

Elisabetta Longhi

## Moorheilbäder für Italiener

### Ein linguistischer Fall

#### *Moor healing baths for Italians: A linguistic case study – Abstract*

Professional translations are vital for hotels that run websites to offer their services to international tourists. This paper deals with a case study on medical wellness and mud baths as offered by a hotel located in Upper Bavaria (Germany). It highlights the difficulties in the translation of a German website text into Italian, tracing a lexical and stylistic journey through a comparative textual analysis. The examples given show the importance of taking into account textual customs and the difficulty in finding a balance between different types of requirements, due to the hybrid nature of the source and target texts that pertain to at least three specialized languages: tourism, medicine and advertising. The task can best be fulfilled by combining computer-based corpora research with cross-cultural considerations, paying particular attention to lexical choices and stylistic features as means used to sell services while conveying values and lifestyles.

## 1 Einleitung

Die Arbeit mit Korpora gehört seit Jahrzehnten zu den etablierten Methoden der sprachwissenschaftlichen Forschung im Bereich der Lexikographie (vgl. Lemnitzer/Zinsmeister 2015; Piosik/Taborek/Woźnicka 2021) und ist demnach auch ein fester Bestandteil der Übersetzungspraxis und deren Didaktik geworden (vgl. Disanto 2009). Trotz ihrer Vorteile sind viele Anwendungsgebiete der Korpusarbeit für das Sprachenpaar Deutsch-Italienisch heute noch kaum erforscht, was auf die relativ späte Einführung dieser Untersuchungsmethode zum einen im deutschsprachigen Raum und zum anderen vor allem in der italienischen Germanistik zurückzuführen ist (vgl. Flinz/Katelhön 2019: 324–325). Darauf aufbauend soll der vorliegende Aufsatz anhand einer Fallstudie zeigen, wie sich Corpora mit anderen Formen der terminologischen Suche kombinieren lassen. Das Ziel ist die gegenseitige Ergänzung ihrer Potenziale, die aus der Notwendigkeit entsteht, mit verschiedenartigen Übersetzungsproblemen umzugehen. Die ausgewählte Textsorte des Ausgangstextes (Website eines Wellnesshotels), die an der Schnittstelle zwischen Themenbereichen und kommunikativen Funktionen steht, eröffnet Fragestellungen, die über die einzelnen Probleme lexikalischer und syntaktischer Natur hinaus stilistische, pragmatische und interkulturelle Überlegungen erfordern. Nicht zuletzt werden die Kompetenzen und Aufgaben der ÜbersetzerInnen analysiert, beziehungsweise hinter-

fragt, welche Rolle ihnen im Gewerbe zukommt. Aufgrund seiner Aktualität als erfolgreicher Dienstleistungssektor eignet sich der Medical-Wellness-Bereich gut für solche Diskussionen.

## 2 Medical Wellness

Medical Wellness ist in den letzten Jahren auch vielen Laien zu einem Begriff geworden. Er bezeichnet “die synergetische Kooperation von Medizin und Wellness, die in ihrer Kombination mehr gesundheitliche Wirkung erzielt als jedes der beiden Kompetenzfelder für sich allein” (Definition: Deutscher Wellness Verband o. J.: Stw. *Medical Wellness*). Aus diesem Konzept ist eine breite Palette an Produkt- oder Dienstleistungsangeboten entstanden, die auf Basis einer medizinischen Diagnostik den Menschen als ganzheitliches Individuum behandeln und sich zum Ziel setzen, ihn in erster Linie durch die allmähliche Änderung seines Lebensstils sowie durch persönlich abgestimmte Anwendungen zu einem nachhaltigen Zustand des körperlichen und geistigen Wohlbefindens zu bringen.

Wellnesscenter und zunehmend auch Wellnesshotels sind die Orte, wo die oben genannten Heilverfahren angewandt werden, darunter auch Moorbäder. Es handelt sich dabei um ein Heilmittel, das schon Paracelsus bei verschiedenen Erkrankungen empfahl, obwohl die ersten deutschen darauf spezialisierten Kurhäuser erst im 19. Jahrhundert eingerichtet wurden.<sup>1</sup>

Moorbäder sind im deutschsprachigen Raum sehr verbreitet, nicht jedoch – bis auf wenige Ausnahmen<sup>2</sup> – im thermenreichen Italien, so dass sie sich gut für die Erörterung der Problemstellungen eignen, die mit der Übersetzung von *Realia* einhergehen. Außerdem fand der gesamte Wellness-Sektor vonseiten der Textlinguistik und der Übersetzungswissenschaft<sup>3</sup> bisher wenig Beachtung. Diese haben sich bisweilen eher anderen Bereichen der Medizin, Freizeit und touristischen Dienstleistungen gewidmet.

Ein deutsches Hotel, das Moorbäder anbietet, bildet demnach ein Beispiel, anhand dessen der kommunikativ-pragmatische Ansatz der Translationswissenschaft in einem neuen Anwendungsbereich erprobt und insbesondere die Arbeit mit Hilfsmitteln aufgezeigt werden kann. Zu diesem Zweck wurde das Parkhotel am Soier See in Bad Bayersoien gewählt, das 2008 “zum besten Medical Wellness-Hotel im deutschsprachigen Raum gekürt” wurde (Parkhotel Bayersoien am See o. J.). Auch wenn der Schwerpunkt dieser Untersuchung auf den Webseiten rund um das Thema Moor liegt, ist vorerst ein Gesamtüberblick vonnöten, um dann eine adäquate Übersetzungsstrategie

---

<sup>1</sup> S. Lexikoneintrag *Wellness-Hotels & Resorts* (2021: Stw. *Moorbad*).

<sup>2</sup> Gerade solche Ausnahmen, die im Folgenden angesprochen werden, sind für die terminologische Suche sehr nützlich und bilden daher im Abschnitt 5.1 die Grundlage für eine kleine Sammlung von Paralleltexten.

<sup>3</sup> Das von Peter Sandrini herausgegebene Glossar (2009) stellt eher eine Ausnahme dar.

zu entwickeln und näher auf einige terminologische und stilistische Fragestellungen einzugehen.

### 3 Der Webauftritt eines Wellnesshotels: textlinguistische Überlegungen

Wie nunmehr die meisten Unternehmen verfügen auch viele Beherbergungsbetriebe heutzutage über eine Webpräsenz, die es ihnen ermöglicht, potenzielle Kunden weltweit zu erreichen. Eine solche Webpräsenz beschränkt sich in der Regel nicht auf die Kopräsenz mit anderen Betrieben in von Dritten verwalteten Verzeichnissen, die im Internet zugänglich sind. Viel öfter umfasst der Webauftritt mehrere Webseiten, die ihrerseits aus unterschiedlichen Webinhalten und digitalen Assets bestehen und verschiedene Themenbereiche abdecken (vgl. Sandrini 2005: 211–212).

Trotz der großen Vielfalt an Umfang und Layouts dienen alle Unternehmenswebauftritte zur Vorstellung des jeweiligen Betriebs, weswegen sie alle Basisinformationen wie Namen, Anschrift, Kontaktdaten erteilen und noch dazu in unterschiedlichem Ausmaß weitere Auskünfte über die Geschichte der Firma, die angebotenen Produkte und vieles mehr geben, die mit Links, Bildern und eventuell Videos versehen sind. Wenn vorhanden, erstattet ein eigens dazu bestimmter Raum Online-Transaktionen (vgl. Sandrini 2005: 212).

Die soeben skizzierten Grundzüge treffen auch für Hotels als in der Tourismusbranche tätige Unternehmen zu, die statt Produkten im Sinne von materiellen Gegenständen Dienstleistungen verkaufen und sie oft direkt über ihre Website buchen lassen. Makrostrukturell ist der Webauftritt eines Hotels in Sektionen gegliedert, die vor dem Antritt der Reise zur Planung des Aufenthaltes selektiv und nicht linear (vgl. Rehm 2005: 74–75) rezipiert werden, und fungiert in mancher Hinsicht als Reiseführer (vgl. hierzu Fandrych/Thurmair 2011b: 53–54), denn er beinhaltet gelegentlich Orientierungstexte, anhand deren sich die potenziellen Touristen einen ersten Überblick über die Umgebung und die dazugehörigen Sehenswürdigkeiten verschaffen können. So ist es auch im Fall vom Parkhotel am Soier See, das auf seiner Homepage die angesprochenen Themenbereiche sehr übersichtlich in folgende 8 Sektionen unterteilt: *Hotel*, *Angebote*, *Kulinarik*, *Veranstaltungen*, *Gesundheit*, *Wellness & Spa*, *Umgebung*, *Afrika* (s. Abbildung 1).

Einige Bestandteile der zitierten Inhaltsübersicht sind prototypisch für diese Hypertextsorte<sup>4</sup> (*Hotel*, *Angebote*, *Kulinarik*), andere fakultativ, aber wie schon angemerkt bisweilen vorhanden (*Umgebung*, *Veranstaltungen*), während die Sektion *Afrika* eine Besonderheit des Hotels darstellt und deshalb in kaum einem anderen Exemplar dieser Textsorte zu erwarten ist.

---

<sup>4</sup> Zum Begriff der Hypertextsorte vgl. Jakobs (2003: 233), Rehm (2005: 254) und Sandrini (2008: 222).

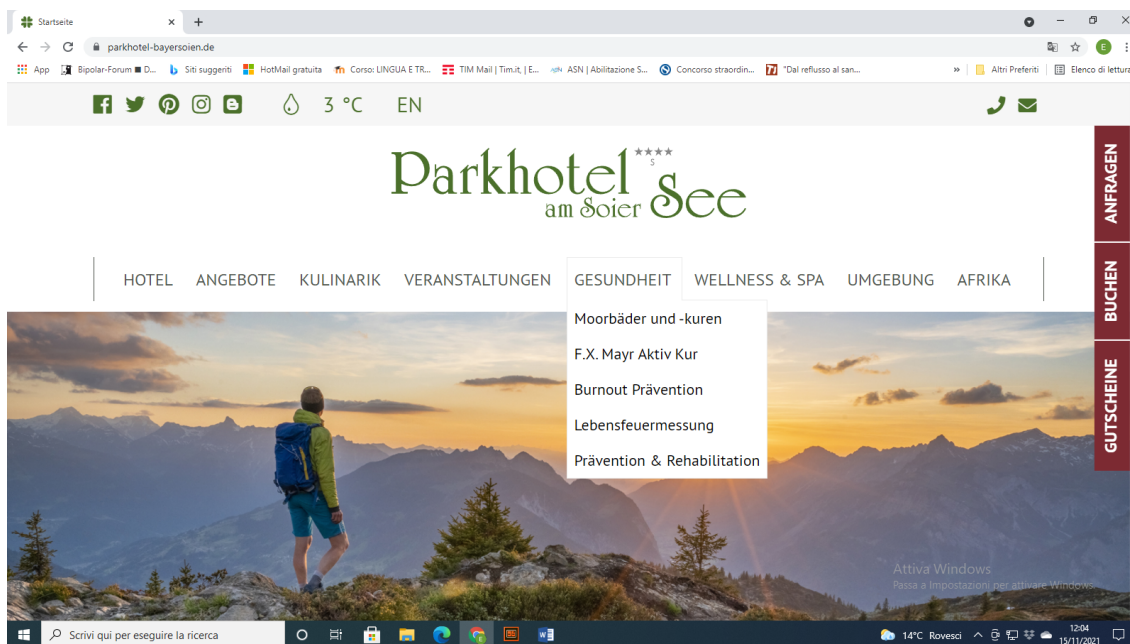


Abb. 1: Homepage des Parkhotels am Soier See

Von besonderem Interesse für das Thema Medical Wellness sind die Inhaltsgruppen *Gesundheit* und *Wellness & Spa*, deren Zweispaltung zu trennen scheint, was im Begriff vereint ist: einerseits das Heilen, andererseits das Wohlbefinden bzw. Vergnügen. Zu der Inhaltsgruppe *Wellness & Spa* gehören die Dienstleistungsbereiche *Day Spa*, *Beauty & Massagen*, *Vitalquell* und *Amani Spa*, während *Moorbäder und -kuren* zusammen mit *F. X. Mayr Aktiv Kur*, *Burnout Prävention*, *Lebensfeurmessung*, *Prävention & Rehabilitation* unter die Kategorie *Gesundheit* fallen. Der Teilbereich *Moorbäder und -kuren* scheint also eher medizinisch ausgerichtet zu sein und die Adressaten der Kategorie *Gesundheit* werden offensichtlich mehr als Patienten denn als Touristen angesehen. Schon die Bezeichnungen der aufgelisteten Unterkategorien sprechen für diesen Schluss, weil die Lexeme “Kur”, “Prävention”, “Burnout” und “Rehabilitation” entschieden zum Fachwortschatz der Medizin gehören und das Grundwort “-Messung” nach objektiver Sachlichkeit klingt.

Die Unterkategorien der Inhaltsgruppe *Wellness & Spa* weisen hingegen auf Orte und Zeiten, d. h. Nutzungsbedingungen der angebotenen Freizeitaktivitäten hin, damit die Interessierten wählen können, wofür sie genug Zeit haben. Der exotisch klingende Name “Amani”, das Adjektiv “vital” und das englische Wort “Beauty” wirken sehr appellierend, übrigens ist auch *Wellness* ein modisches Neulexem, das Anfang der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts als Lehnwort aus dem Englischen entstand und “häufig in Verbindung mit *Fitness* oder *Beauty* verwendet” wird (Herberg/Kinne/Steffens 2004: 375).

