

Trans Relations

Mitgliedszeitschrift des BDÜ-Landesverband Bremen-Niedersachsen e.V.

Heft 3/98

Oktober 1998

Editorial

Der Euro kommt- streng genommen ist er schon da. Die ökonomischen, wirtschaftspolitischen und auch psychologischen Umwälzungen, die in Europa bis zum Jahr 2002 stattfinden, polarisieren seit den Maastrichter Beschlüssen die Öffentlichkeit und die Fachwelt. Grund genug, sich einmal die Frage zu stellen, welche Auswirkungen die neue Währung auf einen Berufsstand hat, der schon von seiner Natur her international bzw. europäisch ausgerichtet ist. Andreas W. Schiemenz, Unternehmensberater aus Hamburg, geht diesem Fragenkomplex nach und ergänzt seine (positive) Bestandsaufnahme der Einführung des Euro durch praktische Marketingtips für Dolmetscher/-innen und Übersetzer/-innen.

Zur Diskussion um die richtige Art des Qualitätsmanagements meldet sich Enrique López-Ebri zu Wort. Der Vorsitzende des QSD (Qualitätssprachendienste Deutschland e.V.) ist ein vehementer Verfechter der Zertifizierung nach ISO 9002. Im Gespräch mit TransRelations erläutert er außerdem seine Vorstellung vom Berufsbild der Dolmetscher/-innen/Übersetzer/-innen als Unternehmer.

Euro, Marketing, betriebswirtschaftliches Denken, visionäres Handeln: Hier liegt der Konnex zwischen den beiden Beiträgen; gleichzeitig wird ein Beruf dargestellt, wie er im Zeitalter der fast totzitierten Globalisierung sein sollte. Ob sich solche Vorstel-

lungen durchsetzen werden, wird in Zukunft nicht zuletzt davon abhängen, wie groß der Druck des zusammengewachsenen europäischen Marktes auf die Einzelübersetzer werden wird. Die Redaktion hat sich jedenfalls zum Ziel gesetzt, die Trends auf übernationaler Ebene zu verfolgen. Gleichzeitig werden natürlich auch die Deutschland-spezifischen Entwicklungen nicht vergessen.

Unsere weitere Berichterstattung wird allerdings von Ihrer Resonanz nicht unberührt bleiben. Wie stellt sich das Verbandsmitglied, der/die Übersetzer/-in

die Zukunft der Branche vor und welche Rolle kann bei einer Neuordnung des Berufsbildes der Verband spielen? Ihre Meinung zu diesem Themenkomplex soll in der nächsten Ausgabe veröffentlicht werden. Wir hoffen dann an dieser Stelle ein möglichst breites Meinungsspektrum vorstellen zu können, daß dem/der Einzelnen Anregungen für die eigene berufliche Zukunft aufzeigen kann.

Wir freuen uns auf Ihre -elektronische oder konventionelle- Post!

Peter Rosenstein

Inhalt

Interview mit Enrique López-Ebri	1
Eine Chance für Europa- der Euro	3
Bitte sprechen Sie nach dem Piepton	6
Wörterbuch klinische Medizin	7
Die Service CD-ROM der Landesverbände Bremen, Niedersachsen und Sachsen im Test	7
Das Internet á la Française	8
Von der Einsamkeit des Technischen Redakteurs.....	9
Vollständige und verständliche Bedienungsanleitungen -eine Aufgabe für Technische Redakteure.....	11
Keine Ehren fürs Ehrenamt.....	13
Kennen Sie.....	13
Der Fall „Landgericht Lüneburg“ - Ein Teilerfolg.....	14
Vermischtes.....	15
Termine.....	17

Interview mit Enrique López-Ebri

Enrique López-Ebri ist der Gründer und Inhaber von López-Ebri Fachübersetzungen. Der Unternehmer ist außerdem Vorsitzender des neu gegründeten Verbandes QSD (Qualitätssprachendienste Deutschland e.V.).

TR: Übersetzungen sind heute eine moderne Dienstleistung. Bitte skizzieren Sie Ihren Idealtypus des Übersetzers, der den Begriff Dienstleistung ernst nimmt.

L-E.: Elementarste Grundvoraussetzung für professionelle Übersetzungsarbeit ist zunächst einmal: Das Produkt muß stimmen! Leider tritt das eigentliche Produkt, die Übersetzung, immer stärker gegenüber der „Verpackung“ in den Hintergrund. So werden Ihnen viele Übersetzer zunächst einmal erzählen, über welche hervorragenden technischen Möglichkeiten sie verfügen. Ob Ihr Text von solchen Übersetzern adäquat übersetzt werden kann, können Sie daraus dann natürlich nicht beurteilen.

Sicher muß man andererseits auch den Anforderungen des Marktes genügen: Ein Übersetzer, der seine Übersetzungen in handschriftlicher Ausführung ausliefert oder - überspitzt formuliert - per Brieftaube verschickt, kann nicht wirklich professionell arbeiten. Also, die technische Peripherie muß schon stimmen. Darüber hinaus sollte er über kaufmännisches Geschick verfügen. Das heißt dann aber nicht, daß er bei der Auftragsvergabe das Finanzielle in den Vordergrund stellen muß: Eine gute Leistung wird angemessen honoriert, das versteht sich von selbst. Nein, das wirklich Wichtige ist: Er muß sich als Unternehmer verstehen. Langfristig gesehen sind die Tage des Einzelübersetzers auf dem freien Markt meiner Meinung nach nämlich gezählt. Der Einzelübersetzer hat nur dann eine Chance, wenn er sich mit einem Übersetzungsunternehmen verbindet, eine nützliche Symbiose für beide Seiten...

TR: ...das heißt, Sie arbeiten mit externen Übersetzern?

L-E: Ja, auch. Wir haben hier eine starke

personelle Infrastruktur aufgebaut, zu der auch externe Übersetzer gehören. Mit manchen arbeiten wir seit 25 Jahren zusammen, einige leben ausschließlich von unseren Aufträgen. Sie sind Teil unseres Systems. Dies bedeutet aber nicht, daß wir von ihnen bloß die Übersetzungen bekommen und sie dann an den Kunden weiterleiten. Vielmehr liefert der Übersetzer zunächst eine erste Version ab, die bei uns im Haus, unserem QM-System entsprechend, die weiteren Bearbeitungs- und Kontrollebenen durchläuft. Also im Prinzip nicht anders als bei unseren internen Übersetzern. Das ist dann aber bei weitem noch nicht alles. Bis zum Abschluß jedes Projektes arbeiten wir eng mit den Übersetzern zusammen. Wir begleiten den gesamten Prozeß und geben alle Hilfestellungen, die gebraucht werden. Daß dieses Beispiel offensichtlich Schule macht, beweisen die etwa hundert Anfragen pro Woche an unseren Hauptsitz in Bremen von Übersetzern, die an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

TR: Was ist für einen modernen Übersetzer unabdingbar, was muß er beachten, um an internationale Kunden zu kommen?

L.-E.: Übersetzungen sind heute globale Dienstleistungen. Deshalb ist hier Zusammenarbeit gefragt. Ein deutscher Übersetzer, der z.B. englische Übersetzungen anbieten will, sollte sich mit einem Muttersprachler zusammenschließen, um ein hohes Qualitätsniveau garantieren zu können. Der logischerweise nächste Schritt ist die Erweiterung des Sprachenrepertoires auf Italienisch, Spanisch und Französisch durch ähnliche Kooperationen. Große, international operierende Unternehmen haben gar nicht die Zeit, sich für jede Sprache Einzelübersetzer zu suchen. Dienstleistungen aus einer Hand, mit nur



einem Ansprechpartner, sind gefragt. Bei all dem dürfen die eben schon angesprochenen kaufmännischen Aspekte nicht vernachlässigt werden. Nicht zu vergessen das sprichwörtliche Quentchen Glück und ein Gespür für die Dinge. Man muß eben zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein und das Richtige tun!

TR: Neben diesen Aspekten ist die Frage der Qualitätssicherung elementar...

L.-E.: Sicher, wobei DIN 2345 in meinen Augen in der Praxis nichts anderes bedeutet, als die Möglichkeit einer Willensbekundung, daß man die Qualitätssicherung ernst zu nehmen gedenkt. Man kann dem Übersetzer dann glauben oder auch nicht. Da tritt der Berufsstand dem Auftraggeber gegenüber als Schulmeister auf und macht ihm gewissermaßen Vorschriften. Das ist wieder diese Attitüde des Übersetzers als Amtsperson mit Stempel und amtlicher Beglaubigung. Das taugt doch nicht zur Qualitätssicherung!

Die DIN EN ISO 9002-Zertifizierung hingegen ist eine Bewertung eines bereits etablierten Qualitätssicherungssystems einer Firma von unabhängiger Seite. Die Zertifizierung bestätigt, daß Qualitätssicherung in dem betreffenden Unternehmen nach bestimmten, jederzeit nachprüfbareren Kriterien durchgeführt wird.

TR: ...Nun sagen aber die Kritiker der Zertifizierung nach ISO, daß hier lediglich der Prozeß, nicht das Produkt bewertet wird...

L.-E.: Ich glaube nicht, daß Sie ein gutes Produkt erhalten, ohne einen qualitätskontrollierten Produktionsprozeß. Sicher ist eine geistige Leistung nicht einfach zu evaluieren. Wir waren 1983 das erste Unternehmen, das Übersetzungsdienstleistungen nach den Regeln des Quality Managements bewertete.

Dazu haben wir zunächst ein Auftragsbearbeitungsprogramm eingeführt, mit dessen Hilfe die Arbeitsschritte standardisiert werden konnten. Außerdem wurden alle an der Übersetzung beteiligten Personen ständiger Bewertung unterworfen. So etwas geschieht natürlich nicht, um jemanden zu bestrafen, falls mal etwas schief geht. Nein, hier geht es einzig darum, Schwachstellen aufzuspüren und dann entsprechende Schulungen durchzuführen, um die Fehlerquellen beseitigen zu können. Wichtig ist hier auch ein funktionierendes Reklamationswesen. Selbst „kleine“ Reklamationen, wenn etwa der Kunde moniert, daß er die Übersetzung per ISDN zugesandt bekommen wollte und sie als E-Mail bekommen hat, sind wichtig. Mit unserem Qualitätsmanagement haben wir es geschafft, daß unsere Reklamationsrate derzeit bei einem Verhältnis von einer Reklamation auf 627 ausgelieferte Aufträge steht. Ich denke, die Zahl kann sich sehen lassen.

TR: Ist Ihre Einstellung gegenüber dem Qualitätsmanagement einer der Gründe, warum Sie sich am Aufbau des QSD (Qualitätssprachendienste Deutschland e.V.) beteiligt bzw. seine Gründung initiiert haben?

L.-E.: Ja. Sehen Sie, es wird immer noch eine Menge Unsinn über die Zertifizierung nach ISO 9002 geredet, beispielsweise daß die Zertifizierung 100.000 DM kostet, wie z.B. auf Veranstaltungen des BDÜ behauptet wurde. Daß da Übersetzer zusammenzucken, ist verständlich. Dabei kostet die ISO ca. zehn bis zwölftausend Mark, grob gerechnet. Beim QSD steht das Qualitätsmanagement im Zentrum; unsere Anforderungen sind in der Beziehung sehr hoch. Wer Mitglied im QSD werden will, ist entweder bereits zertifiziert oder verpflichtet sich, innerhalb der nächsten drei Jahre die Zertifizierung nachzuholen. Diese drei Jahre, also der Weg zum Ziel, müssen dokumentiert werden; bloße Absichtserklärungen reichen nicht aus. Was bei der Diskussion um ISO 9002 auch gerne vergessen wird: die Qualitätssicherung ISO-zertifizierter QSD-Unternehmen bringt nicht nur den Kunden die nötige Sicherheit, sondern auch den externen Übersetzern, die mit solchen Firmen zusammenarbeiten. Auch die selbständigen Übersetzer profitieren auf ganzer Linie von den optimierten Prozessen, bis hin zur pünktlichen Bezahlung der Rechnungen. Weitere Aufnahmebedingungen des QSD, sind u.a. ein jährlicher Mindestumsatz. Darüber hinaus werden bestimmte Ansprüche an die Qualifikation des Personals und die firmeninterne Infrastruktur gestellt.

