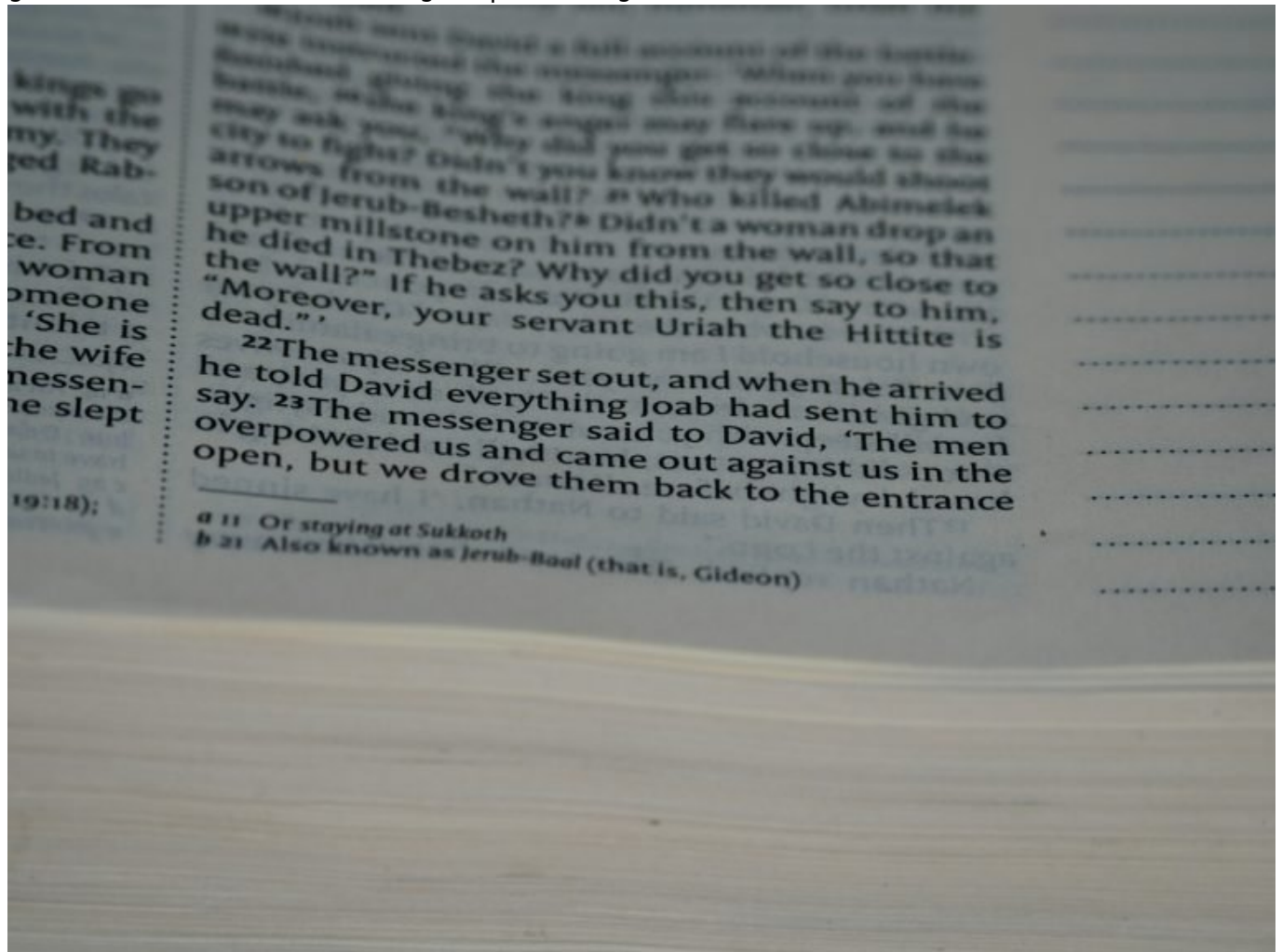


Wobei auf Englisch: Klar, clever und kurz erklärt

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 14. August 2025



Wobei auf Englisch: Klar, clever und kurz erklärt – Der ultimative Leitfaden

für Online-Marketer

Du sitzt vor deinem nächsten englischsprachigen Facebook-Post, willst „wobei“ schreiben – und plötzlich wird's dunkel: Wie übersetzt man „wobei“ ins Englische, ohne sich grammatikalisch zu blamieren oder wie Google Translate zu klingen? Willkommen beim Survival-Guide für alle, die mehr wollen als peinliche Denglisch-Posts: Hier zerlegen wir „wobei“ technisch, semantisch und stilistisch – damit du nie wieder stotterst, sondern punktgenau triffst.