Obwohl sich der Webaufttritt eines Kurhotels noch nicht als Textsorte herauskristallisiert hat (vgl. Antelmi 2007/2009: 192), erweist er sich schon an der Analyse der Makrostruktur als eine Mischform, die an der Schnittstelle zwischen Werbung, Tourismus

und Medizin bzw. Naturheilkunde steht und folglich die Züge all dieser Sachbereiche trägt. Die gewerbliche Tätigkeit und deren Marketing stützen sich auf die Mitteilung von Prozessverfahren und auf die Beschreibung von Heilanzeigen und -wirkungen, die den Kunden bzw. Patienten nahezubringen sind, um sie letztendlich zu überzeugen, die jeweiligen Anwendungen zu probieren, z. B. Moorheilbäder zu nehmen.

Die Beschreibung der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen ist nach Sandrini (2012: 457) der Teilbereich eines Unternehmenswebauftritts, „wo sich Fachlichkeit am deutlichsten zeigt“, denn im Webauftritt „weisen bestimmte Teile eindeutig fachliche Merkmale auf, andere kaum oder überhaupt nicht“ (Sandrini 2012: 456). Auch innerhalb eines Teilbereiches, z. B. in der Beschreibung verschiedener Dienstleistungen, können Schwankungen im Fachlichkeitsgrad beobachtet werden, wie das Parkhotel am Soier See beweist. Hinzu kommt wie gesagt das Koexistieren unterschiedlicher Fächer, welches das Erfassen der Unterschiede in Ton und Stil noch komplexer macht.

Als Leitfaden für die übersetzungsrelevante Textanalyse kann der hybride Charakter des Ausgangstextes gelten, der sogar als textsortenkonstitutiv zu betrachten ist. Inwieweit dies auch in italienischen Paralleltexten der Fall ist, wird eine interlinguale Untersuchung feststellen, die vor dem Hintergrund des gemeinsamen Handlungskontextes auf die Spezifika einzugehen und somit die Erwartungen der Adressaten zu ermitteln versucht.

#### **4 Voraussetzungen einer zielorientierten Übersetzung**

Die sprachlich-kommunikative Lokalisierung der Webseiten des Parkhotels für italienische Touristen stößt zunächst auf tief verwurzelte Stereotypen vonseiten vieler Italiener, die Italien als Reiseziel von deutschen Touristen ansehen und nicht umgekehrt. Dass sich Italien traditionsmäßig immer noch einer großen Beliebtheit bei deutschen Touristen erfreut, ist unumstritten,<sup>5</sup> darf aber nicht vergessen lassen, dass Deutschland als Urlaubsort laut Statistiken mehr und mehr Attraktivität bei ItalienerInnen besitzt, die sich auch gerne in deutschen Wellnesshotels erholen.<sup>6</sup>

Fest steht allerdings, dass Italien über eine Vielfalt an Wellnessangeboten verfügt. Es bleibt also die Frage offen, warum manche italienischen Touristen ins Ausland fahren, statt die heimischen Angebote zu nutzen, mit anderen Worten was sie von einem Wellnessaufenthalt in Bayern erwarten. Der Entwurf einer adäquaten Übersetzungsstrategie soll von dieser grundlegenden Frage pragmatischer Art ausgehen, bevor einzelne Übersetzungsoptionen erwogen werden, die schon vorhandene Beweggründe verstärken und/oder neue Motivationen schaffen werden.

---

<sup>5</sup> Deutschland steht mit einem Anteil von 12,38 Prozent an erster Stelle in der „Anzahl der Ankünfte internationaler Touristen in Italien in den Jahren 2019 und 2020 nach ausgewählten Herkunftsländern“, vgl. Statista (o. J.).

<sup>6</sup> Nach Angabe des Ente Nazionale Germanico per il Turismo mit Sitz in Mailand, vgl. Bocchino (2011).

Es ist anzunehmen, dass Mooranwendungen als deutsches Spezifikum empfunden werden und daher potenzielle Kunden aus Italien anziehen. Gerade die Neuheit der Dienstleistung wäre in dieser Hinsicht ein entscheidender “Erfolgsfaktor der Differenzierung” (Pikkemaat/Weiermair 2006: 13) im Vergleich zu inländischen Angeboten, unter denen das Moor kaum zu finden ist (siehe weiter unten). Andererseits soll das Ausgangskulturelle Spezifikum den Zieltextlesern nahegebracht werden, um (aus linguistischer Perspektive) die informative und appellative Wirkung der Zieltexte zu gewährleisten (vgl. Kaunzner 2015: 77), anders gesagt um (wirtschaftlich ausgedrückt) das medizintouristische Angebot attraktiv zu machen. Die sprachlich-kulturellen Anpassungen an die Zielkultur, die zu diesem Zweck erforderlich sind, umfassen nicht zuletzt die textsortenspezifischen Floskeln und Wendungen (vgl. Kaunzner 2015: 77–80), zudem der Wellness-tourismus wie oben gesagt auch in der Zielkultur gut vertreten ist.

Rege Neugierde für das Fremde und gelassene Vertrautheit mit dem Bekannten sind die entgegengesetzten Pole, die aus der Analyse der pragmatischen Rezeptionsbedingungen hervorgehen und somit die Erfordernisse an die Übersetzung bestimmen. Im Folgenden wird eine Kompromisslösung vorgeschlagen, die aus der Sicht der Empfänger Neues und Altes kombiniert, ihnen sozusagen das Neue im alten Gewand präsentiert: Moor in richtig italienischer Wellnesssprache. Wie dieses Ziel angestrebt wird, erörtert die nachstehende Diskussion anhand von ausgewählten Beispielen. Ausgangs- und Zieltext sind dann im Anhang zu finden.

## **5 Moor im Spannungsfeld zwischen touristischer Werbung und medizinischem Infoblatt**

Die Argumentation erfolgt in fünf Schritten. Zunächst wird das Übersetzungsproblem der Realienbezeichnung Moor besprochen (Abschnitt 5.1). Anschließend klären einige lexikalische Fragen das Verhältnis zwischen Metaphorik und Vermittlung der kulturbedingten Wertvorstellungen (Abschnitt 5.2), wobei klar wird, dass – darauf beruhend – die Übersetzungstätigkeit einen Kulturtransfer versucht, der auch die sprachlichen Gepflogenheiten der betreffenden Textsorte involviert. Solche Gepflogenheiten werden am Beispiel der zwei Prinzipien (Vergnügen und Heilen) besprochen, die der Medical Wellness innewohnen (Abschnitte 5.3 und 5.4). An der Schwelle zwischen der Übermittlung von Heilverfahren und der direkten Ansprache von erholungsbedürftigen Kunden stehen auch die Verbformen, die eine überdurchschnittliche Anzahl von Passiven und Imperativen aufweisen (Abschnitt 5.5). Die Auseinandersetzung mit all diesen Aspekten bedient sich unterschiedlicher übersetzerischer Hilfsmittel zum Verfassen eines stilistisch angemessenen Zieltextes.

### **5.1 Moor**

Das Nachschlagen des Lemmas Moor im zweisprachigen Wörterbuch Deutsch-Italienisch ergibt die Übersetzungen ‘palude’ und ‘brughiera’ (Hochmoor) (Giacoma/Kolb 2001: 669), die aber als Landschaftsbezeichnungen nicht zum Kontext passen. Der medizinisch

angewandte Rohstoff findet erst beim Kompositum *Moorbad* Berücksichtigung, das mit ‘bagno di fango, fanghi’ (a.a.O.) übersetzt wird, wobei ‘Schlammbad’ in Klammern als Synonym<sup>7</sup> erscheint. Wenn *Moor* mit ‘fango’ übersetzt wird, finden die italienischen Adressaten zwar eine Anknüpfung ans Bekannte (Fangokuren in vielen Thermalbädern Italiens), die es ihnen ermöglicht, sofort zu verstehen, wovon die Rede ist, jedoch geht die Eigenart der deutschen Kur sprachlich verloren. Eigentlich ist *Moor* nicht mit Schlamm und noch weniger mit Fango gleichzusetzen: Letzterer ist ein fein gemahlenes und mit Feuchtigkeit versetztes Gestein vulkanischer Herkunft (Duden 2021: Stw. *Fango*), während *Moor* in den gleichnamigen Gebieten gestochen wird und aus der dortigen Erde sowie den darin enthaltenen Pflanzenteilen besteht. Bei *Schlamm* handelt es sich eher um die Beschaffenheit als um die Substanz und sowohl Fango als auch *Moor* können in dieser Form verwendet werden (Duden 2021: Stw. *Schlamm*).

Da die genannten Lösungen unbefriedigend sind, wird die Suche mithilfe von Vergleichs-, Background- und Paralleltexten (vgl. Nord 2010: 99–100) fortgesetzt. Vergleichstexte sind im vorliegenden Fall authentische italienische Gebrauchstexte über das *Moor*, die in den medizintouristischen Bereich hineingehören, jedoch keine Webauftritte von Hotels sind; Beispiele dafür sind Internetportale der Branche. Mit Backgroundtexten sind hier ausgangs- und zielsprachliche Texte mit Hintergrundinformationen zum *Moor* außerhalb des Tourismussektors gemeint; dazu werden auch Beschreibungen zur Wirkung von Moorkosmetika zum häuslichen Gebrauch gezählt. Die äußerst wenigen Paralleltexte, die für unsere Fallstudie vorliegen, sind Webauftritte von italienischen Wellnesshotels, die auf Mooranwendungen spezialisiert sind oder unter anderem solche Anwendungen anbieten. Im Anhang findet sich eine durchnummerierte Auswahl der zu Hilfe genommenen Texte, die im Laufe des Artikels nach ihrer Nummer zitiert werden.

Die terminologische Suche anhand von Hilfstexten ergibt weit mehr Übersetzungsoptionen als die Suche in Wörterbüchern, wie die nächsten Beispiele veranschaulichen sollen. Das erste ist das Wellness-Internetportal SpaDreams (vgl. 2.2) in italienischer Sprache, das eine ganze Sektion über deutsche Thermalbäder (“Terme in Germania”) beinhaltet. Diese werden nach ihren Eigenarten klassifiziert und darunter findet man auch die “Terme alla torba”. “Torba” ist nichts Anderes als Torf, ein Wort, das im Ausgangstext vom Parkhotel tatsächlich vorkommt und für das schon gestochene, aber noch zu verarbeitende *Moor* steht. Als Bezeichnung für den Stoff ist Torf ein Synonym von *Moor* (Duden 2021: Stw. *Moor*) und hat im Italienischen eben die Entsprechung “torba”.

Als Übersetzungsoptionen stehen schließlich viele Möglichkeiten zur Verfügung, unter denen nun die passendste auszuwählen ist. Eine einfache Google-Recherche bestätigt, dass sich in der Zielsprache keine einheitliche Übersetzung für *Moor* bzw. *Moorbad* durchgesetzt hat. Das belegen gleichfalls die Schwankungen im Präpositions-

---

<sup>7</sup> So ist es auch bei Sandrini (2009: 52).

gebrauch,<sup>8</sup> die aus der folgenden Tabelle ersichtlich sind und bei näherer Betrachtung auch im selben Text vorkommen.

italienische Bezeichnungen für Moorbad/Moorbäder	Anzahl der Google-Treffer
bagno/i di fango	63.500 im Singular, 107.000 im Plural
bagno/i di fango Moor	7 im Singular, 1 im Plural
bagno/i di torba	13.200 im Singular, 41.300 im Plural
bagno/i di torba Moor	6 im Singular, 0 im Plural
bagno/i alla torba	292 im Singular, 3 im Plural
bagno/i torboso	47 im Singular, 5 im Plural
bagno/i Moor	512 im Singular, 5 im Plural
bagno/i di Moor	6 im Singular, 6 im Plural
bagno/i al Moor	7 im Singular, 3 im Plural
bagno/i con il Moor	1 im Singular, 2 im Plural

Tab. 1: Frequenzraten für jeweilige Übersetzungslösungen

Abgesehen von der quantitativen Erfassung der Resultate sind qualitative Betrachtungen erforderlich. “Bagno/i di fango” bezieht sich nicht unbedingt auf Moorbäder, sondern viel häufiger auf Fangoanwendungen, die mit Moor wenig zu tun haben (s. oben), und so erklärt sich auch die allerhöchste Frequenzrate dieser Bezeichnung. Wenn man Moor hinzufügt, ist die Referenz viel klarer, aber “fango” und “Moor” stehen gewissermaßen im Widerspruch zueinander und das Ganze zusammen wirkt überdies etwas langwierig, zudem das Lexem und seine Übersetzung mehrmals im Ausgangs- und Zieltext vorkommen.

Wenn “Moor” allein und unübersetzt bleibt, wird dies im italienischen Text sozusagen zu einem Eigennamen, quasi einem ‘Brand’,<sup>9</sup> aber es fällt dem anvisierten Publikum wahrscheinlich schwer, die so erzeugte ‘Marke’ mit einem Produkt zu assoziieren. Es ist sicherlich kein Zufall, dass dem unverständlichen deutschen Wort in vielen Backgroundtexten eine Erläuterung folgt oder vorangeht (im Einzelfall auch beides kombiniert),<sup>10</sup> wie dies übrigens in der populärwissenschaftlichen Vermittlung von medizinischen Fachtermini üblich ist (vgl. Magris 2009). Die genannten Backgroundtexte sind in der Tat

<sup>8</sup> Die Umschreibung mit Hilfe von Präpositionen ist bekanntlich die häufigste Übersetzung von deutschen Komposita ins Italienische (s. unter anderem Ponti/Margari/Costa 1999: 153). Es ist weitaus weniger eindeutig, wie die jeweilige Präposition ausgewählt wird.