TR: Sie sind vor zwanzig Jahren dem BDÜ beigetreten. Wenn Sie den Berufsstand des Übersetzers mit der heutigen Situation vergleichen, was hat sich ver-

ändert? Wie hat sich der Verband verändert?

L.-E.: Als ich vor ca. 20 Jahren von dem damaligen Vorsitzenden des BDÜ angesprochen wurde, dem Verband beizutreten, war die Situation der Übersetzer noch gänzlich anders. Zum Beispiel das Spannungsverhältnis zwischen den Übersetzungsbüros und den Einzelübersetzern war noch viel dramatischer. Als Vorsitzender des QSD vertrete ich weiterhin meinen bisherigen, von manchen Übersetzungsbüros gefürchteten Standpunkt. Ich verwahre mich ausdrücklich gegen die gängige Praxis, das Begleichen der Rechnungen zu verzögern, weil der Kunde spät bezahlt, oder dem Übersetzer die Haftung aufzudrücken. Solche Vorgehensweise wurde und wird von den Übersetzern zu Recht kritisiert, und ich muß ehrlicherweise einräumen, daß solche Fälle keine Einzelfälle sind. In Deutschland gibt es etwa 5.000 Übersetzungsbüros, von denen ca. 4.500 mit nichts anderem beschäftigt sind, als Texte zwischen den Einzelübersetzern und den Kunden hin- und herzuschieben. Es gibt vielleicht 100 Büros, die in eigener Regie arbeiten. Zusammenfassend muß man sagen: Die Übersetzungsunternehmer brauchen die Übersetzer und umgekehrt. Kompromiß- und Kooperationsbereitschaft auf beiden Seiten ist gefragt.

Und schließlich betone ich noch einmal: Das Produkt muß stimmen. Das galt damals genauso wie heute und gilt auch in der Zukunft. Wenn diese Maxime die gebührende Beachtung erhält und außerdem das unternehmerische Selbstverständnis des Berufsstandes weiter wächst, sehe ich für die gesamte Branche eine gute Zukunft.

Das Interview führten Jutta Witzel und Peter Rosenstein

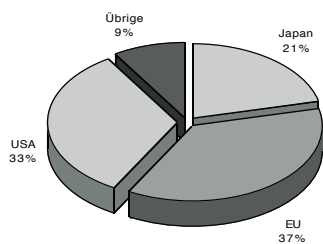
Eine Chance für Europa- Der Euro

Der Euro ist nicht mehr wegzudiskutieren. Spätestens im Jahr 2002 heißt es endgültig Lebewohl sagen zu D-Mark, Schillingen und Francs. Andreas W. Schiemenz, Unternehmensberater aus Hamburg, lotet in seinem Artikel die Chancen der neuen Währung, speziell auf Übersetzer und Dolmetscher und deren Marketing abgestimmt, aus.

A
k
t
u
e
l
l
e
s

Das vereinigte Europa wird Realität- und das nicht nur in den Köpfen politischer Visionäre oder im Sinne einer völkervereinigenden Romantik. Die Europäische Union nimmt handfeste Konturen in allen Bereichen an, sei es auf kultureller, wirtschaftspolitischer oder verwaltungsstruktureller Ebene, an. Sichtbares Symbol für diese Entwicklung ist der Euro, die gemeinsame Währung, die einen neuen Wirtschaftsraum entstehen läßt,

Anteil am Bruttoinlandsprodukt der OECD-Länder



dessen Potential mit dem der vereinigten Staaten vergleichbar ist.

Aber nicht nur durch den Euro befindet sich der Staatenbund in einem umfassenden wirtschaftlichen Wandlungsprozeß. Durch die starke Globalisierung der Märkte und den weltweiten Zusammenschluß von Unternehmen sind die Märkte von jedem Standort aus zu bedienen. Kritiker der neuen Währung verweisen

gerne auf die entstehenden Risiken. Meist verbirgt sich hinter diesen Warnungen allerdings nicht mehr als die Angst vor dem Unbekannten und der Wunsch, an den vermeintlichen Garantien von Stabilität und Wohlstand festzuhalten, der DM, dem Franc, der Lira. Dabei ist sich die Fachwelt in weiten Teilen einig. Durch die Einführung des Euro werden Währungsschwankungen innerhalb der EU eliminiert und gegenüber Drittwährungen wie dem US\$ verringert sowie die Fakturierung vereinfacht. Der Währungsumtausch und die damit entstehenden Kosten fallen weg, ebenso wie das Kursrisiko. Die Preise können fortan direkt miteinander verglichen werden, was zu einer höheren Transparenz des Marktes führt. Die Angebotspalette von Geldanlagen mit vergleichsweise günstigen Konditionen aus dem ganzen Euro-Land wird sich erheblich erweitern. Aktien werden ab dem 4. Januar 1999 in Euro notiert, was den Trend zur Aktie verstärken wird. Im neuen, transparenten europäischen Aktienmarkt lassen sich Gewinnerwartungen und Kurse von Firmen in ganz Europa einfacher verfolgen und vergleichen. Und nicht zuletzt können die Teilnehmer am gemeinsamen Markt neue Kostensenkungspotentiale für den Einkauf durch einen größeren Lieferan-

tenmarkt erschließen. Die Absatzmärkte vergrößern sich und die Produktionsstandorte in der EU können durch absolute Wechselkursicherheit und direkten Vergleich von Steuern und Lohnkosten neu bewertet werden.

Wenn auch der Euro den Wettbewerb in der Europäischen Union erheblich verstärkt, steigen auch die Absatzchancen für die Unternehmen.

Auswirkung der Währungsunion auf Übersetzer und Dolmetscher

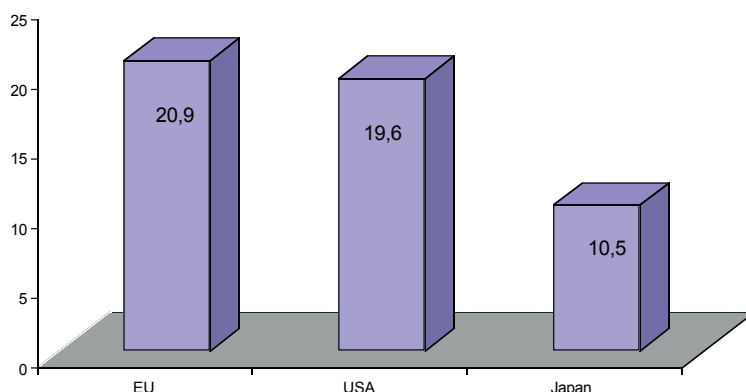
Was hat nun der Einzelübersetzer von der gemeinsamen europäischen Währung zu erwarten? Wie kann er oder sie von der Umgestaltung des Währungs- und Finanzgefüges profitieren?

Das Produkt „Übersetzung“ ist durch zwei wesentliche Faktoren gekennzeichnet:

1. Es ist abhängig von der Person des Produzenten
2. Es ist ohne Zeitverlust an jeden Ort lieferbar

Anders als beispielsweise bei der Produktion von Gebrauchsgütern, hat der Übersetzer keine wesentlichen Standortanforderungen. Er benötigt als Unternehmer neben seiner Sachkenntnis, seinem kaufmännischem Know-How und Verhandlungsgeschick lediglich einen Arbeitsplatz und die gängige Telekommunikation wie Fax, Modem und Telefon. Die „Lieferung“ des Produktes ist innerhalb kürzester Zeit an jeden anderen Arbeitsplatz per Datenautobahn oder Fax möglich. So können in einem transparenten europäischen Markt auch Übersetzungen von jedem EU-Standort an jeden anderen EU-Standort verkauft und geliefert werden. Die bereits angesprochene Vergrößerung des Absatzmarktes gilt hier ebenso wie der höhere Konkurrenzdruck.

Anteil am Welthandel



Der transparente, geeinigte Markt kommt den besonderen Qualitäten dieser Berufsgruppe wie keiner anderen entgegen. Übersetzer sind, wie kaum eine andere Branche, prädestiniert für länderübergreifende Geschäftsaktivitäten. Sie beherrschen die Sprache der Geschäftspartner und kennen deren kulturelle und geschäftliche Eigenarten.

Positionierung in der Europäischen Union

Der transparente europäische Markt wird jedoch nicht nationale Eigenarten oder Standortvorteile verwischen. Die bevölkerungsspezifischen Gewohnheiten werden bleiben, auch der Stellenwert von bestimmten Produkten oder Dienstleistungen innerhalb einer Volkswirtschaft wird sich in der Übergangsphase nicht verändern. Die Preise für Übersetzungen schwanken in den einzelnen EU-Ländern ganz erheblich. Verlangt ein deutscher Übersetzer beispielsweise zwei DM als durchschnittlichen Übersetzungspreis je Zeile, rechnet sein italienischer Kollege für die gleiche Dienstleistung etwa 1,20 DM ab.

Zu den unterschiedlichen Preisvorstellungen kommt auch die Erfahrung des Übersetzers mit dem derzeitigen Standort hinzu. Sprachmittler, die fast ausschließlich für den italienischen Markt arbeiten, werden eine andere Preiserwartung haben als die Kollegen, die im deutschen Markt präsent sind. Die Positionierung der eigenen Leistung im Preisgefüge hängt ganz wesentlich von diesen beiden Faktoren ab.

Wettbewerbsvorteile durch Marketing nutzen

Um die Wettbewerbsvorteile, die sich aus einem bestimmten Standort ergeben, optimal nutzen zu können, ist ein auf die Person des Anbieters und den Markt zugeschnittenes Marketing unumgänglich, denn: Übersetzungen sind von der produzierenden Person abhängig. Anders als Massenprodukte gehören Übersetzungen zu den Dienstleistungen, die sich individuell an den Bedürfnissen

der Anwender orientieren.

Definition von Marketing

Entsprechend der klassischen Definition bedeutet Marketing Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potentiellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten. Die Ausrichtung des gesamten Marketing orientiert sich an den bestehenden und den künftigen Kunden. Die Marketinginstrumente müssen sich auf die Kommunikation zwischen dem Übersetzer/Dolmetscher und dem Ansprechpartner ausrichten. Das bedeutet eine bewusst dialogorientierte Interaktion, um eine optimale Beziehung zu den Marktakteuren sicherzustellen.

Soweit die Theorie. In der Praxis bedeutet das für den Übersetzer eine Reihe von Fragen: Wie sieht der Markt aus? Wie präsentieren sich meine Mitbewerber? Welche Zielgruppen kommen für meine Spezialisierung in Frage? Wie spreche ich sie an? Was wollen meine Kunden? Und nicht zuletzt: Welche Marketinginstrumente sind für mich die Richtigen?