- „Wobei“ ist kein 1:1-Übersetzungsoffer – Kontext entscheidet alles.
- Die wichtigsten Varianten: „where“, „in which“, „during which“, „while“, „whereas“ und „with“.
- Wann du „wobei“ besser umformulierst, statt nach einer Übersetzung zu suchen.
- Typische Fehler – und wie du sie im Content-Marketing gnadenlos vermeidest.
- Beispiele aus der Praxis: Von Business-E-Mails bis Social-Media-Content.
- Stilregeln für knackige, native Sätze im Online-Marketing: Weniger ist mehr.
- Checkliste: So triffst du immer die passende „wobei“-Übersetzung.
- Warum maschinelle Übersetzer beim Thema „wobei“ meist grandios versagen.
- Der Unterschied zwischen lazy und clever: Wie du „wobei“ im Englischen wirklich smart löst.

Wer im Online-Marketing unterwegs ist, weiß: Englisch ist Pflicht, Denglisch der Tod jeder Marke. Kaum ein deutscher Ausdruck macht dabei so oft Probleme wie „wobei“. Übersetzungs-Tools liefern dir alles von „whereby“ bis zu völlig absurden Konstruktionen – und am Ende klingt dein Text wie eine schlechte Gebrauchsanweisung. Die Wahrheit: Es gibt nicht *die* eine Übersetzung für „wobei“. Es gibt aber jede Menge Stolperfallen, peinliche Fehler und – mit ein bisschen Know-how – blitzsaubere, native Lösungen. Genau darum geht's hier: Ohne Bullshit, ohne leere Worthülsen, sondern mit maximaler Klarheit. Wer seinen Content internationalisieren will, muss „wobei“ im Englischen meistern. Let's get technical.

Warum „wobei“ im Englischen kein Selbstläufer ist – und wie du den richtigen Kontext findest

Das Problem mit „wobei“: Es ist ein Chamäleon. Mal beschreibt es eine Bedingung, mal einen Gegensatz, mal eine Zusatzinfo – je nach Satzbau und Kontext. Im Deutschen ist das easy, weil wir uns an verschachtelte Sätze und grammatikalische Akrobatik gewöhnt haben. Im Englischen funktioniert das

nicht. Hier gilt: Klarheit schlägt Komplexität. Wer „wobei“ einfach mit „whereby“ übersetzt, macht sich lächerlich und killt die Lesbarkeit seiner Texte.

Die gängigsten Kontextarten, in denen „wobei“ im Deutschen auftaucht:

- Als Relativsatz („Die Kampagne, wobei wir neue Kunden gewinnen wollen...”)
- Als Nebensatz für einen Gegensatz („Wir starten den Newsletter, wobei wir noch keine finale Liste haben.”)
- Zur Beschreibung parallel ablaufender Vorgänge („Er arbeitet, wobei er Musik hört.”)
- Als Einschränkung oder Zusatz („Das Produkt ist günstig, wobei die Qualität überzeugt.”)

Im Englischen gibt es für jede dieser Bedeutungen eine andere Lösung. Die Übersetzung hängt also ausschließlich vom Kontext ab – und von deiner Fähigkeit, ihn sauber zu erkennen. Wer das ignoriert, produziert Denglisch oder Pseudo-Business-Englisch – und verliert jeden Anspruch auf Professionalität.

Merke: „Wobei“ ist nie ein One-Trick-Pony. Erst Kontext, dann Satzbau, dann Übersetzung. Nur so wird dein Content international konkurrenzfähig und bleibt trotzdem knackig.

Die wichtigsten Übersetzungen für „wobei“ – und wann sie funktionieren

Jetzt wird's technisch: Welche englischen Konstruktionen ersetzen „wobei“ am zuverlässigsten? Hier die wichtigsten Varianten mit Beispielen, nach Anwendungsfall geordnet:

- „Where“ / „in which“:
Perfekt, wenn „wobei“ einen Relativsatz einleitet und einen Ort, eine Plattform oder eine Situation beschreibt.
Beispiel:
Deutsch: „Wir haben eine Kampagne gestartet, wobei wir neue Leads generieren.“
Englisch: „We launched a campaign in which we generate new leads.“ / „...where we generate new leads.“
- „During which“:
Ideal für Abläufe oder Zeitspannen.
Beispiel:
Deutsch: „Es gab eine Testphase, wobei verschiedene Tools analysiert wurden.“
Englisch: „There was a testing phase during which various tools were analyzed.“
- „While“:

Wenn „wobei“ zeitgleich ablaufende Handlungen beschreibt.

