

Übersetzen: Unterschätzen

Die Gefahr semiprofessioneller Übersetzer

Schon ein Blick auf die amtlichen Listen für vereidigte Übersetzer und Dolmetscher zeigt: Konkurrenz gibt's wie Sand am Meer. Auch preisgünstige Fremdsprachen-Studenten werden nicht weniger. Was macht eine gute Agentur aus, und wie platziert man sich am Markt? Heike Puse, Geschäftsführerin der transmit-Deutschland GmbH stellte sich den Fragen der SCOUT-Redaktion.

SCOUT: Womit verdient die transmit-Deutschland GmbH ihr Geld?

Puse: Wie bei allen Übersetzungsagenturen besteht unsere Dienstleistung darin, für jedes Kundenprojekt zur richtigen Zeit die richtigen Übersetzer, Lektoren, Dolmetscher, Fremdsprachensetzer und andere Experten auf diesem Planeten zu kennen und einsetzen zu können.

SCOUT: Wieso sollte ich als Unternehmer oder als Privatperson eine Agentur beauftragen, wo mir doch jedes Schwarze-Brett in Universitäten mindestens zehn günstigere Alternativen bietet?

Puse: Es ist immer eine Frage, was ich als Kunde erwarte. Benötige oder erwarte ich eine professionelle Leistung, muss ich mich an einen Profi wenden. Reicht mir eine Leistung aus, die semiprofessionell ist, kann ich mich auch an solche Anbieter wenden. Sicherlich wären die allermeisten Leser dieser Zeilen in der Lage, Zähne zu ziehen oder Haare zu schneiden. Trotzdem würde ich es vorziehen, zu einem ausgebildeten Zahnarzt oder einem Friseur zu gehen.

Seltsamerweise sind aber viele Menschen der Meinung, dass jeder die Fähigkeit besitzt, übersetzen oder dolmetschen zu können, wenn er oder sie eine zweite Sprache spricht. Für den einfachen Einsatz im Urlaub mag das ja auch ausreichen. Sobald man sich aber auf die Übersetzung wirklich verlassen muss, sollten Spezialisten eingesetzt werden, denn Übersetzen ist mehr, als nur ein Wort nach dem anderen in eine andere Sprache zu übertragen.

SCOUT: Wer sind Ihre Übersetzer? Stellen Sie ausgebildete Fachkräfte und Akademiker ein, oder treffen wir hinter den Kulissen „unseren“ Studenten wieder?

Puse: Den vielzitierten „Studenten“ werden Sie bei uns nicht antreffen. Aus ganz unterschiedlichen Gründen verzichten wir von transmit-Deutschland darauf, Studenten als Übersetzer einzusetzen. Es mag vielleicht wirtschaftlich verlockend sein, führt aber langfristig eher zu Frust auf allen Seiten. Wir haben ein Auswahlverfahren entwickelt, das darauf abzielt, wirklich erfahrene Experten mit entsprechender Ausbildung einzusetzen. In erster Linie sind das natürlich diplomierte Übersetzer oder Dolmetscher. Es können allerdings auch Quereinsteiger sein, wie zum Beispiel Ingenieure mit zweisprachigem Hintergrund, die bereits langjährige Erfahrungen mit Übersetzungen nachweisen können. Die sprachliche Ausbildung ist natürlich ein wesentliches Qualitätskriterium für die Auswahl eines Übersetzers. Es gibt aber auch noch einige andere Kriterien, die ein Übersetzer erfüllen muss, um von uns beauftragt zu werden.

SCOUT: Welche Kriterien sind das?

Puse: Übersetzer, die von uns beauftragt werden, haben nachgewiesen, dass sie in der Lage sind, auf einem hohen technischen sowie organisatorischem Niveau zu arbeiten. Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und ein dauerhaftes Qualitätsbewusstsein müssen immer wieder unter Beweis gestellt werden. Darüber hinaus fordern wir ein, dass sich Übersetzer, die mit uns zusammen arbeiten wollen, technisch immer auf dem Stand der Zeit halten.

SCOUT: Apropos Technik. Was hat es mit den CAT-Tools¹ auf sich?

