

Effizienter im Unternehmen

Wirtschaftlichkeit

der Terminologiearbeit

Terminologie-Management nutzt vielen Bereichen: von der Übersetzung über Softwareentwicklung und Patentwesen bis hin zu Marketing und Wissensmanagement. