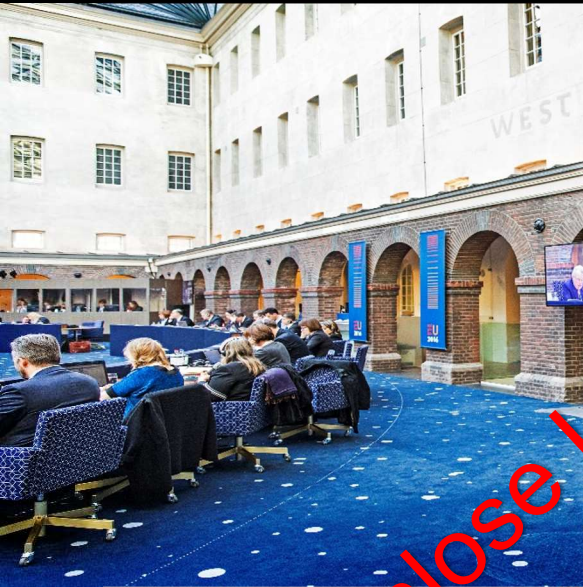


Dolmetscher? Braucht man die noch?



Kostenlose Leseprobe!

Der Dolmetscher Experte

Vorwort

Sicherlich kennen auch Sie die folgende Urlaubsanekdote aus Erzählungen oder weil Sie sie selbst erlebt haben: Auf einer Reise in ein fremdsprachiges Land hat der Erzähler die üblichen Touristenpfade verlassen und einen kleinen Landgasthof entdeckt. Leider spricht dort niemand Deutsch oder Englisch und der Erzähler natürlich nicht die Landessprache. Mit Händen und Füßen, Taschenwörterbuch und Google-Translator, der Nachahmung von Geräuschen und pantomimischen Einlagen gelingt es am Ende dann doch irgendwie, das Essen und Getränke zu bestellen - die natürlich vorzüglich sind. Manchmal endet die Geschichte dann auch noch mit einer Schilderung, wie die Wirtsleute auf dieselbe Art und Weise eine Wegbeschreibung zurück ins Hotel oder zu einem nahegelegenen Geheimtipp - einer einsamen, romantischen Bucht, einem tollen Weingut oder ähnlichem - geben.

Als Urlaubsanekdote sorgt solch eine Geschichte beim Erzähler und bei seinen Zuhörern immer wieder für Heiterkeit und eine verklärte Erinnerung an einen tollen Urlaub mit netten, gastfreundlichen Menschen abseits der Touristenpfade. „Wenn nur alle wollen, dann verstehen sich Menschen auf der ganzen Welt auch ohne gemeinsame Sprache!“, so die romantisierende Nachricht. Entweder verschwiegen oder aber als Bonmot angefügt wird dabei, dass keineswegs das erwartete Essen kam oder der beschriebene Weg zum Geheimtipp nie gefunden wurde.

Was den Urlaub zum kleinen Abenteuer machte und später als Anekdote die Party bereichert, wäre im Geschäftsleben eine Katastrophe. Eine falsche Lieferung, ein nicht gefundener Treffpunkt und ein dadurch geplatzter Termin lassen einen laufenden Auftrag zum Desaster werden oder verhindern die weitere Zusammenarbeit bzw. schon im Vorfeld das Zustandekommen einer Kooperation.

Soweit muss es in Ihrem Geschäftsalltag gar nicht erst kommen. Denn hier können Sie - anders als im privaten Urlaub - auf professionelle Hilfe zurückgreifen: Dolmetscher helfen Ihnen dabei, sprachliche und kulturelle Hürden zu überwinden. Dann können Sie neben Urlaubsanekdoten auch von erfolgreichen Geschäftsabschlüssen in aller Welt erzählen.

In diesem Buch stellen wir Ihnen typische Beispiele für Dolmetschereinsätze vor. Und wir geben Ihnen viele Informationen, Tipps und Tricks mit auf den Weg, damit Sie den richtigen Dolmetscher für Ihre Kommunikationsaufgaben finden.

Hinweise

Für einen besseren Lesefluss haben wir auf eine Erklärung der Fachbegriffe aus dem Bereich Dolmetschen in den Kapiteln 1. bis 4. verzichtet. Ausführliche Erläuterungen zu den Fachbegriffen finden Sie in den Kapiteln „5. Qualifikation und Kenntnisse eines Dolmetschers“ und „7. Glossar“.

Inhalt

Vorwort.....	1
Hinweise	2
Inhalt	3
1. Übersetzen ja, Dolmetschen nein?.....	6
1.1. Professionelle Übersetzungen	7
1.2. Laienhaft radebrechen statt dolmetschen?.....	9
1.3. Checkliste Diskrepanz Übersetzungen Vs. Dolmetschen.....	11
2. Erfolgreich Schulen mit Dolmetschern	15
2.1. Schade, es hätte eine gute Schulung sein können.....	15
2.1.1. Was haben Sie gerade gesagt?	16
2.1.2. Wo ist nur die Zeit geblieben?	17
2.1.3. Alles andere als entspannend: das Rahmenprogramm	18
2.1.4. Wofür haben wir eigentlich die Schulung gemacht?	20
2.2. Deutlich bessere Voraussetzungen: Die Schulung mit Dolmetschereinsatz.....	22
2.2.1. Vorbereitung ist die halbe Miete.....	22
2.2.2. Wir sprechen Deine Sprache und verstehen Dich	25
2.2.3. Rahmenprogramm mit Langzeitwirkung.....	26
2.2.4. Dolmetschereinsatz hinter den Kulissen	27
2.3. Checkliste für einen Dolmetschereinsatz.....	29
3. Die Präsenz in China stärken - ohne Sprachkompetenz?.....	32
3.1. Der erste eigene Messeauftritt in Fernost.....	32
3.1.1. Geplant in Deutschland, aufgebaut in China.....	33
3.1.2. Werbematerial auf Chinesisch - Made in Germany	34
3.2. Ernüchterung am ersten Messetag.....	35
3.2.1. Versteht uns denn hier niemand?	35
3.2.2. Sprachlos auf dem eigenen Messestand	36
3.2.3. Das Standkonzept passt nicht nach China.....	38

3.2.4. Der Tiefpunkt: die Pressekonferenz	40
3.3. Mit Dolmetschern von vorneherein besser planen.....	42
3.3.1. Dr. Chen, Berater und Dolmetscher	42
3.3.2 Wer Land und Leute kennt, kann auch Interesse wecken	43
3.3.3. Weniger ist mehr: maßgeschneiderte Flyer statt umfangreicher Unterlagen	45
3.3.4. Es kann auch gut laufen	47
3.4. Checkliste für Messeauftritte	49
4. Auf Mitarbeitersuche in den USA.....	52
4.1. Der kluge Mann baut vor	52
4.1.1. Dolmetschen für das richtige Profil.....	53
4.1.2. Vorauswahl auf große Distanz	54
4.2. Dank Dolmetscher versteht man sich	55
4.2.1. Intensivtraining für den Auftraggeber	55
4.2.2. Vier Bewerber, vier Gespräche, vier Erfolgserlebnisse.....	57
4.3. Ein paar Tipps in Kürze für Personalgespräche	58
5. Qualifikation und Kenntnisse eines Dolmetschers	61
5.1. Dolmetscharten	61
5.1.1. Simultandolmetschen	62
5.1.2. Konsekutivdolmetschen.....	64
5.1.3. Gebärdendolmetschen	64
5.2. Technik rund um das Dolmetschen	65
5.2.1. Dolmetschkabinen	65
5.2.2. Personenführungsanlage	67
5.2.3. Checkliste für Dolmetschertechnik	69
5.3. Kenntnisse rund um das Dolmetschen	70
5.3.1. Fachterminologie und Corporate Wording	70
5.3.2. Sprachgefühl	72
5.3.3. Notizen.....	73
5.4. Ausbildung und Ausbildungsinhalte	74

6. Der gelungene Dolmetschereinsatz	77
6.1. Eigentlich selbstverständlich!	77
6.2. Dolmetschsituationen	78
6.3. Spezialisierungen	79
6.4. Vorbereitung des Einsatzes	79
6.5. Freiberufler oder Agentur?	80
6.6. Vertrauen und Verstehen	81
6.7. Nachbesprechung	83
7. Glossar	85
8. Quellen und Verweise	91

1. Übersetzen ja, Dolmetschen nein?

Als international agierendes Unternehmen möchten und müssen Sie mit Ihren Kunden in deren Muttersprache kommunizieren. Schließlich ist Kundennähe erklärtes Ziel Ihrer Firmenphilosophie. Dazu gehören unbedingt Unterlagen in der jeweiligen Landessprache:

- Der Vertrieb fordert Verkaufsunterlagen wie Prospekte und Kataloge in den Sprachen aller Länder, in denen er aktiv ist oder werden möchte.
- Außerdem gehört ein Internetauftritt in den wichtigen internationalen Sprachen zum guten Ton. Er ist die Plattform, auf der Sie Ihrer weltweiten Kundschaft und Interessenten Informationen rund um Ihr Unternehmen bieten. Oft erfolgt über den Internetauftritt die erste Kontaktaufnahme mit Ihrem Unternehmen. Entsprechend hoch ist der Stellenwert Ihres Webauftritts.
- In Ergänzung des Internetauftritts sind Sie in sozialen Netzwerken präsent, unterhalten mit großem Marketingaufwand Blogs und stellen Podcasts online - natürlich in mehreren Sprachen.
- Nationale und internationale Normen und Vorschriften wie die Maschinenrichtlinie zwingen Sie schließlich, die technische Dokumentation in den Sprachen aller Länder zu erstellen, in denen Sie Ihre Produkte vertreiben.

*Konsequenz der Kundennähe:
Kommunikation in vielen Sprachen*

All diese Maßnahmen der nichtmündlichen Kommunikation sichern Ihre Position am Markt, vielleicht verschaffen sie Ihnen einen Wettbewerbsvorteil. Sie erleichtern Ihnen die Kontaktaufnahme mit Ihren Kunden und Interessenten. Entsprechend viel Aufwand treiben Sie dafür. Aber wie sprechen Sie mit Ihren

Kunden, wenn Sie sie persönlich treffen? Wie kommunizieren Sie mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in aller Welt? Die Antwort auf diese Frage lautet leider viel zu oft: „Das machen wir in Englisch, Englisch können doch alle!“

1.1. Professionelle Übersetzungen

Damit Sie Vertriebsunterlagen und technische Dokumentationen in allen gewünschten Sprachen zur Verfügung haben, treiben Sie einen gewaltigen technischen, personellen und finanziellen Aufwand. Ausgangsbasis Ihrer Übersetzungsaktivitäten sind in der Regel Ihre deutschsprachigen Unterlagen. Dazu gehören unter anderem:

- technische Dokumentation wie Montage-, Installations-, Bedienungs- und Serviceanleitungen
- Prospekte und Kataloge
- Geschäftsberichte und Imagebroschüren
- Internetauftritte
- Videos und Präsentationen
- Werbebriefe
- und vieles mehr...

*Selbstverständlich:
Übersetzungen von
Verkaufsunterlagen
und Dokumentationen*

Das Gesamtvolumen dieser Unterlagen summiert sich leicht auf tausende Seiten, die es zu übersetzen gilt. Jede gewünschte Sprache multipliziert diese Seitenzahl und damit den Übersetzungsaufwand. Um ihn zu bewältigen, setzen Sie natürlich Übersetzer ein - entweder freie Übersetzer und Übersetzungsbüros als externe Dienstleister oder eigene, angestellte Übersetzer im Unternehmen. In vielen Fällen übernehmen auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Tochtergesellschaften oder Vertriebspartnern die Übersetzungen für ihre Muttersprache oder fungieren zumindest als Korrektoren.

Da viele Texte in Ihren Unterlagen redundant sind - technische Daten ändern sich nicht, nur weil sie statt im Prospekt in der technischen Dokumentation stehen, Sicherheitshinweise sind für viele Produkte identisch und daher in den Unterlagen zu verschiedenen Produkten wiederverwendbar -, setzen Sie wahrscheinlich Redaktionssysteme, Terminologiedatenbanken, Terminologie-Management-Systeme, Cross-Media-Publishing-Tools und/oder Translation-Memory-Systeme ein (Abb. 1). Diese Systeme reduzieren den Übersetzungsaufwand durch die Wiederverwendung bereits vorhandener Übersetzungen, stellen die konsistente Verwendung von Formulierungen und Benennungen sicher und unterstützen Sie beim Übersetzungsmanagement.

Investitionen in Datenbanken und Übersetzungstools sind inzwischen Standard.

Die Vorteile solcher Systeme liegen auf der Hand. Sie schlagen sich in Kosteneinsparungen in den Bereichen Übersetzungen, Publishing und Produktion der Unterlagen nieder. Deshalb haben Sie - je nach Unternehmensgröße, Zahl und Umfang der Publikationen und Zahl der Fremdsprachen - wahrscheinlich sechsstellige Eurobeträge allein in Hard- und Softwarelösungen investiert. Dazu addieren sich die kontinuierlichen Kosten für die involvierten Mitarbeiter - intern und extern - sowie für die Wartung von Servern und für den Support der Software. Alles Investitionen, die Sie im Sinne der Kundennähe und Kundenzufriedenheit ganz selbstverständlich und gerne treiben - für die schriftliche Kommunikation mit Ihren international ansässigen Kunden, Interessenten und Geschäftspartner.

Übersetzungstools sparen Kosten.

1.2. Laienhaft radebrechen statt Dolmetschen?

Welche Aufwände treiben Sie dagegen für die direkte, persönliche, mündliche Kommunikation? Das persönliche Gespräch ist die wichtigste Kommunikationsform - nach wie vor auch in unserer hoch technisierten Welt mit E-Mail oder Chat. Das zeigen schon die Anlässe, bei denen Sie unbedingt auf ein persönliches Gespräch setzen. Es sind immer Gespräche, die wichtigen, richtungsweisenden Entscheidungen vorausgehen. Eine Stelle neu besetzen Sie nur, nachdem Sie mit den Bewerberinnen und Bewerbern persönliche Einstellungsgespräche geführt haben. Das gilt sicherlich auch für Mitarbeiter in führenden Positionen bei Tochtergesellschaften im Ausland. Ein Zielgespräch führen Sie mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ebenfalls nur persönlich. Ein wichtiges Geschäft verhandeln Sie in entscheidenden Phasen in persönlichen Gesprächen. Schließlich ist es Ihnen in allen Fällen besonders wichtig, einen direkten Kontakt mit Ihrem Gesprächspartner zu haben, interagieren zu können, ein Gespür für Ihr Gegenüber zu bekommen, mit ihm zu reden und sicherzustellen, dass man sich versteht - auf menschlicher wie auf geschäftlicher Ebene.

Das persönliche Gespräch ist nach wie vor in vielen Situationen erste Wahl.

Die eingangs schon zitierte Aussage „Das machen wir in Englisch, Englisch können doch alle!“ zeigt allerdings, dass Sie Gesprächen mit fremdsprachigen Partnern einen nur vergleichsweise geringen Stellenwert beimessen. Sie sprechen in einer Sprache mit Ihrem Gegenüber, die Sie beide vielleicht nicht perfekt beherrschen, und nehmen Verständigungsprobleme und Missverständnisse in Kauf. Oder kennen Sie zu allen Fachbegriffen aus Ihrem Geschäftsfeld, die Ihnen in einem deutschen Gespräch fließend über die Lippen kommen, die englischen Übersetzungen? Und selbst wenn Sie

Persönliches Gespräch in Fremdsprachen wird stiefmütterlich behandelt.

diese Begriffe alle kennen, können Sie wirklich erwarten, dass Ihr Gesprächspartner sie versteht?

Natürlich kann nicht jeder Telefonanrufer, der von irgendwo auf der Welt in Ihrer Firmenzentrale in Deutschland anruft, einen Ansprechpartner erwarten, der seine Muttersprache beherrscht. Natürlich kann nicht jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter in einer Ihrer Tochtergesellschaften oder bei einem Ihrer Vertriebspartner auf der Welt erwarten, ausschließlich in seiner Muttersprache betreut zu werden.

Aber immer dann, wenn Sie Interessenten, Kunden oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erreichen, informieren und begeistern möchten, sollten Sie ernsthaft darüber nachdenken, mit Ihren Gesprächspartnern in deren Muttersprache zu kommunizieren. Das gilt für Ihre vielfältigen Marketingaktionen ebenso wie für Messeauftritte. Nur so stellen Sie sicher, dass Ihr gesprochenes Wort verstanden wird und auch Sie alles verstehen. Vermeiden Sie Missverständnisse wegen mangelnder Sprachkenntnisse. Gehen Sie Peinlichkeiten wegen fehlender Kenntnisse der landestypischen Bräuche aus dem Weg. Machen Sie jede Rede, jeden Vortrag und jedes Gespräch, die Sie und Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten, zu einem vollen Erfolg.

Sprechen Sie in der Muttersprache mit Ihrem Gesprächspartner.

Dolmetscher unterstützen Sie bei einer erfolgreichen mündlichen Kommunikation - und kommen in Unternehmen trotzdem kaum zum Einsatz. Setzen Sie mit dem Einsatz von Dolmetschern Ihren fremdsprachigen Gesprächspartnern gegenüber ein Zeichen für die besondere Kundennähe Ihres Unternehmens. Und bereiten Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen mit einem Dolmetscher im Rahmen eines interkulturellen Trainings auf fremdsprachige Gesprächspartner und ihre Besonderheiten vor. Damit runden Sie das Engagement ab, das Sie

schon bei der Übersetzung von schriftlichen Unterlagen zeigen.

