

Druckreif übersetzen - was kostet das?

Fachvortrag von Nina Sattler-Hovdar

Nicht nur „echte“ Werbetexte

- ▶ Grenzen verschwimmen!
- ▶ Beispiele:
 - ▶ Pressemitteilungen zu neuen Produkt-/Serviceangeboten
 - ▶ Websites
 - ▶ Social Media
 - ▶ Briefe (Mailings)
 - ▶ Interne Kommunikation
 - ▶ Fachjournalismus
 - ▶ Stellenanzeigen
 - ▶ Überschriften/Wortspiele
 - ▶ Investor Relations

Im Grunde...

alles, was veröffentlicht wird und
Image bzw. Verkaufszahlen steigern soll!

Ausblick

- > Probleme
- > Argumentation bei Anfragen
- > Preisgestaltung

Probleme

- ▶ Als „normale“ Übersetzungen verkauft /verstanden
- ▶ Kunde weiß es nicht besser
- ▶ Kunde „probiert’s“
- ▶ Übersetzer weiß es nicht besser
- ▶ Übersetzer fehlen die Argumente
- ▶ Schwache Ausgangstexte
 - ▶ Artikel: „Übersetzer als PR- und Werbetexter“
 - (Infoblatt ADÜ Nord 1/2007)

„Texten“ vs. „Adaptives Übersetzen“

- ▶ Texter entwickelt Konzepte und Inhalte
- ▶ Übersetzer muss vorgegebene Konzepte und Inhalte adaptieren (oder nötigenfalls neu entwickeln)

--- > Umtexten, Neutexten

= Transkreation

„Übersetzen + Texten“

Warum Übersetzen + Texten

- ▶ Kunden können mit „Texten“ etwas anfangen
- ▶ Muss Grundlagen der Arbeit eines (Kreativ-)Texters beherrschen
 - ▶ Konzeptionsprozess
 - ▶ Verbraucherpsychologie (was wirkt wie)
 - ▶ Brainstorming, Bilder laufen lassen
 - ▶ Profunde Kenntnisse der Zielgruppenkultur

Was kostet eine griffige, druckreife Übersetzung?

▶ **Zeit.**

Warum?

„Mixtur aus 20 % Inspiration
und 80 % Transpiration“

(Jürgen Knauss / Heye Group)

Argumentationstechniken

- ▶ Griffige Übersetzungen brauchen Zeit:
 - ▶ 1. „normale“ Übersetzung
 - ▶ 2. zusätzliche stilistische Überarbeitung in 10 Schritten
- ▶ Zeit ist Geld!
- ▶ Abrechnung auf Zeitbasis
- ▶ Besser und schneller bei entsprechend gutem Briefing (einschl. relevantes Referenzmaterial, evt. Glossar, Links, Visuals!!)

Griffige Texte...



Griffiges Schreiben ist harte Arbeit!

- ▶ Viele Schritte zusätzlich zur eigentlichen Übersetzung erforderlich
 - ▶ Checklisten 1+ 2
 - ▶ Konferenzband

Freude am Perfektionismus

*Schreibe nie eine Anzeige,
die du nicht deiner eigenen Familie zeigen würdest.*
(David Ogilvy)

Wie gehe ich auf Anfragen ein?

Argumentationsempfehlungen

- ▶ Professionell begründen (wissen wovon Sie reden)
- ▶ Geschätzten Zeitaufwand unterbreiten
- ▶ Mit Beispielen veranschaulichen
- ▶ Problemlösungsbereitschaft zeigen
- ▶ Zeigen, dass es Ihnen ernst ist (ablehnen bei mangelnder Akzeptanz Ihrer Argumentation)
- ▶ Nicht emotional, desperat oder verärgert wirken

Preisgestaltung

- ▶ Zeit
 - ▶ einschließlich Zeitaufwand für Briefing und Recherchen sowie mehrfachem Hin und Her bis der Kunde zufrieden ist
 - ▶ zusätzlich: Zeit für Korrekturlesen der Druckfahnen (mitunter mehrere Durchläufe nötig – abhängig von Kompetenz des DTP!)
- ▶ Festpreis
 - ▶ auf Projektbasis
- ▶ Honorarempfehlungen z.B. unter: www.mediafon.net – HIER INSBESONDERE: Honorarempfehlungen des VFLL (Verband freie Lektorinnen und Lektoren)