<sup>9</sup> Zur Rolle des Branding im Tourismusbereich vgl. Candelo (2009) und Boyer und Viallon (2000), die ausdrücklich auf die Wichtigkeit des Namens bzw. der Namensgebung hinweisen (Boyer/Viallon 2000: 88).

<sup>10</sup> Beispielsweise: “Oggi vorrei parlarvi di un utile aiuto naturale che serve a levigare e drenare la nostra pelle: il Moor. [...] Ma cos’è il Moor? Nientemeno che la torba che si deposita in alcuni particolari giacimenti [...]” (Text 3.1); “Ti consigliamo quindi di provare i bagni di Moor: è un particolare tipo di torba alpina ricca di principi riattivanti macerati per migliaia di anni nel sottosuolo [...]” (Text 3.2); “Il Moor è una preziosa miscela di sostanze organiche [...]” (Text 3.6); “In parafarmacia e nelle erboristerie si può trovare il Moor, agglomerato di muschi, foglie e radici decomposte, ricco di silice, zinco, ferro, resine” (Text 3.4).

laiengerechte Texte medizinischen Inhalts, in denen die Darstellungsfunktion vorherrscht und “Moor” nicht als Brand konzipiert wird.

Der Einschub von derartigen Erklärungen ist im Fall des Parkhotels sowieso auszuschließen, wenn die Länge der Texte mehr oder weniger erhalten bleiben soll. Der Zieltext darf weder unverständlich noch der Informativität halber zu weitschweifig werden, denn das Bild-Text-Verhältnis zeigt deutlich, dass der Kerntext, verglichen mit den beeindruckend großen Bildern, relativ knapp ist.

In der deutschen Version der Website können die Empfänger, die sich mehr Auskünfte über das Moor (Herkunft, Verarbeitung, Beschaffenheit etc.) wünschen, die verlinkte, über 20 Seiten umfassende “Moor-Fibel. Moor erleben und genießen” lesen (Parkhotel Bayersoien am See o. J.).<sup>11</sup> Eine Übersetzung der “Moor-Fibel” wäre erforderlich, um diese zusätzliche Informationsmöglichkeit ebenfalls in der italienischen Version zur Verfügung zu stellen. Wenn die Details einfach per Link zugänglich sind, können die verlinkenden Seiten mit weniger Erklärungen auskommen.

Auf der Suche nach einer Lösung, die Verständlichkeit, Informativität, Knappheit und Unverwechselbarkeit unter einen Hut bringt, bleibt in übersetzerischer Hinsicht nur noch das Substantiv “torba” zu besprechen, das zwar semantisch eindeutig ist – in dem Sinne, dass es sich nicht mit dem typisch italienischen “fango” verwechseln lässt – aber etwas abschätzig zu klingen riskiert. In der Treccani-Definition ist “torba” nur der als Brennstoff verwendete Torf, ohne Anklänge an verschiedene Anwendungsmöglichkeiten im medizinischen Bereich (Treccani 2021: Stw. *torba*). Unter “bagno di torba” findet man in den abgerufenen Backgroundtexten auch die Verwendung von Torf als Düngemittel im Gartenbau. Bedenken erregt auch die Tatsache, dass die Wahl von “torba” im Zieltext die Unterscheidung zwischen “Torf” und “Moor” im Ausgangstext unter den Tisch fallen ließe. Es liegt nahe, dass keine der in Erwägung gezogenen Lösungen optimal ist. Im Zweifel erweist sich als ausschlaggebend, dass die gefundenen Paralleltex te allesamt das Substantiv “torba” bzw. das davon abgeleitete Adjektiv “torboso” vorziehen:

Hotel Plunhof in Südtirol > *impacco alla torba* (1.1)

Hotel Caesius am Gardasee > *bagno di torba* (1.2)

Parc Hotel am Kalterer See in Südtirol > *impacco alla torba* (1.3)

Hotel Undulna in der Toskana > *bagno torboso* (1.4)

Es ist anzumerken, dass das Hotel Plunhof und das Parc Hotel nur Moorpackungen nennen, weil sie keine Moorbäder anbieten, während das Hotel Caesius und das Hotel Undulna von Moorbädern sprechen, obwohl das Moor bei ihnen bloß als Badewasserzusatz eingesetzt oder auf die Haut aufgetragen wird: Es wird nicht wirklich im Moor gebadet wie auf den Fotos des Parkhotels. Obwohl die Anwendungen nicht exakt gleich

---

<sup>11</sup> Die Möglichkeit für alle Interessenten und Fachkundigen, die sich eine Vertiefung wünschen, jederzeit professionelle Fachseiten abrufen können, die ebenfalls im Internet zugänglich sind und häufig auch verlinkt werden, ist übrigens ein bemerkenswertes Charakteristikum der webbasierten Popularisierung von wissenschaftlichen Inhalten (vgl. Soffritti 2004: 228).

sind, erscheint die im Hotel Undulna geläufige Bezeichnung “bagno torboso” als die passendste Übersetzung für die echten Moorbäder, die im Parkhotel am Soier See genommen werden können. Bei “bagno torboso” ist jegliche Verwechslung mit einem “bagno di torba” anderer Art (Düngemittel etc.) auszuschließen, und angesichts seiner niedrigen Frequenzrate hat der Ausdruck nicht zuletzt den Vorteil, dass er gewissermaßen neu klingt, wie es auch die Moorbäder sind.

## 5.2 Metaphorik und Wertvorstellungen

Der Zugriff auf Hilfstexte ermöglicht es, über “Moor” hinaus andere lexikalische Fragestellungen besser zu ergründen als nur durch die Arbeit mit Wörterbüchern. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn nicht die denotative Bedeutung gemeint ist, sondern eine übertragene, die nur in Texten zum Vorschein kommt. Der Ausgangstext enthält eine Metapher, die nicht wörtlich übersetzt werden kann: Das im Parkhotel verwendete Moor wird in Anführungszeichen “schwarze Daune” genannt, wie es in der Gegend von Tradition her üblich ist. Eine Internetrecherche in Backgroundtexten ergibt viele Belege, aus denen klar wird, dass nicht das Moor im Allgemeinen, sondern typischerweise das Moor aus den Ammergauer Alpen so bezeichnet wird (vgl. Texte 3.10, 3.11, 3.12, 3.14 und 3.15). Einer dieser Vergleichstexte gibt folgende Erklärung ab: “Das alpine Bergkiefernmoor aus den Moorkurorten Bad Kohlgrub und Bad Bayersoien trägt den Beinamen ‘schwarze Daune der Natur’, denn in einem Moorbad schwebt der Körper und die Gelenke werden entlastet” (Text 3.10).

Obwohl dieses Vorwissen wahrscheinlich nicht bei allen ÜbersetzerInnen automatisch aktiviert wird, kann die kulturbedingte Wissenslücke ohnehin durch eine gezielte Rechercharbeit gefüllt werden, was allerdings nicht auf die Zieltextrezipienten zutrifft, die mit “piuma nera” im Italienischen nichts anfangen könnten. Möglicherweise soll eine entsprechende Metapher in der Zielsprache gefunden werden, wozu nicht zuletzt Paralleltexte beitragen können: Im Webauftritt des Hotels Undulna befindet sich nämlich eine Metapher mit demselben Bezugsobjekt wie “schwarze Daune”, und zwar “oro nero”. In der Literatur zur touristischen Kommunikation in der Versilia findet man wieder diesen Beinamen in Bezug auf die “torba” aus dem Massaciuccoli-See, die im Hotel Undulna medizinisch eingesetzt wird (Tagliabue 2003: 22).

Aus einer Internetsuche geht hervor, dass die Metapher “oro nero” gelegentlich auch auf das Moor der Thermalbäder Bayerns<sup>12</sup> und Finnlands<sup>13</sup> sowie auf das Moor als Zutat von Kosmetikprodukten<sup>14</sup> hindeutet. Diese Belege beweisen, dass sich die Metapher “oro nero” in der Fachsprache der Wellnessbranche mit einer anderen Bedeutung durchgesetzt hat als in der italienischen Standardsprache, in der sie lexikalisiert für das

---

<sup>12</sup> “Il fango: l’oro nero per bellezza, benessere e salute” (Text 2.7).

<sup>13</sup> “Un rimedio di bellezza per eccellenza è **la torba**, l’oro nero della Finlandia” (Text 2.6).

<sup>14</sup> “La torba, lo ricordiamo, è un **fango oligominerale** ricco di vitamine, sali minerali, enzimi, acidi umici e macromolecole complesse. Questa sostanza organica è considerata a buon diritto una sorta di **oro nero** in campo cosmetico” (Text 3.7).

Erdöl (De Mauro o. J.: Stw. *oro nero*) und nicht lexikalisiert für den Brennstoff Torf<sup>15</sup> steht. Die Auseinandersetzung mit dem Übersetzungsproblem der Metapher eröffnet Einblicke in die Kulturspezifik, die weiter hinausreichen als die Findung der Lösung “oro nero”. Während die Angabe der Farbe Schwarz sowohl in der Ausgangs- als auch in der Zielkultur selbstverständlich ist, ist es viel weniger klar, wieso das Moor im deutschsprachigen Raum mit einer Daune und im italienischen mit Gold verglichen wird.

Der Grundgedanke, “daß Metaphern (Wert-)Vorstellungen transportieren, die nicht unbedingt auf der rationalen Ebene angesiedelt sind” (Polzin 1999: 211), findet eine Bestätigung, wenn der Blick auf den Kotext erweitert wird. Eine Daune ist sehr leicht und das Wortfeld der Leichtigkeit kehrt im Ausgangstext ebenfalls in anderen Lexemen bzw. Lexemkombinationen wieder: “Schweben”, “Leichtigkeit des Seins”, “Schwereelosigkeit” und “entlastet”. Es entsteht dadurch eine Opposition zwischen den entgegengesetzten Polaritäten der alltäglichen Schwere (vgl. Wöhler 2000/2001: 29–37) und der wiedergefundenen Leichtigkeit im Wellness-Bereich, in einer “Gegenwelt in Bezug auf den Alltag, in Bezug auf die Welt, die einen tagtäglich umgibt” (Ehlich 2013: 15). Die wieder gefundene Leichtigkeit macht eben das besondere Reisevergnügen der Moorbäder aus.

Eine korpusbasierte Untersuchung zeigt deutlich, dass dieses Wortfeld der Leichtigkeit kein auf das Parkhotel beschränkter Einzelfall ist. Wenn das 4.998 Tokens umfassende Korpus aus den Texten 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 3.14, 3.15 (Moor-Backgroundtexte genannt) mittels Sketch Engine durchgesucht wird, tritt deutlich zutage, dass die obigen Schlüsselwörter im Prozentsatz viel häufiger vorkommen als im nicht themenspezifischen German Web 2018 (deTenTen18) mit 6.382.147.542 Tokens. Dazwischen platziert sich ein eigens dazu gedachtes Webkorpus mit 21.421 Tokens (Moor-Wellness genannt), das mittels Sketch Engine durch die Angabe der Stichwörter Moor, Wellness und Bad erstellt wurde (s. Tabelle 2 unten).

	Moor-Backgroundtexte	Moor-Wellness	German Web 2018 (deTenTen 18)
Schwereelosigkeit	0,04 %	0,0047 %	0,000081 %
schwereelos	0,04 %	0,0047 %	0,000076 %
Leichtigkeit	0,02 %	0,0047 %	0,00076 %
entlasten	0,12 %	0,0047 %	0,0012 %
schweben	0,06 %	0,0047 %	0,001 %

Tab. 2: Relative Häufigkeit in Prozent in deutschen Korpora (Wortfeld der Leichtigkeit)

Wenn dasselbe Verfahren in der Zielsprache angewendet wird, fallen die Resultate anders aus, denn die entsprechenden Lexeme “leggerezza”, “leggero”, “fluttuare”, “scaricare” sind im nicht themenspezifischen Italian Web 2016 (itTenTen 16) mit

<sup>15</sup> “È la torba il vero ‘oro nero’ della Lettonia (a parte la produzione di legno delle sterminate foreste lettoni, vero motore trainante delle esportazioni). L’anno scorso il paese baltico ne ha prodotto una quantità record, quasi un milione di tonnellate, ma in realtà senza riuscire a sfruttarne le grandi potenzialità energetiche” (Text 3.8).

5.864.495.700 Tokens nicht deutlich seltener als in den themenbezogenen Korpora, die in der folgenden Tabelle jeweils Moor-testi (18.222 Tokens) und fango-wellness (24.508 Tokens) genannt werden: Der erste besteht aus den Texten 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8, 2.9, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7 und der zweite wurde durch die Eingabe der Stichwörter fango, wellness, bagno in Sketch Engine erstellt.

	Moor-testi	fango-wellness	Italian Web 2016 (itTenTen 16)
leggerezza	0 %	0,012 %	0,0012 %
leggero	0,016 %	0,012 %	0,0083 %
scaricare	0 %	0,0041 %	0,0072 %
fluttuare	0 %	0 %	0,00016 %

Tab. 3: Relative Häufigkeit in Prozent in italienischen Korpora (Wortfeld der Leichtigkeit)

Die italienische Wellness-Kommunikation setzt offenkundig auf andere Wertvorstellungen als das Leichtigkeitsgefühl, das in seinen seltenen Okkurrenzen nur auf einen Körperteil (die Beine) statt auf den ganzen Körper bezogen wird, wie im folgenden Beispiel aus dem Webaufttritt der GB Hotels in Abano Terme: “una sensazione percepibile di gambe leggere” (Text 1.5).