1.3. Checkliste Diskrepanz Übersetzungen Vs. Dolmetschen

Wenn Sie sich verdeutlichen möchten, wie groß die Diskrepanz ist zwischen dem Aufwand, den Sie für die Übersetzung schriftlicher Unterlagen und für das Dolmetschen des gesprochenen Wortes treiben, dann füllen Sie doch einfach die nachstehende - nicht ganz ernst gemeinte, aber trotzdem nicht weniger aussagekräftige - Checkliste aus. Dabei können Sie selbst entscheiden, ob Sie bei den entsprechenden Fragen einfach nur mit Ja oder Nein antworten möchten oder zusätzlich auch noch Ihre Ausgaben und Investitionen eintragen. In beiden Fällen werden Sie wahrscheinlich ein klares Ergebnis erhalten - in letzterem vermutlich aber ein sehr viel drastischeres! Denn voraussichtlich werden Ihre Investitionen für die Übersetzung von Dokumenten die Ausgaben für Dolmetscher ganz erheblich übersteigen. Es sei denn, Sie arbeiten bereits vorbildlich mit Dolmetschern zusammen.

*Erstaunliche
Diskrepanz zwischen
dem Aufwand für
Übersetzungen und
für das Dolmetschen*

Fragen zur schriftlichen Kommunikation

1. Wie viele Prospekt-, Katalog- und Dokumentationsseiten erstellen Sie schätzungsweise pro Jahr?
2. In wie viele Sprachen übersetzen Sie diese Prospekte, Dokumentationen und andere Drucksachen?
3. In wie viele Sprachen übersetzen Sie Ihren Internet-Auftritt?
4. Setzen Sie für die Synchronisation von Filmen muttersprachliche Sprecher ein?
5. Beschäftigen Sie festangestellte Übersetzer?
6. Beschäftigen Sie Mitarbeiter eigens für das Übersetzungsmanagement?
7. Arbeiten Sie mit freien Übersetzern oder Übersetzungsagenturen zusammen?
8. Setzen Sie ein Translation-Memory-System zur Erstellung von Übersetzungen ein?
9. Setzen Sie ein Redaktionssystem zur Erstellung von Prospekten, Dokumentationen und andern Drucksachen ein?
10. Setzen Sie eine Terminologiedatenbank in Ihrem Unternehmen ein?

Fragen zur mündlichen Kommunikation

1. Wie viele Gespräche führen Sie pro Jahr mit Gesprächspartnern, die nicht Deutsch sprechen, z. B. auf Messen, bei Schulungen oder bei Kundenbesuchen?
2. Wie viele Vorträge und Seminare halten Sie pro Jahr vor fremdsprachigen Zuhörern?
3. In wie vielen Sprachen müssten Sie diese Gespräche führen und Seminare halten?
4. Haben Sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der deutschen Firmenzentrale, die die für sie wichtigen Fremdsprachen (verhandlungs-) sicher sprechen oder Muttersprachler sind?
5. Sind diese Mitarbeiter in Sachen Terminologie geschult?
6. Setzen Sie Dolmetscher ein?
7. Verfügen Sie über Dolmetschertechnik, z. B. eine Dolmetschkabine in den Seminarräumen oder eine Personenführungsanlage?
8. Halten Sie sich gerne auf Messeständen auf, wenn Sie dort Verständigungsprobleme wegen mangelnder Sprachkenntnisse des Standpersonals haben?
9. Freuen Sie sich, wenn Ihnen Ihr Gastgeber bei Besuchen im Ausland, z. B. in China oder Japan, einen Dolmetscher zur Seite stellt?
10. Haben Sie nach einem Gespräch, z. B. einem Vertragsabschluss mit einem Lieferanten, in dem es wegen mangelnder Sprachkenntnisse auf der einen oder anderen Seite offensichtlich zu Verständigungsproblemen kam, ein sicheres Gefühl zu den getroffenen Vereinbarungen?
11. Gab es schon einmal Verständigungsprobleme oder peinliche Situationen wegen unterschiedlicher kultureller Gepflogenheiten?
12. Hatten Sie schon einmal das Gefühl, dass wegen Verständigungsproblemen oder interkultureller Missverständnisse Geschäftsbeziehungen nicht zustande gekommen sind?

Konnten wir Ihre Neugierde wecken?
Möchten Sie mehr dazu lesen?

Gerne! Dazu müssen Sie uns einfach eine
E-Mail an:

dolmetscher@gft-communicate.de

mit dem

Stichwort: "Dolmetscher-Experte"

schicken und Sie bekommen eine kostenlose
34 Seiten E-Book Version.

Die fertige Vollversion erhalten Sie auf der
kommenden

tekom Messe

auf unserem GFT Messestand!

Schauen Sie vorbei! Es wird sich lohnen!

Ihr GFT Team!