

MITARBEITERMAGAZINE, NEWSLETTER, KUNDENZEITSCHRIFTEN – EINE ÜBERSETZERISCHE HERAUSFORDERUNG

Ein Schwerpunkt von transparent ist das Übersetzen von Marketingmaterialien, vor allem von Mitarbeitermagazinen oder Kundenzeitschriften, aber natürlich auch von Produktbroschüren oder ganzen Werbekampagnen. Im Folgenden stellen wir Ihnen den Prozess für die Übersetzung eines Mitarbeitermagazins vor.

Schon häufig haben wir von Kunden gehört: „Agentur x schafft das nicht, sie treffen den Ton nicht“ oder „Nach dem Druck haben wir festgestellt, dass Änderungen in einer Sprache nicht berücksichtigt wurden.“ Das ist nicht verwunderlich. Es erfordert ein hervorragend organisiertes Projektmanagement und gut ausgebildete Übersetzer, um unter großem Zeitdruck eine Vielfalt von Themen von der Ansprache des CEO zu Firmenstrategie und Weltwirtschaftslage über die Produktnachrichten bis hin zum Mitarbeiterporträt in acht oder mehr Sprachen zu übersetzen. Änderungen in letzter Minute sind die Regel, denn vor allem in Organisationen mit einer komplexen Struktur ist es für die Kommunikationsverantwortlichen kaum noch möglich, alle Textfreigaben vor der Übersetzung zu erhalten. Die Übersetzer müssen über die nötige Sensibilität verfügen und darauf geschult sein, auch die Zwischentöne zu hören, sich das Ziel des Textes bewusst zu machen und entsprechend sorgfältig zu übersetzen. Die Herausforderungen sind andere als die an die Übersetzung technischer Texte.

Wir wissen nicht, ob wir es besser machen als andere. Wir machen es so gut, wie wir es können. Wenn wir auf Probleme stoßen, versuchen wir, es noch besser zu machen. Zurzeit betreuen wir im Übersetzungsbereich zehn Magazine von fünf Unternehmen, die meisten seit mehreren Jahren.



Die Vorbereitung des Übersetzungsprozesses

Wir erhalten das Magazin, den Newsletter oder die Broschüre entweder als Word-Dokument, PDF oder in InDesign. In den letzteren beiden Fällen extrahieren wir den Text und bereiten ihn für die Übersetzung vor. Jedes Magazin hat eine feste **Projektleitung** bei uns im Haus.

Hat der Kunde keinen **Style Guide**, so bieten wir zu Beginn der Zusammenarbeit die Erstellung an. In einem solchen Dokument wird beispielsweise geregelt, ob in einer Publikation im Englischen Titel groß- oder kleingeschrieben und ob und wie Funktionsbezeichnungen von Mitarbeitenden übersetzt werden oder ob nach der Bildunterschrift ein Abschlusspunkt zu setzen ist. Unser Insistieren auf diesen Details mag pedantisch wirken, doch an ihrer Einhaltung lässt sich später die Sorgfalt ablesen, die man für die Produktion aufgewendet hat. Kunden oder Mitarbeitenden gegenüber kommuniziert man so viel über die eigene Arbeitsweise und den Respekt, den man dem Adressaten entgegenbringt.

Ebenfalls unerlässlich ist eine **Terminologieliste** mit wiederkehrenden Rubrikentiteln und Begriffen, damit diese wirklich immer auf dieselbe Art übersetzt werden.

Übersetzen

In circa 95 Prozent der Fälle übersetzen bei transparent **immer dieselben Übersetzer** für ein Unternehmen.

Dies hat sich als Best Practice herausgestellt, um Reibungsverluste durch Nachfragen oder nachträgliche Korrekturen im Schritt der Qualitätssicherung zu reduzieren. Selbstverständlich übersetzen alle **in ihre Muttersprache** und kennen sich mit dem Fachgebiet des Kunden aus.

MITARBEITERMAGAZINE, NEWSLETTER, KUNDENZEITSCHRIFTEN – EINE ÜBERSETZERISCHE HERAUSFORDERUNG

Die Projektleiterin oder der Projektleiter erhält häufig während der Übersetzungszeit vom Kunden **Änderungen**, weil dessen Vorstand zum Beispiel die Texte erst am Wochenende lesen konnte oder weil niemand daran gedacht hat, dass ein Artikel zum Launch des neuen Produkts in Zukunftsform geschrieben wurde, dieser Zeitpunkt bei Veröffentlichung aber schon in der Vergangenheit liegt. Es gibt viele Gründe für Änderungen in letzter Minute, einige lassen sich nicht verhindern. Sind die Änderungen aber sehr zahlreich, werden sie zu einer echten Herausforderung für die Projektleitung. Sie ist dafür verantwortlich, allen Übersetzerinnen und Übersetzern die Änderungen mitzuteilen und nach Erhalt der Übersetzungen die Texte auf Vollständigkeit zu prüfen.

Die Qualitätssicherung

Der nächste Schritt ist die **Kontrolle der Übersetzung** durch eine zweite kompetente Person. Sie prüft die Übersetzung auf inhaltliche Korrektheit und sorgt dafür, dass es keine Fehler in Grammatik oder Rechtschreibung gibt.

Das Lektorat

Häufig wünschen die Kunden, dass beispielsweise Überschriften **frei übersetzt** werden, der übersetzte Text eine bestimmte Länge nicht überschreitet oder Werbeslogans kreativ in den anderen kulturellen Kontext übertragen werden. In diesen Fällen geht der Text nach der Qualitätssicherung zu einem muttersprachlichen Lektor oder einer Werbetexterin. Hier erhält er den **werblichen Schliff**, wird gekürzt oder angepasst, sodass er am Ende sein Ziel der Mitarbeiter- oder Kundenbindung in Gänze erreicht.

Fremdsprachenschriftsatz und Fahnenkorrektur

Auf Wunsch setzen wir dann im letzten Schritt den Text in allen Sprachen ins Layout und übernehmen die Fahnenkorrektur.

transparent® Language Solutions

Die transparent Language Solutions ist seit über zehn Jahren am Markt und bietet erfolgreich Dienstleistungen in den Bereichen Übersetzung und Text an. Dabei stellt das Unternehmen seinen Kunden die Kompetenz der Inhouse-Teams in Berlin und Zürich und das Know-how von mehr als 400 geprüften, muttersprachlichen Übersetzern und Übersetzerinnen zur Verfügung. Für jedes Projekt wird mit großer Sorgfalt das passende Team zusammengestellt. Auch andere Leistungen rund um die Themen Text und Sprache wie Copywriting, Lektorat, Korrektorat, Transkription, Desktop-Publishing, Vertonung und Dolmetschen gehören zum Serviceportfolio. Bei transparent steht Qualität an erster Stelle: Für alle Bereiche gilt ein striktes und effizientes Qualitätsmanagement. Ob Wirtschaft, Technologie, Wissenschaft, Werbung oder Kultur: Texte aller Fachgebiete sind bei transparent gut aufgehoben.