In den Vordergrund treten vor allem die Komponenten der Exklusivität und Kostbarkeit, die z. B. in der Darstellung des Hotels Villa Undulna durch die Wörter “particolare”, “unico” (mitunter “unico nel suo genere”), “esclusivo” bzw. “esclusivamente”, “prezioso” (auch im Superlativ “preziosissimo”) evoziert werden. Auch die Metapher “oro nero” weckt solche Assoziationen und ruft die Vorstellung eines exklusiven VIP-Ambientes hervor. Um diese Beobachtung auf der Grundlage der erstellten Korpora zu prüfen, werden die Wörter darin recherchiert.

	Moor-testi	fango-wellness	Italian Web 2016 (itTenTen 16)
particolare	0,077 %	0,057 %	0,044 %
esclusivo	0,038 %	0,016 %	0,0047 %
esclusivamente	0,016 %	0,0082 %	0,0061 %
prezioso	0,066 %	0,045 %	0,007 %

Tab. 4: Relative Häufigkeit in Prozent in italienischen Korpora (Wortfelder der Exklusivität und Kostbarkeit)

Die Wortrekurrenzen der Lemmata speziell, exklusiv, kostbar in den themenspezifischen deutschen Korpora sind verhältnismäßig etwas niedriger (Tab. 5).

	Moor- Backgroundtexte	Moor-Wellness	German Web 2018 (deTenTen 18)
speziell	0,06 %	0,014 %	0,014 %
exklusiv	0 %	0,0047 %	0,0032 %
kostbar	0 %	0,0093 %	0,00082 %

Tab. 5: Relative Häufigkeit in Prozent in deutschen Korpora (Wortfelder der Exklusivität und Kostbarkeit)

Was für die eine Zielgruppe attraktiv ist, kann für die andere nicht besonders appellierend wirken, wie die Analyse der Metapher und der damit verbundenen Wortfelder ans Licht gebracht hat. Bei Funktionskonstanz zwischen dem Ausgangs- und dem Zieltext versucht der letztere, durch die geänderte Metapher sowie durch die Hervorhebung der Adjektive “speciali” und “unici” durch die chiastische Stellung in der Nominalphrase “speciali rituali alla torba assolutamente unici” die Exklusivität und Kostbarkeit der beschriebenen Wellnessanwendungen hervorzuheben. Andere Änderungen werden in der Realisierung des sogenannten ‘Pleasure Principle’ vorgenommen.

### 5.3 Pleasure Principle

Auf der Website des Wellnessverbandes heißt es: “Als Teil des Wellnesskonzeptes erwies sich das ‘Pleasure Principle’ in der Ansprache der relevanten Zielgruppen als erfolgreich und überlegen gegenüber anderen Ansätzen der Verhaltensmodifikation” (Deutscher Wellness Verband o. J.: Stw. *Medical Wellness*). Kurz gesagt: Was sich angenehm anfühlt, besitzt eine innere Überzeugungskraft. Darauf stützt sich die konative Strategie der medizintouristischen Werbung, denn es genügt offensichtlich nicht, die gesundheitsfördernde Wirkung der Moorbäder sachlich darzulegen, um die Patienten/ Touristen anzulocken.

Wenn der Kurort zur “Erlebnis-Destination” (Dobschütz 2000/2001) wird, wundert nicht, dass *erleben, entdecken, erfahren, entspannen, spüren, genießen, sich verwöhnen (lassen)* rekurrierende Verben (oft im Imperativ gebraucht) im medizintouristischen Diskurs sind. Einige davon (*erleben, entdecken, erfahren*) und die entsprechenden Substantive sind paradigmatisch für die Tourismus-Kommunikation schlechthin, nicht nur im Wellness-Bereich, und besonders häufig im deutschsprachigen Raum. *Erlebnis* zählt nach Coletsos (2006: 93) zu den Schlüsselwörtern der deutschen Sprache und ist laut Schober (1975) das eigentliche Urlaubsziel (vgl. auch Schober 1993): Alles dreht sich um das ersehnte Erlebnis, das im Wellness-Bereich in erster Linie ein “biotisches Erleben” ist, das “alle Formen sonst nicht vorhandener bzw. ungewöhnlicher Körperreize” (Schober 1993: 137) umschließt. Durch die sinnliche Wahrnehmung wird auch die Psyche getroffen, mit dem Ziel des ganzheitlichen Wohlbefindens. Die für die Wellness-Werbung typischen Verben, die dieses positive Empfinden ausdrücken, sind *entspannen, spüren, genießen, sich verwöhnen (lassen)*. In unserem Text sind sowohl *entspannen* als auch *erleben* (zweimal) und *genießen* vorhanden, aber noch

interessanter in übersetzerischer Hinsicht ist *verwöhnen*, das in zwei Komposita vorkommt: *Verwöhnfaktor* und *Verwöhnepension*.

Das Verb *verwöhnen* lässt sich mitunter mit *viziare* übersetzen – insbesondere in Verbindung mit *lasciare* in der Imperativform –, was auch im Wellness-Bereich stilgerecht erscheint, denn es ist auch im Korpus fango-wellness in Bezug auf die Fangotherapie belegt: “Dimenticate le preoccupazioni quotidiane e lasciateVi viziare per rigenerarVi e rimetterVi in forze per riprendere poi la vita normale” (Text 1.6). Das entsprechende Substantiv hat eine andere Konnotation, denn es wird häufig negativ verwendet oder mit schädlichen Gewohnheiten (Rauchen, Alkohol trinken etc.) assoziiert, wenn es eine vergnügliche Tätigkeit bezeichnet. Für *verwöhnen* ergibt die Übersetzungsdatenbank MyMemory das italienische Verb *coccolare* und alle Belege sind der Wellness- und Tourismusbranche entnommen (Abb. 2).

The screenshot shows a web browser window with the MyMemory website. The search results are displayed in a table with three columns: German, Italian, and Info. The table contains five entries, each showing a German phrase with 'verwöhnen' highlighted in yellow, its Italian translation, and metadata such as 'Last Update', 'Usage Frequency', and 'Quality'.

German	Italian	Info
lassen sie sich <b>verwöhnen</b>	lasciatevi coccolare	Last Update: 2017-05-03 Usage Frequency: 1 Quality: ☆☆☆☆☆ Be the first to vote
lassen sie sich <b>verwöhnen!</b>	coccolatevi un po'	Last Update: 2017-05-03 Usage Frequency: 1 Quality: ☆☆☆☆☆ Be the first to vote
<b>verwöhnen</b> sie ihre geschmacksnerven!	coccolate il vostro palato	Last Update: 2017-05-03 Usage Frequency: 1 Quality: ☆☆☆☆☆ Be the first to vote
lassen sie sich nach herzenslust <b>verwöhnen ...</b>	venite a farvi coccolare	Last Update: 2017-05-03 Usage Frequency: 1 Quality: ☆☆☆☆☆ Be the first to vote
lassen sie sich in den kurbädern <b>verwöhnen</b>	fatevi coccolare nelle terme dei monti dei frassini	Last Update: 2017-05-03 Usage Frequency: 1 Quality: ☆☆☆☆☆ Be the first to vote

Abb. 2: Ergebnissuche in MyMemory

Auch das freie Übersetzungstool Reverso gelangt zu den Verben *viziare* und *coccolare* als Entsprechungen für *verwöhnen*. Noch mehr als das Verb ist das Substantiv *coccola* im Singular sowie im Plural in den thematisch relevanten Korpora belegt, wie im folgenden Beispiel aus dem Korpus Moor-testi: “Wellness e terme sulle Alpi Bavaresi: benessere tra scienza e coccole” (Text 2.7). Der Vergleich mit einer “coccola” im Zieltext scheint also durchaus gerechtfertigt: “Il calore benefico di un bagno torboso è come una coccola”.

Während Verwöhnfaktor ein okkasionelles Kompositum ist, hat sich die Zusammensetzung Verwöhnpension in der Fachsprache der Hotellerie etabliert und muss deshalb in einem fachspezifischen Lexikon nachgeschlagen werden:

Die sogenannte Verwöhnpension ist eine Variante der all-inclusive Angebote, beinhaltet in der Regel aber weniger Leistungen und gibt es z. B. in touristischen Destinationen wie Südtirol, dem Allgäu und Bayerischen Wald. Ein Hotel mit Verwöhnpension wird in Deutschland gern im Zusammenhang mit einem Wellness-Programm genommen.

(Hotelier.de 2021: Stw. *Verwöhnpension*)

Unter “All inclusive – Was ist all-inclusive?” werden weitere Details angegeben:

Die Kettenhotellerie bietet Varianten des normalen ‘All inclusive’ zum Beispiel mit einer sogenannten ‘Verwöhnpension’, die ist oft günstiger als das all-inclusive Angebot. Darin enthalten ist oft nur ein Tischgetränk und nachmittags eine Teezeit.

(Hotelier.de 2021: Stw. *All inclusive*)

Wenn man die einschlägige Diskussion der Übersetzer-Community auf der Plattform Proz (2021) verfolgt, kommt die Mühe augenfällig zum Vorschein, mit der die Diskussions Teilnehmer vergeblich versuchen, eine italienische Äquivalenz für diesen Fachbegriff zu finden, die im Italienischen einfach nicht existiert: *pensione completa super*, *pacchetto convenienza*, *mezza pensione che ti coccola e vizia*, *la pensione completa che vi vizia*, *pensione 3/4*. Manchen dieser Lösungen liegt ein Missverständnis zugrunde, als ob die Verwöhnpension eine Art Zwischenstufe zwischen Halb- und Vollpension wäre, während sie eigentlich zwischen der Vollpension und dem All-Inclusive-Angebot liegt.

Einige Vorschläge der Proz-Übersetzer-Community basieren ihrerseits auf einer terminologischen Suche, die im Web, hauptsächlich in mehrsprachigen Webauftritten von Hotels und Tourismus-Portalen, durchgeführt wurde, die vorgelegten Belege sind also wahrscheinlich Übersetzungen von einem deutschen Ausgangstext statt authentisch zielsprachlicher Texte. Sie liefern dennoch die Idee, den fachüblichen Begriff der “pensione completa” zu übernehmen und ihn durch einen Zusatz zu steigern. In Anlehnung an die Wortfelder der Exklusivität und Kostbarkeit, die im Zieltext angemessen und schon vorhanden sind (s. Abschnitt 5.2), wird hier also “pensione completa deluxe” gewählt, zudem *deluxe* normalerweise im Bereich der Hotellerie verwendet wird, wie die folgenden Belege aus dem Korpus Italian Web 2016 (itTenTen16) beweisen (Abb. 3).

Abb. 3: Konkordanz von *deluxe* im Korpus Italian Web 2016 (itTenTen16)

#### 5.4 Das Heilprinzip

Die Hervorhebung der sinnlichen Wahrnehmung und der Exklusivität der medizintouristischen Angebote sind Appellstrategien, die dem Werbecharakter dieser Texte zuzuschreiben sind. Medizinisch begründet ist hingegen das Heilprinzip des Moores, das in der verlinkten Broschüre "Moor-Fibel. Moor erleben und genießen" (Parkhotel Bayersoien am See o. J.) vertieft dargestellt und im Ausgangstext vor allem durch lexikalische Rekurrenz angedeutet wird. Der Wortstamm "heil-" durchdringt den Ausgangstext wie ein Leitmotiv in Derivaten und Zusammensetzungen, die im italienischen Zieltext eher selten durch die Wiederaufnahme des gleichen Lexems wiedergegeben werden:

die wohltuende und *heilende* Wirkung von Moor > i *benefici* della torba

das *heilsame* Moor > la torba *curativa*

die *heilende* Wirkung > i *benefici*

mit ihrer *heilenden* Magie > la magia *salutare*

Linderung und *Heilung* (zweimal) > sollievo e *guarigione*

*Heilerfolg* > *successo terapeutico*

Die höhere Variation im Zieltext ist nicht nur zulässig, sondern sie entspricht einem im Italienischen herrschenden Stilgebot, das schon in der Schule gelehrt wird (vgl. Rega 2006: 87) und mit dem Motto “*variatio delectat*” zusammengefasst werden kann. Mit anderen Worten soll man beim formellen Schreiben versuchen, Wiederholungen so weit wie möglich zu vermeiden, wenn ein eleganter Stil angestrebt wird. Solches Variationsgebot ist dem Deutschen nicht unbekannt, nur weniger verbindlich. In seiner Studie zur Wiederholung und Variation stellt Besch fest:

Der Wechsel im Ausdruck stellt ein ästhetisches Stilmittel dar, das zunächst Eingang in die schöngestige Prosa fand. Aus der einseitigen Anlehnung der traditionellen Stillehre [...] an die belletristische Ästhetik resultiert die Bevorzugung des Wechsels im Ausdruck, der dann normativ auf fast alle Textsorten der Sprachgemeinschaft übertragen wurde, um identische Wiederholung von Lexemen zu vermeiden. (Besch 1989: 132)

Obwohl das Variationsgebot rein theoretisch allgemeine Gültigkeit hat, wird es in der Praxis nicht gleichmäßig eingesetzt (vgl. Taino 2009: 76); insbesondere differenziert man zwischen Fachtextsorten und literarischem Schreiben, denn in Fachtexten wirkt das Streben nach eindeutiger Verständlichkeit dem ästhetisch motivierten Variationsgebot entgegen. Fazit: “Das Verbot von Wortwiederholungen gilt also mit Einschränkungen [...]. Wiederholungen müssen eine Funktion erfüllen, um akzeptiert zu werden” (Besch 1989: 133). In unserem Ausgangstext ist die schlagwortartige Wiederholung vom Hochwortstamm “heil-” eine einprägsame Art, die Schlüsselinformation zu vermitteln, dass Moor sehr nützlich ist. Die Wiederholung ist hier werbeunterstützend und aus den obigen Gründen zugleich fachgeeignet.

