Vorlage Language Style Guide für Übersetzungen

**Unternehmen/Branding**

* Leitbild, Mission
* Alleinstellungsmerkmal
* Produkte und Dienstleistungen
* Zielgruppe/Persona
* Festgelegte Schrifttypen und Unternehmensfarben
* Schreibweise und Schriftbild von Firmenname(n), Produktname(n), Claims
* Zweck/Zielsetzung der Übersetzung (je konkreter, desto besser)

**Formales und Format**

* Gewünschte Sprachvariante für die Übersetzung (Beispiel für Englisch: US, UK, AU, International)
* Formate von Daten, Maßeinheiten, Uhrzeiten
* Rechtschreibvorlieben (Bsp. -ize anstatt -ise)
* Grammatikvorgaben (Bsp. kontrahierte Verbformen ja oder nein, Oxford Comma, Einsatz des Verbmodus Subjunctive)
* Großschreibung
  + Überschriften
  + Groß- und Kleinschreibung in bulletierten Listen
* Einsatz eines bestimmten Stils (APA, Chicago Manual of Style, ...)
* Link zu Formatvorlagen

**Sprachstil und Tonalität**

* Gewünschter Sprachregister (Bsp. formell, informell / gehoben, umgangssprachlich)
* Gewünschte Tonalität (Bsp. neutral, humorvoll, kumpelhaft)

**Terminologie, Fachbegriffe und Wortwahl**

* Umgang mit Slang, Jargon und Wortneubildungen
* Wortlisten mit bevorzugten / unerwünschten Begriffen und Formulierungen (Geizen Sie nicht mit Beispielen.)
* Links zu Terminologie-Ressourcen, Wörterbüchern, Glossaren, etc.

**Tipps**

* Ein Language Style Guide kann so einfach oder so aufwendig gestaltet sein, wie Sie wollen. Fügen Sie Ihre Antworten hier ein oder entwerfen Sie ein eigenes Dokument. Ganz wie Sie wollen.
* Stellen Sie viele Beispiele und Referenzmaterialien zur Verfügung.
* Beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Ist das Korsett zu eng, erstickt der Text.
* Aktualisieren Sie Ihr Sprachleitfaden regelmäßig. Ergänzen Sie, streichen Sie, ändern Sie, was nötig ist.
* Sprachliche Vorgaben für individuelle Social-Media-Kanäle oder Medien können sich unterscheiden. So werden Sie in einer Unternehmensbroschüre anders auftreten als auf Twitter. Halten Sie auch diese kanalspezifischen Unterschiede im Style Guide fest.