Puse: CAT-Tools stellen in bestimmten Fällen eine hervorragende Unterstützung für den Übersetzer dar und können, bei richtiger Anwendung, zu einer Steigerung der Qualität führen. Sie haben nichts mit den kostenlosen Onlineübersetzungen zu tun. Vielmehr handelt es sich um sehr hochentwickelte Programme, die dafür sorgen, dass eine einheitliche Terminologie verwendet wird, also gleiche Übersetzungseinheiten wirtschaftlich übersetzt werden können.

1: CAT ist die Abkürzung für den englischen Begriff „Computer Aided Translation“, auf Deutsch: „Computer-unterstützte Übersetzung“. Ein CAT-Tool ist somit ein Computerprogramm, das die Erstellung von Übersetzungen unterstützt und erleichtert.



Im technischen Bereich, für den diese Tools ursprünglich entwickelt wurden, sind solche Unterstützungen nicht mehr wegzudenken. Jeder seriöse Übersetzungsdienstleister wird über solche Tools verfügen und sie zur Qualitätssicherung einsetzen. Aber auch hier ist es wie überall: damit die Vorteile genutzt werden können, benötigt man sehr gut geschulte Mitarbeiter und Übersetzer, und die sind nicht zum Nulltarif zu bekommen.

SCOUT: Wie sieht das typische Produktportfolio einer Agentur aus? Worin besteht das Kerngeschäft?

Puse: Das Kerngeschäft oder die Kernkompetenz besteht sicher darin, Kunden in dem sehr weiten Feld der Themen „Übersetzen und Dolmetschen“ intensiv beraten zu können. Wie groß dieses Feld sein kann, lässt sich erahnen, wenn man bedenkt, dass wir Übersetzungen in über 50 verschiedene Sprachen anbieten. Hinzu kommen die sehr vielseitigen Anforderungen auf Grund der sehr unterschiedlichen Dateiformate und Weiterverarbeitungsmöglichkeiten, wie beispielsweise Fremdsprachensatz, Lektorat oder Softwarelokalisierung. Weiter steigen die Anforderungen dadurch, dass es natürlich sehr viele Spezialgebiete gibt. Ein Übersetzer oder Dolmetscher, der sich auf juristische Texte spezialisiert hat, wird in der Regel gar nicht oder nur sehr ungern Marketingtexte übersetzen wollen. Einen Dolmetscher, der sich auf Maschinenbau konzentriert, können wir nicht zum Simultandolmetschen bei einer Herztransplantation schicken. Sie sehen schon, dass unser Leistungsspektrum sehr weit gefächert ist: von der Übersetzung einer Steuerkunde bis zur Patentanmeldung; von den europäischen Sprachen, bis Zulu; von der einfachen Word-Datei bis zur Softwarelokalisierung. Diesen Anforderungen können nur wirklich sehr erfahrene und gut ausgebildete Profis gerecht werden.

SCOUT: Sie sind ja nicht der einzige Anbieter auf dem Markt. Was findet bei IHNEN alles unter der Oberfläche statt? Warum sollte ich mich für SIE entscheiden?

Was zeichnet IHRE Agentur aus?

Puse: Ich denke, es gibt nicht den einzigen entscheidenden Punkt oder das besondere Alleinstellungsmerkmal.

„EINEN DOLMETSCHER, DER SICH AUF MASCHINENBAU KONZENTRIERT, KÖNNEN WIR NICHT ZUM SIMULTANDOLMETSCHEN BEI EINER HERZTRANSPLANTATION SCHICKEN“

Aus unserer Sicht ist es die Summe vieler kleiner Punkte. Dies bestätigen auch immer wieder unsere Kunden. Es fängt zum Beispiel damit an, dass mein Mann und ich als Geschäftsführer und Inhaber von transmit-Deutschland selbst als Projektleiter tätig sind. So sind wir immer ganz nah am Kunden und bekommen sehr schnell mit, was der Kunde benötigt. Zudem können wir sehr kurzfristig, flexibel und kompetent reagieren. Ein weiterer, für uns äußerst wichtiger,

Punkt ist die umfangliche Beratung des Kunden. Für uns steht ein Projekt nicht in einem luftleeren Raum. Für uns ist es ein Rad im Getriebe. Daher schauen wir sehr weit über den Tellerrand hinaus, wenn der Kunde es wünscht. Dieses „Mehr“ an Beratung, Aufmerksamkeit oder Service wird immer wieder bei allen Kundenbefragungen als ein herausragender Unterschied genannt.

SCOUT: Wie findet man eine professionelle und gute Agentur? Oder woran erkennt man diese?

Puse: Das kann in der Tat recht schwierig sein. Ein aus Marketingsicht gut gemachter Internetauftritt kann einem potentiellen Interessenten schnell suggerieren, dass er es mit einem fachkompetenten Anbieter zu tun hat, ohne dass diese Fachkompetenz wirklich vorhanden ist. Es gibt in der Übersetzungsdienstleistungsbranche einen kleinen aber feinen Verband, den QSD². Auch wir sind Mitglied in diesem Verband, der sich zum Ziel gesetzt hat, die Qualität in der Übersetzungsbranche nachhaltig zu verbessern. Sprachdienstleister, die diesem Verband angehören, müssen einen recht hohen Qualitätsstandard nachweisen und verpflichten sich, sich ständig weiter zu entwickeln. Als zweiten Punkt empfehle ich, intensiv mit einem Projektleiter des Übersetzungsdienstleisters über den Projektverlauf zu sprechen. Als Kunde bekommt man sehr schnell ein Gefühl dafür, ob derjenige für dieses Projekt geeignet ist oder eher nicht. Als dritten ▶▶

2: Qualitätssprachendienste Deutschland e.V. Die Interessenvertretung der deutschen Übersetzungsindustrie in Europa



Punkt würde ich auf die Preise achten. Leider gibt es in der Branche immer wieder schwarze Schafe, die versuchen, mit Dumpingpreisen schnell in den Markt zu drängen. Gerade in letzter Zeit springen viele auf diesen Zug auf. Fällt also ein Dienstleister durch niedrige Preise auf, sollte man sehr vorsichtig sein. Ich denke, es ist jedem klar, dass Qualität Geld kostet.

SCOUT: Wie kommen die starken Preisunterschiede zu den extrem preiswerten Agenturen zustande?

Puse: Es gibt mehrere Möglichkeiten. Zunächst natürlich dadurch, dass man die Übersetzer, die ja in der Regel Freiberufler sind, im Preis bis zum Äußersten drückt. Ist dies in Europa nicht mehr möglich, weichen solche Anbieter häufig in Billiglohnländer aus. So kann es also schnell geschehen, dass ein Inder eine Übersetzung vom Französischen ins Englische vornimmt. Das muss nicht immer gut gehen. Zudem werden die Übersetzer häufig sehr schleppend bezahlt, was die Motivation, eine gute Qualität zu liefern, auch nicht gerade fördert. Ein weiterer wesentlicher Punkt ist natürlich auch die Investition in die eigenen Mitarbeiter. Wenn ich studentische Hilfskräfte einsetze, sind diese natürlich preiswerter als gut ausgebildete langjährige Mitarbeiter, die sowohl intern als auch extern geschult werden und über viel Erfahrung verfügen. Zu guter Letzt versuchen solche Dumpingpreisanbieter immer wieder, Texte durch Programme „vorübersetzen“ zu lassen und dann lediglich einen Studenten damit zu beauftragen, dieses Werk zu „lekturieren“. Mit einem solchen Vorgehen ist es natürlich möglich, unglaubliche Mengen in kürzester Zeit sehr preiswert zu verkaufen. Von qualitativ ordentlicher Arbeit kann man jedoch dann nicht reden. Ein solches Vorgehen werden Sie daher bei qualitätsbewussten Anbietern nicht finden.

SCOUT: Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass sich Übersetzungsdienstleister schwer damit tun, Werbeslogans oder kurze Werbebotschaften zu übersetzen. Wie muss man sich diese Arbeit vorstellen? Fünf Übersetzer, zwei Stunden, für drei Wörter? Die Kreativleistung ist hierbei doch eigentlich bereits von der Werbeagentur erbracht worden.

