

Kroatische Kulinarien in deutscher Übersetzung am Beispiel von Online-Speisekarten

Osredečki, Katja

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:527922>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-27**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za germanistiku

Diplomski sveučilišni studij njemačkog jezika i književnosti; smjer: prevoditeljski
(dvopredmetni)

Katja Osredečki

**Kroatische Kulinariken in deutscher Übersetzung am
Beispiel von Online-Speisekarten**

Diplomski rad

Zadar, 2023.

Sveučilište u Zadru

Odjel za germanistiku

Diplomski sveučilišni studij njemačkog jezika i književnosti; smjer: prevoditeljski (dvopredmetni)

Kroatische Kulinarien in deutscher Übersetzung am Beispiel von Online-Speisekarten

Diplomski rad

Studentica:

Katja Osredečki

Mentorica:

Doc. dr. sc. Helga Begonja

Zadar, 2023.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Katja Osredečki**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Kroatische Kulinarien in deutscher Übersetzung am Beispiel von Online-Speisekarten** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 23. ožujka 2023.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Theoretischer Teil	3
2.1. Gastronomie	3
2.1.1. Gastronomie als zentrale Komponente im Tourismus	4
2.1.2. Fachsprache der Gastronomie	5
2.2. Exkurs: Begriffe <i>Text</i> , <i>Textsorte</i> , <i>Texttyp</i> und Übersetzen von Texttypen in der funktionalen Übersetzungstheorie	7
2.3. Speisekarte – usuelle Textsorte in der Gastronomie	10
2.3.1. Texttypologie und Funktion der Textsorte Speisekarte	11
2.4. Funktionale Übersetzung und Skopostheorie	13
2.5. Äquivalenz und Adäquatheit in der funktionalen Übersetzungstheorie	15
2.6. Kulturelle und interkulturelle Momente beim Übersetzen: Kulturspezifika und Kulinarik	16
2.6.1. Kulturspezifika	16
2.6.1.1. Realia / Kultureme	17
2.6.1.2. Kulinarik	19
2.7. Interkulturelle Kommunikation und Kompetenzen des Übersetzers	20
2.8. Übersetzungsverfahren im Falle von Nulläquivalenz	22
2.8.1. Übliche Übersetzungsverfahren im Falle von Nulläquivalenz im Bereich der Kulinarik	24
3. Korpus und Methodologie	25
3.1. Ziel und Forschungsaufgaben	25
3.2. Korpus	26
3.3. Erhebungsmethoden	35
3.4. Umfrageteilnehmer	38
4. Analyse der Ergebnisse	41

4.1. Zitatwort.....	44
4.1.1. Zitatwort mit Erklärung.....	44
4.1.2. Zitatwort ohne Erklärung	46
4.2. Wörtliche Übersetzung.....	48
4.3. Hyperonym.....	50
4.4. Paraphrase	52
4.5. Annähernde Bedeutung	53
4.6. Analogie	55
5. Schlussfolgerung	56
6. Literaturverzeichnis.....	58
Zusammenfassung	62
Sažetak	63
Summary	64

1. Einleitung

Der Tourismus in Kroatien gilt als ein essenzieller Wirtschaftszweig und erfordert die Übersetzungen verschiedenster Textsorten. Das Land wird sehr häufig von den deutschsprachigen Touristen besucht. Deswegen spielt die Qualität der Übersetzungen des Werbematerials ins Deutsche eine bedeutende Rolle.

Die Gastronomie ist ein unverzichtbarer Bestandteil des touristischen Angebots und wird oft als der erste Kontakt der Gäste mit den Besonderheiten der Kultur eines Landes betrachtet. Die Nationalgerichte sind die Pracht eines jeden Landes und das Interesse an authentischen Gastro-Erlebnissen nimmt zu. Dann stellt sich die Frage, in welchem Maße in eine adäquate Übersetzung von Speisekarten investiert wird.

Die Textsorte Speisekarte ist eine der häufigsten Textsorten im Tourismusangebot (vgl. Mardešić/Maržić-Sabalić 2019: 78) und sollte als ein wesentlicher Teil der Werbung eines Restaurants erkannt werden. Die Speisekarte gilt als ein Fachtext im Bereich der Kulinarik und der Gastronomie, und wird zu den informativen und appellativen Texten hinzugezählt. Die Speisekarte wird in der Laienwelt jedoch meistens als ein im Kontext der Übersetzung irrelevanter Texttyp gehalten. Demzufolge werden die Speisekarten oft von den ungebildeten und unqualifizierten Quasi-Übersetzern in eine Fremdsprache übertragen.

Allerdings beinhalten die Speisekarten reichlich viele autochthone und kulturspezifische Gerichte und Getränke. In der Translatologie werden diese Begriffe als Kultureme bezeichnet. Die Kultureme machen wegen ihres kulturspezifischen Hintergrunds das Übersetzen sehr mühevoll. Ein ausgebildeter und fachkundiger Übersetzer sollte solchen Herausforderungen begegnen können. In seinem Übersetzungsprozess sollte er Wert auf die Funktion des Translats in der Zielsprache und -kultur legen. In diesem Prozess spielen seine übersetzerischen und interkulturellen Kompetenzen, sowie die Sensibilisierung für die Feinheiten in der Sprache eine große Rolle.

Beim Übersetzen von Speisekarten sollten auf jedem Fall die Grundsätze der funktionalen Übersetzung beachtet werden. Das heißt, dass die Funktion und die Besonderheiten der Textsorte berücksichtigt werden sollten. Das Translat soll bei den Rezipienten den gleichen Effekt wie in der Ausgangskultur machen.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse kroatisch-deutscher Übersetzungen von Kulinarien am Beispiel der Textsorte Speisekarte. Diese Arbeit lässt sich in zwei Hauptteile gliedern: einen theoretischen Teil und einen empirischen Teil.

Der theoretische Rahmen im Kapitel 2 bearbeitet das Thema aus dem Aspekt der funktionalen Übersetzungstheorie. Es wird auf die Gastronomie als zentrale Komponente im Tourismus eingegangen. Die Spezifik der Fachsprache in der Gastronomie wird ebenfalls angesprochen. Des Weiteren findet man die Darstellung der Begriffe *Text*, *Textsorte* und *Texttyp*, sowie die Bedeutung der Eigenschaften einer Textsorte für die Bestimmung der Übersetzungsstrategien. Darauf folgend werden die Texttypologie und die Funktion der Textsorte Speisekarte dargestellt. Ein wichtiger Teil des theoretischen Teils dieser Arbeit bezieht sich auf die Äquivalenz und Adäquatheit in der funktionalen Übersetzungstheorie. Danach liegt der Schwerpunkt auf der Theorie der Kultureme. Anschließend wird die Wichtigkeit der interkulturellen Kommunikation und der Kompetenzen des Übersetzers hervorgehoben. Der theoretische Teil wird mit der Erläuterung der Übersetzungsverfahren im Falle der Nulläquivalenz im Allgemeinen und im Bereich der Kulinarik abgeschlossen.

Im Anschluss daran werden im dritten Kapitel das Korpus und die Methodologie ausführlich beschrieben. In der empirischen Untersuchung wurden zwei Erhebungsmethoden angewandt (die qualitative Methode der Korpusanalyse und die empirische Erhebungsmethode Umfrage). Die Analyse der Ergebnisse befindet sich im Kapitel 4. Als erstes werden die Ergebnisse der Analyse der verwendeten Übersetzungsverfahren am Gesamtkorpus und an den ausgewählten authentischen Beispielen gezeigt. Mithilfe von Einschätzungen, Bewertungen und Kommentaren von den Teilnehmenden der Umfrage war es möglich, über die Qualität und Adäquatheit der konkreten Übersetzungen Schlussfolgerungen zu ziehen.

Der analytische Teil der Arbeit wird mit der Schlussfolgerung (Kapitel 6) beendet. Am Ende der Masterarbeit befindet sich das Literaturverzeichnis.

2.Theoretischer Teil

2.1. Gastronomie

Essen ist ein wichtiger Teil unseres Lebens und Esskultur kann als ein bedeutender Identitätsträger betrachtet werden. Aus dem anthropologischen Blickwinkel prägen Essen und spezielle Essgewohnheiten unseren Charakter, bilden Rituale, tragen eine symbolische und soziale Bedeutung, verbinden und trennen, werden zu einem Identitätsmerkmal und Vieles mehr. Mahlzeiten verbinden Leute, Essen steht im Mittelpunkt aller Festen, Feierlichkeiten, Hochzeiten und geschäftlicher Treffen. Jeder hat sein eigenes Lieblingsgericht, höchstwahrscheinlich noch aus der Kindheit, und dieses Gericht trägt eine enorme emotionale Relevanz. Physiologisch und sozial spielen Essgewohnheiten und Zuneigungen eine relevante Rolle in unserem Leben. Esskultur stellt Ansichten, Normen, Tradition und Sitten einer Gesellschaft dar, sie ist nicht nur auf der personalen Ebene wesentlich, sondern auch in der gesamten Wirtschaft eines Landes von großer Wichtigkeit. Vor allem im Tourismus gilt Esskultur als ein wichtiges zusätzliches Angebot (vgl. Gašpić 2018). Es stellt das Kulturerbe und die Identität eines Kulturraumes dar. Demgemäß soll die Promotion der Esskultur (eines bestimmten Kulturraumes) in der touristischen Werbung als Leitmotiv zum Ausdruck gebracht werden. Gastronomie ist ein komplexes System, sie entwickelt sich und funktioniert in der Synergie mit zahlreichen weiteren Bereichen und Disziplinen, unter anderem mit der Tourismusbranche. Wissenschaftliche Beschäftigung mit der Gastronomie ist demzufolge multidisziplinär. Fachbereiche und wissenschaftliche Disziplinen, die ihre Forschungsinteressen an Gastronomie haben, sind vielfältig und umfassen Agrarwissenschaften, Betriebswirtschaftslehre, Ökonomie, Ernährungswissenschaften, Soziologie, Marketing, viele weitere und insbesondere zwei Bereiche, die für diese Arbeit von Bedeutung sind – Tourismus und Linguistik (vgl. Wagner 2015). Aufgrund der multidisziplinären Ansätze gelten für den Terminus *Gastronomie* mehrere Definitionen, aber das Fundament bleibt immer das Essen. Wagner (2015: 41) zitiert ein Dutzend Definitionen in ihrem Artikel „Gastronomie als Forschungsfeld“, wie z.B., dass Anfang des 19. Jahrhunderts Gastronomie als „the art of good eating“ definiert wurde. Des Weiteren interpretiert Morton (1997, zit. nach Wagner 2015: 2) den Begriff Gastronomie

als „the art and science of good eating“. Dieses wissenschaftliche Element enthält die Definition von Gillespie (2001, zit. nach Wagner 2015: 2), die lautet: „the art, or the science of good eating“.

Die Multidisziplinarität des Begriffs Gastronomie resultiert mit zahlreichen unterschiedlichen Definitionen, aber in der modernen Wissenschaft und in den aktuellen Studien bleibt auch weiterhin der Fokus auf „Genuss, Kochkunst und Esskultur“ (Wagner 2015: 3). Breiter gefasst kann sich der Begriff Gastronomie auf eine umfassende Disziplin beziehen, „welche alle Bereiche rund um das Thema Speisen und Getränke bzw. Ernährung inkludiert“ (Harrington 2005, zit. nach Wagner 2015: 4). Letztendlich umfasst die Beschreibung der Gastronomie von Riley-Köhn (1999: 65) fast alle erwähnten Definitionen und lautet:

Gastronomie ist die Kunst und die Wissenschaft der Auswahl der Zutaten, der Zubereitung der Speisen, der Präsentation und des Servierens der einzelnen Gänge und letztlich eine unabdingbare Voraussetzung für den Genuss und die Wertschätzung guter und erlesener Küche.

2.1.1. Gastronomie als zentrale Komponente im Tourismus

Touristen besichtigen in ihrer Urlaubsdestination nicht nur wichtigste Lokalitäten, sondern wollen auch autochthone Gerichte vor Ort genießen, die die Kultur dieser Region auf dem Teller darstellen. Zu den wichtigsten Erlebnissen im Urlaub ist, mit der Entwicklung des Tourismus und der Gastronomie demgemäß, die Verwöhnung durch autochthone Spezialitäten geworden. In einigen Ländern entwickelte sich sogar die sogenannte „Culinary Tourism“ oder „Gastronomy Tourism“.

Laut Wagner (2015: 87) sei die Gastronomie „unverzichtbares Element der Kultur und Identität einer Destination oder Region“. Genau diese Tatsache zeigt, dass die regionale Gastronomie im Mittelpunkt der Vermarktung einer Region steht und im Zusammenspiel mit der Tourismusindustrie als einer der zentralen Treiber für die Entwicklung der Ökonomie einer Region angesehen wird (vgl. Wagner 2015). Dafür spricht ebenso die Tatsache, dass „rund ein Drittel der touristischen Gesamtausgaben (...) auf die Konsumation von Speisen und Getränken entfällt“ (Fandos Herrera 2012, zit. nach Wagner 2015: 88). Das heißt auch, dass die Gastronomie ein relevanter Faktor bei der Bestimmung sei, wie die Touristen ihren Aufenthalt empfinden (vgl. Wagner 2015). Dieses Erlebnis wird sicherlich auch durch die Präsentation des Gastro-Angebots in Form

von Speisekarten beeinflusst, die als eine Art internationale und mehrsprachige Kommunikation dienen. „Deswegen sind entsprechend formulierte und übersetzte Speisekarten von großer Bedeutung, denn sie können Gäste zum Besuch eines Gasthauses oder Restaurants motivieren oder davon abhalten“ (Jazbec/Kučiš 2021: 3).

Das Wachstum der Gastronomie in einem Kulturgebiet beeinflusst direkt die Entwicklung des touristischen Angebots dieses Raums und viele Gastrotouristen sind zum Besuch eines Gebiets vor allem wegen des Konsumierens autochthoner Gerichte und Getränke motiviert (vgl. Drpić/Vukman 2014: 66). Am Beispiel Kroatiens sieht man, dass immer mehr Reisende Kroatien an erster Stelle wegen kroatischer Gastronomie besuchen, wobei Analysen gezeigt haben, dass dieses Element der Gastronomie schon vor ein paar Jahren das dritt wichtigste Motiv war, dass Touristen Kroatien besuchen (vgl. Krstulović/Sunara 2017: 33). Diese Tatsache bezeugt nämlich die Positionierung und Stärkung der Gastro-Szene im Tourismus Kroatiens jetzt und in der Zukunft (vgl. Krstulović/Sunara 2017: 33). Um 4% sei außerdem die Anzahl der Besuche gestiegen, die von der Gastronomie motiviert wurden. Während die meisten Gäste (drei Viertel) zwecks einer ruhigen Erholung und Entspannung Kroatien besuchen, seien 26% der Besuche durch Gastronomie motiviert (vgl. Krstulović/Sunara 2017: 37).

2.1.2. Fachsprache der Gastronomie

In der Fachsprache der Gastronomie gibt es überwiegend Ausdrücke, die allgemein bekannt sind. Dies ist auf die direkte Verbindung der Gastronomie mit dem Alltagsleben zurückzuführen. Riley-Köhn (1999: 39) behauptet, dass der zentrale Unterschied zwischen Gastronomiesprache und den anderen Sprachvarietäten darin liegt, dass die Gastronomiesprache mit dem Alltag eines Menschen verbunden sei und dadurch auch mit der Allgemeinsprache. Die Grenze zwischen diesen beiden Elementen ist fließend und demzufolge sei die Gastronomiesprache im hohen Maße auf die „Laienwelt“ angewiesen (Begonja 2016: 63). Über die Kulinarik unterhalten sich fast alle mindestens einmal in ihrem Leben, seien das Chefs, Hausfrauen, Gourmands, Kaufleute, Schulkinder oder Astronomen. Das macht die Kulinarik und die Gastronomie zu einem unverzichtbaren Unterhaltungsthema, das demzufolge über eine allgemein verständliche Sprache verfügen soll. Selbstverständlich gibt es einerseits Leute, die sehr wenig über Nahrungsmittel,

Kochen, Gerichte oder Zubereitungstechniken wissen, und andererseits Leute, denen Kochen und Lernen über die Kulinarik ein Vergnügen darstellt oder aber ihre Arbeit ist. Zieht man all das in Betracht, bleibt die Sprache der Gastronomie immer noch für alle auf ihrem eigenen Niveau erreichbar und verständlich. Und darin liegt die Schönheit der Gastronomie – sie ist für alle.

Die Fachsprachen sind eigentlich Subsprachen, die aufgrund der Spezifik der Kommunikation in einem Bereich wegen des Bedarfs an präziser Formulierung und Benennung entstehen (vgl. Schippan 2002: 228). Eine Fachsprache ergibt sich, weil Spezialisten in einem Beruf oder Fach eine effektive und fachbezogene Kommunikation mithilfe des Fachwortschatzes benötigen (vgl. Turska 2009: 16).

Schippan (2002: 61) nennt folgende Charakteristiken einer Fachsprache im Vergleich zur Allgemeinsprache: „Deutlichkeit, Verständlichkeit, Expliztheit, Neutralität, Exaktheit, Eindeutigkeit und Ökonomie der Sprache. Wie auf dem Beispiel von Gastronomiesprache schon erwähnt wurde, seien die Grenzen „zwischen den Fachsprachen und der Allgemeinsprache (...) fließend. Fachsprachen schließen sich einerseits nach außen ab, andererseits wirken sie auf die Gemeinsprache zurück“ (Turska 2009: 17). Die kulinarische Sprache sei laut Turska (ebd.) ein Sonderfall, weil sie gleichzeitig Eigenschaften einer Fachsprache und einer Sondersprache enthält, aber oft zur Gemeinsprache gehört.

Dies untermauert Turska (2009: 17) mit dem folgenden Beispiel:

Einerseits ist jeder an [der kulinarischen Sprache] beteiligt, denn jeder beteiligt sich an den Smalltalks über das gestrige Mittagessen oder das Abendessen von heute, andererseits gab es schon immer eine *haute cuisine* und eine *grande cuisine*, die geschichtlich und gegenwärtig Privileg nur einer kleinen Bevölkerungssicht war oder ist. Es gibt die Kochsprache einer Köchin in der Betriebskantine und die eines weltoffeneren Gourmets oder berühmten Kochs.

Was die Struktur der Fachsprache der Gastronomie betrifft, stellt Begonja (2016: 67) fest, dass ein Nominalstil prävaliert bzw., dass Substantive und Nominalkomposita dominieren. Daneben spielen Verben eine wichtige Rolle, da sie beispielsweise in Kochbüchern oder auf den Speisekarten oft auf die Zubereitungsart aufweisen.

2.2. Exkurs: Begriffe *Text*, *Textsorte*, *Texttyp* und Übersetzen von Texttypen in der funktionalen Übersetzungstheorie

Warum ist es vor dem Übersetzen eines Textes wichtig, dessen Textsorte zu definieren und deren Eigenschaften und Funktionen zu verstehen? Die Textsorte und der Texttyp des Ausgangstextes beeinflussen nämlich direkt die Entstehung des Zieltextes. Außerdem sollte sich ein Übersetzer immer mit der Zugehörigkeit des Ausgangstextes einer Textsorte und seiner Funktion vertraut machen, weil der Zieltext immer funktionsrecht und funktionskonstant zu übersetzen ist. Diese zwei Eigenschaften hängen nämlich mit den Eigenschaften und der Funktion einer bestimmten Textsorte zusammen. Aus diesen Gründen wird an dieser Stelle die Textlinguistik bzw. Texttypologie thematisiert, und zwar mit dem Fokus auf das funktionale Übersetzen.