Die Festlegung des eigenen Marktes

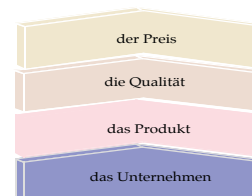
Ausgangspunkt einer Marketingstrategie ist die Analyse des vorhandenen Marktes. Je genauer dieser Markt eingegrenzt werden kann (Marktsegmentierung) desto überschaubarer wird der Markt und umso einfacher ist dessen Betreuung. Der zweite wichtige Aspekt sind die Zielgruppen, also die Unternehmen, Institutionen und Menschen, für welche die Dienstleistung interessant sind. Diese Zielgruppen müssen nach Qualität und Quantität bewertet werden. Der dritte Betrachtungspunkt ist der Wettbewerbsgrad auf dem Markt, anders ausgedrückt: Bewegen sich viele Zielpersonen auf einem Markt ohne großen Konkurrenzdruck, ist es naturgemäß leichter, neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu halten, als auf einem Markt, in dem wenige Unternehmen mit zahlreichen Wettbewerbern geteilt werden müssen. Je stärker der Wett-

bewerb ist, desto intensiver müssen die Bemühungen um die Kunden sein.

Die verschiedenen Elemente im Marketing-Mix

Die verschiedenen marketingpolitischen Instrumente werden gemeinsam eingesetzt, um eine optimale Wirkung am Markt zu erzielen. Die unterschiedliche Bündlung dieser Instrumente wird als Marketing-Mix bezeichnet.

Die Elemente im Marketing-Mix



Die Gewichtung der einzelnen Elemente untereinander ist abhängig von den Marketingkriterien. Bei einem hohen Wettbewerbsgrad wird das Preiselement eine andere Gewichtung haben als die Positionierung des Unternehmens „Übersetzer“.

Das Unternehmen Übersetzen/Dolmetschen

Für die meisten Kunden ist es sehr schwer, die Qualität einer Übersetzung zu beurteilen. Die Erfahrungen, die Auftraggeber und -nehmer miteinander gemacht haben und das Vertrauen, das sich bei längerer Zusammenarbeit einstellt, sind wesentlicher als in anderen Branchen. Trotzdem sind natürlich die Kompetenzen des Sprachmittlers grundlegendes Kriterium für die Qualität des Produktes. Grundsätzlich sind die sprachliche Kompetenz und fachliche Kompetenz zu unterscheiden.

Damit auf dem Markt für die Zielgruppen diese Kompetenzen eindeutig erkennbar sind, ist es notwendig, ein eindeutiges Profil der Dienstleistung und des Unternehmens zu zeigen. Als das Unternehmensprofil (Corporate Identity) wird im weitesten Sinne die „Persönlichkeit“ des Dienstleisters verstan-

den, die sich im Verhalten, der Kommunikation und dem Erscheinungsbild ausdrückt. Hinter der Corporate Identity verbirgt sich das spezifische Image eines Anbieters. Für Übersetzer läßt sich dieses Unternehmensimage nicht vom persönlichen Image trennen. Die Corporate Identity muß zur Person des Anbieters passen! Sinn der Corporate Identity ist die Maximierung der Glaubwürdigkeit. Transportiert wird diese Unternehmensphilosophie durch die Form und Gestaltung der Geschäftsunterlagen, die Art und Weise der Korrespondenz und Gesprächsführung, die Qualität und Form der Leistung.

Das Produkt „Übersetzung“

Das Produktprofil oder Unique Selling Proposition (USP) leitet sich aus dem direkten Vergleich im Wettbewerb und den Bedürfnissen der Zielgruppe ab. Zu unterscheiden sind Preisunterschiede, Qualitätsunterschiede, Marktauftritt und Kundenvorteile. Das Profil enthält eine vernünftige Antwort auf die Frage, warum ein beliebiger Kunde diese Dienstleistung nur bei einem bestimmten Übersetzer und nicht bei irgendeinem Wettbewerber kauft.

Das Qualitätsprofil der Dienstleistung

Die Qualität der Leistung läßt sich anhand folgender Faktoren beurteilen:

- a) Preis
 - b) Erscheinungsbild/Form
 - c) Qualifikation der ausführenden Person
- Die Leistungserbringung in der Qualität und in der Form muß der Corporate Identity entsprechen. Das Auftreten als Dolmetscherin oder Übersetzer muß mit dem Anspruch an die Leistungserbringung und mit den Geschäftsunterlagen übereinstimmen. Die Übersetzung muß für den Kunden nicht nur Sachinhalte übermitteln, sondern auch entsprechend der Corporate Identity aufbereitet sein. Im Klartext: Ein professionell gestaltetes Briefpapier und eine Ausstattung, die auf dem neuesten Stand der Technik ist, nützen wenig, wenn die Kundenansprache regelmäßig mißlingt

oder die Übersetzungen inhaltlich falsch sind. Umgekehrt wird auch der kompetenteste Übersetzer über kurz oder lang scheitern, der auf einem selbstentworfenen Briefpapier korrespondiert oder seinen Kunden die Übersetzungen per Rohrpost schickt.

Die Preispolitik

Der Preis einer Dienstleistung kann entweder individuell zwischen dem Käufer und dem Verkäufer ausgehandelt oder durch einen einheitlichen Preis vorgegeben werden. Lange Zeit war der Preis das wichtigste Kriterium für die Kaufentscheidung der Kunden. In den letzten Jahrzehnten wurden jedoch andere Faktoren im Kundenverhalten wichtiger.

Die Preise für eine Ware oder Dienstleistung entstehen nicht in einem Vakuum. Preise bilden sich am Markt. Die Preisuntergrenze ist ein fester Punkt, der sich aus der Kalkulation, also den fixen und variablen Kosten und dem Gewinn ergibt. Die Preisobergrenze ist abhängig von der Wettbewerbsstärke: Die Preisobergrenze sinkt mit steigendem Wettbewerb bzw. steigt mit sinkendem Wettbewerb. Marktübliche Preise lassen sich oft sehr einfach durch Umfragen bei Berufskollegen, aber auch bei Gesprächen mit Kunden ermitteln.

Marketingchance Europa nutzen

Der europäische Markt bietet Übersetzern enorme Potentiale wie kaum einer anderen Branche: Die Dienstleistung Übersetzung ist ein wichtiger Bestandteil des unternehmerischen Erfolgs in

der EU (Produkthaftung, Dokumentationspflicht, Vertragsgestaltungen, Verhandlungen und strategische Allianzen) geworden. Deshalb nimmt der Bedarf an Übersetzungen innerhalb der Gemeinschaft stetig zu. Der Dienstleister „Übersetzer“ ist durch seine sprachliche Kompetenz prädestiniert für Geschäftsbeziehungen über die Landesgrenzen hinaus.

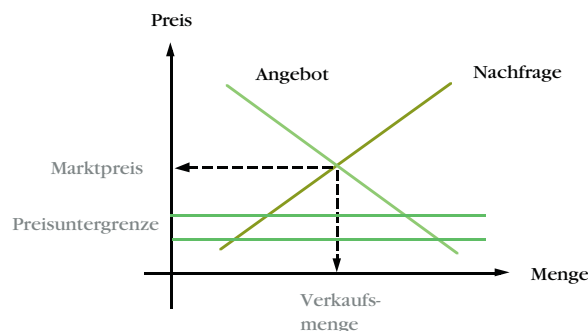
Diese Potentiale können einzelne Übersetzer nur nutzen, in dem sie ihre Marketingaktivitäten auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe abstimmen. Diese Bedürfnisse sind

- a) Aktive Ansprache der Zielgruppe,
- b) Konkrete Spezifizierung der Kompetenzen
- c) Eingehen auf die Kundenbedürfnisse
- d) Absolute Servicebereitschaft

Zur Vereinfachung der EU-Aktivitäten ist es sinnvoll, strategische Allianzen mit Kollegen in den europäischen Partnerländern einzugehen. Solche Allianzen haben erhebliche Vorteile in der Kundenansprache:

- 1) Ansprechpartner vor Ort und in der Landessprache
- 2) Muttersprachliche Kompetenzen in den Zielsprachen
- 3) Flächendeckendes Angebot der Dienstleistungen
- 4) geringere Markteintrittskosten für die einzelnen Partner
- 5) Höhere Manpower für die Zielgruppenansprache.

Die Preisfindung



Andreas W. Schiemenz

Bitte sprechen Sie nach dem Piepton...

Anrufbeantworter sind eine Qual oder eine Freude, je nach dem, ob der Anrufer eine Tonbandphobie hat oder sich über originelle Ansagetexte amüsiert. Wie auch immer: Um die maschinelle Begrüßung am Telefon kommt der Mensch im Kommunikationszeitalter nicht herum, was auch sich auch auf den Berufsalltag auswirkt.

Gehören Sie zu den Leuten, die bei diesen Worten bereits eine Antwort parat haben und in weniger als einer Minute Ihr Anliegen und Ihren Namen nebst Telefonnummer knapp und klar formulieren? Haben Sie gar Spaß daran, sich die verschiedenen Anrufbeantwortertexte anzuhören, miteinander zu vergleichen und witzige als Anekdote in Erzählungen einfließen zu lassen?

Oder gehören Sie zu den Leuten, die bei den ersten Worten des Anrufbeantworters einen resignierten Seufzer ausstoßen und sich Alternativen überlegen müssen, weil Sie die Angelegenheit unbedingt regeln müssen?

Gerade in unserem Berufszweig möchte ein Kunde in der Regel SOFORT wissen, ob sein Text zum gewünschten Termin fertiggestellt werden kann. Und wenn der gewünschte Übersetzer nicht erreichbar ist, ruft der Kunde einen anderen an. Kann dieser den Auftrag zu den geforderten Konditionen übernehmen, bekommt er den Zuschlag. Es mag hier Ausnahmen geben, z.B.

wenn es sich um einen speziellen Fachtext handelt, den nur ein Übersetzer mit entsprechendem Wissen bewältigen kann. Es ist auch denkbar, daß die Firmenterminologie so spezifisch ist, daß nur ein gut eingearbeiteter Fachübersetzer oder eine begrenzte Gruppe von Übersetzern die Aufgabe übernehmen kann. Doch ist dies nicht die Regel.

Insbesondere Neukunden sprechen nicht auf den Anrufbeantworter, sondern legen auf und wählen die Telefonnummer des nächsten Übersetzers, um sich ein weiteres Angebot einzuholen. In diesem Fall wirkt sich der Anrufbeantworter geradezu geschäftsschädigend aus. Was tun als Einzelübersetzer, der Termine außerhalb wahrzunehmen muß?

Es bieten sich verschiedene Möglichkeiten an: Umleitung der Gespräche auf ein Handy oder zu einem anderen Ansprechpartner, der das Anliegen und Termine entgegennehmen kann und weiterleitet. Die Weiterleitung zu einem Handy hat ihre Tücken: Befindet sich der angerufene Teilnehmer z.B. in einem Tunnel,

im Zug oder in einer Gegend mit schlechter Netzauslegung, ist er für den Kunden „zur Zeit nicht erreichbar“. Das ist fast noch schlimmer als die Antwort einer „Quatschmaschine“. Auch während eines Dolmetschtermins oder eines Seminars möchte der Gesprächspartner nicht unbedingt vom Handy gestört werden.

Bleibt die Weiterleitung an einen anderen Ansprechpartner. Ist dies ein Kollege, kann es zu Komplikationen aufgrund der Konkurrenzsituation kommen. Eher bietet sich hier ein professioneller Büroservice an, der sich dank moderner Telekommunikationstechnik mit dem entsprechenden Firmennamen melden, Terminabsprachen treffen und Anfragen bearbeiten kann. Der Übersetzer kann seinen Termin ungestört wahrnehmen und findet bei seiner Rückkehr eine übersichtliche Liste mit Anrufern und ihren Anliegen vor, die er entsprechend bearbeiten kann. Er schont seine Nerven und verliert keine Kunden.

Jutta Witzel



Anzeige

Ein gutes Dienstleistungsangebot spart Zeit oder Geld. Intelligente Lösungen sparen Zeit und Geld. Ein solches intelligentes Serviceangebot bietet die Firma Büro & Service Korner aus Salzgitter vor allem Firmengründern, Freiberuflern und mittelständische Betrieben an. Seit Juni 1998 übernimmt das Jungunternehmen Sachbearbeitung, Schreib- und Telefondienste sowie Telefonmarketing für all jene, die für diese Leistungen keine zusätzliche Bürokraft einstellen wollen oder können.