Im italienischen Zieltext ermöglicht das belletristische Variationsgebot unter anderem, zu unterschiedlichen Floskeln der medizinischen und medizintouristischen Kommunikation zu greifen. Die Eingabe der Suchanfrage *curativo* ins Korpus *fango-wellness* soll aufzeigen, wie typisch die lexikalische Verbindung mit Fangoanwendungen ist (Abb. 4).

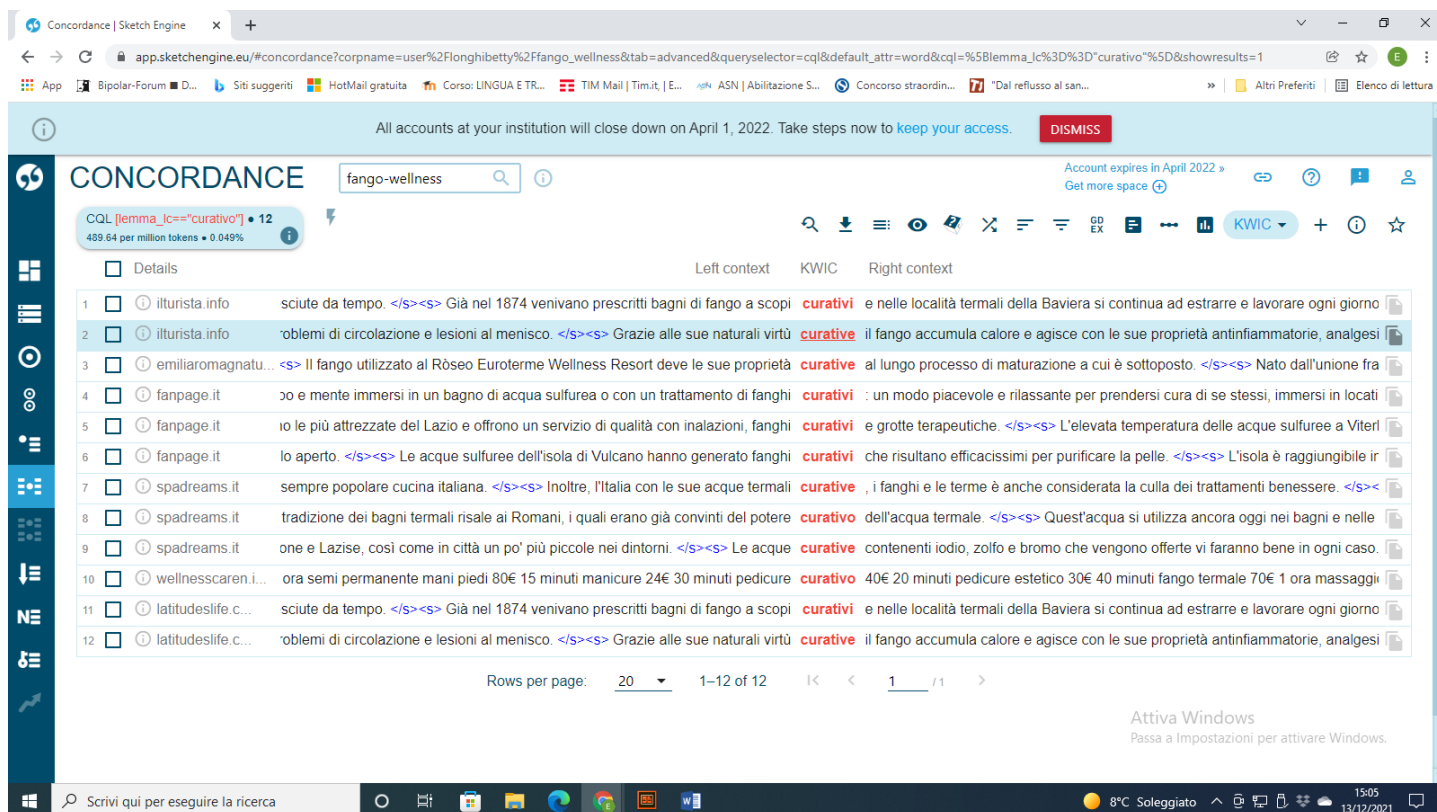


Abb. 4: Konkordanz von *curativ*\* im Korpus fango-wellness

Neben *curativo* kommen auch *benefici* (typischerweise im Plural), *salutare*, *guarigione* und *terapeutico* in den Korpora Moor-testi und fango-wellness häufiger vor im Vergleich zum standardsprachlichen Korpus Italian Web 2016 (itTenTen 16), wie die folgende Tabelle an den Tag legt:

	Moor-testi	fango-wellness	Italian Web 2016 (itTenTen 16)
beneficio	0,038 %	0,045 %	0,0051 %
salutare	0,027 %	0,016 %	0,0036 %*
guarigione	0,011 %	0 %	0,0013 %
terapeutico	0,099 %	0,11 %	0,0028 %

\*wobei sich die meisten Treffer auf das Verb statt auf das Adjektiv beziehen

Tab. 6: Relative Häufigkeit in Prozent in italienischen Korpora (Lemmata: *beneficio*, *salutare*, *guarigione*, *terapeutico*)

Kurz gesagt: Die Nachahmung der zielsprachlichen lexikalischen Abwechslung geht Hand in Hand mit der Aufnahme fach- und textsortenspezifischer Floskeln im Zieltext.

## 5.5 Unpersönlichkeit versus direkte Ansprache

Das zielsprachliche Variationsgebot soll nun im syntaktischen Bereich am Beispiel der Passivformen und der Imperative diskutiert werden. Der “Anteil finiter Verbformen im Passiv” (Gläser 1990: 72) liegt mit einem Drittel hoch:<sup>16</sup> Von 27 finiten Verben sind 9 Vorgangspassive mit *werden*, die im Zieltext sehr unterschiedlich wiedergegeben werden. Allerdings wird auch im Italienischen gerne die unpersönliche Ausdrucksweise beibehalten, wie die komplette Übersicht im Folgenden schildern soll:

- (a) die bei uns für Kur und Therapie *verwendet wird* > *utilizzato* per le nostre cure e terapie
- (b) Der Torf [...] *wird* direkt [...] *gewonnen* > La materia prima [...] *si ricava* direttamente [...]
- (c) Das bayerische Moor *wird* gern [...] *eingesetzt* > La torba bavarese *trova spesso impiego* [...]
- (d) Das heilsame Moor [...] *wird* ebenfalls wirksam *eingesetzt* > La torba curativa [...] *è efficace*
- (e) *wird* für jedes Kind, das nach einer Moorkur *geboren wurde*, ein Bäumchen *gepflanzt* > *viene piantato* un albero per ogni bimbo/a che nasce
- (f) Erschöpfungs- und Stresszustände [...] *können gelindert werden* > *Si alleviano* gli stati di stress ed esaurimento [...]
- (g) während Ihre Gelenke bis zu 90 % *entlastet werden* > *scaricando* le articolazioni fino al 90 %
- (h) dem Körperkern die siebenfache Wärmemenge eines vergleichbaren Wasserbades *zugeführt wird* > *trasmettendo* al corpo sette volte la quantità di calore di un bagno nell'acqua

Indem das Agens nicht genannt wird, lassen sich die beschriebenen Sachverhalte als allgemeine Wahrheiten verstehen, die regelmäßig zustande kommen, wenn Moorbäder genommen werden (Schmerzen werden gelindert usw.), egal, wer daran beteiligt ist. Kurz gesagt sind die Sätze prozesszentriert und täterabgewandt (Dudenredaktion 2006: 1128). Diese passivische Bedeutung wird im Zieltext nur bei e) mit einer prototypischen Passivform Hilfsverb + Partizip II wiedergegeben: *viene piantato*.<sup>17</sup> Bei a) wird ein Übersetzungsverfahren angewendet, das typisch für dieses Sprachenpaar ist: Aus einem vollständigen Relativsatz wird ein attributives nicht-finites Syntagma (Auer 2001: 373), nachdem Hilfsverb und Relativpronomen gelöscht worden sind. Bei d) handelt es

<sup>16</sup> Eroms hält einen solchen Anteil, den er mehr oder weniger gleich (d. h. 29 %) in einem Beispieltext feststellt, für “weit über dem Durchschnittswert” und “exemplarisch für das gehäufte Vorkommen von Passivformen in der Sprache der Wissenschaft” (Eroms 2008: 171).

<sup>17</sup> Trotz der Verwendung des Hilfsverbs *venire* statt *essere* kann diese Passivform als prototypisch betrachtet werden, da dieses alternative Hilfsverb für das Passiv häufig ist (D’Achille 2003: 30).

sich um eine Vereinfachung, die im Endeffekt keine Bedeutungsnuance opfert, auch wenn vom Passiv nichts übrigbleibt. Bei b) und f) kommt das sogenannte “si passivante” (D’Achille 2003: 111; vgl. auch Auer 2001: 372) mit Verb jeweils im Singular und im Plural zum Einsatz. Bei c) wird das ausgangstextliche Passiv durch ein passivwertiges Funktionsverbgefüge (Lenz 2006: 120) ersetzt, das zum fachsprachlichen Kontext sehr gut passt (Köhler 1984: 123–128; Puato 2008: 36–37). Bei g) und h) wird die Annäherung an die Zielsprache durch das typisch italienische Gerundium erzielt, das nochmals die Vermeidung des Passivs ermöglicht. Da das Subjekt des Gerundiums mit dem des Matrixsatzes übereinstimmt, wird den angesprochenen Kunden/Touristen/Patienten eine aktive Rolle zugeschrieben, die mit der Entscheidung zusammenfällt, das medizintouristische Angebot entgegenzunehmen: Das ist die einzige Bedingung, um die Leichtigkeit des Seins zu erleben, die Gelenke zu entlasten und dem Körperkern Wärme zuzuführen.

Die Aufforderung zum Moor-Erlebnis wird zudem durch die Wiederholung des Verbs *erleben* gestärkt, das wie auch andere 5 Verben sowohl im Ausgangstext als auch im Zieltext in der Imperativform erscheint, wobei dieser Modus mit seiner direkten Ansprache der Adressaten die Appellfunktion dieser Texte signalisiert (vgl. Premrov 2019: 215–232). Passive informieren nüchtern, Imperative appellieren direkt.

## 6 Ausblick

Informativität und Appellfunktion im Sinne des textlinguistischen Beschreibungsmodells Brinkers (1985/2005) bilden heuristische Kriterien für die übersetzungsrelevante Textanalyse von Unternehmenswebauftritten. Im medizintouristischen Wellnessbereich sind solche Webauftritte auf der horizontalen Ebene der Fachsprachengliederung durch die Verflochtenheit von Medizin, Werbung und Tourismus charakterisiert, während sie auf der vertikalen Ebene, d. h. in Anbetracht der Kommunikationsteilnehmer, die Kommunikationsbarrieren zwischen Experten und Fachkundigen aufzuheben versuchen (Hahn 1980: 392; Hoffmann 1976/1984: 64–71; Göpferich 1995: 30; Roelcke 2001).

Die Moorseiten des Webauftritts vom Parkhotel Bayersoien am See haben die engen Beziehungen zwischen angewandter Linguistik und geschäftlicher Praxis im touristischen Bereich nachgewiesen und aufgrund ihres hybriden Charakters ein interdisziplinäres Herangehen an die Übersetzung erfordert. Der pragmatisch-funktionale Ansatz wurde anhand unterschiedlicher Hilfsmittel angewandt und die daraus resultierenden Beispiele können für didaktische Zwecke nutzbar gemacht werden, z. B. eine Unterrichtseinheit im Rahmen einer Einführung in die Übersetzungswissenschaft bilden. Über die lehrreichen Beispiele hinaus hat die Untersuchung interessante Beobachtungen hervorgebracht, die Einblicke in noch nicht gründlich erarbeitete Fragestellungen bieten und somit auch Anstöße für die Forschung geben können:

- Nords Klassifizierung der Hilfstexte scheint in der praktischen Anwendung manchmal problematisch (Kolb 2016: 120). In der vorliegenden Arbeit sind die Paralleltexte 1.1 und 1.3 Grenzfälle, denn es ist nicht klar, inwieweit sie als authentische Texte in italienischer Sprache zu werten sind. Sie sind Teil von

dreisprachigen Webauftritten von Hotels, die ihren Sitz in Südtirol, also einem zweisprachigen Gebiet haben. Dies bedeutet allerdings nicht automatisch, dass die deutsche und die italienische Fassung tatsächlich auf der gleichen Ebene, also beide Ausgangstexte gegenüber der englischen Zieldtextfassung sind. Die sehr begrenzte Anzahl der Paralleltexte entsteht übrigens aus dem grundsätzlichen Zweifel, ob Webauftritte von italienischen Wellnesshotels, die Fangoanwendungen anbieten, auch Paralleltexte (s. 1.5 und 1.6) sind. In dieser Untersuchung wurden sie anfangs nicht als solche betrachtet, denn sie geben z. B. keine Auskunft über die spezifische Moor-Terminologie, aber dann wurde festgestellt, dass sie trotzdem viele Informationen über Textsortenkonventionen liefern, wie eben Paralleltexte. Es wären womöglich weitere Unterscheidungen angebracht, man denke z. B. an Backgroundtexte, die in der Definition von Nord "ausgangs- oder zielsprachliche Texte mit Hintergrundinformationen zu Thema und Inhalt des Ausgangstexts" (Nord 2010: 99) sind und dementsprechend eine äußerst heterogene Kategorie bilden: Es könnte beispielsweise eine funktionale Trennlinie zwischen ausgangs- und zielsprachlichen Backgroundtexten gezogen werden.

