

Was können Sie als Auftraggeber zum Gelingen der Übersetzung beitragen?

Entscheidendes!

Ihre Zielgruppe Teilen Sie mir mit, wen Sie mit Ihrer Übersetzung ansprechen wollen bzw. welchen Zweck Sie mit der Übersetzung verfolgen. Dieser Aspekt ist für meine übersetzerische Arbeit von entscheidender Bedeutung. Soll sich beispielsweise die Übersetzung eines englischen Medizintextes an Patienten richten, muss sie anders ausfallen als für Fachleute (Ärzte, Wissenschaftler etc.). Ein Werbetext muss stilistisch anders gestaltet sein als eine Produktinformation und für die Übersetzung technischer Handbücher gelten andere Kriterien als für Informations-broschüren.

Termine und Planung Eine einwandfreie Übersetzung z. B. bei einer Produktdokumentation ist zweifellos ein Wertzuwachs! Andererseits kann sie wertlos werden, wenn sie zum benötigten Termin nicht vorliegt. Planen Sie für die Übersetzung eines Textes von vornherein ausreichend Zeit ein. Übersetzen heißt nicht „in einer anderen Sprache abschreiben“. Ich übertrage Ihren Ausgangstext nicht nur in eine grammatikalisch und strukturell andere Sprache, sondern auch in einen anderen Kulturkreis, in dem andere Konventionen gelten. Ausreichend Zeit für die Recherche sowie für mehrere Korrekturdurchgänge muss eingeplant werden. Realistischerweise können pro Tag maximal 300 Normzeilen oder 10 Seiten übersetzt werden.

Referenzmaterial Zu Beginn einer Zusammenarbeit muss ich mich angemessen einarbeiten. Sie können mich dabei unterstützen, indem Sie mir Referenzmaterial zur Verfügung stellen, z. B. Produktbroschüren, Handbücher von Vorläufermodellen, frühere Verträge, Schriftwechsel, Hintergrundinformationen zu Ihrem Unternehmen etc. Vergessen Sie bitte nicht, zu einem Text auch die dazugehörigen Abbildungen mitzuschicken, denn besonders bei technischen Auflistungen, z. B. bei der Übersetzung von Teilelisten o. ä., sind Abbildungen, Fotos, Zeichnungen und Skizzen äußerst hilfreich, damit ich mir im wahrsten Sinne des Wortes ein genaues Bild machen kann.

Kontakte Nennen Sie mir bitte einen festen Ansprechpartner in Ihrem Unternehmen. Besonders zu Beginn einer Geschäftsbeziehung werde ich Sie nach firmenspezifischen Abkürzungen, Formulierungen und Bezeichnungen fragen, die nur Sie kennen können. Je nach Textsorte werde ich u. U. auch um einen Termin für ein persönliches Gespräch oder eine kurze Werksbesichtigung bitten.