Auf diesem Weg, fallen für den Kunden nur die Kosten für den tatsächlich benötigten Service an; die Kosten für entsprechende technische Einrichtungen entfallen. Dem Auftraggeber bleibt mehr Zeit für das Kerngeschäft. Gerade Einzelunternehmer profitieren von der ständigen Erreichbarkeit und seriösen Präsentation ihres Unternehmens, ohne auf den Anrufbeantworter oder die Mobilbox des Handys angewiesen zu sein.

Büro&Service Korner bietet individuellen Büroservice mit modernster Kommunikationstechnik, der sich vollständig an Ihren Bedürfnissen orientiert.



Helga Korner, Rohrdommel 41, 38226 Salzgitter, Tel. (05341) 86 17 77
Fax 86 17 78, E-Mail: Bueroservice Korner@t-online.de

Wörterbuch Klinische Medizin

Peter und Christine Reuter
Thieme Leximed compact
Wörterbuch Klinische Medizin
in 2 Bänden: Deutsch-Englisch, Englisch-
Deutsch
Thieme Verlag 1997, DM 79,00 pro Band

Peter und Christine Reuter sind als Autoren eines 1995 bei Thieme erschienenen medizinischen Wörterbuches bereits bekannt. Schon damals schrieben sie im Vorwort zu ihrem Buch, "daß es schon auf Grund des Umfangs, kein allumfassendes Wörterbuch sein kann." Die Frage ist also, ob es sinnvoll war, eine Kompaktausgabe herauszubringen, in der zwar neue Begriffe aufgenommen, aber viele andere ausgelassen wurden. Es wäre interessant zu wissen, wie diese Auswahl getroffen wurde, da die Nützlichkeit des Wörterbuchs im breiten medizinischen Alltag sicherlich darunter leidet.

Dennoch ist das Wörterbuch Klinische

Medizin als grundlegendes Nachschlagewerk zu empfehlen, auch wenn es, wie bei allen anderen medizinischen Wörterbüchern auch, nicht als einzige Quelle ausreichen kann. Als Kompaktausgabe ist es trotzdem sehr umfangreich mit über 55.000 Einträgen und ca. 125.000 Übersetzungen von hoher Qualität. Sehr hilfreich sind auch die im Anhang enthaltenen Umrechnungstabellen und zweisprachig beschrifteten anatomischen Tafeln. Die linguistische und lexikographische Aufbereitung der vorhandenen Einträge ist einwandfrei, so daß das Buch auch in diesem kompakten Format leicht zu handhaben ist. Wichtige zusätzliche Angaben wie Grammatik, Aussprache und Sachgebiete sind vorhanden. Auf Abkürzungen hat man leider, wohl aus Platzgründen, als eigenständige Einträge größtenteils verzichtet (ICU findet man also erst dann, wenn man unter intensive care unit sucht). Eine Differenzierung zwischen

der amerikanischen und britischen Schreibweise wäre auch von Vorteil gewesen.

Dieses qualitativ hochwertige Wörterbuch hat also meines Erachtens etwas unter seiner kompakten Form gelitten, bleibt aber für den Allgemeingebrauch bzw. in Kombination mit anderen Quellen von Interesse. In Anbetracht der Tatsache, daß die Autoren eine umfangreiche Auswertung von amerikanischen und englischen Lehrbüchern sowie internationalen Zeitschriften bei der Erstellung dieses Buches vorgenommen haben, verfügen sie sicherlich über ein viel größeres Potential an medizinischen Fachwörtern als die in dieser Ausgabe vorhandenen. Mit den heutigen elektronischen Möglichkeiten wäre es zu überlegen, ob dieses Potential dem Benutzer nicht besser auf CD-ROM zur Verfügung gestellt werden sollte.

Mick Locke

Die Service-CD der Landesverbände Bremen, Niedersachsen und Sachsen im Test

CD-ROMs wie die Service-CD des BDÜ Bremen, Niedersachsen und Sachsen müssen sich an verschiedenen Kriterien messen lassen. Leichte Installation bzw. Deinstallation, intuitive Bedienbarkeit der Oberfläche und der Suchmasken machen die technischen Qualitäten des Mediums aus. Der Inhalt muß das angebotene Fachgebiet möglichst komplett abdecken und sinnvoll aufgeteilt sein.

Die Installation

Um es vorweg zu nehmen: Die meisten der vorgenannten Kriterien werden von der CD-ROM der Landesverbände erfüllt. Die Installation ist leicht und komfortabel. Nachdem das Fenster mit dem Programmordner geöffnet und setup.exe angeklickt ist, legt sich die Programmgruppe automatisch an. Optional kann die Datenbank auf die Festplatte mitko-

piert werden; die erforderliche Speichergröße (1,2 MB) für die Festplatte wird mitangegeben. Ein Tip: Der Zugriff auf die Datenbank ist deutlich schneller, wenn sie auf der Festplatte installiert ist. Unabhängig davon wird die CD stets benötigt, wenn das Programm benutzt wird. Die Deinstallation ist ebenfalls komfortabel. Seltsam ist nur, das das Programm zur Deinstallation im Startmenü von Windows 95 nicht angezeigt wird. Der Benutzer muß also das Verzeichnis suchen, in dem das Programm steht, um es von der Festplatte zu entfernen. Das Deinstallationsprogramm beläßt übrigens die Datenbank auf der Festplatte; ansonsten wird das Programm sauber entfernt.

Nach der Installation wird ersichtlich, daß das Programm mit den Win95 - Namen nicht umgehen kann. Das kann

darin liegen, daß das Programm unter Win 3.x entwickelt wurde. Diesem Umstand ist es zu verdanken, daß die Datenbank zunächst nicht gefunden werden konnte. Mit der Suchmaske aber ist dieser Vorgang schnell abgeschlossen. Wenn diese Schritte zu Ende geführt wurden, läuft die Applikation reibungslos.

Das Programm

Zunächst fällt die gewöhnungsbedürftige Symbolik auf. In der Bildschirmansicht findet sich links oben der Schalter zur Beendigung des Programms. Darunter verweist ein etwas kryptisches Symbol auf eine Sammlung sehr nützlicher Dokumente wie der Berufs- und Ehrenordnung, Antragsformulare für die jeweiligen Landesverbände, deren Satzungen und Leistungskataloge. Soll

die Information abgerufen werden, muß zuerst der Acrobat Reader von der CD installiert werden, was ebenfalls problemlos funktioniert. Mit dem Reader können Dateien im PDF-Format gelesen werden und in genau diesem ressourcenschonenden Format sind die Dokumente auf der CD vorhanden. Die Suchmaske, die sich hinter dem Icon auf der rechten Seite verbirgt, läßt eine sinnvoll strukturierte Suche nach Übersetzern/Dolmetschern zu, die bei allen Tests zu dem gewünschten Ergebnis führte. Das Fenster, in dem das Suchergebnis angezeigt wird, ist ebenso übersichtlich wie informativ: Die Adresse,

sämtliche Telefon-, Fax-, E-Mail- und Funknummern werden angezeigt, dazu die Fachgebiete und -selbstverständlich- die angebotenen Sprachen. Das Ordner-Symbol links unten im Fenster kopiert diese Angaben in die Zwischenablage. Sehr positiv fällt ebenfalls das Adreßverzeichnis auf, daß mit über ein-tausend Adressen von Verbänden, Vereinen und Interessenvertretungen aller Art aufwartet. Das Verzeichnis kategorisiert die Suchergebnisse zudem nach Bereichen wie Unternehmen, Arbeitgeber, Unternehmer, Beruf, Sozial oder Umwelt.

Fazit

Eine äußerst praktische, gut strukturierte und informative CD - nicht nur für Übersetzer. Für das Update, das im Februar erscheinen soll, ist allerdings wünschenswert, wenn die anderen Landesverbände ihre Datenbestände beisteuerten, um den Mitgliedern ein umfassendes Informationskompendium zu bieten. Vielleicht sollten auch die Mac-Benutzer beim Update nicht vergessen werden - ein persönlicher Wunsch des Autors.

Karsten Bruch

Das Internet à la française

Wichtige Internet-Adressen für Internauten (internautes):

<http://www.yahoo.fr>: wichtigste Suchmaschine (moteur de recherche) für Französisch

<http://cyberhouse.fr>: frankophone Suchmaschine

<http://nomade.fr>: frankophone Suchmaschine

<http://www.france.diplomatie>: eine Webseite (site) in Französisch und Deutsch des französischen Außenministeriums mit aktuellen Informationen zu Frankreich.

label_france/FRANCE/ECONOMIE: sehr gute deutsche Übersetzungen von französischen Texten, die manchem Grübeln über eine adäquate Übersetzung z.B. von Geschäftsfelder (métiers), Kerngeschäftsbereiche (domaines prioritaires), Versorgungsbereich (activités de service), Bereich Entsorgung und Umwelt (dans la propreté et l'environnement), Kabelbetreiber (câblo-opérateur, acteur) durch belegte Varianten ein Ende bereiten.

<http://www.culture.fr>, <http://www.dglf.fr>: sehr reich an Informationen aller Art. Unbedingt dglf konsultieren ! Dazu gibt es ab sofort eine eigene Webseite dglf - délégation à la langue française - pour tout ce qui concerne la politique de défense du français d.h. sie bringt die offiziell empfohlene Terminologie, vor allem für den Bereich Informatik, aber auch jede Menge Néologismen: die jüngste Festlegung betrifft: Mél. für E-Mail, courrier électronique, adresse électronique, messagerie électronique.

Haben Sie schon die Kunden, die Sie sich wünschen?

Wir wissen es aus eigener Erfahrung: Auch als spezialisierter und gut ausgelasteter Übersetzer oder Dolmetscher bearbeitet man oft Aufträge in Gebieten, in denen man (noch) keine Erfahrung hat - und verzettelt sich mit der langwierigen, unrentablen Einarbeitung, anstatt Kunden zu akquirieren, deren Aufträge dem eigenen Schwerpunkt viel eher entsprechen würden.

Doch der arbeitsreiche Alltag und das meist knappe Budget lassen oft keine gezielte Kundenakquisition zu. Daher haben wir es uns - neben unserer Funktion als Spezialistenvermittlung für Unternehmen, die einen kompetenten Fachübersetzer/-dolmetscher benötigen - zur Aufgabe gemacht, Sprachdienstleister beim Aufbau ihres Wunsch-Kundenstamms zu unterstützen. Mit umfangreichen Werbemaßnahmen und einer Geschäftsausstattung, die sich sehen lassen kann und die bei Kunden ankommt - bei den Kunden, die Sie sich wünschen.



Der Dienstleister für Sprachdienstleister

C 2, 20 69159 Mannheim Tel: (0621) 122 11 - 98; Fax (0621) 122 11 - 99

Anzeige

Internet a la...

<http://www.pagefrance.com>: aktuelle Informationen zu Frankreich aus der nationalen, regionalen und Wirtschaftspresse (Le Monde, Libération, les Échos...)

<http://www.fnac.fr>: Zum Bestellen von Büchern, CDs, Videos, "cédéroms". Pages culturelles

<http://www.insee.fr>: Hauptkennziffern zu Frankreich und statistische Veröffentlichungen

<http://www.ifop>: Ergebnisse aus Meinungsumfragen, Statistik usw.

