



Leitfaden

Professionelle Übersetzungen



Egal, ob für Ihre Internetseite oder Ihre Printprodukte: Eine professionelle Übersetzung sollte bei Ihren Marketing-Produkten Pflicht sein. Schlechte Übersetzungen verbindet ein Gast häufig auch mit schlechtem Service vor Ort. Daher wird ein potentieller Gast sich gegebenenfalls für Ihre Konkurrenz mit professionellem Auftritt entscheiden. Sparen Sie in diesem Sinne nicht an den Übersetzungskosten, langfristig zahlt sich das nicht aus.

Die Wahl des richtigen Übersetzers: Die Qualität Ihrer Texte steht und fällt mit der Wahl des Übersetzers. Definieren Sie im Vorfeld genau, welche Referenzen und Qualifikationen dieser mitbringen sollte. Kann ein technischer Übersetzer wirklich emotional Ihre Leistungen beschreiben? Oder benötigen Sie eher jemanden, der auch zusätzlich Marketing- oder Quellmarktkennnisse hat? Kontaktieren Sie verschiedene Übersetzer und führen Sie mit einem Beispieltext Probeübersetzungen durch. Gehen Sie sicher, dass Ihre Übersetzer auch Muttersprachler sind. Prüfen Sie, ob die Übersetzer auch die Gewohnheiten und Bedürfnisse des Landes kennen, um entsprechend das richtige Wording zu wählen. Schätzen Sie den Umfang des Auftrages grob ab und vergleichen Sie die Preisgestaltung, hier kann es Unterschiede geben! Schauen Sie bei Ihren regionalen touristischen Partnern doch mal, wer gut übersetzte Websites bietet und fragen Sie nach der Quelle – so wissen Sie am besten, was Sie bekommen.

Nicht zu unterschätzen - das Vorgespräch mit dem Übersetzer: Nehmen Sie sich Zeit für eine ausführliche Besprechung mit dem Übersetzer, in der Sie erklären, worauf es bei Ihren Texten ankommt. Nicht immer eignet sich eine wörtliche Übersetzung der Texte, denn Sie möchten ja Emotionen vermitteln. Geben Sie Ihren Übersetzern die Freiheit, den Sprachstil und die Wortwahl an die kulturellen Begebenheiten und Normen der jeweiligen Zielgruppe anzupassen.

Unser Tipp: Eine gute Übersetzung ist wichtig für Ihr Image. Sind Sie mit Ihren Leistungen auf externen Internetseiten und in anderen Printmedien vertreten? Dann vergewissern Sie sich auch, dass diese fremden Übersetzungen hochwertig sind. Sind sie es nicht? Dann sprechen Sie Ihre Partner an! Versuchen Sie, gemeinsam an einer Lösung zu arbeiten.