Unter dem Terminus Texttyp versteht man

Klassen von Textsorten (...), die sich bestimmte Merkmale teilen. Ausgehend von den drei Grundfunktionen sprachlicher Zeichen in Anlehnung an das Bühlersche Organon-Modell (Bühler 1982/1934), unterscheidet Reiß (1983: 128) drei Texttypen sowie einen Mischtyp: den darstellenden oder informativen, den ausdrucksbetonten oder expressiven und den appellbetonten oder operativen Texttyp (Göpferich 2006 :63).

Diese Texttypen findet Reiß (1983) „übersetzungsrelevant“ (zit. nach Göpferich 2006: 63.) Demzufolge muss ein Text „funktionskonstant übersetzt werden“ (ebd.). Begonja (2016: 81) konstatiert zu diesem Thema, dass in der Textlinguistik die Analyse des Sprachgebrauchs in einer spezifischen Kommunikationssituation im Vordergrund steht. Deswegen sei es bedeutend, einen Ausgangstext vor dem Übersetzen aus einer textlinguistischen Perspektive zu analysieren, und zwar ins Detail zu gehen – den Textaufbau, die Textkohärenz, die Textfunktion, die Textwirkung, die Texttypologie, die Rezipienten usw. zu definieren.

Daher kommt man zur Definition des Begriffs *Text*. Darauffolgend werden die Konventionen der Textsorten aus der funktionalistischen Übersetzungstheorie behandelt.

Festgehalten werden kann jedoch, daß ein Text aus funktionalistischer Perspektive (...) nicht als eine (system-)linguistisch definierbare, formale Einheit, als „keine bloß syntaktisch geordnete Sprachzeichenmenge“ (Schmidt 1972: 17) aufgefaßt werden kann, sondern als „Text-in-Funktion“ (Schmidt 1973: 145), als „Text-in-der-Situation“ (Weinrich 1976: 16), als

„soziokommunikative Funktionseinheit“ (Schmidt 1972: 17) zu betrachten ist“ (Göpferich 2006: 61).

Daraus wird deutlich, dass beim Übersetzen mit der Beachtung von Prinzipien funktionaler Übersetzungstheorien nicht nur die bloße Übertragung von Wörtern oder Sätzen genügt, sondern ein Text auch als eine Einheit übersetzt werden muss, in der sich die sprachliche Kommunikation realisiert (vgl. Göpferich 2006: 62).

Die Definition des Begriffs *Text*, die Begonja (2016) selbst hervorhebt, lautet wie folgt:

Ein Text ist ein thematisch und/oder funktional orientierter, kohärenter sprachlicher oder sprachlich-figürlicher Komplex, der mit einer bestimmten Intention, der Kommunikationsabsicht, geschaffen wurde, eine kommunikative Funktion ersten oder zweiten Ranges erfüllt und eine inhaltlich und funktional abgeschlossene Einheit bildet (Göpferich 1995 zit. nach Begonja 2016: 83).

Es gibt auch zahlreiche Definitionen des Begriffs Textsorte, aber die funktionalistischen Ansätze haben die Definition von Reiß und Vermeer (1991) besonders rechtmäßig gemacht. Sie interpretieren die Textsorten als

überindividuelle Sprech- und Schreibakttypen, die an wiederkehrende Kommunikationshandlungen gebunden sind und bei denen sich aufgrund ihres wiederholten Auftretens charakteristische Sprachverwendungs- und Textgestaltungsmuster herausgebildet haben (Reiß/Vermeer 1991: 177).

Göpferich (2006) rät diesbezüglich, wie die Übersetzer beim Übersetzen von Textsorten, die sowohl in der AS als auch in der ZS etabliert sind und typische Konventionen haben, umgehen sollten.

Bei Textsorten, die sowohl in der Ausgangs- als auch in der Zielkultur etabliert sind, ist zu beachten, daß hier innerhalb einer Textsorte auf allen Sprachbeschreibungsebenen Unterschiede in den Textsortenkonventionen bestehen können, z.B. in der Makrostruktur, der Phraseologie, der Sprechaktenverteilung, und ihrer sprachlichen Realisierung, (...) der Lexik und der Interpunktion (vgl. hierzu Reiß/Vermeer 1984: 184f). (...) Dabei ist zu beachten, daß Textsortenkonventionen (1) als Erkennungssignale, (2) als Auslöser von Erwartungshaltungen und (3) als Steuerungssignale für das Textverstehen dienen (Reiß/Vermeer 1984, zit. nach Göpferich 2006: 62).

In diesem Kapitel bleibt noch relevant zu erwähnen, welche Texttypen bestehen und wie ihre Merkmale die Art und Weise des Übersetzens beeinflussen.

Der Begriff *Texttyp* bezieht sich auf die Klassen von Textsorten, die gemeinsame Merkmale aufweisen (vgl. Göpferich 2006: 63). Reiß (1971) betont das Organon-Modell von Karl Bühler (1934) und deutet die Texttypen und die Übersetzungsmethoden für jeden Texttyp. Reiß (vgl. dazu 1971: 31ff) unterscheidet nämlich drei Texttypen (die inhaltsbetonten Texte, die formbetonten Texte und die appellbetonten Texte). Sie verwendet in ihrem Werk „Texttyp und Übersetzungsmethode“ folgende Begriffe: der darstellende oder informative Texttyp, der ausdrucksbetonte oder expressive Texttyp und der appellbetonte oder operative Texttyp (vgl. Reiß 1983, zit. nach Begonja 2016: 85). Es gibt auch einen vierten Texttyp – den audio-medialen Texttyp (ebd.). Jedem Texttyp gehören seine Funktion, ein Kennzeichen, ein Äquivalenz-Maßstab und eine zugehörige Übersetzungsmethode (vgl. Stolze 2011). Reiß (1976) hebt hierzu hervor, dass die Texttypologie äußerst relevant beim Übersetzen sei, wobei die ausgewählte Übersetzungsmethode zur Beibehaltung der Textfunktion des Zieltextes führen muss. Welche Übersetzungsmethode für jeden Texttyp geeignet ist, schlägt Stolze (2011) wie in der folgenden Tabelle vor:

<i>Texttyp</i>	<i>Textfunktion</i>	<i>Kennzeichen</i>	<i>Äquivalenz-Maßstab</i>	<i>Übersetzungsmethode (Primärfunktion)</i>
1. informativ	Vermittlung von Information	sachorientiert	Invarianz auf der Inhaltsebene	sachgerecht (= „schlicht-prosaisch“)
2. expressiv	künstlerische Aussage	senderorientiert	Analogie der künstlerischen Gestaltung	autorgerecht (= „identifizierend“)
3. operativ	Auslösung von Verhaltensimpulsen	verhaltensorientiert	Identität des textimmanenten Appells	appellgerecht (= „parodistisch“ später: „adaptierend“)
4. audio-medial	(1 - 3)	(1 - 3)	(1 - 3)	medien- bzw. verbundgerecht (= „suppletorisch“)

Tabelle 1. Übersetzungsmethoden und Texttypen (Reiß 1976, nach Stolze 2011: 114)

In der Gastronomie bestehen unter anderem informative Texte, zu denen Menü-Karte und Restaurant-Führer gehören (Mattheier 1993, vgl. dazu Begonja 2016: 87). Die Textsorten in der Fachsprache der Gastronomie verfügen laut Begonja (2016) nicht über alle Kriterien der Textualität. Solche Texte sind kohäsionsarm. Die Speisekarten und Menü-

Karten seien sogar kohäsionslose Texte oder sogenannte Quasi-Texte, die in der Linguistik trotzdem als Fachtexte gehalten werden (vgl. Riley-Köhn 1999, zit. nach Begonja 2016: 89).

2.3. Speisekarte – usuelle Textsorte in der Gastronomie

In Bezug auf die textlinguistischen Ansätze kann Folgendes über die Textsorte Speisekarte behauptet werden: Ihre Makrostruktur ist stabil, ihre Lexik und ihre Grammatik sind textsortenspezifisch, für die Textsorte Speisekarte üblich und kulturbedingt, und dienen zum Zweck des Informierens über das Angebot (vgl. Begonja 2016: 84).

Die Definition der Textsorte Speisekarte wird an dieser Stelle von Riley-Köhn (1999: 85) übernommen und lautet folgenderweise:

Die Speisekarte ist eine verbindliche Angebotsliste verschiedener Speisen, die nach Speisegruppen sortiert sind, welche die Küche in angemessener Zeit herstellen kann oder die bereits zubereitet sind. Der Gast stellt sein Menü selbst zusammen (*à la carte*) oder er wählt ein festes Menü (*table d'hôte*). Bei dem Angebot *à la carte* ist jede Speise bzw. jedes Gericht einzeln ausgepreist; vom Küchenleiter festgelegte Menüfolgen (*table d'hôte*) sind dagegen mit Fixpreisen angegeben.

Die Speisekarte gehört laut Begonja (2016) zur Gruppe der Fachtexte in der Gastronomie und der Kulinarik, samt mit der Menü-Karte und dem Rezept. Die Textsorte Speisekarte im physischen Format etablierte sich mit der Entwicklung von der Restaurantbranche und zur Zeit der Eröffnung der ersten öffentlichen Restaurants im 18. Jh. (vgl. Pietzcker 2008, zit. nach Mrázová 2015: 20). „Eine Gliederung von Speisearten kann folglich aussehen: Speisekarte, Menükarte und Getränkekarte (Pietzcker 2008, zit. nach Mrázová 2015:20). Das Aussehen einer Speisekarte kann sehr unterschiedlich sein und jedes Lokal oder Restaurant konstruiert sie beliebig, da es kein Muster gibt. Riley-Köhn (1999: 47f) erklärt die Gestaltung von den Speisekarten folgendermaßen:

Im Unterschied zu ihrem historischen Vorläufer zeichnet sich die Speisekarte durch Vielfalt aus. Es existiert eine große Auswahl unterschiedlichster Speisekarten, die sich nach der Gästestruktur, der Saison und der personellen und technischen Voraussetzungen eines Betriebes ausrichten. Die

herkömmliche Art der Angebotsgestaltung ist das Auflegen einer Standardkarte, die für einen längeren Zeitraum (z. B. für ein Jahr) Gültigkeit besitzt. Sie wird flexibel ergänzt durch Tages- und Spezialkarten (...), in denen das Saisonale Angebot von Produkten verstärkt berücksichtigt wird.

Die visuelle Gestaltung einer Speisekarte ist beliebig, aber gerade das Visuelle stimuliert die Gäste zum Bestellen bestimmter Gerichte. Deswegen gibt es immer mehr Speisekarten, denen Werbefachleute in Zusammenarbeit mit den Grafikern viel Acht gegeben haben. Das Aussehen der Speisekarte spielt eine wichtige Rolle. Oft sind neben der Liste der Gerichte sowohl Fotografien und/oder Illustrationen auf den Speisekarten zu finden (vgl. Mrázová 2015: 22)

2.3.1. Texttypologie und Funktion der Textsorte Speisekarte

Heinemann (2000) schließt die Textsorte Speisekarte den Textsorten der Alltagstexte im weiteren Sinne ein. Zur gleichen Gruppe zählt sie ebenso Kalender und Werbeprospekte (vgl. Gansel/Jürgens 2007: 75). Begonja (vgl. 2016: 87) thematisiert die Textsorte Speisekarte im Zusammenhang mit den Fachtexten in der Gastronomie und Kulinarik. Die Textsorte Speisekarte wird zu den informativen und appellativen Texten hinzugezählt.

Im vorigen Kapitel war die Rede von den Texttypen. Speisekarten sind eine Mischform dreier Texttypen, weil sie gleichzeitig informative, expressive und oft appellative Merkmale enthalten. Speisekarten sollen den Gästen eine übersichtliche, gut strukturierte, verständliche, klar formulierte Auskunft über das Angebot geben, und zwar durch das Enthalten einer personalisierten, interessanten Werbestrategie und durch die appetitliche Grafik (vgl. Sarkady 2009: 51). Die Funktionen der Textsorte Speisekarte können mit folgenden Worten näher erklärt werden.

In appellativer und expressiver Form – mit Aufforderungen, intertextuellen Anspielungen, Zitaten, aber auch gelegentlich mittels emotionaler Ausdrücke, Ausrufe, Metapher oder gar Gedichte [kann]sie (...) ebenfalls: die Philosophie des Objektes und des Betreibers vermitteln, (...) bei der Auswahl helfen, (...) Qualität dokumentieren [und] Gäste unterhalten (...) (Sarkady 2009: 51).

Die Merkmale, die die Speisekarte zu einer Mischform machen, sind die oft in der Speisekarte enthaltenen operativen, appellbetonen Elemente der Werbung (vgl. dazu Sarkady 2009). Mit dem Zusammenspiel erwähnter Eigenschaften wird die Speisekarte zum Werbeinstrument eines Lokals. Die Speisekarte ist dessen Bestandteil und kann die ganze Philosophie eines Lokals darstellen (vgl. ebd.) Letztlich kann die Textsorte Speisekarte, die Merkmale mehrerer Textsorten beinhalten.

Eine Speisekarte soll zwar vor allem informieren, kann sich aber ebenfalls expressiver Sprachstilmittel bedienen und auch eine sanfte Form appellativer – z.B. intertextueller, persuasiver, empfehlender oder gar petitiver – Merkmale einfließen lassen. So ist es nicht unüblich, Gäste eines Lokals auf der ersten bzw. einer zusätzlich dafür eingerichteten Seite direkt anzusprechen, z.B. mit: „Versuchen Sie unsere Wildspezialitäten des Monats!“ oder: „Lassen Sie sich von den besten Weinen aus unserer Gegend verwöhnen!“ (Sarkady 2009: 46)

Am Ende dieses Kapitels werden die Funktionen der Speisekarte angesprochen. Laut Hecker und Herrmann enthält die Speisekarte die Funktion einer Angebotskarte (vgl. Mrázová 2015). Gleichzeitig dient die Speisekarte als Leistungsangebot und als Werbemittel. Eine Speisekarte kann oft mit den Emotionen der Gäste spielen bzw. sie „leitet eine emotionelle Einstimmung des Gastes am Anfang des Restaurantbesuchs an“ (Mrázová 2015: 21). Beides, die Form und der Inhalt, sind relevant. Weitere Funktionen der Speisekarte sind, wie schon erwähnt, das Informieren über die Preise. Riley-Köhn (1999) hat schon damals über einen Funktionswandel der Speisekarte geschrieben. Es geht darum, dass es „in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und im 20. Jahrhundert (...) zu einem Funktionswandel der Speisekarte kam. Früher, im 18. Jahrhundert, betrachtete man sie als Mittel für die Informationsübermittlung. Später benutzte man die Speisekarte systematisch als Verkaufs- oder Werbeinstrument, mit dem Ziel mehr Geld zu verdienen“ (Riley-Köhn 1999: 90)

Bis heute veränderte sich sicherlich die Funktion der Speisekarte mehrmals, besonders in den letzten Jahren, wenn einer in Kauf nimmt, dass die potenziellen Kunden im Voraus im Internet nach Online-Speisekarten suchen, um die Entscheidung zur Gerichtsauswahl schon vor dem Betreten des Restaurants zu treffen. Mit der Verbreitung der Liefer-Services, die in etwas größeren Städten europaweit existieren, erhält die Online-

Speisekarte eine neue Funktion. Die Kunden können sich in einer App ihre Lieblingsgerichte aus ihrem Sofa bestellen und in etwa einer halben Stunde das Paket vor der eigenen Tür vorfinden.

2.4. Funktionale Übersetzung und Skopostheorie

Die Tätigkeit, die heute Translationswissenschaft genannt wird, hat ihren Ursprung in der Antike. Seit den Anfängen des Übersetzens, als der Übersetzungsprozess für eine übertragende Redekunst, Dichtung und Bibelinterpretation gehalten wurde, veränderten sich mehrere Ansätze in dieser Disziplin.

Als einen wissenschaftlichen Gegenstand begann man die Übersetzungswissenschaft im 19. Jahrhundert zu betrachten, als die ersten theoretischen Grundlagen gelegt wurden. Erst im 20. Jahrhundert, nach dem zweiten Weltkrieg kann die Rede von einer selbstständigen wissenschaftlichen Disziplin sein. Das Ziel und die übersetzungstheoretischen Prinzipien wurden im Laufe der Zeit mehrmals verändert. Während in den Anfängen die Übersetzer in der Antike möglichst geringe Veränderungen am Original machen wollten bzw. dem Original möglichst treu bleiben wollten, geht es heute darum, sich der Funktion und der Wirkung des Ausgangstexts anzunähern. Der „cultural turn“ in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts brachte mit sich die Veränderungen in der Translationswissenschaft und versetzte den Fokus von der Sprache auf die kulturellen Hintergründe. Mit dem Paradigmenwechsel begann man die Übersetzung als Mittel zur gelungenen interkulturellen Kommunikation zu betrachten und die Translation galt mit der Zeit als Sonderform der interkulturellen Kommunikation (vgl. Bauer 2016).

Infolge dieses Wandels in der Linguistik etablierte sich die funktionalistisch ausgerichtete Theorie der Translationswissenschaft. Als grundlegendes Dokument der neuen Ansätze gilt der Aufsatz unter dem Titel *Ein Rahmen für eine allgemeine Translationstheorie*, dessen Autor Hans J. Vermeer ist (vgl. Raskop 2014). Der erwähnte Aufsatz wurde in Zusammenarbeit mit Katharina Reiß vertieft und unter dem Titel *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* veröffentlicht (vgl. Raskop 2014). Hiermit wurde die Skopostheorie etabliert. Etymologisch betrachtend entstammt der Begriff *Skopos* dem

Griechischen *σκοπός* und steht für *Ziel, Zweck* bzw. *Absicht*. Innerhalb der Skopostheorie kann sich jedoch das *Ziel* auch auf die *Funktion* der Übersetzung beziehen (vgl. Maras 2020).

Die Skopostheorie ist dementsprechend eine funktionsorientierte Translationstheorie, die ihren Fokus auf das Ziel des translatorischen Handelns legt (vgl. Dizdar 2006: 104). Damit das Ziel möglichst besser erreicht werden könnte, spielt der Übersetzer die wichtigste Rolle. In der Skopostheorie gilt der Translator als Experte, der über einen hohen Grad an interkultureller Kompetenz verfügt. Das Ziel des translatorischen Handelns ist dabei nicht der Ausgangstext, sondern das Ziel, das am Anfang der Übersetzungsaufgabe gesetzt wird. Der Skoposbegriff bezieht sich jedoch nicht nur auf das Translat (Produkt), sondern auch auf die Translation. Demzufolge unterscheidet man zwischen dem Translationsskopos und Translatskopos. Der erste steht für das Ziel des Übersetzers, während der zweite die Funktion des Translats in der Zielkultur bezeichnet. Eine gelungene translatorische Tätigkeit benötigt eine Übereinstimmung von Intention und Funktion des Translats in der Zielkultur (vgl. Dizdar 2006: 104ff). Eine wichtige Voraussetzung in diesem Prozess ist die Professionalität des Übersetzers, dessen Aufgabe die Ermöglichung der Kommunikation zwischen den Kulturen ist. Vermeer (1986) hat all das in einem Satz zusammengefasst, der das Wesen der Skopostheorie sehr gut auf den Punkt bringt

„Eine Translation ist nicht eine Transkodierung von Wörtern oder Sätzen aus einer Sprache in eine andere, sondern eine komplexe Handlung, in der jemand unter neuen funktionalen und kulturellen und sprachlichen Bedingungen in einer neuen Situation über einen Text (...) berichtet, indem er ihn auch formal möglichst nachahmt“ (Vermeer 1986 zit. nach Stolze 2011: 187).

Des Weiteren schreibt Dizdar (2006), dass die Entscheidungskompetenz selbstverständlich für die erwähnte Professionalität sei. Das translatorische Handeln bringt mit sich einerseits eine Menge Entscheidungsfreiheit, andererseits erfordert es die Fähigkeit der Begründung aller Entscheidungen mit dem Bezug auf den Skopos.

„Die Dominante aller Translation ist deren Zweck“ (Reiß/Vermeer 1981: 96).

Der Zweck eines Textes heißt in der Skopostheorie *der Primat*. Mit dieser äußerst ausdrucksvollen Bezeichnung haben Reiß und Vermeer (1981) die Relevanz der Funktion, des Zwecks, in der Translation benannt. Der Termin *Funktion* kann sowohl

gleichwertig mit dem Termin *Zweck*, *Skopos*, als auch *Zweck*, *Ziel* oder *Sinn* funktionieren (ebd.) In der Skopostheorie gibt man beim Übersetzen den Vorrang der Funktionalität. Eine Übersetzung, also das Translat, und das translatorische Handeln, sind erst dann geglückt, „wenn sie als situationsadäquat (sinnvoll) erklärt werden können“ (Reiß und Vermeer 1981: 99). Die sogenannte *Skoposregel* fasst die Substanz der Ansätze in der Skopostheorie zusammen und lautet: „Eine Handlung wird von ihrem Zweck bestimmt (ist eine Funktion ihres Zwecks) (...) – mit anderen Worten: Für Translation gilt, „Der Zweck heiligt die Mittel“ [und] Zwecke müssen begründbar („sinnvoll“) sein“ (Reiß und Vermeer 1981: 101). Mit anderen Worten müssen im translatorischen Handeln Intention und Funktion des Translats in der Zielkultur optimiert werden (vgl. Dizdar 2006: 106). Die Rolle des Übersetzers ist hier zentral und seine Kompetenzen müssen auf einem bestimmten Niveau sein. „Die Freiheit des Translators beruht nicht auf einer willkürlichen, sondern durch den Skopos begründbaren bewußten Entscheidung“ (Dizdar 2006: 106).

2.5. Äquivalenz und Adäquatheit in der funktionalen Übersetzungstheorie

Im Unterschied zu den traditionellen Ansätzen in der Translationswissenschaft verstehen Reiß und Vermeer (1991) unter dem Begriff Äquivalenz eine Gleichwertigkeit des Zieltextes mit dem Ausgangstext. Während also rein linguistisch betrachtend die Äquivalenz für eine Gleichwertigkeit auf der Wort- und Satzebene steht, bedeutet die Äquivalenz in der Skopostheorie eine Gleichwertigkeit von dem Translat und dem Ausgangstext (vgl. dazu Raskop 2014). Des Weiteren erklären Reiß und Vermeer (1991) die Wichtigkeit des Begriffs *Adäquatheit* in der Skopostheorie. Das Merkmal der Adäquatheit betrifft dabei den Zieltext, und bezieht sich darauf, ob der Zieltext adäquat für das Zielpublikum ist bzw. ob er den Zweck (seinen Skopos) erfüllt. Das Wichtigste sei demzufolge, dass der Text in der Zielkultur und deren Sprache funktioniert und seine Funktion erfüllt. Um dieses Ziel zu erreichen, solle der Übersetzer „skoposadäquat“ handeln (vgl. Dizdar 2006: 106).

Unter den zentralen Begriffen des Übersetzungsprozesses zählen Äquivalenz und Adäquatheit. In ihrem Buch *Uvod u teorije prevodenja* erörtert Pavlović (2015) das Äquivalenzparadigma, wobei zwischen Übersetzung und Zieltext eine gleichwertige

Beziehung existieren muss (vgl. 2015: 31). Alle Elemente müssen nämlich in Betracht gezogen werden, die zur Äquivalenz führen. Dies wird als keine leichte Aufgabe angesehen, bei der es zu mehreren Übersetzungsproblemen kommen kann, für die Pavlović (2015: 34) behauptet, sie seien das Resultat nichtkompatibler Sprachsysteme. Wenn etwas als Übersetzungsproblem identifiziert wird, muss es hervorgehoben werden. Sirén und Hakkarainen (2002: 76) definieren das Übersetzungsproblem als „verschiedene textuelle Elemente, die ohne bewusstes Überlegen nicht übersetzt werden können“, was in einigen Fällen das Auslassen bedeutet (vgl. Pavlović 2015: 260). „Probleme“ werden als subjektive Prozesse wahrgenommen, weil sie vom Bewusstsein des Übersetzers abhängen (Sirén/Hakkarainen 2002, zit. nach Pavlović 2015: 260f).

Ob die Übersetzung gelungen ist, hängt im großen Maße von den Kompetenzen des Übersetzers, der nach Übereinstimmungen bzw. Äquivalenz zwischen AS und ZS strebt. Nida (1964) unterscheidet zwischen dynamischer Äquivalenz und formaler Äquivalenz. Dynamische Äquivalenz soll als Ziel haben, dass der Rezipient in der Zielkultur dieselbe Reaktion auf den Text hat, wie der Rezipient in der Ausgangskultur (Nida 1969, zit. nach Stojić/Brala-Vukanović 2015: 410). Die formale Äquivalenz fokussiert sich aber auf die Botschaft des Textes, seines Formats und seines Inhalts bzw. die Botschaft des Ausgangstextes sollte möglichst nah an die Elemente der Zielsprache ähneln (ebd).

2.6. Kulturelle und interkulturelle Momente beim Übersetzen: Kulturspezifika und Kulinarik

2.6.1. Kulturspezifika

Die translatorische Arbeit ist ganz oft „Kulturarbeit“ und immer als Spracharbeit zu betrachten (vgl. Reiß/Vermeer 1991). Beim Übersetzen von Speisekarten kommt das Element der Kultur immer in den Vordergrund, weil jede Speisekarte Kulturelemente enthält. Der Übersetzer muss diese identifizieren und

„eine angemessene Kommunikations- bzw. Übersetzungsstrategie finden (...). Der Übersetzer kann beispielsweise bemerken, dass eine bestimmte Formulierung von Speisen, Getränken oder einheimischen Spezialitäten aus kulturspezifischen Gründen im Zieltext nicht beibehalten werden kann und eine Adaption oder zusätzliche Erklärung benötigt“ (Kučiš/Begonja 2020, zit. nach Jazbec/Kučiš 2021).

Drauffolgend genügen beim Übersetzen von Speisekarten nicht nur die sprachlichen Kenntnisse, sondern im großen Maße auch die „Vertrautheit mit der materiellen, sozialen und geistigen Kultur, innerhalb deren sie entstanden sind“ (Jazbec/Kučiš 2021). Das Erreichen vom Skopos beim Übersetzen von Speisekarten ist Kulturarbeit und das Übermitteln von deren Funktion wird durch einen transkulturellen Transfer realisiert. Der Übersetzer muss dafür sehr sensibilisiert sein, welches Übersetzungsverfahren adäquat wäre. Aus dem soziologisch-kulturologischen Standpunkt wird das translatorische Handeln nicht nur als Übersetzen aus Ausgangssprache in die Zielsprache betrachtet, sondern viel mehr als Kulturarbeit. Daher muss der Übersetzer über gut entwickelte Kulturkompetenz verfügen.

2.6.1.1. Realia / Kultureme

Die Sprache ist ein Produkt realer Kommunikationssituationen, sodass sie keineswegs isoliert untersucht werden kann. Innerhalb des Kommunikationsprozesses werden unterschiedliche Verhaltensweisen bemerkt, die Oksaar (1988) als Kultureme einstuft (Oksaar 1988, zit. nach Stojić/Brala-Vukanović 2015: 417). Jedes ausgesprochene Wort, das als Kulturem funktioniert, wird von nonverbalen Signalen wie z.B. Gesten, Mimik, gesellschaftlichen Rollen, Alter, Geschlecht usw. begleitet. Jede Kultur hat ihre eigenen sowie spezifischen nonverbalen Kommunikationsformen, die sehr unterschiedlich, aber auch gleich sein können, jedoch mit vollkommen anderer Bedeutung. Dies stellt für den Übersetzer eine Herausforderung dar. Demzufolge muss der Übersetzer mit den Verhaltensweisen beider Kulturen bestens vertraut sein, um das Verhalten der Sprecher in den verschiedensten Kommunikationssituationen vermitteln zu können (vgl. dazu Stojić/Brala-Vukanović 2015: 418).

Kultureme sind Spezifika einer bestimmten Kultur, die in der Zielkultur nur halbwegs oder überhaupt nicht existieren. Dementsprechend bilden sie das Fundament der kulturellen Kompetenz eines Übersetzers (vgl. dazu Stojić/Brala Vukanović 2015: 419). Nicht nur Verhaltensweisen können spezifisch für eine Kultur sein, sondern auch materielle Güter wie z.B. Gastronomie, Natur, Kleidung, Wohnen, Geschichte, Poesie, Literatur usw. (Nord 1993, zit. nach Stojić/Brala-Vukanović 2015: 420).

An dieser Stelle sollte auch der Begriff *Realia* erwähnt und erläutert werden. *Realia* sind Teile des Alltags, der Geschichte, der Politik, der Kultur charakteristisch für ein bestimmtes Volk, Land oder einen bestimmten Ort und funktionieren somit als Identitätsträger. In anderen Völkern, Ländern und Orten existiert für sie aber keine Entsprechung wie z.B. *Pizza*, *Pub*, *Kimono*, *Cowboy* (vgl. Markstein 2006: 288-289). Durch diese enge Beziehung werden *Realia* als Träger nationaler Kulturen angesehen, die bei der Übersetzung in die Zielkultur immer Modifikations- oder Erklärungsbedarf in Klammern, Fußnoten oder mittels Paraphrasen haben (vgl. Markstein 2006: 288). Markstein (2006: 289) hat folgenderweise beschrieben, welche sprachlichen Konstruktionen zur Gruppe der *Realia* gehören: „Das Wort *Realie* bezeichnet (...) nicht nur Objekte einer materiellen und geistigen Kultur, (...) sondern auch Abkürzungen, Titel, Feiertage, (...) Anrede- Gruß-, und Abschiedsfloskeln (...), in bestimmten Kontexten auch Interjektionen und Gesten“.

Der Kontext und die Konnotation sind unverzichtbare Elemente der *Realien*. „Die jeweilige Konnotation wird erst durch den Kontext aktualisiert“, konstatiert Markstein (2006: 290). Die *Realien* selbst an sich verursachen Herausforderungen beim Übersetzen, aber wenn noch Konnotationen dazu kommen, dann bereiten sie noch mehrere Schwierigkeiten, wie beispielsweise die *Realien* „Pub“, „Heurige“, „Kimono“, „Samowar“, spezifische Anreden, Gruß- und Abschiedsfloskeln usw. (vgl. Markstein 2006). Der erste und der wichtigste Schritt ist nämlich die Identifikation. Das ist oft nicht schwierig, weil man sofort merkt, dass ein Ausdruck fremd ist, und weil bei der Übersetzung die Eins-zu-Null-Entsprechung evident ist. Die Identifikation ist nur der Anfang der Konfrontation mit den *Realien*. Danach muss der Übersetzer den ganzen Ausgangstext näher analysieren, das Verständnis der Bedeutung der *Realien* im Kontext sichern und er soll sich für eine passende translatorische Lösung entscheiden. Die Entscheidung, welche Strategie verwendet wird, hängt vom Texttyp und von der Zielgruppe ab (vgl. Markstein 2006: 290).

Unterschiedliche Autoren verwenden demnach unterschiedliche Benennungen und Klassifikationen für ein und dieselbe sprachliche und kulturelle Erscheinung, denn Begriffe *Kulturem* und *Realie* lassen sich letztlich gleich definieren.

2.6.1.2. Kulinarien

Zu Realia zählen auch Kulinarien. Kulinarien sind typisch für jedes Volk und stehen als Repräsentanten seines immateriellen Kulturerbes, das die Identität und Kultur einer Nation prägt (vgl. Begonja 2016: 32). Bei manchen Kulinarien ist sogar der geographische Ort ihrer Entstehung so wichtig, dass er in der Benennung des Gerichts enthalten ist wie z.B. *Spaghetti Bolognese*, *Brussels sprouts*, *Yorkshire pudding* usw. (Giani 2009, vgl. dazu Begonja 2016: 32). Eine weitere Art von Kulinarien sind diejenigen, die international bekannt und populär sind und somit zum Weltgastronomieerbe gehören. Solche Kulinarien werden als Internationalismen in der ganzen Welt bekannt (vgl. Begonja 2016: 32). Kulinarien sind die Identitätsträger, sie sind ein Teil der Kulturgeschichte und ihre Bedeutung ist kulturspezifisch, weswegen auf viele Probleme bei deren Übersetzung in die Zielsprache gestoßen wird (vgl. Pawlak 2021, zit. nach Begonja: 32).

Die Problematik des Übersetzens von Kulturemen liegt darin, dass der Übersetzer kulturelles Wissen, das für die Speisekarten charakteristisch ist, in die Zielkultur skoposadäquat vermitteln muss. Der Übersetzer muss dabei immer das Wissen und das Gefühl dafür haben, welches Verfahren in welcher Situation erforderlich ist, wobei sein kulturelles Wissen und sein Umgang mit Kulturemen an erster Stelle sind (vgl. Jazbec und Kučič 2021). Die sprachliche Kompetenz genügt nicht, um eine in der Zielkultur funktionierende Speisekarte zu produzieren, „sondern vielmehr auch eine Vertrautheit mit der materiellen, sozialen und geistigen Kultur, innerhalb derer sie [Kultureme] entstanden sind“ (Jazbec/Kučič 2021: 7).

Die Nachschlagwerke, wie zweisprachige Wörterbücher und, noch wichtiger, das Nutzen von Paralleltexten, sind unverzichtbar, um Kultureme in die Zielsprache vermitteln zu können. Übersetzer müssen nämlich entscheiden können, mit Hilfe welcher Übersetzungsverfahren sie die kulturbeladenen Textsegmente übersetzen werden. Laut Begonja (2016) könne man mögliche Übersetzungsverfahren in drei Gruppen einteilen: a) Übersetzungsverfahren, die an die Auswahl der semantisch ähnlichen Begriffe in der Zielsprache, gerichtet sind; b) Übernahme der Lexeme aus der Ausgangssprache; c) Übersetzungsverfahren der Bearbeitung und Anpassung der Lexeme im Falle der Nulläquivalenz. In der ersten Gruppe gibt es folgende Übersetzungsverfahren:

Hyperonym, Hyponym, annähernde Bedeutung, Analogie und Adaptation. Zu der zweiten Gruppe gehören das Zitatwort und die wörtliche Übersetzung. In die letzte Gruppe werden kommentierende Übersetzung, Auslassung, Übersetzung mit Hilfe von beschreibenden Äquivalenten und Explikation zugeordnet (vgl. dazu Begonja 2016: 43ff). Das wichtigste Ziel in diesem Prozess ist es, „zu einem pragmatischen oder äquivalenten Gleichgewicht zwischen Ausgangs- und Zieltext zu gelangen“ (Jazbec/Kučiš 2021: 7).

2.7. Interkulturelle Kommunikation und Kompetenzen des Übersetzers

Um „skoposadäquat“ zu handeln, muss der Übersetzer gleichzeitig die Zielsprache auf einer gewissen Ebene beherrschen und die Zielkultur gut kennen. Gerade für die funktionalen Ansätze in der Translationswissenschaft ist das Thema der interkulturellen Kommunikation besonders relevant, weil es die Prozesse, die zwischen unterschiedlichen Kulturen, u.a. auch Übersetzung, unter die Lupe nimmt. Deswegen wird im Weiteren der Begriff der interkulturellen Kommunikation dargestellt.

Interkulturelle Kommunikation ist ein Ende der 60er Jahre entstandenes interdisziplinäres Forschungsgebiet, das ethnologische, soziologische, linguistische, literaturwissenschaftliche, philosophische, kulturanthropologische, psychologische und weitere Ansätze in der Forschung über die interkulturellen Kommunikationsvorgänge verbindet (vgl. Göhring 2006: 112). Im Mittelpunkt der Forschungen befindet sich all das, was passiert, wenn Leute aus unterschiedlichen Kulturen zusammenkommen. Zum Forschungsgegenstand der interkulturellen Kommunikation zählen beispielsweise Traditionen, religiöse Tradierung, Anreden, historische Resonanz, Weltanschauungen, Ideologien, und alles, was man als Interaktionen zwischen Angehörigen verschiedener Kulturkreise nennen kann. Der Begriff *Kultur* soll jedoch im Syntagma *interkulturelle Kommunikation* vieldeutig verstanden werden, weil dessen Bedeutung so umfassend ist, dass bei seiner Verwendung unterschiedlichste Abstraktionsebenen gemeint werden können. Sogar auf der nationalen Ebene lassen sich mehrere Kulturen bemerken, wobei sich die interkulturelle Kommunikation schon zwischen ihnen untersuchen lässt (ebd.). Göhring (2006: 113) definiert interkulturelle Kommunikation folgenderweise:

Zur Kommunikation gehört aber auch (...) das, was beim Empfänger ankommt und von ihm jeweils in Übereinstimmung mit seinen kulturellen Gewohnheiten interpretiert wird. Interkulturelle Kommunikation wäre also das bewußte und unbewußte Aussenden und Empfangen von Botschaften über kulturelle Grenzen hinweg.

Stolze (2011: 186) stellt fest, dass ein Übersetzer „bikulturell“ sein muss, was heißt, dass er die Ausgangs- und Zielkulturen kennen muss.

Um eine relevante und gelungene Übersetzung zu schaffen, muss der Übersetzer über verschiedene Kompetenzen verfügen. Diese Kompetenzen werden durch Ausbildung, Erfahrung und Weiterbildung angeeignet (Pritchard 2015: 66).

