

## 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 Übersetzungen (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 („is not“ oder „isn’t“, Oxford-Komma, Einsatz des Verbmodus Subjunctive)
- Großschreibung
  - Überschriften
  - Groß- und Kleinschreibung in Listen
- Einsatz eines bestimmten Stils (APA, Chicago Manual of Style, ...)
- Link zu eventuellen 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 es wollen.
- Stellen Sie viele Beispiele und Referenzmaterialien zur Verfügung.
- Beschränken Sie sich trotzdem 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 (Denken Sie an eine Unternehmensbroschüre in Vergleich zu Twitter.). Halten Sie auch diese kanalspezifischen Unterschiede im Style Guide fest.