



FALSE FRIENDS

Typische Sprachfallen im internationalen Wein-Marketing



In Ihren Produkten steckt jede Menge Wagemut, harte Arbeit und Stolz. Und all das wollen Sie auch mit Ihrer englischsprachigen Zielgruppe teilen. Doch was nützt Ihnen außergewöhnliche Qualität, wenn eine falsche Übersetzung oder eine missverständliche Wortwahl die Glaubwürdigkeit Ihrer Marke untergräbt?

Achten Sie bei Ihrem englischsprachigen Marketing auf diese False Friends - und erfahren Sie, welche Begriffe Sie stattdessen verwenden sollten.

HERB ≠ HERBAL

Hat Ihr Wein herbe Noten, beschreiben Sie ihn nicht als 'herbal'.*

Je nach Kontext, eignen sich stattdessen:

- tart
- dry
- bitter (hier ist Vorsicht geboten)

*Außer natürlich, Sie sprechen von herb-kräuterigen/pflanzlichen Noten.

LIEBLICH ≠ LOVELY

Klar, Ihre Weine sind lovely. Lieblich hat jedoch eine andere Bedeutung.

Verwenden Sie stattdessen:

- sweet
- semi-sweet
- smooth (je nach Kontext)

KÖRPERREICH ≠ CORPORAL

corporal = körperlich. Nutzen Sie stattdessen:

- full-bodied
- rich
- intense

SCHMELZ ≠ MELT

Ihre Weine schmelzen natürlich nicht wortwörtlich. Beschreiben Sie Schmelz mit Begriffen wie:

- richness
- silky texture
- rounded mouthfeel

Lost in translation?

Machen Sie der englischsprachigen Welt Ihr Angebot schmackhaft.

Jetzt Kontakt aufnehmen:

info@diweinuebersetzerin.de
diweinuebersetzerin.de



Marie Kaiser
Die Weinübersetzerin

Englische Fachübersetzerin für die Weinbranche & WSET-zertifizierte Weinexpertin