Relevante Autoren, die einen großen Beitrag zur Wichtigkeit der translatorischen Kompetenzen leisteten, sind Hansen (1997), Witte (2007), Snell-Hornby (2006) und Stolze (2009). In Snell-Hornby (2006) findet man drei Hauptbereiche der translatorischen Kompetenzen: die fremdsprachliche Kompetenz, die muttersprachliche Kompetenz und Kulturkompetenz (341ff). Die Gesamtheit der translatorischen Kompetenz besteht aus Fähigkeiten, Fertigkeiten, Wissen und Fachwissen, die bei dem translatorischen Handeln zum Ausdruck kommen müssen. Die fremdsprachliche Kompetenz lässt sich von anderen nicht isolieren und koaliert immer mit der übersetzerischen, sozialen, kulturellen, interkulturellen und kommunikativen Kompetenz (vgl. dazu Hansen 2006: 341). Der Kern der fremdsprachlichen Kompetenz liegt darin, dass Übersetzer relevante Informationen aus dem Ausgangstext im Zieltext funktionsgerecht wiedergeben, indem sie angemessene Strategien anwenden, soziale, kulturelle und interkulturelle Spezifika vermitteln, situationsgerecht handeln, richtig interpretieren, über die Wirkung der Texte nachdenken und die linguistischen Regeln in der Fremdsprache befolgen (ebd.). Des Weiteren spielt die muttersprachliche Kompetenz in allen Phasen des Übersetzens eine große Rolle. Es besteht außerdem in der Ausbildung der Übersetzer immer die Notwendigkeit, die muttersprachliche Kompetenz zu prüfen und permanent zu perfektionieren (vgl. dazu Witte 1987, zit. nach Resch 2006: 343). Die muttersprachliche Kompetenz macht erstens die Kommunikation mit dem Auftraggeber einfacher und konstruktiver, erleichtert die Interpretation des Ausgangstextes in allen Nuancen und hilft bei der Festlegung des Zwecks der Übersetzung mit (vgl. dazu Resch 2006: 343). Zweitens beeinflusst die muttersprachliche Kompetenz die Sensibilisierung für den kulturellen Hintergrund des Ausgangstextes äußerst positiv. Zusammenfassend sei „die

muttersprachliche Kompetenz (...) der zentrale Angelpunkt translatorischer Kompetenz“ (Resch 2006: 345). Die dritte Gruppe der Kompetenzen lassen sich als kulturelle und interkulturelle Kommunikation bezeichnen. Die Übersetzer gelten demzufolge ohne Ausnahme als Kulturmittler und müssen immer „kultursensitiv (...) und bikulturell handeln (...), um funktionsgerechte Kommunikation zwischen Mitgliedern unterschiedlicher Kulturgemeinschaften [zu] ermöglichen“ (Resch 2006: 346). Es ist auch wichtig zu betonen, dass der Übersetzer sowohl seine eigenen als auch seine fremden Arbeitskulturen beherrscht (vgl. dazu Resch 2006: 346). Witte (1987) konstatiert beispielsweise, dass die „translatorische Kulturkompetenz“ (...) nicht nur das Wissen über die jeweiligen Arbeitskulturen für sich genommen (...), sondern auch eine Kompetenz zwischen diesen Kulturen [umfasst]“ (Resch 2006: 346). Letztlich muss man das Wissen über Arbeitsmittel und Arbeitstechniken mit dem Fokus auf die Nutzung von PC und translatorischen Softwares nicht vergessen, denn sie sind im translatorischen Handeln unverzichtbar.

2.8. Übersetzungsverfahren im Falle von Nulläquivalenz

Bei dem Übersetzen von Speisekarten wird an vielen Stellen auf Schwierigkeiten gestoßen, weil diese Textsorte sehr kulturbeladen ist. Damit die Analyse im empirischen Teil der Arbeit einfacher nachvollziehbar wäre, werden hier die bekanntesten Übersetzungsverfahren beim Übersetzen von Kulturspezifika eingeführt und kurz erläutert. Die folgenden Übersetzungsverfahren kommen im Falle der lexikalischen Nulläquivalenz vor. Im darauffolgenden Unterkapitel werden übliche Übersetzungsverfahren im Falle von Nulläquivalenz im Bereich der Kulinarik hervorgehoben.

Die Übersetzungsverfahren, die hier unter die Lupe genommen werden, sind Konkretisierung (Hyponyme) und Generalisierung (Hyperonyme), annähernde Übersetzung, Analogie und Adaption, Zitatwort, wörtliche Übersetzung (Kalk), kommentierende Übersetzung, Weglassung, erklärende Übersetzung (Paraphrase) sowie Explikation.

Unter dem Übersetzungsverfahren *Hyponym* und *Hyperonym* versteht man die Übersetzung eines ursprünglichen Kulturems mit einem semantisch engerem oder

weiterem Kulturem (Barchudarow 1979, Newmark 1988, Lipavic-Oštir 2013, zit. nach Begonja 2016: 43). Würde man traditionelle italienische Nudelsorten wie *penne*, *ravioli* oder *bigoli* in die Zielsprache einfach als *Nudeln* übersetzen, dann wäre die Rede von der Hyperonymie. Wenn aber das Lexem *Nudeln* als *fussili* oder *penne* übersetzt wäre, würde man solche Übersetzungen als Hyponymie bezeichnen. Ein weiteres Beispiel ist die folgende Übersetzung aus dem Englischen ins Kroatische: *They were shooting pool. Igrali su biljar*. Das Wort *biljar* ist ein Oberbegriff, denn *pool* steht für eine bestimmte Art des Spiels Billard (vgl. Pavlović 2015: 78).

Barchudarow (1979, zit. nach Begonja 2016: 44) schreibt von der *annähernden Bedeutung*, bei der der übersetzte Inhalt nur teilweise dem tatsächlichen Denotat entspricht. Ein Beispiel wäre die Übersetzung des Adelstitels *Fürst* als *prince* im Englischen (vgl. Begonja 2016: 44).

Bei den Übersetzungsverfahren *Analogie* und *Adaptation* werden der Inhalt und die Bedeutung der ursprünglichen Bezeichnung mit einer vergleichbaren Bezeichnung aus der Zielsprache ersetzt (Koller 2004, zit. nach Begonja 2016: 44). Lipavic-Oštir (2013, zit. nach Begonja 2016: 45) kritisiert das genannte Übersetzungsverfahren, weil ihrer Meinung nach, die *Adaptation* ohne zusätzliche Erklärung in der Zielsprache nicht funktioniert. Als *Adaptation* lässt sie die Übersetzung des englischen Begriffs *A-levels* als *matura* im Kroatischen betrachten. Ein repräsentatives Beispiel der *Analogie* nennt Markstein (2006: 291), und zwar die Übersetzung des Ausdrucks *Home Office* als *Innenministerium* im Deutschen.

Des Weiteren führt Barchudarow (1979) die Übersetzungsverfahren *Transliteration* und *Transkription* ein, wobei in der Zielsprache mittels verschiedener sprachlicher Verfahren die Orthografie und die Aussprache eines Ausdrucks beibehalten werden (vgl. dazu Begonja 2016: 45).

Auch Lipavic-Oštir (2013, zit. nach Begonja 2016: 46) spricht von diesem Übersetzungsverfahren im Rahmen der Übersetzung von gastronomischen Kulturemen und nennt es *Reproduktion*. In dieser Arbeit wird jedoch der Begriff *Zitatwort* verwendet. Zwei Beispiele des Zitatwortes aus dem Englischen ins Kroatische sind aus der Harry Potter-Reihe *dementor* und *animagus* (vgl. Pavlović 2015: 83).

Der *Kalk* wird als Übersetzung definiert, bei der die Hauptteile eines Kulturems mit wörtlichen zielsprachlichen Äquivalenten ersetzt werden (Barchudarow 1979, Koller

2004 zit. nach Begonja 2016: 46). In der vorliegenden Arbeit wird der Terminus *wörtliche Übersetzung* verwendet. Ein Beispiel von der wörtlichen Übersetzung ist der deutsche Kalk *Wolkenkratzer*, der dem englischen Lexem *skyscraper* entspricht.

Bei der kommentierenden Übersetzung handelt es sich um kurze Erläuterungen der übersetzten Begriffe, die für das Verstehen notwendig sind (Markstein 2006 zit. nach Begonja 2016: 47). Meistens handelt es sich um die Hinzufügung einer Apposition oder eines kurzen Kommentars. Es kann auch eine Fußnote verwendet werden.

Auf der anderen Seite wird die *Auslassung* verwendet, wobei in der Übersetzung redundante Wörter ausgelassen werden (Barchudarov 1979, zit. nach Begonja 2016: 47). Beim Übersetzen kann die Bedeutung eines Begriffs in der Zielsprache noch genauer beschrieben werden, was Barchudarov (1979) als *erläuternde* und Hansen (1997) als *erklärende* Übersetzung definiert (vgl. dazu Begonja 2016: 48). Unter dem Übersetzungsverfahren *Eksplikation* versteht Newmark (1988) das Hinzufügen einer kurzen Definition, die den Begriff aus der Ausgangssprache ersetzen und erklären soll (vgl. dazu Begonja 2016: 48).

2.8.1. Übliche Übersetzungsverfahren im Falle von Nulläquivalenz im Bereich der Kulinarik

Wegen der Spezifik der Textsorte Speisekarte, die in dieser Arbeit analysiert wird, kann man davon ausgehen, dass einige der genannten Übersetzungsverfahren im analysierten Korpus nicht vorkommen können. Werden die Funktion der Textsorte Speisekarte und ihre Konventionen berücksichtigt, kann man präjudizieren, dass kommentierende Übersetzung und Explikationen mit längeren Hinzufügungen im translatorischen Prozess nicht verwendet werden können (vgl. dazu Begonja 2016: 49). Die erwarteten Übersetzungsverfahren in dieser Textsorte sind folgende: Zitatwort mit Erklärung, Zitatwort ohne Erklärung, Paraphrase, Hyperonym, wörtliche Übersetzung, Analogie und annähernde Bedeutung (vgl. dazu Begonja 2016, Lipavic-Oštir 2013, 2014 und Szczech 2009).

3. Korpus und Methodologie

3.1. Ziel und Forschungsaufgaben

Das Ziel dieser Arbeit war es, die Qualität der kroatisch-deutschen Übersetzungen von kroatischen gastronomischen Kulturemen in den Online-Speisekarten kroatischer Restaurants zu untersuchen, um mögliche Schlussfolgerungen über den Status und die Wichtigkeit des Übersetzens in der touristisch-gastronomischen Branche ziehen zu können. Das Gelingen des Übersetzens wurde am ausgewählten Korpus in zwei Schritten untersucht, und zwar erstens durch die Analyse von Übersetzungsverfahren und eine begrenzte Fehleranalyse, und zweitens mittels der Ergebnisse der Online-Umfrage deutscher Muttersprachler.

Es wurden folgende Forschungsaufgaben gestellt, die im empirischen Teil bearbeitet wurden:

1. das Identifizieren der kroatischen gastronomischen Kultureme in den verfügbaren Online-Speisekarten der kroatischen Restaurants
2. das Feststellen und die Analyse von der Häufigkeit der Verwendung der Übersetzungsverfahren in kroatisch-deutschen Übersetzungen der kroatischen gastronomischen Kultureme in den verfügbaren Online-Speisekarten der kroatischen Restaurants
- ~~3.~~ eine limitierte Fehleranalyse in den Übersetzungen von kroatischen gastronomischen Kulturemen im ausgewählten Korpus zu leisten. Es wird dabei auf die Fehler auf der lexikalischen Ebene und auf die Übersetzungsfehler hingewiesen, die evidentiert wurden
4. anhand der Ergebnisse der Online-Umfrage von deutschen Muttersprachlern über die Qualität und die Adäquatheit kroatisch-deutscher Übersetzung von kroatischen gastronomischen Kulturemen in der Zielkultur zu entscheiden
5. nach der Analyse eine Schlussfolgerung zu ziehen, wer die potenziellen Übersetzer von Speisekarten sind und ob die appellative und die informative Funktion der Textsorte realisiert wurde

Es wurden auch folgende Forschungsaufgaben für die Online-Umfrage gestellt. Mit der Befragung deutscher MuttersprachlerInnen wollte man die Adäquatheit der deutschen Übersetzungen für das Zielpublikum (potenzielle deutschsprachige Gäste) noch einmal detaillierter untersuchen. Die Nutzbarkeit der deutschen Übersetzungen stand auch im Fokus der Online-Umfrage. Unter der Nutzbarkeit versteht man die Präzision, die Natürlichkeit, die Lesbarkeit und allgemeine Adäquatheit der Ausdrücke auf Deutsch. Darüber hinaus wollte man anhand der Umfrage feststellen, ob und inwiefern die informative und appellative Funktion der Textsorte in der Übersetzung realisiert worden sind, da gerade diese zwei Funktionen für die Textsorte Speisekarte charakteristisch sind. Die Anpassung der Übersetzungen von gastronomischen Kulturemen an die Rezipienten bzw. an die Zielkultur wurde auch als ein wichtiges Thema der Befragung betrachtet. Mithilfe von Einschätzungen, Bewertungen und Kommentaren von den Teilnehmenden war es möglich, über die Qualität und Adäquatheit der konkreten Übersetzung Schlussfolgerungen zu ziehen.

3.2. Korpus

Die ursprüngliche Idee war eigentlich, die Speisekarten der kroatischen Restaurants und Gaststätten zu sammeln, die im Rahmen von Agrotourismus geöffnet wurden. Da aber die meisten Objekte in dieser Kategorie keine Speisekarte online verfügbar haben, fast alle ihre Speisekarte eventuell nur auf Englisch übersetzt haben, und der Besuch an mehreren Orten nicht ökonomisch war, kam eine weitere Möglichkeit in Erwägung. Diese war, das Korpus nur auf die Stadt Zagreb abzugrenzen, wo schon wieder Schwierigkeiten aufgetreten sind, denn die meisten Restaurants im Zentrum von Zagreb lassen ihre Speisekarten nur ins Englische übersetzen. Eine weitere Idee war, nur die online verfügbaren Speisekarten von Restaurants in ganz Kroatien zu analysieren. Die jüngeren Generationen nutzen immer häufiger Webseiten und Apps, um die Informationen und Bewertungen zu den Restaurants in ihrer Destination einfach finden zu können. Oft sammeln sie schon vor der Abreise Informationen zum Gastro-Angebot an ihrem Urlaubsort. Das bedeutet, dass sie sich schon im Voraus anhand von verfügbaren Online-Speisekarten dazu entschließen, welches Restaurant sie besuchen werden. Ihre Entscheidung kann potenziell vom Aussehen und der Nutzerfreundlichkeit der Webseite

beeinflusst werden, sowie von der Tatsache, ob die Speisekarte in ihre Muttersprache übersetzt worden ist oder nicht.

Es wurden 100 Restaurants aus ganz Kroatien analysiert, die auf der Webseite „Gastronaut“ (<https://www.gastronaut.hr/restorani/>) zu den 100 besten Restaurants im Jahr 2020 zählen. Nur 15 von 100 Restaurants haben ihre Speisekarte auf Kroatisch und auf Deutsch ins Internet hochgeladen. Das Korpus besteht folglich aus 15 Online-Speisekarten. In den 15 Speisekarten wurden insgesamt 42 kroatische gastronomische Kultureme identifiziert. Die 42 Kultureme wurden nämlich in 74 Einträgen bzw. in 74 Speisenamen entdeckt. In sieben Beispielen wurden sogar je zwei Kultureme gefunden, die mittels zwei unterschiedlicher Übersetzungsverfahren übersetzt worden sind. Deswegen kann die Rede von 81 Beispielen sein. In fünf von 81 Beispielen wurde jedoch in der deutschen Übersetzung kein Eintrag bzw. keine Übersetzung des Kulturems verzeichnet. Die Speisenamen wurden in den erwähnten Beispielen zwar übersetzt, aber das Kulturem nicht. Diese Situation kann man als Übersetzungsverfahren Auslassung betrachten, aber wegen der Tatsache, dass Speisekarten unter anderem auch eine informative Funktion ausfüllen sollten, ist es ohne Übersetzung des Kulturems in diesem Fall nicht möglich. Nicht nur, dass der gesamte kulturelle Hintergrund unvermittelt bleibt, sondern auch das Zielpublikum wird nicht darüber informiert, wie das Gericht heißt, oder aus welchen Zutaten es zubereitet wird. Dies resultiert damit, dass die Gäste zur Bestellung eines solchen Gerichtes nicht motiviert sind. Letztendlich wurden 76 Beispiele von 81 Beispielen statistisch bearbeitet.

Tabelle 1: Authentische Ausgangs- und Zieltexte mit dem kulturspezifischen Inhalt im analysierten Korpus

Kulturem	Authentischer Eintrag - kroatisch	Authentische Übersetzung auf Deutsch	Speisekarte
1. buzara	1. Buzara „Badi“ (škampi , jastog, kaneštrele i tjestenina)	Buzzara „Badi“ (Scampi, Hummer, Kammmuschel und Nudeln)	SK 1
	2. Škampi na buzaru	Scampi Eintopf	SK 1

	3. Jastog na buzaru	Hummer in „Buzzara“ Sauce	SK 1
	4. Škampi na buzaru	Scampi - buzzara	SK 10
2. brodet	5. Brudet „Badi“ (rep škampa, rep jastoga, riba i tjestenina)	Brodetto „Badi“ (Scampischwänze, Hummerschwanz, Fisch und Nudel)	SK 10
	6. Riblji brodet alla rovineza za 2 osobe	Brodetto di pesce alla Rovignese für 2 pers	SK 5
	7. Brodet (riba I klase) s palentom	Brodetto Portorus - Fischsuppe mit meisgries (I kl.) 1 kg	SK 10
	8. Lastovski brodet (naručiti 1,30 h prije dolaska, min 4. porcije)	Lastovo Brodetto (bitte mindestens 1,30 stunden vorher bestellen, ab 4 personen)	SK 10
	9. Brodet od lignje s palentom	Brodetto calamari - Calamarsuppe mit Meisgries	SK 10
	10. Brudet od žaba	Frosch-Brudet	SK 13
	11. Neretvanski brudet (1kg) (tradicionalni brudet od jegulja začinjjen po želji gosta)	Neretva – Brudet (1 kg) (traditioneller Brudet aus Aalen, nach Kundewunsch gewürzt)	SK 13
3. trganci	12. Paprikaš od domaćeg piceka s trgancima	Paprikasch vom Bio-Huhn mit trganci (hausgemachten Nudeln)	SK 2
	13. Trganci s vrhnjem (zabeljeni s zapečenim slaninama i kiselim vrhnjem)	Trganci s vrhnjem (hausgemachte Pasta gebacken am Schweineschmalz; saurer Sahne)	SK 11
4. jadranske kozice	14. Špageti s jadranskim kozicama i tikvicama na crveno	Spaghetti mit Garnelen aus dem heimischen Meer & Zucchini in Tomatensauce	SK 3
5. dalmatinski pršut	15. Dalmatinski pršut, masline, domaći kruh	Dalmatinischer Rohschinken, Oliven, selbstgebackenes Brot	SK 3
	16. Dalmatinsko predjelo Dalmatinski pršut, sir, Masline, domaći kruh	Rohschinken, Käse. Oliven, selbstgebackenes Brot	SK 3