Berechnungstipps

Text durchsehen:

- ▶ Überschriften (wie viele + wie schwierig)
- ▶ Wortspiele
- ▶ Fließtext: je nach Recherche- und Formulierungsaufwand
- ▶ bei sehr umfangreichen Texten – Wortzahl des Fließtextes als Orientierungshilfe + bis zu 100% Aufschlag
- ▶ Slogans: komplett extra / eigener Auftrag
- ▶ KV mit Spanne +/- 15%!

3 häufige Szenarios

Die drei häufigsten Szenarios

- ▶ 1: Druckreife Übersetzung zum Mindestpreis / als kostenloser Test
- ▶ 2: Übersetzung und Adaption zum normalen Wortpreis
- ▶ 3: Überarbeitung mangelhafter Übersetzungen/ Adaptionen

Anfrage: „Kostenloser Test“

„Haben Sie kurzfristig Zeit, uns bei einem Test einer neuen Abteilung eines unserer bestehenden Kunden zu helfen?“

Wie aus dem angehängten Dokument ersichtlich ist, handelt es sich um einen recht kreativen Text. Aufgrund Ihrer Erfahrung mit Marketingtexten hätte ich sehr gern, dass Sie diesen Test übernehmen. Da der Kunde uns nichts dafür bezahlt, wäre ich Ihnen sehr dankbar, wenn auch Sie uns nichts berechnen, als Investition im Hinblick auf zukünftige Aufträge, wenn alles klappt.“

Antwort: „Kostenloser Test“

Sehr geehrter Herr XXX,
vielen Dank für Ihre Anfrage.

Beachten Sie jedoch, dass ich Kreativübersetzungen (bei denen noch viele Überarbeitungsschritte zusätzlich zur eigentlichen Übersetzung erforderlich sind) nicht gratis erbringe. Diese Arbeit ist sehr zeitaufwendig: Zeit für Recherchen, das Sammeln von Ideen, Polieren und nochmals Polieren, mehrmaliges kritisches Lesen und nochmals Polieren und Feilen, um einen wirklich griffigen, kulturell adäquaten Zieltext zu gewährleisten. Hier soll immerhin etwas verkauft werden, und zwar möglichst viel!

Gerne helfe ich Ihnen jedoch, diesen Kunden zu gewinnen, und biete Ihnen an, den Auftrag angesichts des geschätzten Zeitaufwands von 3 Stunden zu XXX Euro zu übernehmen.

Bitte teilen Sie mir so rasch wie möglich mit, ob Sie damit einverstanden sind.

Mit freundlichen Grüßen

Ihre
YYY

Anfrage: „Kostenloser Test“ (2)

Liebe Frau Sattler,

Sie haben in letzter Zeit einige Texte für XXX bearbeitet (Broschüren) und der Kunde hat nun auch eine Reihe von Pressemitteilungen und Anzeigen finalisiert.

Einige Headlines sind sehr emotional und der Kunde ist sich unsicher, ob diese in der Übersetzung genauso wirken würden wie im englischen Original. Aus diesem Grund hat er uns gebeten, eine der Headlines als kostenlose Probeübersetzung anzufertigen.

Anbei finden Sie die zu übersetzende Headline (mit zugehörigen Visuals als PDF). Im Grunde geht es hier eher um Copywriting als um eine Übersetzung.

Könnten Sie mir bis morgen einen Übersetzungsvorschlag zuschicken?

Ich freue mich auf Ihre Rückmeldung.

Antwort: „Kostenloser Test“ (2)

Sehr geehrte Frau XXX,

vielen Dank für Ihre Anfrage. Es bleibt Ihnen selbstverständlich unbenommen, wenn Sie einem Kunden, für den wir bereits gute kreative Leistungen erbracht haben, einen kostenlosen Werbejob schenken möchten.

Ich bin jedoch Profi im Marketing- und PR-Bereich und habe bereits hinlänglich bewiesen, dass ich diese Arbeit beherrsche. Es kommt für mich daher nicht in Frage, in stundenlanger Arbeit eine griffige Headline ohne jegliches Honorar auszuarbeiten, zumal ich mehr als genug bezahlte Aufträge vorliegen habe.