- Der hybride Charakter der untersuchten Textsorte, die außerdem relativ jung und stets im Wandel begriffen ist, stellt Übersetzer vor große Herausforderungen in der Anpassung an die Zielkultur. In unserem Fall war eine übersetzungsrelevante Leitfrage u. a. die Positionierung der Moorseiten an der Schnittstelle zwischen medizinischen Behandlungen und touristischen Dienstleistungen, aber viele andere Webauftritte wären unter diesem Gesichtspunkt zu untersuchen, um die Positionierung der einzelnen Textexemplare auf ihre Repräsentativität in der Ausgangskultur zu prüfen. Dementsprechend wäre eine solche Untersuchung auch in der Zielkultur durchzuführen, bevor die sprachlich-kulturelle Anpassung gestaltet wird. Wie Fandrych und Thurmair (2011a) festgestellt haben, herrscht im Web eine verhältnismäßig größere Vielfalt in Bezug auf die Textsortenmerkmale als in den traditionellen Medien, was den interkulturellen Textsortenvergleich noch weiter erschwert. Trotz der Komplexität des Vorhabens wären kontrastive Gegenüberstellungen Italienisch-Deutsch in breiteren Zusammenhängen wünschenswert, als dies hier möglich war.
- Eine sprachliche Lokalisierung mit Einbeziehung der textexternen Faktoren reicht vielleicht nicht aus, um den geschäftlichen Ansprüchen gerecht zu werden. Der Begriff der Lokalisierung umfasst weitere Aspekte, die hier nicht berücksichtigt wurden, wie zum Beispiel das Layout und die Auswahl der Inhalte je nach dem Lokalisierungsmarkt. Auch das Verhältnis zwischen den Moorseiten und den vielen anderen Seiten, die diesen Webauftritt ausmachen, wurde nur ansatzweise behandelt. Gar nicht angesprochen blieb außerdem die Beziehung zwischen Auftraggeber(in) und Übersetzer(in): Wir haben uns eine fiktive Situation vorgestellt, ohne von einem Übersetzungsauftrag zu sprechen, aber im echten Leben wäre ein Gespräch mit der Inhaberin sicher ein Plus, um eine umfassendere Strategie zu

entwerfen. Es geht schließlich darum, ob dem Übersetzer/der Übersetzerin bloß die Sprachberatung zukommt. Nach Sandrini stehen ihm/ihr zwei Wege offen:

Entweder eignet er sich die zusätzlichen Fähigkeiten und Kenntnisse an, um die gesamte Dienstleistung anbieten zu können, oder er beschränkt sich auf das reine Übersetzen und überlässt alle zusätzlichen Leistungen anderen. [...] Im ersten Fall wird der Übersetzer zum Experten für mehrsprachige Webauftritte, rückt in der Wertschöpfungskette nach oben, erschließt sich neue Verdienstmöglichkeiten und berufliche Anerkennung: Er wird zum Weblokalisierer. Im zweiten Fall bleibt der Übersetzer der Sprachexperte, dessen Dienstleistung [...] von anderen eingesetzt wird, die den Gesamtzusammenhang im Blick haben; in der Regel sind dies dann Informatiker, Betriebswirte, die den direkten Kontakt zum Kunden herstellen. (Sandrini 2011: 241)

Obwohl die Weblokalisierung zunehmend an Wichtigkeit gewinnt und in die Curricula der künftigen ÜbersetzerInnen eindringt, hat sich in der Praxis noch kein eindeutiger Trend in der Rollenverteilung bei der Lokalisierungsarbeit abgezeichnet.

## Textverarbeitungs- und Übersetzungstools

MyMemory: <https://mymemory.translated.net/> (25.11.2021)

Reverso: <https://context.reverso.net/traduzione/> (25.11.2021)

Sketch Engine: <https://www.sketchengine.eu/> (25.11.2021)

## Korpora

German Web 2018 (deTenTen18) –

<https://www.sketchengine.eu/detenten-german-corpus/> (25.11.2021)

Subkorpus Moor-Wellness (selbst erstellt) –

[https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=user%2Flonghibetty%2Fmoor\\_wellness\\_2](https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=user%2Flonghibetty%2Fmoor_wellness_2)  
(25.11.2021)

Italian Web 2016 (itTenTen 16) –

[https://www.sketchengine.eu/ittenten-italian-corpus/?gclid=CjwKCAjwsJ6TBhAIEiwAfI4TWO7RNP0JvKHNBXw5xHp-eS9KYoAclKpmtfVD3OL2\\_JL1dzgnexyS2RoC6ywQAvD\\_BwE](https://www.sketchengine.eu/ittenten-italian-corpus/?gclid=CjwKCAjwsJ6TBhAIEiwAfI4TWO7RNP0JvKHNBXw5xHp-eS9KYoAclKpmtfVD3OL2_JL1dzgnexyS2RoC6ywQAvD_BwE) (25.11.2021)

Subkorpus fango-wellness (selbst erstellt) –

[https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=user%2Flonghibetty%2Ffango\\_wellness](https://app.sketchengine.eu/#dashboard?corpname=user%2Flonghibetty%2Ffango_wellness)  
(25.11.2021)

## Primärliteratur

### Ausgangstexte

Parkhotel Bayersoien am See: <https://www.parkhotel-bayersoien.de/> (Homepage), insbesondere <https://www.parkhotel-bayersoien.de/gesundheitsmoorbaeder-und-kuren/> und <https://www.parkhotel-bayersoien.de/hotel/historie/> sowie Broschüre *Moor-Fibel. Moor erleben und genießen* – [https://www.parkhotel-bayersoien.de/fileadmin/user\\_upload/PDF-Dokumente/Moorfibel\\_01\\_2018\\_Parkhotel\\_am\\_Soier\\_See.pdf](https://www.parkhotel-bayersoien.de/fileadmin/user_upload/PDF-Dokumente/Moorfibel_01_2018_Parkhotel_am_Soier_See.pdf) (25.11.2021)

### Paralleltexzte

- (1.1) Hotel Plunhof: <https://www.plunhof.it/it/hotel-benessere/trattamenti/bagni-rilassanti-impacchi.html> (25.11.2021)
- (1.2) Hotel Caesius Thermae & Spa Resort: <https://www.hotelcaesiusterme.com/centro-termale> (25.11.2021)
- (1.3) Parc Hotel am Kalterer See in Südtirol: <https://www.parchotel.info/it/wellness-spa-al-lago/spa-al-lago/> (25.11.2021)
- (1.4) Hotel Villa Undulna – Terme della Versilia: <http://www.termedellaversilia.com/index.asp?lingua= ita> (25.11.2021)
- (1.5) GB Hotels: <http://www.gbhotelsabano.it/> (25.11.2021)
- (1.6) Portale Terme – Hotel Monaco Terme a Montegrotto Terme: <https://www.portaleterme.com/montegrotto-terme/hotel-monaco-terme/#image-2> (25.11.2021)

### Vergleichstexzte

- (2.1) Applicazioni di torba in Italia: <https://www.portaleterme.com/trattamenti-curativi/applicazioni-di-torba/> (25.11.2021)
- (2.2) SpaDreams: <https://www.spadreams.it/vacanze-termali/terme/germania/> (25.11.2021)
- (2.3) Bagni di fango nel cuore delle Alpi Bavaresi: <https://www.vivodibenessere.it/bagni-di-fango-nel-cuore-delle-alpi-bavaresi/> (25.11.2021)
- (2.4) In Toscana cure termali tra storia e splendore: <https://oriundi.net/affari/in-toscana-cure-termali-tra-storia-e-splendore> (25.11.2021)
- (2.5) Villa Undulna, le terme della Versilia: <https://www.saporie.com/territorio/punti-di-interesse/benessere/villa-undulna-le-terme-della-versilia> (25.11.2021)
- (2.6) I cinque segreti della sauna finlandese: <https://www.touringclub.it/viaggiare/i-cinque-segreti-della-sauna-finlandese/immagine/2/stone-massage-in-sauna-un-toccasana-peril-relax-fisico-e-mentale> (25.11.2021)
- (2.7) Wellness e terme sulle Alpi Bavaresi: <https://www.latitudeslife.com/2011/02/wellness-e-terme-sulle-alpi-bavaresi/> (25.11.2021)
- (2.8) Terme della Versilia: <http://www.88studiosagl.com/88/1368-2/> (25.11.2021)
- (2.9) Terme della Versilia: acqua, relax e torba termale: <https://www.tuscanypeople.com/terme-della-versilia-torba-termale/> (25.11.2021)

### Backgroundtexzte

- (3.1) I bagni Moor contro cellulite e tossine: <http://www.dieta-dimagrante.com/442-i-bagni-moor-contro-cellulite-e-tossine.htm> (25.11.2021)
- (3.2) Combatti la cellulite con le proprietà snellenti del bagno di torba Moor: <https://www.mondobenessereblog.com/2010/10/13/combatti-la-cellulite-con-le-proprietà-snellenti-del-bagno-di-torba-moor/> (25.11.2021)
- (3.3) Combatti la cellulite e i ristagni con i bagni di Moor: <http://www.mondobenessereblog.com/2010/11/12/combatti-la-cellulite-e-i-ristagni-con-i-bagni-di-moor-così-riduci-il-giro-coscia-di-2-centimetri/> (25.11.2021)
- (3.4) Bagni di Moor per eliminare le scorie: <http://www.cure-naturali.it/rimedi-naturali/1523/rimedi-naturali-feste/454/a> (25.11.2021)
- (3.5) Fanghi e bagni di torba: <http://www.inerboristeria.com/fanghi.html> (25.11.2021)

- (3.6) Cataplasmi fitoterapici e torba Moor: <http://pulchravenus.it/cataplasmi-fitoterapici-e-torba-moor.html> (25.11.2021)
- (3.7) Dopo Capodanno è possibile mandare via la cellulite dalle gambe!: <https://www.passionebenessere.com/dopo-capodanno-via-la-cellulite-dalle-gambe/> (25.11.2021)
- (3.8) È la torba il vero oro nero della Lettonia (Baltica, 29.10.2012): <https://balticanews.wordpress.com/2012/10/29/e-la-torba-il-vero-oro-nero-della-lettonia-ma-il-paese-baltico-la-ignora/> (25.11.2021)
- (3.9) Bergkiefernhochmoor (Zugspitz-Region): <https://www.zugspitz-region.de/vielfaeltig/natur/moor-und-moos/bergkiefernhochmoor.html> (25.11.2021)
- (3.10) Moor, die “schwarze Daune”: <https://www.ammergauer-alpen.de/kinderwunsch/Moorbad-die-schwarze-Daune> (25.11.2021)
- (3.11) Kurbad St. Martin in Bad Kohlgrub: <https://www.kurbad-st-martin.de/index.php/2-uncategorised/33-moor-die-schwarze-daune> (25.11.2021)
- (3.12) Seifenmacherin Veronika Wurm – Moorlehrpfad: <https://erlebe.bayern/insider/moorseife-veronika-wurm/?seed=1638394772805> (25.11.2021)
- (3.13) Kurbad Franziska am See – Unser Moor und seine Anwendungen: <https://www.moorbad.net/badeabteilung/unser-moor/> (25.11.2021)
- (3.14) MoorSymphonie – Wellness- und Gesundheitsurlaub in Bayern: <https://www.moorsymphonie.de/1-wirkungskreis> (25.11.2021)
- (3.15) Moor für Lebenskraft: <https://www.gesundes-bayern.de/themen/resilienz/moor-fuer-lebenskraft/> (25.11.2021)

## Sekundärliteratur

- Antelmi, Donella (2007): “Luoghi virtuali: strutture informative e mezzi di trasmissione.” Francesca Santulli, Donella Antelmi, Gudrun Held (Hg.): *Pragmatica della comunicazione turistica*. 2. Aufl. 2009. Roma: Editori Riuniti, 155–218
- Auer, Peter (2001): “Kontrastive Analysen Deutsch-Italienisch: eine Übersicht.” Gerhard Helbig, Lutz Götze, Gert Henrici, Hans-Jürgen Krumm (Hg.): *Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch*. Berlin: de Gruyter, 367–374
- Besch, Elmar (1989): *Wiederholung und Variation: Untersuchung ihrer stilistischen Funktionen in der deutschen Gegenwartssprache*. Frankfurt am Main: Lang
- Bocchino, Enza (2011): “La SPA per il relax? Agli italiani piace tedesca.” *Optimagazine* 16.06.2011 – <https://www.optimagazine.com/2011/06/16/la-spa-per-il-relax-agli-italiani-piace-tedesca/5282> (25.11.2021)
- Boyer, Marc; Philippe Viallon (2000): *La comunicazione turistica*. Roma: Armando
- Brinker, Klaus (1985): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 6. Auflage 2005. (Grundlagen der Germanistik 29.) Berlin: Schmidt
- Candelo, Elena (2009): *Destination branding. L'immagine della destinazione turistica come vantaggio competitivo*. Torino: Giappichelli
- Coletsos, Sandra Bosco (2006): “Lessico.” Sandra Bosco Coletsos, Marcella Costa (Hg.): *Italiano e tedesco: un confronto*. Alessandria: Edizioni dell'Orso, 83–116
- D'Achille, Paolo (2003): *L'italiano contemporaneo*. Bologna: Il Mulino
- De Mauro, Tullio (o. J.): Il Nuovo Vocabolario di base della lingua italiana (Nuovo De Mauro). – <https://dizionario.internazionale.it/> (25.11.2021)
- Deutscher Wellness Verband (o. J.): <https://www.wellnessverband.de/> (25.11.2021)