	17. HLADNA PLATA NAREZAKA I SIRA (2 OSOBE) Selekcija domaćih sireva s lokalnih OPG-a, pršut, kulen, baranjska kobasica, 4 uštipka, punjene papričice i masline, šumski med i pekmez od šljiva	Aufschnitt und Käse platte (2 Personen) - Käse sorten von lokalen Bauernhöfen, Prosciutto, "Kulen" und "Barajnska" Wurst (Räucherwurst), 4 hausgemachte Krapfen, gefüllte Paprika und Oliven, Waldhonig und Pflaumenmus	SK 7
	18. Fuži s tartufatom, tartufima i pršutom	„FUZI“ MIT TRUFFELN UND DALM. ROHNSCHINKEN	SK 8
	19. Pršut (Dalmacija)	Dalmatinischer geraucherter schinken	SK 10
	20. pršut	Schinken	SK 13
6. (bakarski) baškot	21. KVARNERSKI CEVICHE, EMULZIJA NARANČE, CRNI BAŠKOT	KVARNERSKI CEVICHE	SK 4
7. bakalar na bijelo	22. Bakalar na bijelo sa palentom	Stockfish mit palenta	SK 5
8. istarski tartuf	23. Filet orade sa istarskim tartufom	Brassenfilet mit istrijanische truffel	SK 5
9. pljukanci	24. Pljukanci sa kozicama i kanestrelima	Pljukanci »Istrijanische pasta« garnelen, kleine Jacobsmuschen	SK 5
	25. PLJUKANCI S KOZICAMA	„PLJUKANCI“ PASTA MIT GARNELEN	SK 8
10. fuži	26. Fuži sa šugom od boškarina	Fusi mit Boškarin (Istrischen oxsen)	SK 5
	27. Fuži s tartufatom, tartufima i pršutom	„FUZI“ MIT TRUFFELN UND DALM. ROHNSCHINKEN	SK 8
11. meso iz tiblice	28. PLATA DVORI Meso iz tiblice, dimnjeni goveđi jezik, slanine, povrće, sir.	PLATA DVORI Fleisch aus dem Holtopf, Geräucherte Rinderzunge, Gemüse, Käse.	SK 6
	29. MESO Z TIBLICE Meso iz tiblice, slanine, povrće	MESO Z TIBLICE Fleisch aus der „Tiblitza“*, slaninen*, Gemüse *kegelförmiger hölzerner Hohltopf	SK 6

		** gemahener weisser Rückenspeck	
12. svježi sir s vrhnjem	30. SIR S VRHNJEM Svježi sir, vrhnje, crvena paprika	SIR S VRHNJEM Firschkäse, Rahmcreme und rote gemahlene Paprika	SK 6
13. (međimurska) pretepena juha	31. PRETEPENA JUHA Kuhana šunka, pšenično brašno, crvena paprika.	PRETEPENA JUHA Gekochter Schinken, Rahm, Weizenmehl, rote Paprika.	SK 6
	32. Pretepena juha (z štrukli od sira)	Pretepena juha (hausgemachte Sauerrahmsuppe mit kleinen Käsestrudeln)	SK 11
	33. Međimurska pretepena juha (z suhim mesom i crvenom paprikom)	Međimurska pretepena juha (traditionelle Sauerrahmsuppe mit geräuchertem Fleisch und roter Paprika)	SK 11
14. pretepeni grah	34. PRETEPENI GRAH Grah, vrhnje	PRETEPENI GRAH Bohnen, Rahm	SK 6
15. šiškrilini	35. ŠIŠKRLINI S KRUŠNIM MRVICAMA I VRHNJEM Domaća tjestenina od krumpira i brašna, vrhnje, krušne mrvice	ŠIŠKRLINI S KRUŠNIM MRVICAMA I VRHNJEM Hausgemachte Nudelpasta aus Kartoffeln, Rahm, Panade aus Brotkrümel.	SK 6
	36. ŠIŠKRLINI Krumpir, brašno.	ŠIŠKRLINI Hausgemachte Kartoffelteig	SK 6
	37. Trgana junetina (u umaku od korjenastog povrća, domaći šiškrilini, julienne povrće)	(langsam gebratene Rindfleisch mit Wurzelgemüsesoße, hausgemachte Schnupfnudeln „šiškrilini“, Julienne Gemüse)	SK 6
	38. Jelen but (umak od korjenastog povrća i crnog vina, domaći šiškrilini)	(Hirsch - Wurzelgemüse und Rotweinsauce, hausgemachte Nudeln)	SK 11
16. mlinci	39. PUNJENA PILEĆA PRSA S MLINCIMA Pileći file, sir, špek.	Gefüllte Hüngebrust mit „mlinci“ *hausgemachter Nudelteig gebacken aus heissem Blech	SK 6
	40. MLINCI	/	SK 6

17. kalapajsani kalamper	41. KALAPAJŠANI KRUMPIR Crvena paprika, krumpir	KALAPAJŠANI KRUMPIR Kartoffel, Rote Paprika	SK 6
18. međimurska gibanica	42. MEĐIMURSKA GIBANICA Orasi, sir, jabuke, mak.	MEĐIMURSKA GIBANICA Traditioneller Kuchen mit Walnüssen, Käse, Äpfeln und Mohn.	SK 6
	43. Međimurska gibanica sa sladoledom (svježi sir, jabuka, mak, orasi, sladoled od buče)	Međimurska gibanica sa sladoledom (traditioneller Kuchen aus Međimurje; mit frischem Käse, Äpfeln, Mohnsamen und Walnüssen, Kürbiseis)	SK 11
19. peka / ispod peke	44. ZIMSKI PLADANJ (2 osobe) - Teletina ispod peke, domaći bunec iz krušne peći, svinjsko pečenje ispod peke, domaća kobasica s roštilja, pekarski krumpir i dinstano kiselo zelj	Winter Platte - (2 personen) - Kalbsbraten und Schweinbraten unter der Backglocke (Peka), gerauchte Schweinshaxe aus dem Backofen und Hausgemachtes Wurst, Ofenkartoffel und gedünstetes Sauerkraut	SK 7
	45. TELETINA ISPOD PEKE s pekarskim krumpirom	Kalbsbraten unter der Backglocke (Peka) mit hausgemachte Ofenkartoffel	SK 7
	46. Riba (I klase) ispod peke s povrćem	Fisch gebacke unter "dem Deckel" - "peka" (I kl.) mit gemuse	SK 10
	47. Hobotnica ispod peke s povrćem	Oktopus gebacken unter "dem Deckel" - "peka"	SK 10
20. kulen	48. kulen	Kulen	SK 7
	49. kulen	Pikante Wurst	SK 7
	50. kulen	„kulen“ sausage	SK 15
21. janjetina sa žara	51. JANJETINA SA RAŽNJA (Uz prethodnu najavu i narudžbu)	Lamm vom Spiess oder unter der Backglocke (mit vorheriger Ankündigung)	SK 7
22. odojak sa žara	52. ODOJAK S RAŽNJA (Uz prethodnu najavu i narudžbu)	ODOJAK S RAŽNJA Spanferkel (mit vorheriger Ankündigung)	SK 7
23. rastočka pastrva	53. FILET RASTOČKE PASTRVE NA MLINARSKI (U KUKURUZNOM BRAŠNU S ROŠTILJA) sa svježim povrćem s	Rastoke Forellefilet auf Müllnerart (in Maismehl vom Grill) mit gegrilltes frisches Gemüse und gebackener Polenta	SK 7

	roštilja i zapečenom palentom		
24. paški sir	54. Paški sir	Käse von der Insel Pag	SK 8
	55. Paški sir	Pager Käse	SK 10
25. pljukanci	56. Pljukanci sa kozicama i kanestrelima	Pljukanci »Istrianische pasta« garnelen, kleine Jacobsmuschen	SK 5
	57. PLJUKANCI S KOZICAMA	„PLJUKANCI“ PASTA MIT GARNELEN	SK 8
26. skradinska torta	58. SKRADINSKA TORTA	SKARDONA-KUCHEN	SK 8
27. rožata	59. ROŽATA	ROŽATA KARAMELLE PUDING	SK 8
28. jadranska tuna	60. Salata s jadranskom tunom	Lokaler Thunfischsalat	SK 10
29. sir turoš	61. sir „turoš“	Käse „Turoš“	SK 11
	62. Sir turoš	traditioneller trockener Käse „Turoš“)	SK 11
30. šlikrfi	63. Šlikrfi (jastučići punjeni plućecima na slaninama)	Traditionelle Ravioli auf gebacktem Schmalz - gefüllt mit Lungen)	SK 11
31. (međimurske) slanine	64. Šlikrfi (jastučići punjeni plućecima na slaninama)	Traditionelle Ravioli auf gebacktem Schmalz - gefüllt mit Lungen)	SK 11
	65. PLATA DVORI Meso iz tiblice, dimljeni goveđi jezik, slanine, povrće, sir.	PLATA DVORI Fleisch aus dem Holtopf, Geräucherte Rinderzunge, Gemüse, Käse.	SK 6
	66. MESO Z TIBLICE Meso iz tiblice, slanine, povrće	MESO Z TIBLICE Fleisch aus der „Tiblitza“*, slaninen*, Gemüse *kegelförmiger hölzerner Hohltopf ** gemahener weisser Rückenspeck	SK 6
	67. Trganci s vrhnjem (zabeljeni s zapečenim slaninama i kiselim vrhnjem	Trganci s vrhnjem (hausgemachte Pasta gebacken am Schweineschmalz; saurer Sahne)	SK 11

32. kukuruzna zlevka	68. Kukuruzna zlevka (priprema 40 min)	Kukuruzna zlevka (traditionelle Mais Kuchen; Vorbereitungszeit ca. 40 Minuten)	SK 11
33. taškice/tačkrle	69. Taškice punjene voćem (voćni preljev, sladoled)	Ravioli gefüllt mit Fruchtmarmelade (Obstdressing, Eis)	SK 11
	70. TAČKRLE SA PEKMEZOM tačkrle, krušne mrvice, pekmez, kiselo vrhnje	„TAČKRLE“ MIT MARMELADE teig, brotkrumen, marmelade, Sauerrahm	SK 15
34. učkarska skuta	71. Naši ravioli punjeni učkarskom skutom sa kvarnerskim škampima	Unsere Ravioli gefüllt mit Učka Frischkäse und Kvarnerscampi	SK 12
35. štrukli (kuhani/pečeni)	72. Kuhani štrukli s krušnim mrvicama	Gekochte „Štrukli“	SK 9
	73. Pretepena juha (z štrukli od sira)	Pretepena juha (hausgemachte Sauerrahmsuppe mit kleinen Käsestrudeln)	SK 11
	74. Slani štrukli (peče se 40 min, vučeno tijesto s nadjevom od svježeg sira)	Strudeln mit salzigem Käse; Vorbereitungszeit ca. 40 Minuten)	SK 11
36. kvarnerski škampi	75. Naši ravioli punjeni učkarskom skutom sa kvarnerskim škampima	Unsere Ravioli gefüllt mit Učka Frischkäse und Kvarnerscampi	SK 12
37. jegulja na ražnju	76. Jegulja pečena na ražnju	Aal am Spieß gebraten	SK 13
38. zagrebački odrezak	77. Zagrebački teleći odrezak (punjen sirom i šunkom, paniran)	Zagrebačker Kalbschnitzel (gefüllt mit Käse und Schinken, paniert)	SK 14
39. svinjska mast na kruhu	78. SVINJSKA MAST NA KRUHU	SCHMALZ VON SCHWARZEN SLAWONISCHEN SCHWEINEN	SK 15
40. vinogradaski ćevap	79. VINOGRADARSKI ĆEVAP junetine, svinjetina, povrće, prilog	WEINBERG „ĆEVAP“ Rinderfleisch, Schweinefleisch, Gemüse, Beilage	SK 15
41. vangaloci	80. Sirni vangaloci (žličnjaci od svježeg kravljeg sira i blitve, na povrtnoj podlozi, pire od mrkve, zreli sir)	Sirni vangaloci (hausgemachte Knödel mit frischem Käse und Mangold; in der Gemüsebasis, Karottenpüree, reifer Käse)	SK 11

42. kaksi	81. Kaksi (prhki karlovački keksi na mašinu)	Kaksi (Gespritzte Mürberteigkekse aus Karlovac)	SK 14
-----------	--	---	-------

Tabelle 2: Die Liste der Restaurants mit den online verfügbaren Speisekarten, die analysiert wurden

Speisekarte (SK)	Restaurant und Verlinkung auf die Speisekarten
SK 1	Restoran Badi: https://www.restaurant-badi.com/assets/cms_page_file/cms_page_wine_cart_87_file_de_1622653931.pdf
SK 2	Restoran Bernarda, Varaždinske toplice: Speisekarte auf Deutsch: https://www.restoran-bernarda.eu/pdf/jelovnik_A4-DE-linije.pdf Speisekarte auf Kroatisch: https://www.restoran-bernarda.eu/pdf/Restoran_jelovnik_web_3-2021.pdf
SK 3	Hotel Dubrovnik, Tisno: https://hotel-borovnik.com/our-restaurant/
SK 4	Draga di Lovrana, Lovran: http://www.dragadilovrana.hr/restaurant-de
SK 5	Restoran Giannino, Rovinj: https://restoran-giannino.com/wp-content/uploads/2021/05/jelovnik-2021.pdf
SK 6	Međumirski dvori, Lopatinec: https://medjimurski-dvori.hr/wp-content/uploads/2020/11/jelovnik_fin.pdf
SK 7	Mirjana Rastoke, Rastoke: https://mirjana-rastoke.com/wp-content/uploads/2021/11/A-la-carte-menu-ZIMA-2021.2022.comp_compressed.pdf
SK 8	Mon Ami, Velika Gorica: https://www.monami.hr/menu/

SK 9	Restoran Palatin, Varaždin: http://www.palatin.hr/
SK 10	Restoran Porto Rosso, Lastovo Skrivena Luka; Speisekarte auf Deutsch: https://portorus.com/de/menu-list ; Speisekarte auf Kroatisch: https://portorus.com/hr/menu-list
SK 11	Restoran Terbotz, Štrigova (Međimurje): https://www.terbotz.hr/Jelovnik.pdf
SK 12	Vila Ariston Hotel&Restaurant, Opatija; Speisekarte auf Deutsch: https://villa-ariston.hr/menu-de/ ; Speisekarte auf Kroatisch: https://villa-ariston.hr/menu-hr/
SK 13	Restoran Villa Neretva, Metković; Speisekarte auf Deutsch: https://hotel-restaurant-villa-neretva.hr/wp-content/uploads/2021/11/SPEISEKARTE-2021.pdf ; Speisekarte auf Kroatisch: https://hotel-restaurant-villa-neretva.hr/wp-content/uploads/2021/11/JELOVNIK-2021.pdf
SK 14	Restoran Žganjer, Ozalj: http://restoran-zganjer.hr/jelovnik/
SK 15	Zlatni lug, Donji Emovci: https://zlatnilug.hr/wp-content/uploads/2022/01/zlatni-lug_jelovnik_2022_hrv_eng_njem.pdf

3.3. Erhebungsmethoden

Um das Ziel der empirischen Untersuchung zu erreichen und die Forschungsfragen zu beantworten, gab es zwei Erhebungsmethoden, die angewandt wurden. Zuerst wurde die qualitative, nicht-empirische Methode der Korpusanalyse verwendet. Diese Methode umfasste die Recherche der Online-Speisekarten kroatischer Restaurants und das Identifizieren von Kulturemen. Des Weiteren folgte die translatorische Analyse von den gesammelten Kulturemen, in der die Übersetzungsverfahren festgestellt wurden. Die

Übersetzungen wurden anschließend einer kurzen Fehleranalyse unterzogen und kommentiert. Die Analyse der Übersetzungsverfahren basiert auf dem funktionalen Ansatz. Im zweiten Schritt wurde die empirische Erhebungsmethode Umfrage genutzt, um der translatorischen Analyse eine weitere Dimension zu geben bzw. anhand der Einschätzungen und Bewertungen deutscher MuttersprachlerInnen, die Schlussfolgerungen aus der Analyse zu widerlegen oder zu bestätigen. Die zweite Methode ist eine empirische Methode (die Online-Umfrage), die mithilfe eines Fragebogens durchgeführt wurde. Die Umfrage wurde mittels Online-Tool Microsoft Forms erstellt. Die Umfrage ist als Kombination von qualitativer und quantitativer Forschung zu betrachten, da ein Teil der Fragen statistisch (quantitativ) ausgewertet wurde, während der Rest qualitativ analysiert und interpretiert wurde. Der Fragebogen enthält daher sowohl Binärfragen (ja oder nein), Likert-Skala-Fragen, Multiple-Choice-Fragen, als auch offene Fragen. Der Link zu dem Fragebogen: <https://drive.google.com/file/d/1qJROzRp6UMCGz4WNI MJNqYByzZRtUAKu/view?usp=sharing>.

Die erste Gruppe der Fragen bezieht sich auf die demografischen Daten der Befragten und die zweite Gruppe untersucht die Einschätzungen der Befragten in Bezug auf die zehn ausgewählten Beispiele aus den Online-Speisekarten. Da die Dauer des Ausfüllens des Fragebogens nicht zu lang sein sollte, sollte der Fragebogen relativ wenige Beispiele enthalten. Aus dem Korpus wurden zehn Übersetzungsbeispiele exzerpiert. Der Fragebogen enthielt fünf Zitatworte, drei Beispiele von wörtlicher Übersetzung, eine Paraphrase und eine annähernde Bedeutung. Zu jedem Beispiel wurden sechs Fragen gestellt. Die ersten zwei Fragen sollten prüfen, ob aus dem Blickpunkt der MuttersprachlerInnen die informative Funktion in der Ausgangstexte realisiert wurde, die Likert-Skala-Fragen sollten die Nutzbarkeit der Übersetzung testen. Mithilfe der folgenden Frage wurde untersucht, ob die Befragten aufgrund von Speisennamen und deren Übersetzungen der Tatsache bewusst sind, dass es sich um die kroatischen Nationalspeisen handelt. Mit Hilfe der fünften Frage sollte getestet werden, ob die appellative Funktion der Textsorte realisiert wurde. Anhand der letzten Frage wurden die Kommentare zur Adäquatheit der Übersetzungen gesammelt.

Tabelle 3: Die gastronomischen Kultureme, die in den Fragebogen implementiert wurden

Authentischer Eintrag - Kroatisch	Authentischer Eintrag - Deutsch	Korrigierte Version
Naši ravioli punjeni učkarskom skutom sa kvarnerskim škampima	Unsere Ravioli gefüllt mit Učka Frischkäse und Kvarnerscampi	/
Filet rastočke pastrve na mlinarski (u kukuruznom brašnu s roštilja) sa svježim povrćem s roštilja i zapečenom palentom	Rastoke Forellefilet auf Müllnerart (in Maismehl vom Grill) mit gegrilltes frisches Gemüse und gebackener Polenta	Rastoke Forellenfilet auf Müllerin Art (in Maismehl, vom Grill) mit gegrilltem frischem Gemüse und gebackener Polenta
Paški sir porcija	Pager Käse Portion	/
Pljukanci sa kozicama i kanestrelima	Pljukanci »Istrianische pasta« garnelen, kleine Jacobsmuscheln	Pljukanci (istrische Pasta), Garnelen, kleine Jakobsmuscheln
Meso z tiblice Meso iz tiblice, slanine, povrće	Meso z tiblice Fleisch aus der „Tiblitza“*, slaninen*, Gemüse *kegelförmiger hölzerner Hohltopf **gemahener weisser Rückenspeck	Meso z tiblice Fleisch aus dem „Tiblitza“*, Slanine**, Gemüse *kegelförmiger hölzerner Hohltopf **gemahlener weißer Rückenspeck
Pretepena juha Kuhana šunka, pšenično brašno, crvena paprika.	Pretepena juha Gekochter Schinken, Rahm, Weizenmehl, rote Paprika.	/
Tačkrle s pekmezom tačkrle, krušne mrvice, pekmez, kiselo vrhnje	„Tačkrle“ mit Marmelade teig, brotkrumen, marmelade, Sauerrahm	„Tačkrle“ mit Marmelade Teig, Brotkrümmeln, Marmelade, Sauerrahm
Škampi na buzaru	Scampi Eintopf	/
Pršut (Dalmacija)	Dalmatinischer geraucherter schinken	Dalmatinischer geräucherter Schinken
Međimurska gibanica sa sladoledom (svježi sir, jabuka, mak, orasi, sladoled od buče)	Međimurska gibanica (traditioneller Kuchen aus Međimurje; mit frischem Käse, Äpfeln, Mohnsamen und Walnüssen, Kürbiseis)	/

Anmerkung: Im Fragebogen wurden authentische Einträge und die sprachlich verbesserten Texte verwendet, damit die ZIELTEXTE von den Teilnehmenden leichter verstanden werden könnten.