Beispiel:

Deutsch: „Er arbeitet, wobei er Musik hört.“

Englisch: „He works while listening to music.“

- „Whereas“:

Für Gegensätze oder Kontraste. Vorsicht: Klingt oft formell, passt nicht immer in lockeren Marketing-Content.

Beispiel:

Deutsch: „Das Produkt ist teuer, wobei die Qualität herausragend ist.“

Englisch: „The product is expensive, whereas the quality is outstanding.“

- Kurz umstellen:

Häufig ist die beste Lösung, den deutschen Satz zu zerlegen und im Englischen zwei einfache Hauptsätze zu bauen.

Beispiel:

Deutsch: „Wir starten die Aktion, wobei wir auf schnelle Ergebnisse setzen.“

Englisch: „We’re launching the campaign. We’re focusing on quick results.“

Die angeblich „direkte“ Übersetzung „whereby“ ist übrigens ein Klassiker für missglückte Business-Mails. Sie ist extrem formell, altmodisch und wird von Native Speakern fast nie genutzt – außer in juristischen Texten oder Manuals. Wer im Marketing mit „whereby“ hantiert, outet sich sofort als Übersetzungs-Laie.

Fazit: Gute „wobei“-Übersetzungen sind immer situationsabhängig. Wer den Duden blind ins Englische kloppt, blamiert sich. Wer Kontext checkt, klingt native.

Typische Fehler bei der Übersetzung von „wobei“ – und wie du sie knallhart vermeidest

Selbst erfahrene Übersetzer gehen bei „wobei“ regelmäßig baden. Die häufigsten Fehler und ihre Folgen:

- Direkte 1:1-Übersetzung („whereby“): Klingt nach Google Translate, killt jeden Flow und macht dich sofort unglaubwürdig.
- Komplexe Schachtelsätze: Deutsch liebt sie, Englisch hasst sie. Wer „wobei“ in endlose Nebensätze presst, produziert unlesbaren Müll.
- Fehlender Kontext-Check: Wer nicht prüft, ob „wobei“ hier Zeit, Ort, Gegensatz oder Zusatz bedeutet, landet bei der falschen Übersetzung.
- Falsche Registerwahl: Im Marketing brauchst du Klarheit und Tempo. „Whereas“ oder „whereby“ wirken schnell steif oder juristisch – und

töten die Conversion.

- Maschinelle Übersetzung ungeprüft übernehmen: Wer DeepL oder Google Translate blind vertraut, bekommt oft grammatikalisch korrekte, aber völlig sinnfreie Sätze.

Wie vermeidest du das? Mit System, nicht mit Bauchgefühl. Hier die Schritt-für-Schritt-Lösung:

- 1. Lies den gesamten deutschen Satz – und frage dich: Ist „wobei“ hier ein Relativsatz, eine Zeitangabe, ein Gegensatz oder nur Zusatzinfo?
- 2. Bestimme die Funktion von „wobei“:
 - Ort/Situation → „where“ / „in which“
 - Zeit/Ablauf → „during which“ / „while“
 - Gegensatz → „whereas“ (mit Vorsicht!)
 - Zusatzinfo → Satz trennen, umformulieren
- 3. Baue im Zweifel zwei kurze Sätze statt einen.
- 4. Lies den englischen Satz laut – klingt er natürlich? Wenn nein: zurück zum Start.

So entsteht Content, der nicht nach DAX-Konzern klingt, sondern nach echtem, lebendigen Englisch – und damit nach Conversion.

Best Practice: So übersetzt du „wobei“ im Online-Marketing clever und naturnah

Stilfragen sind im Online-Marketing alles. Wer im Englischen zu verschachtelt, verliert Leser und Relevanz. Gute Übersetzungen von „wobei“ sind kurz, klar und orientieren sich an Native Content. Hier die wichtigsten Regeln für deine Copy:

- Keep it simple: Zwei kurze Sätze sind besser als ein grammatikalischer Endgegner.
- Wähle dynamische Verben: „While optimizing“ klingt aktiver als „during which the optimization is done“.
- Nutze aktive Sprache: Passiv-Konstruktionen sind im Deutschen Standard, im Englischen ein Conversion-Killer.
- Vermeide „whereby“: Es sei denn, du schreibst für ein Lexikon oder einen Vertragstext – und selbst dann gibt's bessere Alternativen.
- Teste deinen Text bei echten Native Speakern: Keine KI, kein Tool ersetzt das menschliche Sprachgefühl.