Puse: Genau darin liegt das Problem. Viele Claims oder Slogans werden in mühseliger und zeitaufwendiger Arbeit von einer Werbeagentur entwickelt. Dabei muss ein solcher Slogan, um nur einige Beispiele zu nennen, sowohl die gewünschte Zielgruppe ansprechen, kurz und knackig die Werbebotschaft vermitteln als auch hinreichende Originalität besitzen, damit die Unterscheidung von vergleichbaren Produkten gewährleistet wird/ist. Dazu werden häufig Wortspiele oder Anspielungen verwendet/ eingesetzt, die jeder kennt und die man nicht mehr erklären muss. Dies funktioniert aber in der Regel nicht in einem anderen Land oder Kulturkreis. Denken Sie doch nur mal daran, dass es in den USA kein Problem darstellt, Gewalt zu zeigen, nackte Haut dagegen als äußerst anrühlich gilt. In Europa verhält sich dies genau umgekehrt. Da wir in erster Linie Übersetzer sind, müssen wir uns an den Quelltext halten. Ob

dieser in einem anderen Land funktioniert oder wirkt, können wir nicht prüfen. Besonders schwierig wird es bei Wortspielen, die sich in der Regel nicht übertragen lassen. Damit so etwas funktioniert, bedarf es völlig anderer Werkzeuge, die in der Regel eher entsprechende Marketingagenturen in dem Zielland beherrschen.

SCOUT: Wie Wilhelm von Humboldt schon feststellte, sind Sprachen nicht ebenso viele Bezeichnungen einer Sache, sondern verschiedene Ansichten derselben. Es geht also auch um Ideologien! Da stellt sich die Frage, wie man gerade als Dolmetscher auf Konferenzen oder als Übersetzer bei Gericht mit dieser Macht verantwortungsvoll umgeht?

Puse: Das ist eine sehr gute und wichtige Frage. Denn auch hier unterscheidet sich wieder der Laie vom Profi. Professionelle Dolmetscher und Übersetzer lernen während ihrer Ausbildung, wie man sich einem Text nähert, gleichzeitig eine neutrale Position einnimmt und trotzdem die für das Zielland übliche und korrekte Formulierung oder Tonalität findet. Dies stellt eine große Herausforderung an das Können der Übersetzer und Dolmetscher dar. Diese Reife, so möchte ich das einmal nennen, kann man auch nicht allein durch die Ausbildung erhalten/erlangen. Dazu bedarf es jahrelanger Erfahrung und Übung. Um dies gewährleisten zu können, ist es unserer Meinung auch unabdingbar, dass der Übersetzer ausschließlich in seine Muttersprache übersetzt. Dies erklärt wiederum, warum wir Übersetzer weltweit einsetzen. Denn nur wer in dem entsprechenden Land lebt, kann die Entwicklung einer Sprache mitmachen.

SCOUT: Übersetzungen scheinen ein heikles Geschäft zu sein. Falls Fehler gemacht werden, wer haftet?

Puse: Sollte es wirklich mal zu einem Haftungsschaden kommen, so verfügen wir über eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung. Leider ist eine solche Versicherung keine Pflicht für Übersetzungsdienstleister. Hinzu kommt, dass viele Kollegen nur glauben versichert zu sein, im Schadensfall dann aber überrascht feststellen müssen, dass sie nur über eine Betriebshaftpflichtversicherung verfügen. Diese deckt solche Schäden aber nicht ab. Da solche Vermögensschaden-Haftpflichtversicherungen nicht ganz preiswert sind, wird ein einzelner Übersetzer (oder gar ein Student) nicht über eine solche Versicherung verfügen, was wiederum dafür spricht, für eine professionelle Arbeit einen entsprechenden Anbieter auszuwählen. ■



Heike Puse

Geschäftsführerin
transmit-Deutschland GmbH & Co. KG
Hollenstedt

KUNDENKONTAKT DER NEUEN GENERATION



Email Instant Messaging
Voice SMS IVR Workflow Quality Management
Coaching and eLearning Outbound
Aspect Solution Workforce Management
Social Media and Smart Apps Chat
Inbound Performance Management
Campaign Optimization

Durch die Kombination von Software für den Kundenkontakt und Microsoft Plattformdiensten/ Lösungen hilft Aspect Unternehmen beim Aufbau und der Pflege von Kundenbeziehungen. Weitere Informationen zum Contact Center der neuen Generation:
www.aspectregistration.com/whitepaper