Ehrlich gesagt kann ich mich nicht ganz des Eindrucks erwehren, dass der Kunde uns vielmehr dahingehend testet, ob wir wissen, was ein derartiger Auftrag bedeutet und was unsere Leistung wert ist.

Ich hoffe, Sie fassen dies nicht als überheblich auf, aber ich empfehle generell, dass kostenlose Tests tatsächlich nur kurze „Übersetzungen“ betreffen sollten, nicht Aufträge, die einen umfassenden kreativen Prozess nach sich ziehen und in jeder seriösen Werbeagentur Hunderte Euro/Dollar/Pfund kosten würde.

Gerne möchte ich Ihnen aber bei diesem Test helfen und biete Ihnen an, dies in Anbetracht des geschätzten Aufwands von xx Stunden zu einem Kostenpunkt von yy Euro zu erledigen.

Herzliche Grüße

Ihre

NNN

Anfrage: Übersetzung Firmen-Newsletter

Guten Tag, Frau Sattler,

wir haben den angehängten Text zur Übersetzung zu vergeben. Wie Sie sehen, handelt es sich um einen recht einfachen Text. Wie viel würde das kosten und bis wann könnten wir die Übersetzung haben?

Vielen Dank für Ihre rasche Rückmeldung.

Mit freundlichen Grüßen

XXX

Antwort: druckreife Übersetzung

Sehr geehrter Herr XXX,
der Text erscheint einfach, aber hinter den besten einfachen Texten steckt meist sehr viel Arbeit. Ein ganzer Prozess sogar. Auf einen einfachen Nenner gebracht erfordert dieser Auftrag zunächst eine Übersetzung und anschließend eine stilistische Überarbeitung und kulturelle Adaption in zahlreichen Schritten (ich wende dafür einen Qualitätssicherungsablauf in 10 Schritten an, den ich Ihnen auch gerne zuschicke, wenn Sie Interesse haben).

Für die Entwicklung eines ebenso griffigen Textes auf Deutsch wie auf Englisch veranschlage ich auf der Grundlage der zugesandten Dokumente einen Aufwand zwischen X und Y Stunden bei einem Stundenpreis von Z EUR.

Darin inkludiert ist auch der Zeitaufwand für die Prüfung der Druckfahnen – eine abschließende Qualitätssicherung, die ich dringend empfehle. Wird meinerseits keine Druckfreigabe erteilt, kann ich für eventuelle Fehler keine Haftung übernehmen.

Bitte geben Sie mir möglichst bald Bescheid, ob ich diesen Auftrag einplanen soll. Über eine produktive Zusammenarbeit würde ich mich sehr freuen!

Antwortempfehlungen

DBHKC

- ▶ **D**anken
- ▶ **B**egründen
- ▶ **H**elfen
- ▶ **K**osten
- ▶ **C**all to Action

Wichtige Grundlagen für kreative Textarbeit

Grundlagen für griffiges Texten

- ▶ Kenntnisse der Verbraucher-/Leserpsychologie
- ▶ Umfassendes Allgemeinwissen, Neugier auf Neues
- ▶ Gewissenhaftes Recherchieren
- ▶ Mitdenken
- ▶ Perfektionismus
- ▶ Freude am Gestalten
- ▶ Freude mit dem Endprodukt

▶ Siehe Artikel im Konferenzband

10 Tipps für griffiges Übersetzen

- ▶ Konferenzband

Fazit

Guter Stil braucht Zeit.

Nehmen Sie sich die Zeit.

Berechnen Sie diese Zeit.

Literaturempfehlungen

- ▶ Hans-Peter Förster: Texten wie ein Profi (einschl. „Wörterbücher für Texter“) (FAZ-Institut)
- ▶ Andreas Baumert: Professionell texten (dtv)
- ▶ Andreas Scharf, Bernd Schubert und Patrick Hehn: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis (Schäffer-Poeschel)
- ▶ Synonymwörterbücher (Duden, Internet)
- ▶ www.adc.de
- ▶ www.slogans.de
- ▶ www.wuv.de