- Disanto, Giulia A. (2009): "Korpusbasierte Translationswissenschaft. Eine Untersuchung am Beispiel des JRC-Acquis Parallelkorpus Deutsch-Italienisch." *trans-kom. Zeitschrift für Translationswissenschaft und Fachkommunikation* 2 [1]: 63–91 – [http://www.trans-kom.eu/bd02nr01/trans-kom\\_02\\_01\\_04\\_Disanto\\_Korpusbasierte\\_Translationswissenschaft.20090721.pdf](http://www.trans-kom.eu/bd02nr01/trans-kom_02_01_04_Disanto_Korpusbasierte_Translationswissenschaft.20090721.pdf) (25.11.2021)
- Dobschütz, Sigismund von (2000): "Der Kurort als Erlebnis-Destination?" Alexander G. Keul, Reinhard Bachleitner, H. Jürgen Kagelmann (Hg.): *Gesund durch Erleben? Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft*. 2. Aufl. 2001. Wien: Profil, 65–72
- Duden (2021): Wörterbuch – <https://www.duden.de> (25.11.2021)
- Dudenredaktion (2006): *Die Grammatik: unentbehrlich für richtiges Deutsch*. 7. Aufl. 2006. (Der Duden in 12 Bänden 4.) Mannheim: Dudenverlag
- Ehlich, Konrad (2013): "Tourismus und sprachliches Handeln – diesseits und jenseits von Lingua-franca-Kommunikation." Doris Höhmann (Hg.): *Tourismus-Kommunikation. Im Spannungsfeld von Sprach- und Kulturkontakt. Mit Beiträgen aus der Germanistik, Romanistik und Anglistik*. (Arbeiten zur Sprachanalyse 58.) Frankfurt am Main: Lang, 13–36
- Eroms, Hans-Werner (2008): *Stil und Stilistik. Eine Einführung*. Berlin: Erich Schmidt Verlag
- Fandrych, Christian; Maria Thurmair (2011a): "Textsortenvariationen im Zeitalter des Internets." Marina Foschi Albert, Marianne Hepp, Eva Neuland, Martine Dalmas (Hg.): *Text und Stil im Kulturvergleich. Pisaner Fachtagung 2009 zu interkulturellen Wegen Germanistischer Kooperation*. München: Iudicium, 381–400
- Fandrych, Christian; Thurmair, Maria (2011b): *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht*. Tübingen: Stauffenburg
- Flinz, Carolina; Peggy Katelhön (2019): "Corpora nella didattica del tedesco come lingua straniera. Proposte per l'insegnamento del linguaggio specialistico del turismo." *EL.LE* 8 [2]: 323–348
- Giacoma, Luisa; Susanne Kolb (2001): *Dizionario tedesco-italiano, italiano-tedesco. Wörterbuch Deutsch-Italienisch, Italienisch-Deutsch*. Bologna: Zanichelli-Klett
- Gläser, Rosemarie (1990): *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Narr

#### trans-kom

ISSN 1867-4844

trans-kom ist eine wissenschaftliche Zeitschrift für Translation und Fachkommunikation.

trans-kom veröffentlicht Forschungsergebnisse und wissenschaftliche Diskussionsbeiträge zu Themen des Übersetzens und Dolmetschens, der Fachkommunikation, der Technikkommunikation, der Fachsprachen, der Terminologie und verwandter Gebiete.

Beiträge können in deutscher, englischer, französischer oder spanischer Sprache eingereicht werden. Sie müssen nach den Publikationsrichtlinien der Zeitschrift gestaltet sein. Diese Richtlinien können von der trans-kom-Website heruntergeladen werden. Alle Beiträge werden vor der Veröffentlichung anonym begutachtet.

trans-kom wird ausschließlich im Internet publiziert: <http://www.trans-kom.eu>

#### Redaktion

Leona Van Vaerenbergh  
University of Antwerp  
Arts and Philosophy  
Applied Linguistics / Translation and Interpreting  
O. L. V. van Lourdeslaan 17/5  
B-1090 Brussel  
Belgien  
[Leona.VanVaerenbergh@uantwerpen.be](mailto:Leona.VanVaerenbergh@uantwerpen.be)

Klaus Schubert  
Universität Hildesheim  
Institut für Übersetzungswissenschaft  
und Fachkommunikation  
Universitätsplatz 1  
D-31141 Hildesheim  
Deutschland  
[klaus.schubert@uni-hildesheim.de](mailto:klaus.schubert@uni-hildesheim.de)

- Göpferich, Susanne (1995): *Textsorten in Naturwissenschaften und Technik. Pragmatische Typologie – Kontrastierung – Translation*. Tübingen: Narr
- Hahn, Walther von (1980): "Fachsprachen." Hans Peter Althaus, Helmut Henne, Herbert Ernst Wiegand (Hg.): *Lexikon der germanistischen Linguistik*. Tübingen: Niemeyer, 390–395
- Herberg, Dieter; Michael Kinne, Doris Steffens (2004): *Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen*. (Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 11.) Berlin: de Gruyter
- Hoffmann, Lothar (1976): *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. 2. Aufl. 1984. Berlin: Akademie-Verlag
- Hotelier.de (2021): Hotel Lexikon – <https://www.hotelier.de/lexikon> (25.11.2021)
- Jakobs, Eva-Maria (2003): "Hypertextsorten." *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 31 [2]: 232–252
- Kaunzner, Ulrike A. (2015): "Interkulturelle Kompetenzen beim Übersetzen touristischer Werbe- und Informationstexte." Claus Ehrhardt, Maria Paola Scialdone (Hg.): *Die deutsch-italienische Kommunikation. Theorie und Praxis der Interkultur*. Münster: Waxmann, 75–93
- Köhler, Claus (1984): "Beruht die Nominalität von Fachtextsätzen auf der Leistung von Funktionsverben?" *Fachsprache* 6 [3–4]: 123–128
- Kolb, Elisabeth (2016): *Sprachmittlung: Studien zur Modellierung einer komplexen Kompetenz*. Münster: Waxmann
- Lemnitzer, Lothar; Heike Zinsmeister (2015): *Korpuslinguistik. Eine Einführung*. Tübingen: Narr
- Lenz, Magdalena (2006): *Grammatik und Stil: Das Passiv als stilistisches Mittel im Vergleich zu konkurrierenden grammatischen Konstruktionen*. Berlin: Diss. Technische Universität – <https://depositonce.tu-berlin.de/handle/11303/1691?mode=full> (25.11.2021)
- Magris, Mirella (2009): "Medizinische Fachbegriffe in der populärwissenschaftlichen Vermittlung: Ein Vergleich zwischen Deutsch und Italienisch." Piergiulio Taino, Marina Brambilla, Tobias Briest (Hg.): *Eindeutig uneindeutig. Fachsprachen – ihre Übersetzung, ihre Didaktik*. Frankfurt am Main: Lang, 89–103
- Nord, Christiane (2010): *Fertigkeit Übersetzen. Ein Selbstlernkurs zum Übersetzenlernen und Übersetzenlehren*. Berlin: BDÜ
- Pikkemaat, Birgit; Klaus Weiermair (2006): "Wellness als Megatrend?" Albin Krczal, Klaus Weiermair (Hg.): *Wellness und Produktentwicklung: erfolgreiche Gesundheitsangebote im Tourismus*. Berlin: Schmidt, 13–24
- Piosik, Michał; Janusz Taborek, Marta Woźnicka (Hg.) (2021): *Korpora in der Lexikographie und Phraseologie: Stand und Perspektiven*. Berlin/Boston: de Gruyter
- Polzin, Claudia (1999): "Metaphern im Sprachvergleich. Eine kontrastive Studie an französischen und deutschen Texten." Sylvia Reinar, Michael Schreiber (Hg.): *Sprachvergleich und Übersetzen: Französisch und Deutsch*. Akten der gleichnamigen Sektion des ersten Kongresses des Frankoromanisten-Verbandes (Mainz, 24.–26. September 1998.). Bonn: Romanistischer Verlag, 209–235
- Ponti, Donatella; Renata Buzzo Margari, Marcella Costa (1999): *Elementi di linguistica tedesca*. Alessandria: Edizioni dell'Orso
- Premrov, Emira (2019): "Imperative as a syntax tool for the realisation of a conative function of a text on the case of a German travel catalogue." *HUM: Journal of the Faculty of Arts at the University of Mostar* 14 [21]: 215–232 – <https://hrcak.srce.hr/file/335563> (25.11.2021)
- Proz (2021): Verwöhnnpension – <https://www.proz.com/kudoz/german-to-italian/tourism-travel/3634573-verw%C3%B6hnpension.html#:~:text=Italian%20translation%3A%20pacchetto%20convenienza%2Fpensione,che%20ti%20coccola%20e%20vizia> (25.11.2021)
- Puato, Daniela (2008): *La lingua medica. Tecnicismi specifici e collaterali nella traduzione dal tedesco in italiano*. Roma: La Sapienza editrice

- Rega, Lorenza (2006): "Textlinguistische Schwerpunkte in der Übersetzungsdidaktik Deutsch-Italienisch-Deutsch." Marina Foschi Albert, Marianne Hepp, Eva Neuland (Hg.): *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht. Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der italienisch-deutschen Kooperation*. München: Iudicium, 83–97
- Rehm, Georg (2005): *Hypertextsorten. Definition – Struktur – Klassifikation*. Gießen: Diss. Justus-Liebig-Universität – <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2006/2688/> (25.11.2021)
- Roelcke, Thorsten (2001): "Fachsprachen im Alltag. Probleme und Perspektiven der Kommunikation zwischen Experten und Laien." Andrea Lehr, Matthias Kammerer, Klaus-Peter Konerding, Angelika Storrer, Caja Thimm, Werner Wolski (Hg.): *Sprache im Alltag. Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik*. Berlin: de Gruyter, 219–232
- Sandrini, Peter (2005): "Spinnweben als Sprachenfalle: Webinhalte als Translationsgegenstand." Peter Sandrini (Hg.): *Fluctuat nec mergitur. Translation und Gesellschaft. Festschrift für Annemarie Schmid zum 75. Geburtstag*. Frankfurt am Main u. a.: Lang, 209–222
- Sandrini, Peter (2008): "Translationsrelevanter Hypertextvergleich." Hans P. Krings, Felix Mayer (Hg.): *Sprachenvielfalt im Kontext von Fachkommunikation, Übersetzung und Fremdsprachenunterricht. Festschrift für Reiner Arntz*. (Forum für Fachsprachen-Forschung 83.) Berlin: Frank & Timme, 221–231
- Sandrini, Peter (Hg.) (2009): *Wellness – Fachwörter und Definitionen*. LULU
- Sandrini, Peter (2011): "Das Medium WWW als translationsdidaktische Herausforderung." Ingeborg Ohnheiser, Wolfgang Pöckl, Peter Sandrini (Hg.): *Translation – Sprachvariation – Mehrsprachigkeit. Festschrift für Lew Zybatow zum 60. Geburtstag*. Frankfurt am Main u. a.: Lang, 235–247
- Sandrini, Peter (2012): "Wie fachlich ist das WWW? Zum Fachlichkeitsgrad web-gebundener Translationsaufträge." Klaus-Dieter Baumann (Hg.): *Fach – Translat – Kultur: Interdisziplinäre Aspekte der vernetzten Vielfalt*. Berlin: Franck & Timme, 449–466
- Schober, Reinhard (1975): "Das Erlebnis: eigentliches Urlaubsziel." *Beratung Freizeit* 1: 19
- Schober, Reinhard (1993): "(Urlaubs-)Erleben, (Urlaubs-)Erlebnis." Heinz Hahn, H. Jürgen Kagelmann (Hg.) (1993): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München: Quintessenz, 137–140
- Soffritti, Marcello (2004): "Wissenschaft und Fachkenntnis im Internet – Formen der Popularisierung im heutigen Deutsch." Sandro M. Moraldo, Marcello Soffritti (Hg.): *Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache*. Roma: Carocci, 216–229
- Statista (o. J.): Anzahl der Ankünfte internationaler Touristen in Italien in den Jahren 2019 und 2020 nach ausgewählten Herkunftsländern. – <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/869280/umfrage/ankuenfte-von-touristen-in-italien-nach-herkunftslaendern/> (25.11.2021)
- Tagliabue, Riccardo (2003): *Comunicazione e turismo. Il caso Versilia. La comunicazione e il suo ruolo nella valorizzazione di un sistema turistico*. Milano: EDUCatt Università Cattolica
- Taino, Piergiulio (2009): "Wiederholung und Variation im Substantivbereich in deutschen und italienischen Wirtschaftstexten." Piergiulio Taino, Marina Brambilla, Tobias Briest (Hg.): *Eindeutig uneindeutig. Fachsprachen – ihre Übersetzung, ihre Didaktik*. Frankfurt am Main: Lang, 71–87
- Treccani (2021): Vocabolario – <https://www.treccani.it/vocabolario/> (25.11.2021)
- Wellness-Hotels & Resorts (2021): Das Wellness-Lexikon der Wellness-Hotels & Resorts – <https://www.wellnesshotels-resorts.de/de/wellness-lexikon/> (25.11.2021)
- Wöhler, Karlheinz (2000): "Pfleger der Negation. Zur Produktion negativer Räume als Reiseauslöser." Alexander G. Keul, Reinhard Bachleitner, H. Jürgen Kagelmann (Hg.): *Gesund durch Erleben? Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft*. 2. Aufl. 2001. Wien: Profil, 29–37

## Anhang

Die Unterstreichungen im Ausgangs- und Zieltext markieren die Verlinkungen.