3.4. Umfrageteilnehmer

Die MuttersprachlerInnen der deutschen Sprache wurden zur Teilnahme an der Umfrage gebeten, denn gerade sie sind die RezipientenInnen, denen die ZIELTEXTE zugehört sind, und ihre Kommentare, Einschätzungen und Bewertungen sind von großer Hilfe.

Im Juni 2022 haben insgesamt 31 Befragte (N=31) den Fragebogen ausgefüllt. Es handelt sich um eine Stichprobe und das einzige Kriterium für die Teilnahme war, dass die Teilnehmenden Deutsch als Muttersprache sprechen und ihr Wohnsitz in den deutschsprachigen Ländern ist. Mit Hilfe von einer Kontaktperson in Deutschland wurden die Befragten zur Teilnahme gebeten, genauso wie in einer Facebook-Gruppe, in der die Studierenden der Universitäten in den deutschsprachigen Ländern ihre Fragebögen zu Studienarbeiten hochladen und die Mitglieder einladen können, an der Umfrage teilzunehmen.

Alle TeilnehmerInnen haben Deutsch als ihre Muttersprache angeführt, 30 davon haben ihren Wohnsitz in Deutschland, und eine Person in der Schweiz. Die meisten Befragten gehören zu der Altersgruppe zwischen 20 und 30 Jahren (24 von 31 Personen), davon sind 12 zwischen 20 und 24 Jahren, während 12 Personen zwischen 25 und 30 Jahre alt sind. Drei Personen sind in ihren dreißiger Jahren, eine Person in den Vierzigern und drei Personen zwischen 55 und 60 Jahre alt. Mehr als 70% der Befragten befinden sich derzeit in der Hochschulausbildung, während fast ein Drittel das Masterstudium schon abgeschlossen hat.

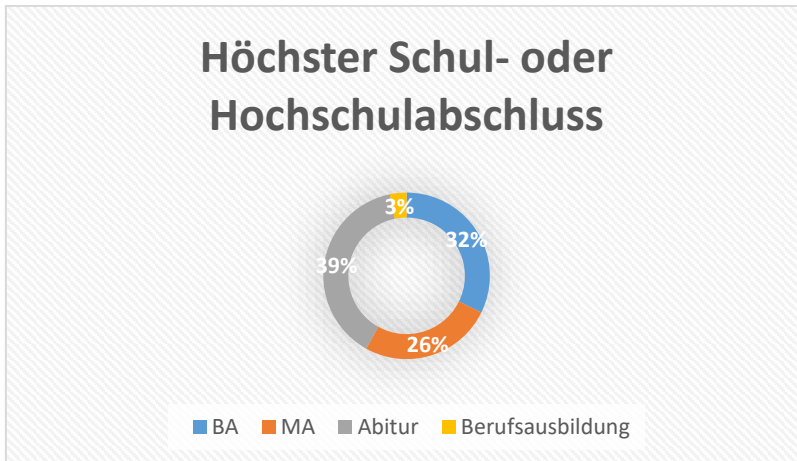


Diagramm 1: Ausbildung der Befragten

Die Distribution der Befragten nach dem Beruf ist auf der folgenden Wortwolke vorhanden.



Abb. 1: Distribution der beruflichen Tätigkeiten der Teilnehmenden

Letztendlich reisen die Befragten überwiegend zwei- bis viermal pro Jahr. Das heißt, dass sie schon einige Erfahrungen im Ausland und mit fremder Kultur sammeln und dadurch auch die Gastronomie anderer Länder einigermaßen kennenlernen konnten.

● nie	1
● sehr selten	2
● einmal pro Jahr	8
● zwei- bis viermal pro Jahr	19
● fünfmal pro Jahr	1
● mehr als fünfmal pro Jahr	0

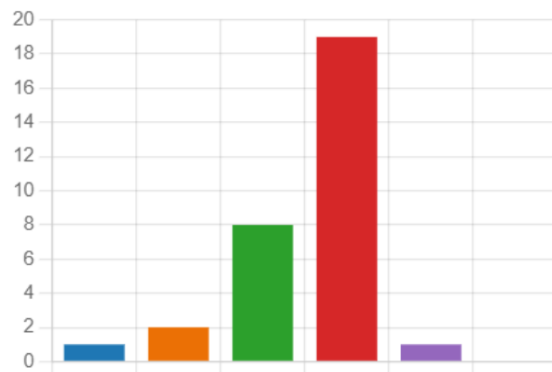


Diagramm 2: Reisegewohnheiten der Befragten

■ trifft nicht zu ■ trifft eher nicht zu ■ teils-teils ■ trifft eher zu ■ trifft zu

Ich kenne mich gut mit der kroatischen Gastronomie aus.

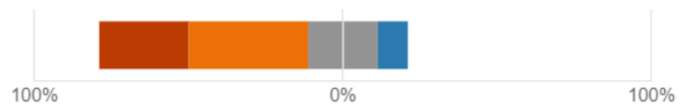


Diagramm 3: Kontakte der Befragten mit der kroatischen Gastronomie

4. Analyse der Ergebnisse

Das Übersetzen von Speisekarten ist kein einfacher Prozess und stellt für den Übersetzer eine große Herausforderung dar, denn er muss sowohl die Terminologie der Gastronomie gut beherrschen als auch die Besonderheiten der Zielkultur in Anspruch nehmen (vgl. Begonja/Kučiš 2020: 139). Die Auswertung von Ergebnissen wird ergeben, inwiefern dies am Beispiel vom ausgewählten Korpus gelungen ist. Dieses Kapitel enthält Folgendes: Analyse und Statistik von angewandten Übersetzungsverfahren, Fehleranalyse an ausgewählten Beispielen, näheres Kommentieren von Übersetzungsverfahren an ausgewählten Beispielen und Analyse der Umfrageergebnisse. Bei der Analyse der Speisennamen fiel in den meisten Fällen die Kombination von zwei Übersetzungsverfahren auf, eine bezog sich auf das Kulturem selbst und die andere wurde oft in dem restlichen Teil des Eintrags bemerkt (Zutaten, Zubereitungsart).

An dieser Stelle ist es aus diesem Grund wichtig zu betonen, dass die folgende Statistik dementsprechend nur den Teil der Beispiele umfasst, der Kultureme enthält, während im Nachhinein bei der detaillierten Analyse der ganze Speisename samt aller Komponenten kommentiert wird. Um die Anwendung der Übersetzungsverfahren statistisch darzustellen, wurde immer das Übersetzungsverfahren ausgewählt, das im konkreten Beispiel prävaliert und sich exakt auf das Kulturem bezieht.

Diesbezüglich hat die Analyse gezeigt, dass die meisten Kultureme mit Hilfe des Übersetzungsverfahrens Zitatwort übersetzt worden sind. Mit insgesamt 50% der analysierten Beispiele wird das Zitatwort (mit Erklärung und ohne Erklärung) am häufigsten verwendet. Das Zitatwort mit Erklärung überwiegt und kommt in insgesamt 23 authentischen Einträgen vor. Dies beträgt ungefähr 30% aller Übersetzungsverfahren. Am häufigsten wurden in diesem Fall nur ein bis zwei Worte verwendet, die gleichzeitig als Hyperonym zu betrachten sind, wie beispielsweise in diesem Fall:

Beispiel (1)

Pljukanci sa kozicama i kanestrelima	Pljukanci »Istrianische pasta« garnelen, kleine Jacobsmuschen	SK 5 ¹
---	--	-------------------

¹ die Abkürzung für die Speisekarte und die Nummerierung wie auf der Liste

Das Kulturem „pljukanci“ wurde in diesem Beispiel mit einem Zitatwort übersetzt, und die zusätzliche Erklärung ist „Istrianische pasta“. Das eingetragene genetische Element (Istrianisch) ist grammatisch und orthographisch falsch.

Dieses Beispiel gilt als Zitatwort mit Erklärung, weil mit dem Hyperonym in der Erklärung dem Leser in der Zielkultur vermittelt wird, dass es sich hier um eine Art Nudeln handelt, die als autochthon für die Region Istrien gilt. Dieses Übersetzungsverfahren kann effizient und nützlich sein, aber der Akzent liegt auf einer logischen Verbindung mit der Erklärung, die die Besonderheit und die Herkunft dieses Kulturems in die Zielkultur übertragen kann. Wenn die Erklärungen fehlerhaft sind, dann hat die Übersetzung keinen Sinn. Auf das Zitatwort ohne Erklärung entfallen etwa 20% der authentischen Einträge. Insgesamt wurden nämlich 15 Beispiele vom Zitatwort ohne Erklärung registriert.

Das zweithäufige Übersetzungsverfahren im analysierten Korpus ist die wörtliche Übersetzung. Wörtlich wurden insgesamt 24 Kultureme bzw. 31% der authentischen Einträge übersetzt. Dabei ist in 23 von 24 Einträgen keine weitere Erklärung des kulturspezifischen Begriffs in der Übersetzung vorhanden. Nur ein Beispiel kommt mit der kurzen zusätzlichen Erklärung vor.

An die dritte Stelle gelang die Generalisierung bzw. das Übersetzungsverfahren Hyperonym, das in fünf authentischen Einträgen erkannt worden ist. Das beträgt 7% aller Übersetzungsverfahren in 76 Beispielen. Genauso wurde das Übersetzungsverfahren Paraphrase in fünf Einträgen verzeichnet. Als Nächstes wurde die annähernde Bedeutung in drei Beispielen identifiziert, was etwa 4 % beträgt. Letztlich wurde das am wenigsten verwendete Übersetzungsverfahren Analogie in nur zwei Einträgen (3%) erkannt.

Das folgende Diagramm zeigt die Distribution der Übersetzungsverfahren.

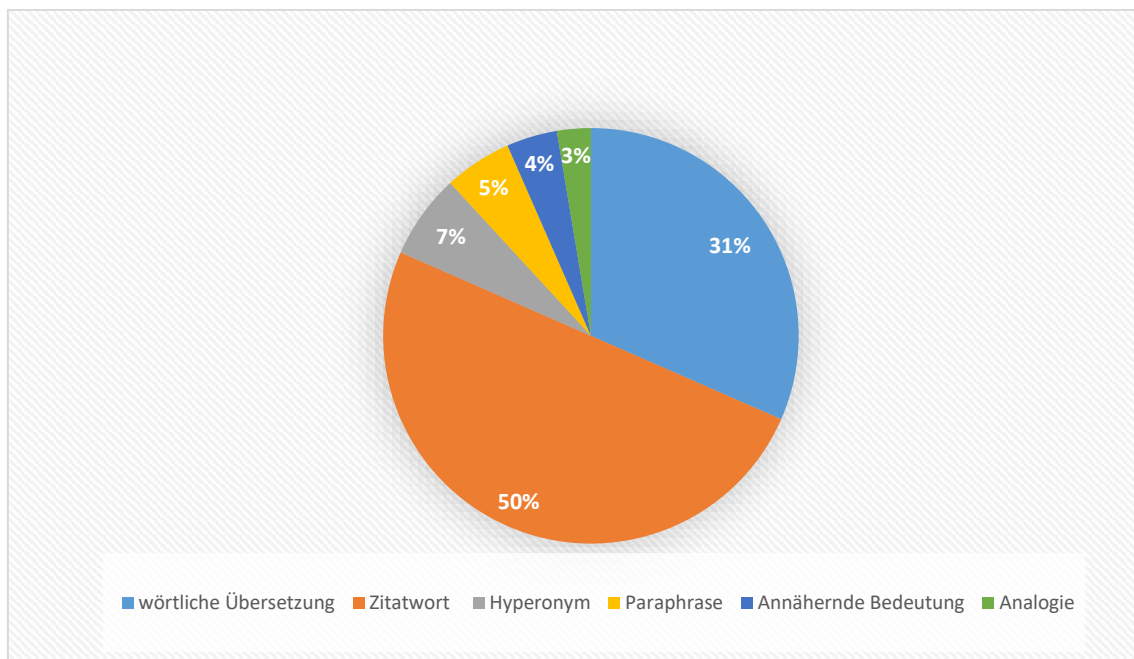


Diagramm 4: Übersetzungsverfahren am Beispiel von Kulturemen in kroatisch-deutschen Online-Speisekarten

Die identifizierten Übersetzungsverfahren entsprechen überwiegend den Ergebnissen dreier Untersuchungen derselben Thematik (Szczek 2009, Lipavic-Oštir 2013, 2014, Begonja 2016). Die Untersuchung von Begonja (2016) zeigte, dass im Korpus von 120 Kulturemen für das Sprachenpaar Kroatisch und Deutsch folgende Übersetzungsverfahren vorkommen: wörtliche Übersetzung (81%), Analogie (5%), annähernde Bedeutung (5%), Hyperonym (4%), Zitatwort ohne Erklärung (2%), Zitatwort mit Erklärung (2%) und Paraphrase (1%). Die Distribution der Ergebnisse unterscheidet sich von der Analyse in dieser Arbeit, denn bei Begonja (2016) machen Zitatwort mit und ohne Erklärung weniger als 4% der Übersetzungsverfahren aus, während sie in der vorliegenden Untersuchung in mehr als der Hälfte der analysierten Beispiele erscheinen. Dieser zentrale Unterschied ändert aber nicht die Tatsache, dass beide Analysen darauf hinweisen, dass die Speisennamen inadäquat, mit Hilfe von falschen Übersetzungsverfahren und sprachlich mangelhaft übersetzt wurden. Wie Begonja (2016) feststellt, kann man die Anwendung der identifizierten Übersetzungsverfahren eher als eine zufällige Übersetzungslösung betrachten, und nicht als einen gut durchdachten Übersetzungsprozess.

In den kommenden Unterkapiteln werden die Übersetzungsverfahren einzeln detaillierter kommentiert und mit Beispielen untermauert. Es werden auch die Ergebnisse der Umfrage angegeben und kommentiert.

4.1. Zitatwort

4.1.1. Zitatwort mit Erklärung

Die Anwendung des Übersetzungsverfahrens Zitatwort kann vorteilhaft sein und das Vermitteln von authentischen traditionellen Speisennamen in der Zielkultur fördern. Neben dem Zitatwort ist es häufig wichtig, eine zusätzliche Erklärung hinzuzufügen, die das Verstehen erleichtert. Dadurch wird der ursprüngliche, kulturspezifische Begriff in der Zielkultur bewahrt. In unserem Korpus ist dies aber in den meisten Fällen nicht der Fall, denn die kurzen Erklärungen neben dem Zitatwort helfen dem Leser der Zielkultur nicht viel, die Information über das Gericht und die Servierart zu bekommen. Erklärungen sind mangelhaft und nicht konkret.

In der Umfrage gab es zwei Beispiele des Zitatwortes mit Erklärung.

Beispiel (1)

Pljukanci sa kozicama i kanestrelima	Pljukanci »Istrianische pasta« garnelen, kleine Jacobsmuscheln	SK 5
---	---	------

Beispiel (2)

MESO Z TIBLICE Meso iz tiblice, slanine, povrće	MESO Z TIBLICE Fleisch aus der „Tiblitza“**, slaninen*, Gemüse *kegelförmiger hölzerner Hohltopf ** gemahener weisser Rückenspeck	SK 6
---	---	------

Im Beispiel (1) kommt das Kulturrem *pljukanci* vor. *Pljukanci* sind traditionelle Pastasorte aus Istrien, die häufig als das Festessen samt mit einheimischen Soßen serviert werden. Die Besonderheit an dieser Teigware liegt darin, dass sie durch Reiben zwischen den Handflächen geformt wird und in dünne, kleine „Rollen“ in Spindelform, dicker in der

Mitte und schmaler an den Enden, entsteht (vgl. Nadvornik 2013). Diese Besonderheit sollte in der Übersetzung in kürzerer Form enthalten sein. Dadurch wären die informative und appellative Funktion realisiert. Trotz orthographischer, grammatischer und stilistischer Fehler im übersetzten Ausdruck, wurde mindestens das Kulturrem in der Übersetzung beibehalten. Ein Versuch der kurzen Erklärung ist auch erkennbar. Es wurde dem Leser zumindest angedeutet, dass es sich um Pasta handelt, die aus der Region Istrien stammt. Diese kleinste Andeutung kam bei den Befragten gut an, denn 27 von 31 von ihnen behaupten, dass sie wissen, wie das Gericht aussieht und wie es serviert wird. Außerdem findet die Mehrheit die Übersetzung präzise und leicht lesbar, obwohl sie Verbesserungen vorschlagen und auf Fehler grammatischer Art hinweisen.

Das Beispiel (1) enthält einen weiteren Begriff, *kanestrela*. Dieser lokale Begriff, der eine Muschelart, *češljača*, bezeichnet, ist kulturspezifisch für die Küstenregion Istrien, wobei diese Muschelart nicht nur in Istrien vorzufinden ist (vgl. dazu Anić 2005: 164). Man kann den Versuch des Übersetzers in diesem Fall nur loben, denn er hat sich bemüht und annähernde Bedeutung der Muschelart in die Zielkultur vermittelt.

Ein für Međimurje typisches Wintergericht ist *meso z tiblice*, gleichzeitig eine Konservierungsmethode in der *tiblica*, *kačica*, *kaca*, *lodrica* oder *banica* genannt (vgl. Nadvornik 2013). Hierum handelt es sich um einen Holzbehälter, in dem gebratenes Schweinefleisch in Schweineschmalz aufbewahrt wird (ebd.). Auch in diesem Beispiel ist es von Vorteil, dass das kulturspezifische Wort in der Übersetzung beibehalten wurde, und mittels Erklärung besteht ein guter Versuch, den kulturellen Hintergrund dieses Gerichts zu vermitteln. Da aber fast drei Viertel der Befragten angegeben haben, dass sie nicht wissen, was für eine Speise *meso z tiblice* ist, kann die Übersetzung eher als missglückt eingestuft werden. Außerdem sind 23 von 31 Befragten der Meinung, dass die Übersetzung nicht aussagekräftig ist, also auch inadäquat (B 3², B 5, B 11, B 13, B 15). Sie erklären, dass keine Kohäsion innerhalb des Speisensamens besteht, dass die Servierart nicht klar ist, dass sie sich unter *gemahlener weißer Rückenspeck* nichts vorstellen können, und dass zu wenig (B11) und nicht deutlich genug übersetzt wurde (B 6, B 22).

Noch ein weiteres Beispiel des Zitatwortes mit Erklärung wird im Beispiel (3) abgebildet.

² Die Abkürzung **B** steht für die/den Befragte/n.