<http://clicnet.swarthmore.edu>: Fundgrube für den Französischunterricht - Apprenez le français avec Internet -révision de grammaire, tests, jeux, dictées

<http://clicnet.swarthmore.edu/Humanities/clicnet/dictionnaires.html>: zum Konsultieren von Wörterbüchern wie Dicoweb, Wortlisten wie le glossaire des termes financiers, comment dit-on en français etc.

Noch ein Tip für Anfänger: Die Texte, die Sie auf Ihren Computer zum Lesen laden möchten, um Gebühren zu sparen bzw. Interessantes zu speichern, nicht als Quelldatei html, sondern als Textdatei.txt herunterladen, um sie dann auch lesen zu können! Weitere "bonnes adresses du NET" finden Sie auch in der Märzangabe der Zeitschrift "Écoute", S.26

Aus: Rundschreiben 2/98, IV Sachsen

Karin Pobbig

Von der Einsamkeit des technischen Redakteurs Oder: Warum das „TechWriter's Home“ nicht „Übersetzerhaus“ heißt

Gelegentlich soll es Ingenieure geben, die Lust auf Sprache haben. So jemand fängt vielleicht mal als Schülerzeitungs-Redakteur und Radiobastler an und wird irgendwann technischer Redakteur. Wenn das ganze dann in den siebziger und achtziger Jahren passiert, steht schließlich ein Akustikkoppler neben dem CP/M-Rechner. Dann reift die Idee, man könne mit der Datenübertragung ein Kommunikationsmedium für die Kollegen schaffen, um das eigene Kommunikationsbedürfnis zu befriedigen. So entstand 1988 die Mailbox TechWriter's Home.

1993 sprach mich Richard Schneider auf einer tekom-Tagung an: „Könntest Du mir helfen, für die Übersetzer so ein System aufzubauen, wie Du es für die technischen Redakteure betreibst?“

„Das gehen wir ganz anders an: Spare Dir die Mailbox, auf die paar MB auf der Platte und die paar Konfigurationsarbeiten soll es mir nicht ankommen.“ Die Zusammenarbeit funktioniert mittlerweile seit fünf Jahren. Richard kümmert sich um die Öffentlichkeitsarbeit und die Inhalte, ich tobe mich mit der Technik aus. Eine Zeit lang war das TechWriter's Home sogar die offizielle BDÜ-Mailbox.

1995 wurde das Internet zum öffentlichen Diskussionsthema. Gewöhnlich wird dabei das WWW mit dem ganzen Internet gleichgesetzt, aber diese bunten Bildchen reizen mich recht wenig: Fachzeitschriften informieren mich meist viel komfortabler und billiger. Viel reizvoller sind Diskussionsmedien über das Internet. Das ist genau das, was

schon jahrelang in der Mailbox lief, nur mit anderer Technik.

Im Internet gibt es zwei technisch unterschiedliche Möglichkeiten für Diskussionsrunden: Nachrichten in „Newsgroups“ driften frei durchs ganze Netz, ähnlich wie Rundfunksendungen. Irgendeine Zugangskontrolle ist unmöglich. Das Ergebnis ist in vielen Newsgroups zu „bewundern“.

Nachrichten in „Mailinglisten“ benutzen als Übertragungsmedium ganz normale E-Mails. Der wesentliche Unterschied zu den Verteilern, die heute so ziemlich jedes E-Mail-Programm anbietet, ist der beteiligte Server: Ein „Listserv“ verwaltet das einzige Exemplar des Verteilers und kümmert sich darum, daß jeder Interessent die Nachrichten erhält.

So installierte ich auf meinem Mailbox-Rechner u.a. ein Shareware-Programm

namens GIGO (garbage in, garbage out). Seit dem habe ich einen Listserv, d.h. ich kann Mailinglisten anbieten, und einen FIDOnet-Internet-Gateway. Dieser Gateway konvertiert die Nachrichten zwischen dem Datenformat der Mailbox und dem Datenformat des Internet. Ergebnis: Die Mailbox läuft weiter wie gehabt. Die wichtigsten Diskussionsrunden sind zusätzlich als Mailinglisten zugänglich.

Die Mailbox bietet zusätzlich Zugang zu einigen Newsgroups und Mailinglisten. So kann sich heute jeder aussuchen, mit welcher Technik er auf das TechWriter's Home zugreifen will. Wer z.B. an der Uni oder in der Firma einen E-Mail-Anschluß hat, bekommt die Nachrichten frei Haus geliefert. Nutzer eines privaten Internet-Anschlusses können auch von dort an den Diskussionen teilnehmen. Dieser Weg ist aber oft hinreichend mühsam und teuer.

den Preisen war er durchaus angetan, obwohl das nicht gerade Selbstausbeuter-Preise waren: Er bekam direkten Kontakt zu den Übersetzern, nicht zu Übersetzungsbüros. Einige Kollegen werten U-JOBS offensichtlich regelmäßig aus.

Einzelheiten über die verfügbaren Mailinglisten und den Zugang vom Internet aus verschickt das TechWriter's Home gegen eine Nachricht an info@twh.nbg.de. Wer mich selber erreichen will, sollte seine Nachricht schicken an avobert@twh.nbg.de. Der direkte Mailbox-Zugang hat die Telefonnummer 0911/403905 (8N1, V.34, X.75/transparent). Im FIDOnet hat das TechWriter's Home die Adresse 2:2490/1719.

Auch im WWW gibt es mittlerweile Informationen von mir unter <http://members.xoom.com/AvO/>. Neben Hinweisen auf die Mailinglisten und die Mailbox pflege ich dort auch einen Veranstaltungskalender für technische Redakteure und Übersetzer. Falls Weitere Veranstaltungshinweise erbeten werden: entweder direkt an mich oder am besten über U-FORUM. Dann bekommen die Kollegen den Hinweis sofort frei Haus geliefert.

Weil ich gelegentlich nach den Beweggründen gefragt werde, warum ich solchen Aufwand in diese vordergründig brotlose Kunst stecke, möchte ich noch auf meine neuere Entdeckung hinweisen: Die Zeitschrift c't ("Deutschlands größtes Männermagazin", vorzugsweise den Elektronen und Bits verpflichtet) veröffentlichte in ihrer Ausgabe 6/98 auf den Seiten 410ff einen Essay über "Aufmerksamkeitsökonomie". Darin werden nicht mehr materielle Güter zum zu verwaltenden Mangelgut erklärt, sondern die Aufmerksamkeit, die man trotz Reiz- und Informationsüberflutung von anderen erhält.

Die Technik der Mailbox ist auf niedrige Telefonkosten getrimmt. Mit einem ISDN-Anschluß und dem passenden Shareware-Programm auf der Benutzerseite schiebt die Mailbox deutlich über 500 Nachrichten/Min über die Leitung.

So relativiert sich auch das Problem, daß der Mailbox-Zugang mit Telefongebühren im Fernbereich verbunden ist: Die vielleicht 1000 Nachrichten einer Woche aus LANTRA-L gehen zum Nachttarif in einer Telefoneinheit über die Leitung. Eine Schaltuhr zum Anwerfen des Rechners zwischen 2 und 5 Uhr ist also die teuerste Investition.

Noch ein paar Worte zu den Inhalten: Die übersetzer-spezifischen Diskussionen konzentrieren sich auf die Mailinglisten U-FORUM und U-JOBS. Im U-FORUM reichen die Diskussionen vom Wortsuchen bis zum Vergleich der Arbeitsweisen von Technischem Redak-

teur und Übersetzer. Mittlerweile 250 Teilnehmer schreiben zwischen 20 und 30 Nachrichten am Tag.

Vorwiegend Richard Schneider veröffentlicht über U-JOBS das, was ihm an Jobangeboten über den Weg läuft oder was er beim Server der Arbeitsämter an Einschlägigem findet. Jeder kann Jobangebote (sprich: Suchanzeigen nach Übersetzern) veröffentlichen, indem er seine Nachricht schickt an u-jobs@twh.nbg.de. Der Verteiler von U-JOBS strebt heftig auf 300 Teilnehmer zu.

U-JOBS funktioniert für so manchen ganz verblüffend gut: Ein Bekannter hatte eine Bedienungsanleitung aus der Medizintechnik ins Englische zu übersetzen und war von den Socken, daß sich innerhalb von drei Tagen vier qualifizierte Übersetzer meldeten. Auch von

Brauchen Sie einen Sprachspezialisten?

Sie brauchen keinen Allrounder, sondern den Fachmann, der seit Jahren in Ihrem Metier arbeitet. Keinen „Technikübersetzer“, der nebenbei auch Ihren Jahresabschluß übersetzt, sondern einen Spezialisten für Lichtwellenleitertechnik. Ihren eigenen freien Mitarbeiter, mit dem Sie - wenn Sie wollen - direkt zusammenarbeiten. Für einen einzigen Auftrag oder auf Dauer. Zusätzlich brauchen Sie natürlich noch 20 weitere spezialisierte freie Mitarbeiter - für Ihren Jahresabschluß, Ihre Patente, Ihre Werbung... Was Sie brauchen, ist kein Übersetzungsbüro, sondern eine Spezialistenvermittlung.

TRIALOG Spezialistenvermittlung verwaltet und koordiniert ein internationales Netzwerk von hochspezialisierten selbständigen Fachübersetzern, Dolmetschern und Sprachtrainern - vom katalanischen Patentrechtsübersetzer bis zur Dolmetscherin für portugiesische Medizintechnik. Wir arbeiten nur mit Sprachdienstleistern zusammen, die wissen, was sie können und wo sie hinwollen - und mit wem. Und die daher nicht über die üblichen Agenturen arbeiten, sondern nur mit Endkunden. Und die auf diese Weise ein Maximum an Dienstleistungsqualität bieten können - durch hohe Arbeitseffizienz, fachliche Kompetenz und nicht zuletzt ihre eigenverantwortliche Zusammenarbeit direkt mit dem Kunden.

Wenn Sie als Unternehmen einen Sprachspezialisten benötigen, sprechen Sie mit uns - wir bringen Sie in Kontakt.



C 2, 20 69159 Mannheim Tel: (0621) 122 11 - 98; Fax (0621) 122 11 - 99

Alexander v. Obert

Vollständige und verständliche Bedienungsanleitungen - Eine Aufgabe für Technische Redakteure

Dieser Artikel fußt auf einem Arbeitspapier, daß John D. Graham für eine BDÜ-Fortbildungsveranstaltung in Karlsruhe verfaßt hat.

Was ist technische Dokumentation?

Technischer Dokumentation steht für fachliche Kommunikation auf verschiedenen Ebenen und in unterschiedlichen Formen. Sie umfaßt technische Zeichnungen, Abbildungen aller Art, schriftliche Dokumente wie Bedienungsanleitungen, Gebrauchsanweisungen, Produktdokumentationen, Vorschriften usw. Fachtexte stellen demnach einen Bestandteil der Erstellung technischer Dokumentation dar. Sie treten nicht nur in wirtschaftlich-technischen und wissenschaftlichen Zusammenhängen auf, sondern richten sich auch an Laien (Beipackzettel von Medikamenten, Bedienungsanleitungen für Haushaltsgeräte etc.).

Der Einfluß des Europäischen Binnenmarktes

Als Mitglied der Europäischen Union gelten für Deutschland EU-Richtlinien, die sich auf die inhaltliche und qualitative Gestaltung technischer Dokumentation beziehen. Ziel der EU-Richtlinien ist es, einheitliche sicherheitstechnische Grundanforderungen zu definieren. Als einige wichtige EU-Richtlinien sind z.B. die Niederspannungsrichtlinie, Produkthaftungsrichtlinie, Spielzeugrichtlinie, Maschinenrichtlinie, EMV-Richtlinie, Medizinprodukte-Richtlinie und die Bauprodukte-Richtlinie zu nennen. Diese Richtlinien werden in den einzelnen Ländern in nationales Recht umgesetzt.