Hier ein paar typische Marketing-Sätze und ihr smarter Transfer ins Englische:

- Deutsch: „Wir starten eine E-Mail-Kampagne, wobei wir neue Segmente testen.“
Englisch: „We're launching an email campaign and testing new segments.“

- Deutsch: „Es gibt eine Beta-Phase, wobei Nutzer Feedback geben.“
Englisch: „There's a beta phase during which users provide feedback.“
- Deutsch: „Wir haben das Feature veröffentlicht, wobei die Performance überwacht wird.“
Englisch: „We released the feature and are monitoring its performance.“

Das Prinzip: Lieber aufteilen und vereinfachen, als sich an „wobei“ festzubeißen. Das macht deinen Content nicht nur verständlicher, sondern auch performanter.

Warum KI, DeepL & Co. bei „wobei“ fast immer versagen – und wie du es besser machst

Die Versprechungen sind groß: Künstliche Intelligenz übersetzt heute angeblich besser als jeder Mensch. Die Realität? Bei kleinen Wörtern wie „wobei“ scheitern Tools regelmäßig. Warum? Weil sie Kontext nicht wirklich verstehen, sondern nur statistisch berechnen. Das Ergebnis: Meistens landet „whereby“ als Übersetzung – und dein Text klingt wie aus den 90ern.

DeepL & Co. können Sätze zerlegen, aber nicht umformulieren. Sie checken nicht, ob „wobei“ hier eine Zusatzinfo oder einen Gegensatz ausdrückt. Und sie beachten keine Zielgruppe: Ob du für TikTok, LinkedIn oder eine Landingpage schreibst, interessiert sie nicht.

Die Lösung: Menschliche Intelligenz schlägt KI – zumindest bei kniffligen Kontexten. Wer SEO-Content, Marketingtexte oder UX-Copy produziert, muss „wobei“ selbst analysieren. Tools sind ein Anfang, aber nie das Ende. Gute Übersetzung ist kein Copy-Paste, sondern Handwerk.

Das gilt besonders für alles, was Conversion, Branding oder Corporate Identity betrifft. Wer hier mit maschinellen Übersetzungen arbeitet, verschenkt nicht nur Performance, sondern auch Glaubwürdigkeit. Und die lässt sich in keinem Tool nachbessern.

Die „Wobei“-Checkliste für Marketer: Nie wieder peinlich ins Englische stolpern

Zum Schluss gibt's die ultimative Checkliste, damit du „wobei“ im Englischen immer sauber löst. Einfach abarbeiten – und du bist raus aus der Übersetzungsfalle:

- 1. Lies den gesamten Satz – was drückt „wobei“ aus? (Ort, Zeit,

Gegensatz, Zusatz?)

- 2. Wähle die passende Konstruktion: „where“, „in which“, „while“, „during which“, „whereas“ – oder Satz trennen.
- 3. Prüfe, ob die englische Version kurz, klar und aktiv klingt.
- 4. Lass den Text von einem Native Speaker checken – oder lies laut und prüfe auf Natürlichkeit.
- 5. Vermeide „whereby“ wie die Pest – außer du willst dich als Nicht-Native outen.
- 6. Nutze immer den Kontext als Übersetzungsbasis, nie nur das Einzelwort.
- 7. Teste, ob die englische Version im Marketing-Kontext wirklich performt (A/B-Test, User-Feedback, Analytics).

Wer so arbeitet, liefert Texte ab, die nicht nur korrekt, sondern auch konversionsstark sind – und hebt sich von der Masse der Copy-&-Paste-Marketer ab.

Fazit: „Wobei“ auf Englisch – der Unterschied zwischen Denglisch und High- Performance-Content

„Wobei“ ist das Paradebeispiel für alles, was bei der Internationalisierung deutscher Inhalte schiefgehen kann. Wer den Begriff einfach durch „whereby“ ersetzt, produziert Content, der im besten Fall überlesen, im schlimmsten Fall ausgelacht wird. Der Schlüssel liegt im Kontext – und im Mut, Sätze radikal zu vereinfachen, statt sie zu übersetzen. Online-Marketing lebt von Klarheit, Tempo und Zielgruppenfokus. Wer das ignoriert, verliert.

Die Lösung? Kontext analysieren, den richtigen englischen Ausdruck wählen, maschinelle Übersetzungen kritisch prüfen und immer auf Natürlichkeit setzen. Wer „wobei“ meistert, meistert auch den Rest der deutschen Sprachfallen im globalen Marketing. Alles andere ist Denglisch – und das ist 2025 endgültig raus.