Beispiel (3)

Brodet (riba I klase) s palentom	Brodetto Portorus - Fischsuppe mit meisgries (I kl.) 1 kg	SK 10
---	---	-------

In der Zielsprache wurde dem Zitat, das orthographisch minimal verändert wurde und ein Fremdwort aus dem Italienischen ist, das Lexem *Fischsuppe* hinzugefügt, um das Kulturreich näher zu beschreiben bzw. zu definieren. Außerdem wird auch in der Zielsprache das Wort *Portorus* hinzugefügt, das den Namen des Restaurants repräsentiert. Die Hinzufügung des Restaurantnamens bleibt aber unklar und unnötig. Der Übersetzer wollte auf diese Weise diesem Gericht eine besondere Wichtigkeit schenken und betonen, dass es in einer speziellen Variante nur in diesem Restaurant bestellt werden kann. Da *brudet* aus unterschiedlichen Fischarten besteht, die mit Zwiebeln, Knoblauch, Olivenöl, Wasser, Wein und mediterranen Gewürzen gekocht werden (vgl. Nadvornik 2013), ist die Klassifikation dieses Gerichtes seitens des Übersetzers als Fischsuppe zu loben, denn er hat den Rezipienten mindestens durch diesen kurzen Kommentar erklärt, dass von einer suppenartigen Speise die Rede ist.

4.1.2. Zitatwort ohne Erklärung

Wenn sich der Übersetzer zur Anwendung des Übersetzungsverfahrens Zitatwort ohne Erklärung entschließt, geht er bewusst davon aus, dass dem Leser in der Zielkultur verständlich ist, was mit dem Zitatwort gemeint ist. Am Beispiel von Speisekarten soll der kompetente Übersetzer dieses Übersetzungsverfahren nicht nutzen. Obwohl diese Übersetzung zur Vermittlung von kulturspezifischen Inhalten beiträgt, kann dieses Übersetzungsverfahren in den meisten Fällen Missverständnisse hervorrufen.

An dieser Stelle werden zwei Beispiele vom Zitatwort ohne Erklärung eingeführt, die auch Teil der Umfrage waren.

Beispiel (4)

PRETEPENA JUHA Kuhana šunka, pšenično brašno, crvena paprika.	PRETEPENA JUHA Gekochter Schinken, Rahm, Weizenmehl, rote Paprika.	SK 6
---	--	------

Beispiel (5)

TAČKRLE SA PEKMEZOM tačkrle , krušne mrvice, pekmez, kiselo vrhnje	„TAČKRLE“ MIT MARMELADE teig , brotcrumen, marmelade, Sauerrahm	SK 15
---	--	-------

Das Beispiel (4) bezieht sich auf das Kulturem *pretepena juha*, wobei die Rede von einem traditionellen Gericht aus der Region Međimurje ist. Es handelt sich um eine dicke Suppe, die mit *pritep* – einer Mischung aus Sauerrahm und Weizenmehl (und oft dazu noch geräuchertes Paprikapulver) gebunden wird, und in der geräuchertes Schweinefleisch gekocht wird (vgl. Nadvornik 2013). In der Übersetzung wurde das Kulturem beibehalten, was der einzige positive Aspekt dieser Übersetzung ist. Dem Leser wird nicht vermittelt, welcher Gang das ist (Suppe), oder was für ein Gericht er erwarten kann. Es gibt sogar keine einzige Andeutung, dass es sich um eine Suppe handelt. Dies haben die Ergebnisse der Umfrage ebenfalls gezeigt. Fast alle Befragten haben erklärt, dass sie sich anhand der Auflistung von Zutaten gar nicht vorstellen können, welches Gericht serviert wird. Sie können auch nicht nachvollziehen, warum Weizenmehl auf der Zutatenliste steht (B 5, B 9, B 13), was nicht textsortenspezifisch ist. Auf der Zutatenliste werden eher Hauptzutaten angegeben und sehr selten andere Gewürze. Da es keinen toponymischen Bestandteil in diesem Beispiel gibt, glauben die Befragten, dass dieses Gericht weder traditionell noch autochthon kroatisch ist. Den Ergebnissen nach wurde weder informative noch appellative Funktion realisiert. Das liegt unter anderem daran, dass der Ausgangstext ebenso problematisch ist. Im Beispiel (5) wurde das Gleiche bemerkt. Das Zitatwort ohne Erklärung sorgte dafür, dass fast allen Befragten das Gericht sowie seine Servierart unbekannt klangen. Auch in diesem Beispiel verursachte eine der Zielkultur unbekannte Zutatenliste Missverständnisse. Auf der Zutatenliste befinden sich die Nomen *Teig* für *tačkrle* und Brotkrümmeln für *krušne mrvice*. Der Ausgangstext ist auch in diesem Beispiel fehlerhaft, weder informativ noch appellativ. Viele Befragten haben gerade auf das Wort *Brotkrümmeln* negativ reagiert (B 5, B 6, B 26). In den

Paralleltexten findet man den Ausdruck *in Butterbröseln* und *in Butter- Zimtbröseln*. Aus aufgelisteten Gründen haben die Befragten die Übersetzung als inadäquat beurteilt und sind nicht dazu motiviert, dieses Gericht zu kosten motiviert.

4.2. Wörtliche Übersetzung

Etwa ein Drittel der Übersetzungen wurde mit dem Übersetzungsverfahren wörtliche Übersetzung realisiert. Als Ergebnis der wörtlichen Übersetzung entstehen zahlreiche Fehler, die Missverständnisse verursachen können.

Eines der bekanntesten kroatischen Produkte und eine der bekanntesten dalmatinischen Käse-Arten ist *paški sir*, pikanter Schafskäse von der Insel Pag. Dieses Kulturem wurde in zwei Speisennamen im Korpus verzeichnet und in den beiden Beispielen wörtlich übersetzt, wobei keine weitere Erklärung des Begriffs vorhanden ist.

Beispiel (6)

Paški sir	Käse von der Insel Pag	SK 8
-----------	------------------------	------

Beispiel (7)

Paški sir <i>porcija</i>	Pager Käse <i>Portion</i>	SK 10
-----------------------------	------------------------------	-------

In den beiden Beispielen fehlt die Information, aus welcher Milch dieser Käse hergestellt wird und der eventuelle Hinweis auf den Geschmack dieses Käses. Es ist aber von Vorteil, dass die geographische Lage, aus der dieser Käse stammt, in der Übersetzung geblieben ist. Grammatische Fehler wurden an dieser Stelle nicht gefunden, aber stilistisch sollten die Beispiele verbessert werden.

Beispiel (7) befindet sich in der Umfrage. Die meisten Befragten (70%) haben angegeben, dass ihnen der Speisename nicht suggeriert, von welchem Gericht die Rede ist oder wie es serviert wird, aber etwa mehr als die Hälfte von ihnen meint, dass *paški sir* ein autochthones kroatisches Produkt ist. Die Mehrheit findet den übersetzten Ausdruck eher nicht präzise, nicht korrekt und unnatürlich. Deswegen überrascht die Tatsache nicht, dass drei Viertel der Befragten nicht dazu motiviert sind, dieses Gericht zu bestellen. Sogar 12 Befragte haben angegeben, dass sie wegen mangelnder Informationen dieses Gericht nicht bestellen würden. Zudem finden die Befragten die Übersetzung eher inadäquat,

denn ihnen ist die Größe der Portion unbekannt, sowie der Begriff „Pager“ (B 5, B 6, B 7, B 13, B28, B 29).

Das toponymische Element (*učkarska*) des Kulturems *učkarska skuta* im folgenden Beispiel (8) verursacht Herausforderungen beim Übersetzen. In diesem Fall wurde es wörtlich übersetzt. Das Adjektiv *učkarska* wurde mit dem Nomen *Učka* übersetzt.

Beispiel (8)

Naši ravioli punjeni <i>učkarskom skutom</i> sa kvarnerskim škampima	Unsere Ravioli gefüllt mit <i>Učka Frischkäse</i> und Kvarnerscampi	SK 12
--	---	-------

Das Positive daran ist das Beibehalten von geographischem Element *Učka*, aber grammatisch und stilistisch, ist dies eher problematisch, denn man sollte den Begriff *Učka* näher beschreiben und erklären, genauso wie die Tatsache, dass dieses Restaurant diese Käsesorte aus der Umgebung des Učka Gebirges in der Küche benutzt. Man kann das Beibehalten von geographischem Namen positiv bewerten, aber die Übersetzung ist nicht präzise genug. Selbst der Begriff *Frischkäse* als Hyperonym übermittelt nicht genügend Informationen. Die Fehler sind auf der grammatischen, semantischen und stilistischen Ebene sichtbar. In diesem Beispiel steckt ein weiteres Kulturem – *kvarnerski škampi*, das ebenfalls wörtlich übersetzt wurde. Mangelnde Erklärung und dem Zielpublikum unbekannte Begriffe beeinflussen negativ ihr Verstehen des Speisens und ihre Entschlossenheit, dieses Gericht zu bestellen. Die Ergebnisse der Umfrage sprechen dafür, dass dieses Beispiel ohne Beachtung von funktionsorientierten Übersetzungstheorien übersetzt wurde.

Ein weiteres Beispiel von wörtlicher Übersetzung ist das Beispiel (9).

Beispiel (9)

FILET RASTOČKE PASTRVE NA MLINARSKI (U KUKURUZNOM BRAŠNU S ROŠTILJA) sa svježim povrćem s roštilja i zapečenom palentom	Rastoke Forellefilet auf Müllnerart (in Maismehl vom Grill) mit gegrilltes frisches Gemüse und gebackener Polenta	SK 7
---	---	------

Alle Befragten behaupten, sie wissen, wie die Speise aussieht. Anhand der Antworten auf die offenen Fragen wird aber festgestellt, dass die Befragten der Besonderheit der Rastoke-Forelle nicht bewusst sind, weil diese Tatsache fast von allen in den Antworten

vollkommen ausgelassen wurde. Nur zwei Personen gaben an, dass sie beim Verstehen Probleme wegen des Begriffs *Rastoke* hatten, weil er für sie unbekannt war (B 3, B 6). Im Großen und Ganzen sind die Befragten der Meinung, dass die Speise, die Zutaten sowie die Servierart detailliert dargestellt sind. Zu betonen ist jedoch, dass sie das toponymische Element *Rastoke* ausgelassen haben, weil ihnen schon ein ähnliches Gericht aus Deutschland bekannt ist. Deswegen wird die Adäquatheit dieser Übersetzung der Vertrautheit mit einer ähnlichen, deutschen Speise und nicht etwa der Qualität der Übersetzung zugeschrieben. Anhand der Antworten wird beschlossen, dass sowohl die informative als auch die appellative Funktion erfüllt worden sind. Von 31 Befragten würden sogar 26 dieses Gericht bestellen, während die restlichen 5 Befragten keine negativen Informationen über die Übersetzung angegeben haben, sondern einfach die Tatsache, dass sie dieses Gericht nicht essen.

4.3. Hyperonym

Das Hyperonym ist das Verwenden von lexikalischer Substitution anstelle des Kulturems, indem das Lexem, das dem Kulturem semantisch übergeordnet ist, in der Übersetzung genutzt wird.

Dalmatinski pršut, eines der bekanntesten Produkte aus Kroatien, befindet sich auch auf den Speisekarten, die in diesem Korpus analysiert wurden.

Beispiel (10)

pršut	Schinken	SK 13
-------	----------	-------

Beispiel (11)

Dalmatinsko predjelo Dalmatinski pršut, sir, Masline, domaći kruh	Rohschinken, Käse. Oliven, selbstgebackenes Brot	SK 3
---	--	------

Durch die Anwendung der Hyperonyme in diesen beiden Fällen konnte weder Besonderheit noch Authentizität des Kulturems übermittelt werden. Die Authentizität widerspiegelt sich in der Ernährungsart des Schweins, dem Würzen des Fleisches sowie

in dem spezifischen Trocknungsprozess auf dem Bora-Wind (vgl. dazu Tomić et al. 2016). Dies unterscheidet den *dalmatinischen Pršut* von anderen getrockneten Rohschinkenarten aus Italien, Spanien und sogar von dem *istrianischen Pršut*. Dieses Kulturrem sollte gemäß der Skopostheorie übersetzt werden, wobei in der Zielkultur exakt diejenigen Informationen betont werden müssen, die den *dalmatinischen Pršut* so besonders machen. Dieses Kulturrem sollte in der Übersetzung den Begriff *pršut* sowie die toponymische Bezeichnung als Merkmal einer autochthonen Speise beibehalten, wodurch seine Besonderheit bezüglich der Herstellung, des Geschmacks, der Farbe sowie des Geruches gekennzeichnet werden.

Auf dieselbe Art und Weise wurde Beispiel (12) übersetzt.

Beispiel (12)

Jelen but (umak od korjenastog povrća i crnog vina, domaći šiškrlni)	(Hirsch - Wurzelgemüse und Rotweinsauce, hausgemachte Nudeln)	SK 11
--	---	-------

An diesem Beispiel sieht man, dass schon im Ausgangstext das toponymische Merkmal ausgelassen wurde, denn diese Teigware ist vor allem für die Region Međimurje spezifisch, und diese Information sollte sowohl im Ausgangstext als auch in der Übersetzung betont werden. Hierum geht es um ein altes, traditionelles Gericht, eine alte Art Teigware aus Kartoffeln, das mit einfachen Zutaten und durch mühelose Zubereitung entsteht und es wurde in der Geschichte vor allem für Kinder zubereitet. In einigen Regionen nennt man diese auch *luleki*. Man kann *šiškrlni* als Beilage zum Hauptgericht servieren, mit Salat, oder als Nachtisch mit Marmelade oder Konfitüre (vgl. Nadvornik 2013). Sogar die Bezeichnung „hausgemacht“ ist verfehlt. Sowohl in den Beispielen (11) und (12) fehlt das Vermitteln von kultureller Besonderheit und Betonung auf spezifische, traditionelle Zubereitung. Die informative Funktion ist dadurch nicht realisiert. Mit einem Zitatwort und einer spezifischen Erklärung würden diese Beispiele viel besser in der Zielkultur funktionieren.

4.4. Paraphrase

Im weiteren Verlauf der Analyse werden zwei Beispiele der Anwendung von Paraphrase innerhalb des Korpus angeführt. Dementsprechend werden auch die Kommentare der Befragten sowie ihre Reaktionen auf die Anwendung dieses Übersetzungsverfahrens zugefügt.

Beispiel (13)

Pršut (Dalmacija)	Dalmatinischer geraucherter Schinken	SK 10
-------------------	--------------------------------------	-------

Beispiel (14)

kulen	Pikante Wurst	SK 7
-------	---------------	------

Im Beispiel (13) wurde das Kulturreferring paraphrasiert und nicht zitiert. Ein Zitatwort würde in diesem Fall ein empfehlenswertes Übersetzungsverfahren sein, weil der italienische Begriff international bekannt ist. Des Weiteren fällt auf, dass sich der Begriff *Schinken* auf alle möglichen Schinkenarten beziehen kann. Orthographisch gesehen, weist diese Paraphrase Fehler auf, was als der äußerste Störfaktor von den Rezipienten empfunden werden könnte. Lediglich die Benennung der Region, aus der der *Pršut* stammt sowie ein kleiner Teil des Herstellungsprozesses lassen diese Paraphrase im guten Licht stehen. Ungefähr die Hälfte der Befragten behauptete, dass sie wissen, was dieses Gericht darstellt. Ungeachtet der Fehler und des ungünstigen Übersetzungsverfahrens, gibt mehr als die Hälfte der Befragten an, die Übersetzung auf Deutsch sei präzise, sie würde natürlich klingen und sei lesbar sowie klar. Es ist zu vermuten, dass die Befragten die Fehler im deutschen Ausdruck ignoriert und sich auf den Teil der Übersetzung konzentriert haben, den sie als korrekt empfinden. Dementsprechend meinen 20 von 31 Befragten, dass die Übersetzung adäquat ist. Einige Umfrageteilnehmer haben den Kern des Problems in dieser Übersetzung erkannt und haben deswegen behauptet, dass sie es eher als inadäquat betrachten. An dieser Stelle führen wir drei sehr interessante Kommentare an.

Die Frage lautete: Sind Sie der Meinung, dass die obige Übersetzung der Speisenbezeichnung **adäquat** bzw. aus Ihrer Perspektive als Muttersprachler / Muttersprachlerin **treffend** und **angemessen** ist?

Antworten:

Ja, weil mir die Region bekannt ist, aus der der Schinken kommt. Für jemanden der die Region nicht kennt, wird es allerdings schwierig. (B 30)

Nein, dalmatinisch ist mir nur im Zusammenhang eines Hundes bekannt. Und ich hoffe, dass kein Hund gegessen wird. (B 3)

Ist mit "dalmatinischer" Schinken ein "gepunkteter" Schinken gemeint, da er an das Muster eines Dalmatiners erinnert? Man würde das so im Deutschen glaube ich nicht sagen. (B 6)

Die Paraphrase im Beispiel (14) lässt für Angehörige der Zielkultur ziemlich viele Fragen offen. Obwohl es tatsächlich um eine pikante Wurst geht, zeigt dies in der Übersetzung keine Spezifität des Kulturrems. Unter *Kulen* versteht man eine traditionelle, kroatische bzw. slawonische Dauerwurst aus Schweinefleisch, gewürzt mit feingemahlener roter Paprika und feingekochtem Knoblauch (vgl. Karolyi/Kovačić 2008). Die oben angeführte Paraphrase im Beispiel (14) übermittelt weder die Art der Wurst noch das geographische Gebiet, aus dem diese Wurst stammt. Letztendlich werden die Rezipienten durch die Bezeichnung *pikante Wurst* wenig dazu motiviert, sie auch wegen eines zu herkömmlichen Namens zu bestellen, wobei die Bezeichnung *Kulen* durchaus für etwas Traditionelles sowie Autochthones steht, was zur Bestellung einlädt.

Anstelle beider oben analysierter Paraphrasen würde das Übersetzungsverfahren Zitat mit Erklärung besser funktionieren.

4.5. Annähernde Bedeutung

Das Übersetzungsverfahren *annähernde Übersetzung* (Bedeutung) wurde am folgenden Beispiel bemerkt, das laut der Prinzipien der Skopostheorie auf allen Ebenen ungünstig ist.

Beispiel (15)

Škampi na buzaru	Scampi Eintopf	SK 1
------------------	----------------	------

Buzara ist eine einzigartige und traditionelle Zubereitungsmethode in Dalmatien. *Buzara* wird mit kleinen Krabben und Muscheln, Weißwein, Knoblauch, Petersilie, Olivenöl sowie nach Wunsch Tomaten zubereitet. Die Verwendung des Begriffs *Eintopf* ist nur ein verfehelter Versuch der Übersetzung des Begriffs *Buzara*. Die einzige Gemeinsamkeit zwischen den Gerichten *Eintopf* und *Buzara* ist nämlich die Zubereitung in einem Topf. Im Duden Onlinewörterbuch findet man die Definition des Lexems *Eintopfgericht* und diese lautet „einfaches Gericht aus Gemüse, Kartoffeln, o.Ä. [und Fleisch], bei dem alle Zutaten zusammen in einem Topf gekocht werden“³.

