.  
<https://www.cambridge.org/core/books/neural-machine-translation>
- Marian NMT – Open-Source-Framework für neuronale maschinelle Übersetzung.  
<https://marian-nmt.github.io>

## DeepL & anpassbare Übersetzungen

- DeepL – Produktinformationen, Blog & Dokumentation (DeepL Pro, DeepL API, Glossare).  
<https://www.deepl.com>
- DeepL: „**How to customize translations with DeepL and Phrase**“ – Beispiel für Terminologie-Anpassung.  
<https://www.deepl.com/en/blog/customize-translations-deepl-phrase>

*(Den Weglot-Artikel würde ich **nicht** in der Liste aufführen, solange Lokalisierung / Weglot im Whitepaper nicht vorkommt.)*

## Mehrsprachige Websites & SEO (optional, schlank halten)

- Google Search Central: „**Multi-regional and multilingual sites**“ – Richtlinien für mehrsprachige Websites und hreflang.  
<https://developers.google.com/search/docs/specialty/international/localized-versions>

*Wenn du die SEO-Passagen bewusst schlicht hältst, reicht diese eine Google-Quelle vollkommen aus. Moz/Ahrefs/Backlinko kannst du dann streichen.*

## Datenschutz & Compliance

- **Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO / GDPR)** – Verordnung (EU) 2016/679.  
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>



- Europäischer Datenschutzausschuss (EDSA/EDPB) – Leitlinien zu Datenübermittlungen, Cloud-Diensten und Auftragsverarbeitung.  
<https://edpb.europa.eu>
- (Beispiel national): Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI), Deutschland.  
<https://www.bfdi.bund.de>
- DeepL: **Pro-License / AGB**, inkl. Vorgaben zu kritischer Infrastruktur & Nutzung.  
<https://www.deepl.com/pro-license>
- Conword GmbH:
  - **AGB** – Allgemeine Geschäftsbedingungen.  
<https://conword.io/agb/>
  - **Richtlinie zur fairen Nutzung** (Fair-Use-Policy).  
<https://conword.io/richtlinie-zur-fairen-nutzung>
  - **Sprachübersicht**.  
<https://conword.io/sprachen>

## Qualität & Prozesse

- ISO 18587:2017 – „**Post-editing of machine translation output – Requirements**“.  
<https://www.iso.org/standard/62970.html>
- GALA (Globalization and Localization Association): Ressourcen zu MT, Post-Editing und Übersetzungsprozessen.  
<https://www.gala-global.org>
- TAUS (Translation Automation User Society): Reports zu Übersetzungsautomatisierung, Machine Translation & Post-Editing.  
<https://www.taus.net>

## Grafiken & Icons

- Google Search Central: *Localized versions of your pages*. (Fachliche Grundlage für die Darstellung der mehrsprachigen Suchergebnisse in Kapitel 7.) <https://developers.google.com/search/docs/specialty/international/localized-versions>



**Conword GmbH**  
Herwarthstraße 12  
50672 Köln

Telefon: +49 221 294 268 02

**Ihr Ansprechpartner:**

Klaus Gah

E-Mail: [klaus.gah@conword.io](mailto:klaus.gah@conword.io)  
Telefon: +49 160 902 007 03

[www.conword.io](http://www.conword.io)