EU-Produkthaftungs-Richtlinie und ihre Umsetzung

Besonders die EU-Produkthaftungs-Richtlinie vom 25. Juli 1985 hat

durch die Definition des Produktfehlers in Artikel 6 EU-weit einen gewaltigen Einfluß auf die technische Dokumentation gewonnen. Die Richtlinie wurde durch das Produkthaftungsgesetz in deutsches Recht umgesetzt, das am 1. Januar 1990 in Kraft trat. Damit ist die Darbietung des Produktes sowohl in der Werbung als auch in der technischen Dokumentation zum Kriterium dafür erhoben worden, ob ein Produkt fehlerhaft ist. Kommt es durch eine fehlerhafte Dokumentation zu einem Schaden, so ist der Hersteller des Produktes unabhängig von einem Verschulden bis zu einer Höhe von DM 160.000 schadenersatzpflichtig.

Wer haftet wofür beim Produkthaftungsgesetz?

Bei Produkthaftung steht die Verantwortung des Herstellers für eine sichere Konstruktion und Fabrikation seiner Produkte im Vordergrund. Er haftet gegenüber jedermann für Schäden, die sein Produkt an Personen oder Sachen aufgrund eines Fehlers des Produktes verursacht. Die Haftung bezieht sich also nicht auf Schäden am Produkt selbst. Es ist darüber hinaus unerheblich, ob der Hersteller diesen Fehler selbst verschuldet hat. Er kann seine Haftung im voraus weder ausschließen noch beschränken.

Daneben besteht aber auch die rechtliche Anforderung an den Hersteller, den berechtigten Sicherheitswartungen der Benutzer oder Anwender durch präzise, auf die Kenntnisse und das Verständnissniveau des durchschnittlichen Benutzers abgestimmte Informationen zu entsprechen. Diese ist dadurch

gewährleisten, daß in Werbung, Produktbeschreibungen, Prospekten, Anweisungen und Anleitungen, etc. eindeutige und ausreichende Warn- und Sicherheitshinweise enthalten sind, die Gefährdungen bei der Benutzung des Produktes weitestgehend ausschließen.

Ein Produkt hat einen Fehler, wenn es nicht die Sicherheit bietet, die berechtigterweise erwartet werden kann. Hierbei müssen alle Umstände, insbesondere die Darbietung des Produktes, seines Gebrauchs und des Zeitpunkts, in dem es in den Verkehr gebracht wurde, berücksichtigt werden.

Instruktionsfehler

Um Fehler zu vermeiden, hat der Hersteller Instruktionspflichten, d.h. der Hersteller muß über noch verbleibende, konstruktiv nicht vermeidbare Risiken im "Umgang" mit dem Produkt informieren und zur sicheren Benutzung des Produktes anleiten.

Instruktionsfehler fallen unter den Begriff "Darbietung". Sie bestehen in mangelhaften Gebrauchsanweisungen und/oder nicht ausreichenden Warnungen vor gefahrbringenden Eigenschaften, die in der Wesensart der Sache begründet sind. Aus diesem Grunde muß der Benutzer auf die korrekte Handhabung und auf Gefahren, die entstehen können, hingewiesen werden. Inhalt und Umfang der Instruktionen sind auszurichten nach der am wenigsten informierten und damit gefährdetsten Benutzergruppe. Die Instruktionen müssen vollständig, deutlich und ausreichend sein.

Instruktionsfehler sind z.B. ein un-

genügender Hinweis auf die Gefahr einer Überdosierung bei Pflanzenschutzmitteln, unterbliebener Hinweis auf die Unverträglichkeit gleichzeitiger Anwendung zweier Pflanzenschutzmittel.

Was bedeutet dies nun für die Erstellung ein- und mehrsprachiger Dokumentation?

Aus den neuen gesetzlichen Vorschriften zur Produkthaftung geht nunmehr auch die Notwendigkeit der Lieferung der jeweiligen Beschreibung in der Amtssprache des Empfängerlandes hervor, um der geforderten Informationspflicht im vollen Umfang zu genügen. Dies hat wesentliche Einflüsse auf die Erstellung der mehrsprachigen Dokumentation.

Nach den neuen Vorschriften muß die Instruktion den Kenntnissen und dem Verständnis der Benutzer angemessen sein, z.B. durch Wahl eines entsprechenden Sprachstils, einer entsprechenden Sprachebene, einer dem Sprachgebrauch des Benutzer/Anwenders entsprechenden Terminologie.

Dies gilt nicht nur für schriftliche Instruktionen, sondern auch für audiovisuelle (Kassetten, CDs, Videofilme, Videoclips, usw.). Die Erfüllung dieser Ansprüche stellt einige Anforderungen an den Texter bzw. Übersetzer.

Technische Termini sollten in Bedienungsanleitungen nur dann eingesetzt werden, wenn sie erläutert und definiert sind. Sie können allerdings verwendet werden, wenn sie allgemein verständlich bzw. jedem zugänglich sind.

Dies gilt auch bei der Übersetzung von Patentschriften (insbesondere der Patentansprüche). Denn das Schutzrecht kann angefochten werden, wenn bewiesen ist, daß der Leser den Text nicht im Sinne des Verfassers hätte verstehen können, weil die Terminologie nicht zu klären bzw. zweideutig war.

Fazit:

In Kenntnis dieser Haftungsmöglichkeiten werden an den Texter/Übersetzer vielschichtige Anforderungen gestellt. Er muß dafür sorgen, daß

die Texte/ Instruktionen vollständig, deutlich und ausreichend sind. Die Terminologie und der Stil müssen angemessen sein. D. h. aber auch, daß unzureichend formulierte Ausgangstexte für Dokumentationen optimiert werden müssen. Die Übersetzung sollte in diesem Fall mindestens eine bessere Qualität aufweisen, d.h. eindeutig verständlich sein.

Quellen:

DIN-NAT 3.1 Nr. 29/95

Österreichisches Arbeitspapier zum Thema "Grundsätze der qualitätsorientierten Technischen Dokumentation", noch nicht veröffentlicht.

Gabriel, Carl-Heinz: Produktspezifische Rechtsnormen und technische REUeln für Technikdokumentation in der BRD einschließlich EU-Markt, MTG Hamburg, 1995

Freibott, Gerhard: Produkthaftung und Terminologie, in "Terminologie als Qualitätsfaktor", DTT-Symposium, Köln 12./13. April 1991

Produkthaftungsgesetz: Gesetz über die Haftung für fehlerhafte Produkte vom 15. Dezember 1989 (BGBl. I 3081)

Jutta Witzel

Keine Ehren fürs´Ehrenamt?

Ein verhältnismäßig kleiner Verband wie der BDÜ LV Bremen/Niedersachsen lebt von der ehrenamtlichen Tätigkeit seiner Mitglieder. Da aber das Ehrenamt unter den verschiedenen Freizeitaktivitäten eine eher untergeordnete Stellung einnimmt, wird eine Überlebensfrage für den Verband daraus, findet Jutta Witzel.

I n t e r n e s

“Wieder eine Veranstaltung organisieren? Eine pro Jahr reicht, ich habe so viele andere Dinge zu tun, da habe ich nicht den Kopf frei, auch noch etwas für den BDÜ zu tun...“ Immerhin besser, als den BDÜ nur als Bauchladen zu betrachten, aus dem man sich beliebig mit Dienstleistungen bedienen kann, oder?

Wenn sich Mitglieder für den BDÜ engagieren, sind wir alle, das schließt Vorstand und Mitglieder ein, über jedes Engagement erfreut. Und sich engagieren heißt, sich in ein neues Metier einarbeiten, wie z.B. in die Buchhaltung und Erstellung von Haushaltsplänen für einen Verband, wie in das Planen und Organisieren einer Veranstaltung, Kontaktpflege zu Referenten und Presse. Neue Fertigkeiten sind gefragt, wie Teamarbeit mit dem/im Vorstand, Beteiligung an Mitgliederversammlungen des Bundes-

BDÜ, aktives Telefonieren usw. Das Engagement im BDÜ ist eine gute Gelegenheit, den einsamen Übersetzer-schreibtisch zu verlassen und interessante Leute kennenzulernen, an der Entwicklung des Berufes und Berufsbildes aktiv mitzuarbeiten.

Der Lohn der Arbeit sind eine erfolgreich verlaufene Veranstaltung, zufriedene Teilnehmer, ein mit großer Zustimmung genehmigter Haushaltsplan, ein neuer Vorstoß beim Bundesverband. Einige Informationen erfährt man früher und detaillierter als ein Mitglied, das lediglich alle zwei Jahre zur Jahresmitgliederversammlung kommt und ab und zu die Mitgliederzeitschrift TransRelations liest. Man kann Einfluß nehmen auf das, was in unserem Berufsstand geschieht.

Doch ist es schade, wenn sich ein Mit-

glied nach ein paar Monaten oder einem Jahr Engagement wieder von der aktiven Mitarbeit im Verband zurückzieht. Was geht da an wertvollen Kenntnissen und Kontakten dem Verband verloren! Wie mühsam ist es, einen Ersatz zu finden. Wie schade, daß keine Kontinuität gewahrt werden kann; auch und gerade für die Mitglieder.

Bedeutet das Ehrenamt keine Ehre mehr? Bürden wir uns so viele Dinge auf, daß kein Platz mehr für zusätzliche Aktivitäten ist? Sind Job und Familienpflichten so anstrengend, daß wir lieber den Tennisschläger schwingen als eine Pressemitteilung zu schreiben? Hoffen wir, daß es noch genügend Idealisten gibt, die sich mit langem Atem für die Gemeinschaft einsetzen...

Jutta Witzel

Kennen Sie...

Ihren Bundestagsabgeordneten? Oder Ihren Bezirksbürgermeister? Falls nicht, ist das nicht weiter bedauerlich. Vielleicht sollten Sie aber Ihre Interessenvertreter im BDÜ LV Bremen/Niedersachsen kennenlernen. TransRelations wird ab dieser Ausgabe in lockerer Abfolge Mitglieder aus dem Vorstand vorstellen. Los geht es mit Bahram Pasuki, 2. Vorsitzender.

Geboren: 28. April 1965 in Verden/Aller
Beruf: Diplom - Fachübersetzer
Sprachen: Deutsch, Englisch, Spanisch, Persisch,
Studium zum Diplom - Fachübersetzer an der Uni Hildesheim
Seit 1998 als freiberuflicher Übersetzer tätig.

Seit März 1998 2. Vorsitzender des BDÜ - Landesverbandes Bremen und Niedersachsen

Aufgabenbereiche:

1. Gerichtsdolmetschen und dazugehörige Themen
2. Öffentlichkeitsarbeit
3. Geschäftspraktiken, Preise, Auskünfte zu diesen Themen
4. Kontakte zur Universität Hildesheim



Bahram Pasuki

Vorrangige Ziele

- Vereinheitlichung der Vereidigung von Dolmetschern/Übersetzern an den Gerichten in Niedersachsen und Bremen.

- Durchsetzung der ZSEG (die leider nicht überall sinngemäß angewandt wird!)

- Starten einer Initiative zum Schutz der Berufsbezeichnung D/Ü

- Verbesserung der Kontakte und Zusammenarbeit mit der Universität Hildesheim

- Werbung von Mitgliedern für den LV

Zu meiner Zielsetzung gehört es eben-

falls, die Mitglieder, für die aktive Arbeit im Landes- oder Bundesverband zu motivieren. Ein Fernziel wäre auch die Vereinheitlichung der Preise für Übersetzer. Die Interessen der kleinen Verbände müssen im Bundesverband stärker als bisher durchgesetzt und die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden intensiviert werden. Im Bereich Gerichts-Dolmetschen bahnt sich eine umfassende Zusammenarbeit mit dem LV Sachsen an. Wir müssen gemeinsame Strategien entwickeln, wenn es um die Wahrung der Interessen unserer Mitglieder geht. Mein Motto: Gemeinsam sind wir stärker, und Einzelkämpfer haben es sehr schwer.