Für die Zubereitung von *Buzara* sind Kartoffeln und Fleisch einfach der Tradition nach unzulässig. Grammatisch, stilistisch und orthographisch ist das ins Deutsch übersetzte Syntagma nicht usuell und falsch. Viel besser wäre, das Kulturem durch das Zitatwort und kurze Erklärung zu übersetzen, wobei in der Erklärung das Verwenden von Äquivalenz sowie Informationen zur Zubereitungsart empfehlenswert sind. Im Rahmen der Umfrage haben 23 von 31 Befragten für dieses Beispiel angegeben, dass sie durchaus wissen, um welche Speise es geht, wahrscheinlich deswegen, weil ihnen schon der Begriff *Buzara* aus dem Italienischen bekannt ist. Überraschend ist die Tatsache, dass mehr als 80% der Umfrageteilnehmer die Übersetzung als präzise, leicht lesbar und klar einstuft. Es kann sein, dass den Befragten der deutsche Begriff bekannt ist, weshalb sie sicher sind, dass sie den Geschmack und das Aussehen des Gerichts kennen. Ganz im Gegenteil wissen die Befragten nicht Bescheid, wie die Zubereitung aussieht und das Gericht schmeckt. Als größte Überraschung gilt des Weiteren die Tatsache, dass fast für alle Befragten die deutsche Übersetzung vollkommen natürlich klingt und adäquat scheint. Den oben analysierten Parametern kontriert aber die Meinung der Befragten, dass in der deutschen Übersetzung dieses Kulturems sehr wenige Informationen über die Speise sowie keine Zutaten vorzufinden sind. Dafür spricht auch das folgende Kommentar eines Umfrageteilnehmers, auf die Frage, ob die Übersetzung adäquat, angemessen und treffend ist: *Nein, weil ich keine Scampi mag und weil ich mir nicht*

³ „Eintopfgericht“, in: Duden (URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Eintopfgericht>)

vorstellen kann, was unter Eintopf verstanden wird. Ein Eintopf ist für mich mit Kartoffeln, Linsen etc. Und mit Scampi zusammen kann ich mir das nicht vorstellen zu essen. (B 1)

4.6. Analogie

Das Übersetzungsverfahren Analogie resultiert oft mit dem Verlust von bestimmten denotativen und konnotativen Inhalten in der Zielsprache, weil durch das Einführen von zielkulturellen Äquivalenten anstatt des Zitatwortes die Spezifika des kulturbeladenen Ausdrucks aus der Ausgangssprache verloren gehen (vgl. dazu Stojić/Brala-Vukanović 2015). Ein Beweis dafür kann den folgenden zwei Beispielen (16,17) von Ausdrücken *pršut* und *taškice* entnommen werden.

Beispiel (16)

HLADNA PLATA NAREZAKA I SIRA (2 OSOBE) Selekcija domaćih sireva s lokalnih OPG-a, pršut , kulen, baranjska kobasica, 4 uštipka, punjene papričice i masline, šumski med i pekmez od šljiva	Aufschnitt und Käse platte (2 Personen) - Käse sorten von lokalen Bauernhöfen, Prosciutto , "Kulen" und "Barajnska" Wurst (Räucherwurst), 4 hausgemachte Krapfen, gefüllte Paprika und Oliven, Waldhonig und Pflaumenmus	SK 7
--	---	------

Beispiel (17)

Taškice punjene voćem (voćni preljev, sladoled)	Ravioli gefüllt mit Fruchtarmelade (Obstdressing, Eis)	SK 11
--	---	-------

Bedauerlicherweise sind die Kultureme in diesen Beispielen in der Zielsprache verloren gegangen.

5. Schlussfolgerung

Das Übersetzen ist ein anspruchsvoller Prozess und eine schwierige Aufgabe. Es ist nicht für jede Person gedacht. Es verlangt besonders hohe Anforderungen vor allem, wenn auf Herausforderungen, die auf Diskrepanzen zwischen Werten zweier Sprachen bzw. Kulturen beruhen, gestoßen wird. Solche Herausforderungen sind unter Anderem Kultureme, die als Phänomene einer Gesellschaft existieren. Kultureme sind für die Ausgangssprache spezifisch und in der Zielsprache bestehen sie nicht. An dieser Stelle kommen die kulturellen Kompetenzen der Übersetzer zum Ausdruck, weil sie diese Spezifika in die Zielsprache übermitteln sollen. Die Antwort auf die Frage, ob die Übersetzung in der Zielsprache adäquat ist, ist immer komplex. Die Analyse in dieser Masterarbeit war auch nicht einfach, weil man die Ergebnisse des Übersetzens unkompetenter Quasi-Übersetzer bewertete. Die zahlreichen Fehler auf der grammatischen, orthographischen, stilistischen und semantischen Ebene waren auch nicht hilfreich. Dies deutet darauf hin, dass die analysierten Online-Speisekarten von Personen übersetzt wurden, die keine ausgebildeten Übersetzer sind. Demzufolge verfügen sie über keine übersetzerischen Kompetenzen. Sie kennen die Fachterminologie nicht und die Übersetzungsverfahren verwenden sie eher spontan als zielgerichtet. Obwohl der Bedarf an verfügbaren Online-Speisekarten wächst, folgen kroatische Restaurants dem Trend nicht schnell genug. Deswegen verfügen nur 15 von 100 am besten rangierten Restaurants in Kroatien über eine Online-Speisekarte. Größtenteils zeigt die Analyse, dass sowohl die Authentizität der kroatischen Gerichte als auch die Tradition, die in Zutaten und Zubereitungsarten liegt, in die Zielkultur unangemessen und mangelhaft übermittelt werden. Aus der Analyse lässt sich schließen, dass die Übersetzer sogar in den Ausgangstexten die Kulturspezifika nicht erkannt haben. Wir können sie jedoch nicht kritisieren, denn sie sind weder fachlich kompetent noch geschult. Wir können ihnen zumindest übelnehmen, dass sie den Auftrag angenommen haben, der sogar für qualifizierte Übersetzer eine Herausforderung darstellt.

In der Analyse wurde auch bewiesen, dass im behandelten Korpus keine Paralleltexte verwendet wurden. Die übersetzerische Aufgabe wurde oberflächlich durchgeführt. Die Ergebnisse der Analyse zeigen, dass die Übersetzer die deutsche Zielsprache nur auf

einem niedrigen Niveau beherrscht haben, dass sie über die notwendigen Kompetenzen nur mangelhaft verfügen und dass sie beim Übersetzen nicht recherchieren. Damit haben sie gezeigt, dass sie als keine interkulturellen Mediatoren gelten können. Es stellt sich die Frage, wessen Verantwortung es ist, dass solche mangelhaften Übersetzungen online verfügbar sind. Die Restaurantbetreiber können mit solchen Übersetzungen der Promotion kroatischer traditioneller Gerichte nicht beitragen. Dabei werden die informative und appellative Funktion der Textsorte Speisekarte auch nicht realisiert bzw. der deutschsprachige Gast bekommt ungenügende Informationen über die traditionellen Speisen. Die fehlerhaften Übersetzungen ohne Beabsichtigung der skopostheoretischen Prinzipien, beeinflussen negativ die Motivation der Gäste, die traditionellen Speisen zu bestellen. Es ist schade, dass die Wichtigkeit der adäquaten Übersetzungen im Tourismus nicht erkannt wird.

6. Literaturverzeichnis

- Bauer, Alexandra (2016): *Kulturtransfer in Texten. Übersetzung im Tourismus*. Bachelorarbeit.
- Begonja, Helga (2016): *Prevođenje hrvatskih kulturema na njemački jezik na primjeru gastronomije grada Zadra*. Doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Dizdar, Dilek (2006): „Skopostheorie“. In: Snell-Hornby, Mary et al. (Hrsg.) (2006). *Handbuch Translation. Unveränderter Nachdruck der 2. Auflage*. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH. S. 104-107.
- Drpić, Katarina / Marko Vukman (2014): „Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj“. In: *Praktični menadžment*, 2014, Jg. 5, H. 1, S. 62-67. In: URL: <https://hrcak.srce.hr/file/199011> (Letzter Zugriff: 7.5.2022)
- Gansel, Christina / Frank Jürgens (2007): *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung. 2., überarbeitete und ergänzte Auflage*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht. In: URL: shorturl.at/jsCO4 (Letzter Zugriff: 1.5.2022)
- Gašpić, Ivan (2018): *Prehrana, kultura, identitet*. Diplomarbeit. In: URL: <https://repositorij.kulturologija.unios.hr/islandora/object/kultos%3A388/datastream/PDF/view> (Letzter Zugriff: 5.5.2022)
- Göhring, Heinz (2006): „Interkulturelle Kommunikation“. In: Snell-Hornby, Mary et al. (Hrsg.) (2006). *Handbuch Translation. Unveränderter Nachdruck der 2. Auflage*. Tübingen: Stauffenburg Verlag. S. 112-115.
- Göpferich, Susanne (2006): „Text, Textsorte, Texttyp“. In: Snell-Hornby, Mary et al. (Hrsg.) (2006). *Handbuch Translation. Unveränderter Nachdruck der 2. Auflage*. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH. S. 61-64.
- Karolyi, Danijel / Damir Kovačić (2008): „Organoleptička ocjena slavonskog domaćeg kulena od crne slavonske i bijelih svinja“. In: *MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu*, X(5.), S. 356-360. In: URL: <https://hrcak.srce.hr/40666> (Letzter Zugriff: 08.02.2023)

- Krstulović, Katarina / Živana Sunara (2017): „Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj“. In: *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 2017, Jg. 8, H. 1, S. 33-38. In: URL: <https://hrcak.srce.hr/182983> (Letzter Zugriff: 8.5.2022)
- Kučiš, Vlasta / Maša Jazbec (2021): “Slowenisch-deutsch Online-Speisekarten als Fundgrube für Translatorische Fehler und Missverständnisse“. In: Potočnik Topler, Jasna / Mojca Kompara Lukančič (Hrsg.) (2021). *Jezik in turizem, Language and Tourism, Sprache und Tourismus*. Maribor: University of Maribor, Faculty of Tourism: S. 69-87. In: URL: <https://press.um.si/index.php/ump/catalog/book/635> (Letzter Zugriff: 8.5.2022)
- Kučiš, Vlasta / Helga Begonja (2020): „Brudet od bakalara ili Fischragout Italienisch? Komparativna analiza dalmatinskih hrvatsko-njemačkih jelovnika“. In: Sušac, Vlado / Tomislav Krpan / Ivana Lozo (Hrsg.) (2020). *Strani jezici i turizam*. Zadar: morepress. S. 119-141. In: URL: <https://morepress.unizd.hr/books/index.php/press/catalog/view/63/63/1036> (Letzter Zugriff: 12.13.2023)
- Maras, Tomasz (2020): „Die Adäquatheit und die Skopostheorie als konstituierende Ansätze der zielorientierten Übersetzung“. In: Małgorzewicz, Anna (Hrsg.) (2020). *Studia Translatorica*, 2020, S. 107-114. In: URL: <http://www.studia-translatorica.pl/de/articles/7-8> (Letzter Zugriff: 8.5.2022)
- Mardešić, Sandra i Vanda Maržić-Sabalić (2019): "Izgubljeni u jelovniku: prevoditeljske strategije i međujezični utjecaji." In: *Strani jezici*. 48, (1-2) (2019). S. 77-87. In: URL: <https://doi.org/10.22210/strjez/48/5> (Letzter Zugriff: 12.13.2023)
- Markstein, Elisabeth (2006): „Realia“. In: Snell-Hornby, Mary et al. (Hrsg.) (2006). *Handbuch Translation. Unveränderter Nachdruck der 2. Auflage*. Tübingen: Stauffenburg Verlag. S. 288-292.
- Mrázová, Petra (2015): *Textsorte „Speisekarte“ in Deutschland und Österreich. Eine Einführung und Stichprobenanalyse*. Bachelorarbeit. In: URL: <https://theses.cz/id/59pw9k/15047229> (Letzter Zugriff: 5.5.2022)
- Pavlović, Nataša (2015): *Uvod u teorije prevodenja*. Zagreb: Leykam international.
- Pawlak, Wiktor (2021): „Zur polnisch-deutschen Übersetzung von Kulinarik in den Speisekarten. Versuch einer Fehlertypologie“. In: *Linguistische Treffen in*

- Wroclaw, 2021, Jg. 19, H. 1, S. 423-435. In: URL: http://linguistische-treffen.pl/articles/19/26_pawlak.pdf (Letzter Zugriff: 7.5.2022)
- Pritchard, Boris (2015): „Od teksta do prijevoda“. In: Stojić, Aneta et al. (Hrsg.) (2015). *Priručnik za prevoditelje: prilog teoriji i praksi*. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci. S. 43-71.
- Raskop, Sebastian (2014): *Skopostheorie*. In: URL: http://www.carstensinner.de/Lehre/uebersetzungswissenschaft/Dossiers2014/4b_Skopostheorie_Sebastian_Raskop.pdf (Letzter Zugriff: 6.5.2022)
- Reiß, Katharina / Hans J. Vermeer (1991): *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- Riley-Köhn, Sibylle (1999): *Englische Rezepte und Speisekarten in Vergangenheit und Gegenwart. Eine linguistische Analyse zur Fachsprache der Gastronomie*. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Peter Lang. S. 33-90.
- Sarkady, Monika (2009): Die Speisekarte als Übersetzungsproblem: Ein interkultureller Vergleich Polnisch-Deutsch. Diplomarbeit. In: URL: https://www.academia.edu/9186022/Die_Speisekarte_als_%C3%9Cbersetzungsproblem_Ein_interkultureller_Vergleich_Polnisch_Deutsch. (Letzter Zugriff: 9.5.2022)
- Schippan, Thea (2002): *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. 2. unveränderte Auflage*. Tübingen: M. Niemeyer Verlag.
- Stojić, Aneta / Brala-Vukanović, Marija (2015): „Kulturalni i interkulturalni aspekti prevođenja“. In: Stojić, Aneta et al. (Hrsg.) (2015). *Priručnik za prevoditelje: prilog teoriji i praksi*. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci. S. 408-428.
- Stolze, Radegundis (2011): *Übersetzungstheorien. Eine Einführung. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.
- Tomić, Monika, et al. (2016). „Kakvoća pršuta“, In: *MESO: Prvi hrvatski časopis o mesu*, XVIII(3), S. 241-246. In: URL: <https://hrcak.srce.hr/162023> (Letzter Zugriff: 08.02.2023)

- Turska, Marta (2009): *Internationalismen in der Fachsprache der Gastronomie und Kochkunst im fünfsprachigen Vergleich*. Frankfurt am Main: Peter Lang. Internationaler Verlag der Wissenschaften. In: URL: shorturl.at/gpyNZ (Letzter Zugriff: 6.5.2022)
- Wagner, Daniela (2015): „Gastronomie als Forschungsfeld“. In: Fritzt, Klaus-Peter / Daniela Wagner (Hrsg.) (2015): *Forschungsfeld Gastronomie. Grundlagen, Einstellungen, Konsumenten*. Wiesbaden: Springer Gabler. S. 1-19.

Zusammenfassung

Titel: Kroatische Kulinarien in deutscher Übersetzung am Beispiel von Online-Speisekarten

Schlüsselwörter: Übersetzungsverfahren, kroatisch-deutsche Speisekarten, Kulturem, Skopostheorie, Adäquatheit der Übersetzung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse kroatisch-deutscher Übersetzungen von Kulinarien am Beispiel der Textsorte Speisekarte. Im theoretischen Teil werden die Speisekarte als Textsorte, die funktionale Übersetzung sowie die Skopostheorie, und die Äquivalenz und die Adäquatheit in der funktionalen Übersetzungstheorie dargestellt. Die Arbeit bearbeitet die Kulturemtheorie mit dem Fokus auf den Kulinarien und zeigt Übersetzungsverfahren im Falle der Nuläquivalenz. Im Mittelpunkt dieser Arbeit und als Ausgangspunkt für die empirische Untersuchung steht der Übersetzer als der wichtigste Vermittler im Prozess der interkulturellen Kommunikation sowie die Relevanz seiner Kompetenzen und seines Fachwissens. Der empirische Teil dieser Arbeit umfasst eine Untersuchung, die aus zwei Teilen besteht. Im ersten Teil wurden Übersetzungsverfahren in 15 Online-Speisekarten analysiert, in denen 74 authentische Einträge mit 42 kroatischen gastronomischen Kulturemen identifiziert wurden. Im zweiten Teil wurden deutsche MuttersprachlerInnen (N=31) mit Hilfe einer Umfrage befragt, um die Adäquatheit und Qualität der Übersetzung kroatischer gastronomischer Kultureme in der Zielkultur zu überprüfen. Die Analyse zeigte, inwiefern die informative und die appellative Funktion der Textsorte Speisekarte in die Zielkultur übermittelt wurden.

Sažetak

Naslov: Hrvatsko-njemački prijevodi gastronomskih kulturema na primjeru online jelovnika

Ključne riječi: prijevodni postupci, hrvatsko-njemački jelovnici, kulturem, teorija skoposa, adekvatnost prijevoda

Ovaj rad bavi se istraživanjem kvalitete hrvatsko-njemačkih prijevoda hrvatskih gastronomskih kulturema na primjeru online jelovnika. U teorijskom dijelu razrađuje se jelovnik kao tekstna vrsta, funkcionalistički pristup prevođenju i teorija skoposa kao i pojam ekvivalencije i adekvatnosti prijevoda. U radu je obrađena teorija kulturema s naglaskom na gastronomske kultureme te su prikazani prijevodni postupci kod nulte ekvivalencije. Prevoditelj kao glavni medij u procesu međukulturalne komunikacije, kao i važnost njegove kompetencije i stručnosti, u središtu su promišljanja ovog rada i polazište su empirijskog dijela istraživanja. Empirijski dio rada sadrži istraživanje koje se sastoji od dva dijela. U prvom dijelu analizirani su prijevodni postupci na korpusu od 15 online jelovnika, gdje je identificirano 74 autentičnih unosa sa 42 hrvatska gastronomska kulturema. Drugi dio istraživanja odnosi se na anketiranje izvornih govornika njemačkoga jezika (N=31) s ciljem ispitivanja adekvatnosti i kvalitete prijevoda hrvatskih gastronomskim kulturema u ciljnoj kulturi. Istraživanjem se ispitalo u kojoj mjeri je prenesena informativna i apelativna funkcija tekstne vrste jelovnik u ciljnu kulturu.

Summary

Title: Croatian-German translations of culinary culturemes on the example of online restaurant menus

Key words: translation strategies, Croatian-German menus, cultureme, Skopos theory, translation adequacy

This paper aims to analyse the quality of Croatian-German translations of Croatian culinary culturemes, based on online menus. The theoretical part of the paper elaborates on the topic of menus as a text type, on the functionalist approach to translation and the Skopos theory as well as on the concept of translation equivalency and adequacy. The paper focuses on the cultureme theory with a special emphasis on culinary culturemes. It also shows translation strategies in the case of zero equivalence of lexical items. Competencies and expertise of the translator as the main mediator in the process of intercultural communication are the main part of this paper and the starting point of the empirical research. The empirical part of this paper contains a two-part research. The first part analyses translation strategies based on 15 online menus, where it identifies 74 names of authentic dishes containing 42 Croatian culinary culturemes. The second part of the research shows the results of a questionnaire filled in by native German speakers (N=31) with the aim of examining both adequacy and quality of the Croatian-German translations of culinary culturemes in the target language. The research shows the extent to which the informative and appellative functions of a text type *menu* have been communicated into the target audience.