### *Ausgangstext*

#### **MOORKUREN & MOORBÄDER**

**Erleben und genießen Sie die wohltuende und heilende Wirkung von Moor bei uns im bayerischen Wellnesshotel am Soier See.**

Bad Bayersoien zählt neben Bad Kohlgrub und Bad Aibling zu den wichtigsten Orten für Moorbäder und -urlaub in Bayern und zu den bekanntesten Orten für Moorbäder in Deutschland. Die "schwarze Daune" aus dem bis zu 10.000 Jahre alten Bad Bayersoier Bergkiefernhochmoor, die bei uns für Kur und Therapie verwendet wird, ist nicht nur ein uraltes, bayerisches Naturprodukt, sondern gleichzeitig eines der medizinisch-wissenschaftlich am besten erforschten Moore überhaupt.

Lesen Sie in unserer Moorfibel mehr über das Bergkiefern-Hochmoor und seine Wirkung.

#### **SCHON GEWUSST?**

Der Torf für unsere Moorkuren, Moorbäder und Moor-Rituale wird direkt aus dem Hochmoor von Bad Bayersoien gewonnen.

#### **MOORANWENDUNGEN FÜR IHRE GESUNDHEIT**

Das bayerische Moor wird gern zur Schmerzlinderung eingesetzt. Das heilsame Moor der Ammergauer Alpen aus Bad Bayersoien wird ebenfalls wirksam eingesetzt bei unerfülltem Kinderwunsch. Ganz ohne Nebenwirkungen, kombiniert mit ärztlicher Betreuung, Wellness, Ruhe und stärendem Begleitprogramm kann Moor den Kinderwunsch in Erfüllung gehen lassen. Im Park des Parkhotels wird für jedes Kind, das nach einer Moorkur geboren wurde, ein Bäumchen gepflanzt.

Ergänzend bietet das Parkhotel am Soier See speziell entwickelte und absolut einzigartige Moor-Rituale an. Diese vervollständigen die heilende Wirkung bestimmter Indikationen des Moores. Die behagliche Wärme eines Moorbades ist dabei ein besonderer Verwöhnfaktor; der Aspekt der Gesundheitssteigerung dabei ein weiterer positiver Effekt.

Verbinden Sie die Vorteile und den Nutzen des Moors bei einer mehrwöchigen Kur oder innerhalb von Wellnessbehandlungen in unserem schönen 4 Sterne Superior Wellnesshotel in Oberbayern.

#### **"MOOR TIME FOR ME"**

**Kraft tanken im Einklang mit der Natur** – 7 ÜN inkl. Verwöhn Pension –  
und die Wirkung des Bayersoier Bergkiefernhochmoors kennenlernen.

#### **MOOR-RITUALE AM SOIER SEE**

##### **BALANCE & STÄRKUNG**

Das Schweben im Moor in Verbindung mit der wohligen Wärme bewirkt eine physische und mentale Schwerelosigkeit. Erschöpfungs- und Stresszustände sowie psychosomatische Erkrankungen können gelindert werden. Das natürliche Ambiente, die Musik und die Betreuung während des Moorbades sorgen für Energieübertragung auf den Körper und machen die einstündige Inszenierung "Balance" mit ihrer heilenden Magie perfekt.

## LINDERUNG & HEILUNG

Auch bei Beschwerden und Schmerzen des Bewegungsapparats (Gelenke, Wirbelsäule, Bandscheiben) bewirkt Moor Linderung und Heilung. Erleben Sie die Leichtigkeit des Seins, während Ihre Gelenke bis zu 90 % entlastet werden und dem Körperkern die siebenfache Wärmemenge eines vergleichbaren Wasserbades zugeführt wird. Das Moortagebuch sowie die auditive Begleitung verstärken über die Einbeziehung der Psyche den Heilerfolg.

## MOORBAD

Entspannen Sie beim Alpenzauber-Naturmoorvollbad in unserem dickbreiigen Moor im urigen Holzzuber in der Blockhütten-Kabine und wählen Sie dazu eines der Moor-Rituale (nur nach ärztlicher Vorbesprechung mit Ihrem Hausarzt oder bei uns). Dauer inklusive Nachruhe: ca. 60 Minuten.

## Zieltext

### BAGNI CURATIVI ALLA TORBA

**Provate voi stessi i benefici della torba nel nostro wellness hotel sul lago Soier, in Baviera.**

Bad Bayersoien è, assieme a Bad Kohlgrub e Bad Aibling, una delle località più importanti della Baviera per i bagni torbosi, e anche una delle più note di tutta la Germania per questo tipo di vacanze. L' "oro nero" utilizzato per le nostre cure e terapie, con i suoi 10.000 anni di storia, non è solo un prodotto naturale antichissimo, ma al tempo stesso una delle torbe più studiate dal punto di vista medico-scientifico.

Per saperne di più, leggete il nostro [ABC](#) sulla torba al pino mugo e tutti i suoi benefici effetti.

### **LO SAPEVATE CHE?**

La materia prima per i nostri bagni e rituali curativi si ricava direttamente dalla brughiera alpina di Bad Bayersoien.

### **APPLICAZIONI SALUTARI DI TORBA**

La torba bavarese trova spesso impiego per alleviare i dolori. La torba curativa delle Alpi dell'Ammergau è efficace anche nei casi di infertilità. Assolutamente priva di controindicazioni, in combinazione con un'adeguata assistenza medica, le attività di wellness, la tranquillità e un programma rinvigorente, la torba può far diventare realtà il desiderio di diventare genitori. Nel parco dell'hotel viene piantato un albero per ogni bimbo/a che nasce dopo una cura alla torba.

In più, il Parkhotel sul lago Soier See offre speciali rituali alla torba assolutamente unici, che ottimizzano i benefici già insiti nelle indicazioni della torba. Il calore benefico di un bagno torboso è come una coccola che esercita un ulteriore effetto positivo sullo stato di salute.

Abbinare i vantaggi e l'utilità della torba concedendovi una cura di più settimane o all'interno di un programma di wellness nel nostro bell'albergo a 4 stelle Superior nell'Alta Baviera.

### **“È TEMPO DI TORBA PER TE”**

**Fare il pieno di energia immersi nella natura** – 7 notti con pensione completa deluxe per conoscere gli effetti benefici della torba al pino mugo.

## **RITUALI DI BENESSERE SUL LAGO**

### **EQUILIBRIO & VIGORE**

Fluttuare piacevolmente nella calda torba dona una sensazione di leggerezza fisica e mentale. Si alleviano gli stati di stress ed esaurimento, oltre alle malattie psicosomatiche. L'ambientazione naturale, la musica e l'assistenza durante il bagno torboso trasferiscono energia al corpo e rendono perfetta la magia salutare di quest'ora di trattamento riequilibrante.

### **SOLLIEVO & GUARIGIONE**

La torba dona sollievo e guarigione anche in caso di dolori e disturbi dell'apparato locomotore (articolazioni, colonna vertebrale, dischi intervertebrali). Sperimentate la leggerezza dell'essere scaricando le articolazioni fino al 90 % e trasmettendo al corpo sette volte la quantità di calore di un bagno nell'acqua. Il diario del benessere e l'accompagnamento musicale contribuiscono al successo terapeutico attraverso il benessere della psiche.

### **BAGNO DI TORBA**

Rilassatevi facendo il bagno nella densa torba naturale, in una tinozza di legno in cabina privata, e accompagnatelo con uno dei nostri rituali della torba (solo previo accordo col Vostro medico di famiglia o con noi). Vivete l'atmosfera magica delle Alpi. Durata, compreso il tempo di relax: ca. 60 minuti.

### *Autorin*

Elisabetta Longhi ist wissenschaftliche Mitarbeiterin für Deutsche Sprache und Übersetzung Deutsch-Italienisch an der Universität Parma, Italien. Ihre Arbeits- und Forschungsgebiete sind der Einsatz digitaler Medien in der DaF-Didaktik, die Entwicklung der Hypertextsorten sowie Fach- und Literaturübersetzen im Vergleich.

E-Mail: [elisabetta.longhi@unipr.it](mailto:elisabetta.longhi@unipr.it)

# Neu bei Frank & Timme

## TRANSÜD. Arbeiten zur Theorie und Praxis des Übersetzens und Dolmetschens

Herausgegeben von Prof. Dr. Klaus-Dieter Baumann, Prof. Dr. Dr. h.c. Hartwig Kalverkämper, Prof. Dr. Sylvia Reinart, Prof. Dr. Klaus Schubert

Rocío García Jiménez/María-José Varela Salinas: **Aspectos de la traducción biosanitaria español-alemán / alemán-español.** ISBN 978-3-7329-0812-7

Sylvia Reinart: „**Im Original geht viel verloren**“. Warum Übersetzungen oft besser sind als das Original. ISBN 978-3-7329-0826-4

Gernot Hebenstreit/Philipp Hofeneder (Hg.): **Translation im Wandel: Gesellschaftliche, konzeptuelle und didaktische Perspektiven.** ISBN 978-3-7329-0831-8

María Pilar Castillo Bernal / Marta Estévez Grossi (eds.): **Translation, Mediation and Accessibility for Linguistic Minorities.** ISBN 978-3-7329-0857-8

Susanne Hagemann: **Recherche im Translationsprozess.** Ein Lehr- und Studienbuch. ISBN 978-3-7329-0855-4

Hanna Reiningger: **Fremde Sprachen im literarischen Original – Translatorische Herausforderungen.** Gezeigt an *Villette* von Charlotte Brontë. ISBN 978-3-7329-0877-6

## Transkulturalität – Translation – Transfer

Herausgegeben von Prof. Dr. Dörte Andres, Prof. Dr. Martina Behr, Prof. Dr. Larisa Schippel, Prof. Dr. Cornelia Zwischenberger

Aleksey Tashinskiy/Julija Boguna/Tomasz Rozmystowicz (Hg.): **Translation und Exil (1933–1945) I.** Namen und Orte. Recherchen zur Geschichte des Übersetzens. ISBN 978-3-7329-0744-1

Yafen Zhao: **Take it or leave it? Notationstechnik beim Konsektivdolmetschen Chinesisch–Deutsch.** ISBN 978-3-7329-0871-4

## Theoretische Translationsforschung

Herausgegeben von Prof. Dr. Dilek Dizdar und Prof. Dr. Lavinia Heller

Ruth Katharina Kopp: **Zwischen translatorischer Konditionierung und alteristischer Kontingenz.** Revisionen der Beziehung von Translation und Verantwortung. ISBN 978-3-7329-0780-9

Alle Bücher sind auch als E-Books erhältlich.

## Easy – Plain – Accessible

Herausgegeben von Prof. Dr. Silvia Hansen-Schirra, Prof. Dr. Christiane Maaß

Silvana Deilen: **Optische Gliederung von Komposita in Leichter Sprache.** Blickbewegungsstudien zum Einfluss visueller, morphologischer und semantischer Faktoren auf die Verarbeitung deutscher Substantivkomposita. ISBN 978-3-7329-0834-9

Elena Husel: **Leichte Sprache in der Bundesverwaltung.** Was? Wer? Wie? 250 pages. ISBN 978-3-7329-0849-3

Andreas F. Kelletat: **Wem gehört das übersetzte Gedicht?** Studien zur Interpretation und Übersetzung von Lyrik. ISBN 978-3-7329-0843-1

Annika Bergunde/Sonja Pöllabauer/Lilian Hagenlocher/Ursula Stachl-Peier für das UNHCR (Hg.): **Handbook for Interpreters in Asylum Procedures.** ISBN 978-3-7329-0860-8

ensschaft Kunstwissenschaft Altertumswissens  
enschaft **Sprachwissenschaft** Fachsprachenfor  
stwissenschaft Philosophie Romanistik Slawist  
achwissenschaft Literaturwissenschaft Musikw  
aft Altertumswissenschaft Kulturwissenschaft K  
tionswissenschaft Medienwissenschaft Kunst  
aft Theologie Religionswissenschaft Geschichts  
aft Philosophie Theaterwissenschaft Archäologi  
e Philologie Politikwissenschaft Musikwissensch  
istik **Translationswissenschaft** Sprachwissensch  
e Sozialpädagogik Erziehungswissenschaft Slav  
aft Fachsprachenforschung Kunstwissenschaft  
Romanistik Slawistik Literaturwissenschaft Tra  
wissenschaft Musikwissenschaft Altertumswis  
enschaft Kommunikationswissenschaft Medien  
aft Theologie Religionswissenschaft Geschichts  
aft Philosophie Theaterwissenschaft Archäologi  
e Philologie Politikwissenschaft Soziologie Sozi  
k Erziehungswissenschaft Translationswissens  
achwissenschaft **Fachsprachenforschung** Kunst  
aft Philosophie Romanistik Slawistik Soziologie

**F** Frank & Timme