Bisherige „Erfolge“:

Eine Umfrage an den niedersächsischen Landgerichten zu den Beeidigungsverfahren führte zu dem Ergebnis, daß das Justizministerium bis zum Jahresende einen Gesetzesentwurf vorbereitet, der die Beeidigungen in Niedersachsen vereinheitlichen soll. Dazu gab es im August ein Gespräch zwischen mir und Ministerialrat Petzold im Justizministerium in Hannover, wobei ich unsere Position darstellen konnte und Vorschläge unterbreitete, was ein neues Gesetz beinhalten sollte.

Babram Pasuki

Der Fall „Landgericht Lüneburg“ - Ein Teilerfolg

Wie in der MDÜ-Ausgabe 1/1997 berichtet, hatte sich der LV Niedersachsen eingehend mit dem Fall „Landgericht Lüneburg“ befaßt. Peter Bartetzky hatte seinerzeit im Schriftwechsel mit dem LG Lüneburg eine Stellungnahme zu der Entscheidung gefordert, daß beeidigte Dolmetscher/-innen und Übersetzer/-innen ihren Stempel nur noch für gerichtliche Zwecke einsetzen dürfen (siehe MDÜ 1/1997).

Im Mai 1998 erhielt Peter Bartetzky dann ein Schreiben des Präsidenten des LG Lüneburg, Dr. Heintzmann, mit folgendem Inhalt:

„Mit Schreiben vom 9. Juli 1996 hatte ich Sie darauf hingewiesen, daß Sie als Dolmetscher bzw. Übersetzer unter Bezugnahme auf Ihre Vereidigung für die Gerichte und Notare des Landgerichtsbezirks Lüneburg auf einer Übersetzung keinen Vermerk anbringen dürfen, mit dem Sie sinngemäß die Richtigkeit und Vollständigkeit Ihrer Übersetzung bescheinigen, soweit es sich um Übersetzungen handelt, die nicht für gerichtliche oder notarielle Zwecke angefertigt worden sind.

Inzwischen ist versucht worden, unter den Bundesländern eine Klärung herbeizuführen. Die Auffassungen über die

Zulässigkeit der Bescheinigung der Richtigkeit und Vollständigkeit von Übersetzungen, die nicht für gerichtliche oder notarielle Zwecke angefertigt worden sind, sind unterschiedlich.

Das Niedersächsische Ministerium der Justiz und für Europaangelegenheiten hat mir mit Erlaß vom 7.4.1998 mitgeteilt, daß es nach erneuter Prüfung der Rechtslage zwar an seiner bisherigen Auffassung festhalte, daß es eigentlich rechtlich nicht zulässig ist, wenn Sie auf Übersetzungen, die nicht für das Gericht oder einen Notar bestimmt sind, die Richtigkeit und Vollständigkeit bescheinigen. Bis zu einer gesetzlichen Regelung hält es das Ministerium jedoch für hinnehmbar, wenn allgemein beeidigte Dolmetscher auch Übersetzungen, die nicht für gerichtliche oder notarielle Zwecke angefertigt werden, mit einer Bescheinigung über die Richtigkeit und Vollständigkeit der Übersetzung versehen.“

Ich denke, damit hat sich jedenfalls für eine Übergangszeit eine für Ihren Berufsstand durchaus tragbare und handhabbare Lösung gefunden. Ich hoffe, daß es in der nächsten Legislaturperiode zu einer entsprechenden gesetzlichen Regelung der Angelegenheit kommen wird.

Somit haben die Bemühungen von Peter Bartetzky einen beachtlichen Teilerfolg erbracht. Jedoch kann uns im BDÜ dieser erste Erfolg noch nicht befriedigen, denn nun entscheidet der Gesetzgeber über die Frage. Und hier gilt es nochmals, die Position des Verbandes klarzustellen und jeglichen Versuchen, die Kompetenz der beeidigten Dolmetscher/-innen und Übersetzer/-innen zu beschneiden, entschlossen entgegenzutreten.

In diesem Sinne werde ich als neuer 2. Vorsitzender des LV Bremen und Niedersachsen die Bemühungen von Peter Bartetzky in enger Kooperation mit dem Bundesverband des BDÜ fortführen und Sie natürlich über den Stand der Dinge hier in der Transrelations informieren.

Der LV Bremen und Niedersachsen ist derzeit auch in anderen Angelegenheiten im Bereich Gerichtsdolmetschen/Gerichtsübersetzen aktiv, so beispielsweise bei der Frage, ob Gerichte die Bestellung von Dolmetscher/-innen/Übersetzer/-innen an Übersetzungsbüros vergeben dürfen. Auch über Ergebnisse hierüber werde ich in der TransRelations berichten.

Babram Pasuki

Mitteilung der Bundesgeschäfts- stelle, Bonn

Sehr geehrte Damen und Herren,
ich möchte Sie nochmals bitten, Ihre Mitglieder darauf aufmerksam zu machen, daß in reinen Mitgliedsangelegenheiten, wie z.B. Mitgliedsbeitrag, Mitgliedsnummer, Adressenänderung, Namensänderung, Einträge in Mitgliederverzeichnisse und Datenbank, Versicherungen etc. die Landesverbände zuständig sind. Ich helfe gerne jedem Mitglied, aber in diesen Dingen kann ich nicht antworten und meine Telefonleitung ist ohnehin überlastet, u.a. wegen immer zahlreicher werdender Anrufe, die von IHKn und Arbeitsämtern zwangsläufig an uns als alleinigen Berufsverband der D/Ü verwiesen werden.

Ich danke für Ihr Verständnis
Mit freundlichen Grüßen
Brigitte Siermann

Anonym

Der Geschäftsstelle des LV Bremen/Niedersachsen ist zum wiederholten Mal ein anonymes Schreiben zugekommen, in dem sich die betreffende Person über das Verhalten von Mitgliedern oder deren Geschäftspraktiken beschwert.

Solche Briefe, die an die Geschäftsstelle oder an den Vorstand gerichtet sind, werden als Hinweis auf einen Mangel an Aufrichtigkeit seitens des Beschwerdeführers aufgefaßt. Diese Pamphlete finden bei uns grundsätzlich keine Beachtung.

Wir empfehlen denjenigen, die sich derartige Mühe machen, die Portokosten zu sparen und stattdessen für einen längeren Anruf bei einem örtlichen Seelsorger aufzuwenden.

Michael Power

Verhandlungsdolmetschen

23.-24.10.1998 Germersheim

Sprachen: Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch

Anmeldungsgebühr 600 DM. Anmeldung: Johannes-Gutenberg-Universität, Zentralstelle für universitäre Fort- und Weiterbildung, Referat 245/2, 55099 Mainz, Telefon 06131 392901, Fax 06131 394714.

Elektronische Arbeitsmittel in mehrsprachigen Umgebungen

05.-06.11.1998 Nürnberg

Referenten: U. Reinke, K. Schmalenbach, K. Waldhör, W. Zenk, A. Wittmann

Die Veranstaltung vermittelt einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten elektronischer Hilfsmittel am Arbeitsplatz technischer Autoren, Übersetzer, Dolmetscher etc. Hierzu zählen insbesondere maschinelle bzw. maschinengestützte Übersetzungssysteme, Terminologieverwaltungs- und Spracherkennungssysteme.

Anmeldungsgebühr 430 DM. Anmeldung: Deutsches Institut für Terminologie (DIT)e.V., Geschäftsstelle, Fleyer Str. 231, 58097 Hagen, E-Mail schmalenbach@dit-online.com, Telefon 02331 984794, Fax 02331 984795.

Mehrsprachige Umweltterminologie

08.01.1999 Köln

Referent: Gerhard Budin, Wien

Dieses Seminar soll aufgrund mehrjähriger Projekte auf europäischer und internationaler Ebene Ereignisse und Informationsangebote vorstellen, sowie Perspektiven einer gemeinsamen Internet-gestützten Terminologiarbeit im Umweltbereich für verschiedene Bedürfnisse aufzeigen.

Anmeldungsgebühr 250 DM. Anmeldung: Deutsches Institut für Terminologie (DIT) e.V., Geschäftsstelle, Fleyer Str. 231, 58097 Hagen, E-Mail schmalenbach@dit-online.com, Telefon 02331 984794, Fax 02331 984795.

Wanted!

Der BDÜ Bremen und Niedersachsen LV sucht zusammen mit seiner Mitglie-derzeitung TransRelations Autorinnen und Autoren, die Rezensionen schreiben. Unser kleines Redaktionsteam stellt für jede Ausgabe der Zeitung aktuelle und interessante Beiträge zusammen. Der große Markt an übersetzer-relevanter Literatur ist allerdings schwer zu überschauen, bzw zu sichten und zu beschreiben. Deshalb sind wir auf Ihre Mitarbeit angewiesen. Beiträge bitte zusenden an: MMPR@a-o.de

Neue Mitglieder (Seit 1. Juni 1998)

Keller, Agnieszka, staatl. anerk. Übers.,
Wolperdingstr. 16, 24106 Kiel,
Tel.: 0431/3054109,
Fax: 0431/3054109,
e-mail: a-s-keller@t-online.de
Polnisch § D/Ü, Deutsch § D/Ü:
Öffentliches Recht,
Zivilrecht/Privatrecht, Zeugnisse,
Allgemeine Politik, Allgemeine
Wirtschaft, Belletristik,
Sprachwissenschaft

Ohr, Monika, staatl. anerk. Übers.,
Hellkamp 2, 20255 Hamburg,
Tel.: 040/4905780, Fax: 040/4905780,
e-mail: MonikaOhr@aol.com
Spanisch Ü, Deutsch Ü:
Geistes- und Sozialwissenschaften allge-
mein, Literaturwissenschaft, Belletristik,
Film, Rundfunk, Fernsehen, Öffentlich-
keitsarbeit, Allgemeine Wirtschaft, Volks-
wirtschaft, EU, Allgemeine Politik.

Jacobsen, Britt, Akad. gepr. Übers.,
17, Richeville, F-28410 St. Lubin de la
Haye, Tel.: +33/237820832, Fax:
+33/237820832,
e-mail: BrittJacobsen@compuserve.com
Französisch Ü, Spanisch Ü:
Industrie u. Technologie,
Kraftfahrzeuge, Infor-
mationstechnologie,
Telekommunikation, Recht, Bankwesen

Deiseroth, Ulrike, Dipl.-Fachübers.,
Mendelssohnstr. 3, 31141 Hildesheim,
Tel.: 05121/81990, Fax: -
Spanisch Ü, Englisch Ü:
Maschinenbau, Elektrotechnik,

Hachmeier, Jürgen, gepr. Übersetzer,
Nieheimer Str. 53, 33034 Brakel,
Tel.: 05272/355320, Fax:
05272/355309,
e-mail: juhach@aol.com
Englisch Ü, Spanisch Ü:
Metallindustrie, Fahrzeugbau,
Computeranlagen, Recht,
Sport/Freizeit/Touristik, Wirtschaft und
Finanzen.

ÜBERSETZERPREIS ZUR FÖRDERUNG DER DEUTSCH- FRANZÖSISCHEN BEZIEHUN- GEN

Die DVA-Stiftung, eine gemeinnützige Einrichtung zur Förderung von Wissenschaft und Forschung, Bildung, Erziehung und Völkerverständigung, hat ihren Programmschwerpunkt auf die Vertiefung des geistigen Austauschs zwischen Frankreich und Deutschland gelegt. Der Preis wird in diesem Jahr zum siebten Mal ausgeschrieben. Bewerben können sich jüngere Deutsche und Franzosen mit einem Übersetzungsprojekt aus den Bereichen Geistes- und Sozialwissenschaften oder Essayistik. Die Auszeichnung, die alle zwei Jahre verliehen wird, ist mit 20.000 DM je Preisträger dotiert. Einsendeschluß ist der 5. Dezember 1998. Weitere Auskünfte: DVA-Stiftung, Geschäftsführer Horst Frank, Neckarstr. 121, 70190 Stuttgart

CD-ROM

Existenzgründung in Europa

Die Industrie- und Handelskammern Amsterdam, Birmingham, Frankfurt, Madrid, Mailand und Paris haben jetzt die juristische Datenbank Idem veröffentlicht. Auf der CD-ROM sind die Rahmenbedingungen für Gründung und Niederlassung von Unternehmen in den sechs EU-Staaten der beteiligten Kammern beschrieben.

Das elektronische Nachschlagewerk konzentriert sich auf Infos zu Unternehmensformen, allgemeine Formvorschriften sowie den Ablauf von Gründungsverfahren. Darüber hinaus enthält die CD nützliche Adressen sowie Hinweise zu mehreren hundert erlaubnispflichtigen Gewerben. Der Zugriff auf Quellenmaterial wird durch Auszüge aus Gesetzen, Verordnungen oder eingescannten Formblättern erleichtert. Idem ist bei den beteiligten Kammern erhältlich.

Plötz, Konstanze, Dipl.-Dolmetscherin,
Mühlenstr. 21, 06369 Köthen-Elsdorf,
Tel.: 03496/219784, Fax: 03496/219784,
Mobil: 0177/2302639, e-mail: dimitte-
re@aol.com
Englisch Ü, Spanisch Ü:
Wirtschaft und Finanzen, Medizin und
Pharmazie, Naturwissenschaften,
Bauindustrie, Chemische Industrie, Ma-
schinen-, Anlagen- und Gerätebau, Um-
welt, Öffentlichkeitsarbeit, Zeugnisse.

Spreen, Marion, Dipl.-Übersetzerin,
Sandtrift 7, 32369 Rahden,
Tel.: 05771/5848, Fax: 05771/94194,
e-mail: Spreen-rhd@t-online.de
Spanisch § Ü, Französisch § Ü:
Film u. Rundfunk, Recht, Wirtschaft und
Finanzen.

Mazón, Blanca, staatl. anerk. Übers.,
Lichtenbergplatz 7, 30449 Hannover,
Tel.: 0511/455344, Fax: -
Spanisch Ü, Deutsch Ü:
Wirtschaft und Finanzen, Allgemeine
Wirtschaft, Volkswirtschaft, Betriebswirt-
schaft, Unternehmensphilosophie, Markt-
forschung, Marketing, Bankwesen,
Geschäftsberichte und Bilanzen.

Sprache & Medien

15.16.10.1998 Berlin

2. internationale Konferenz und Ausstellung

Vorträge, Podiumsdiskussionen und Workshops

- Qualitätssicherung, Qualitätskontrolle, Qualitätsmanagement
- Dolmetschen für das Fernsehen
- Standards für hochwertigen Sprachtransfer in den audiovisuellen Medien
- Sprachenbedarf und Distributionsstrategien bei Filmverleih, Rundfunk- und Fernsehanstalten und Produzenten
- Neueste Entwicklungen im Sprachtransfer (Untertitelung, Übertitelung, DVD)
- Qualitätssicherung bei der Untertitelung
- Übersetzer und Übersetzungswerkzeuge

Hotel Intercontinental, Berlin, DEM 750 + Mwst. (Studenten DEM 300 + Mwst.). Aktuelle Informationen im Internet unter <http://www.praetorius.com/I&M> oder von ICEF, Niebuhrstr. 69a, 10629 Berlin, Telefon E-Mail ICEF Berlin@aol.com, 030 3276140, Fax 030 3249833.

Medizinische Übersetzungen Deutsch-Englisch, Arzneimittelzulassung

15.-17.10.1998 Germersheim

An dieser Fortbildungsveranstaltung können 10 bis 25 Teilnehmer mit sehr guten Englischkenntnissen und Grundkenntnissen in Medizin und Pharmazie teilnehmen. Themen: Pharmazie, Pharmakologie, EU-Recht, Terminologie, Workshops und Runder Tisch.

DEM 650. Anmeldung: Johannes-Gutenberg-Universität, Zentralstelle für universitäre Fort- und Weiterbildung, Referat 245/2, 55099 Mainz, Telefon 06131 392901, Fax 06131 394714.

STELLENAUSSCHREIBUNG

Maria Clementine Martin
KLOSTERFRAU
Vertriebsgesellschaft mbH
50606 Köln

PROFIL

gesucht: Dolmetscherin

Stellenbeschreibung: Übersetzung von Verträgen, Direktübersetzung bei Geschäftsverhandlungen, Begleitung auf Geschäftsreisen (vereinzelt).

Kenntnisse/Fertigkeiten: Englisch und Deutsch perfekt (gern Englisch Muttersprache), Winword/Excel, Flexibilität.

Branche: Vertriebsgesellschaft pharmazeutische Produkte.

Gehalt: nach Vereinbarung

Arbeitszeit: Teilzeit 20 Stunden

Termin: ab sofort

Bewerbungen nur schriftlich, nicht per Fax, mit Vermerk "persönlich" z.Hd. Herrn Schaur oder Frau Schulz. Telefonische Auskünfte nur vormittags, wiederum "persönlich" Herr Schaur o. Frau Schulz.

Konferenzen

04.-08.11.1998 Hilton Head, South Carolina, USA

39th Annual Conference of the American Translators Association.
<http://www.atanet.org>

30.11.-01.12.1998 Saarbrücken
JUBILÄUMSKONGRESS, Modelle der Übersetzung - Grundlagen für Methodik, Bewertung, Computermodellierung. Informationen bei: Universität des Saarlandes, Fachrichtung 8.6, Im Stadtwald, Gebäude 4, 66123 Saarbrücken. Telefon 0681 3022501, Fax 0681 3024440, E-Mail ijc98@rz.uni-sb.de

BDÜ-Stamm- tische

Oldenburg

Die Regionalgruppe Nordwest-Niedersachsen im Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer (BDÜ), veranstaltet am

Freitag, den 13. November 1998, 18 Uhr bei
DIALOG ÜBERSETZUNGEN, Sportweg 25, 26129 Oldenburg

und am

Donnerstag, 21. Januar 1999
Grand Café, Lange Str./Ecke Wallstr.,
Oldenburg, Oldenburger Fußgängerzone

ihren quartalsweise stattfindenden, offenen Stammtisch.

Hans Christian v. Steuber, Dipl.-Fachübersetzer . BDÜ

BDÜ-Stammtische (Fortsetzung)

Paderborn

hier nun unsere Termine für den Kollegen-Stammtisch (offen für alle Berufsverbände!):

22.01.99
23.04.99
23.07.99
22.10.99

jeweils 19 Uhr, Gaststätte "Fischteiche" in Paderborn-Schloß Neuhaus.

Am 22.01.99 stehen als vorläufiges Thema "Allgemeine Geschäftsbedingungen" an.

Kontakt laufen über mich (strauss-birgit@t-online.de bzw. siehe unten).

Es wäre schön, wenn sich Interessenten vorher bei mir melden würden, um die Platzreservierung entsprechend vornehmen zu können. Ebenso sind wir an weiteren Themenvorschlägen sehr interessiert!

Birgit Strauß
Diplom-Sprachmittlerin
Russisch/Slowakisch/Tschechisch
D-33813 Oerlinghausen Herderweg 4
T.: +49-5202-73116 E: +49-5202-73115 Modem:
+49-5202-73129

Hannover

Der Übersetzer-Stammtisch Hannover trifft sich jeden dritten Freitag im Monat (außer im August und Dezember)

Treffpunkt ist: Hotel Gildehof, Joachimstraße 6, Hannover
Telefon: 0511/363680
Uhrzeit: 19.00 Uhr.
Die nächste Termin ist am: 17.07.98

Heinrich Junghanns,
Anekampstr. 41,
30539 Hannover
Tel.: 0511/524141
Fax: 0511/517878

Göttingen

Terminänderung wegen MEDICA in Düsseldorf

Einladung zum Übersetzer-Stammtisch der BDÜ in Göttingen
neuer Termin: Do., den 26. November 1998 um 20:00 Uhr

Restaurant Ankara, Goethe-Allee 2, 37083 Göttingen
(gegenüber vom Bahnhof in der Goethe-Allee, ca. 100 m)

Themenvorschläge:

- Online-Hilfe bei Terminologiefragen: Internet-Adressen und Erfahrungsaustausch
 - "Translation Managers": IBM, Trados oder Zeres - Erfahrungsaustausch
- Wenn Ihr Lust habt, konnten wir eins oder mehrere dieser Themen diskutieren.

Außerdem merken Sie bitte das folgenden Datum vor:

Donnerstag, der 28.01.99

denn an diesem Tag findet der nächste
BDÜ-Übersetzer-Stammtisch statt.
Zeit und Ort bleiben gleich.

Kontaktnr.: Tel. 0551 / 71508; Fax: 0551 / 74483; E-Mail:
106422,575@compuserve.com
Daniel F. Whybrew

Impressum

Herausgeber: BDÜ Landesverband Bremen und Niedersachsen e.V.
Redaktion: Jutta Witzel, Peter Rosenstein
Gestaltung: Peter Rosenstein
Anzeigenakquise: Dörte Baumeister
Redaktionsschluß für die nächste Ausgabe: 15. Dezember 1998
Anschrift der Redaktion und für Anzeigenkunden: A+O
Kommunikation, Blumenauer Straße 1, 30499 Hannover, Tel.
(0511) 92 39 99-0, Fax (0511) 92 39 99-79, E-Mail: MMPR@a-o.de
Bankverbindung: Volksbank Hannover, BLZ 250 900 01,
Konto-nr. 3484 734 000
Druck: Akzent-Druck Hannover

Antwortfax

von:

an: Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e.V.

Landesverband Bremen und Niedersachsen e.V.

Akazienweg 56a

37083 Göttingen

Telefon und Fax: (0551) 77 341

BDUEN@AOL.com

Folgende Daten haben sich bei mir verändert:

Adresse:

Telefon

Fax:

Beeidigt seit:

sonstiges:

Bestellliste

Für all jene, die mehr vom BDÜ haben wollen, bieten wir hier die Möglichkeit nachfolgend aufgelistete Erzeugnisse zu bestellen. Die angegebenen Preise bitten wir in Porto beizulegen.

- | | |
|---|---------|
| <input type="checkbox"/> Mitgliederverzeichnis Bremen, Niedersachsen und Sachsen (CD-ROM) | 9,90 DM |
| <input type="checkbox"/> BDÜ-Online (Mailbox CD-ROM, nur für Mitglieder) | 3,00 DM |
| <input type="checkbox"/> Infomappe BDÜ (für Interessenten und Beitrittswillige) . | 5,50 DM |
| <input type="checkbox"/> Übersetzen & Dolmetschen (Broschüre DIN A4, 16-seitig) | 3,00 DM |
| <input type="checkbox"/> Informationen über den BDÜ (Broschüre 6-seitig, DIN A5) | 3,00 DM |
| <input type="checkbox"/> Übersetzen und Dolmetschen (Folder, DIN A lang) | 1,10 DM |
| <input type="checkbox"/> „Bitte ins... übersetzen“
(Informationen für Kunden, Folder DIN A lang) | 1,10 DM |
| <input type="checkbox"/> „...und die Welt versteht Sie besser!“
(BDÜ und neue Medien, Folder DIN A lang) | 1,10 DM |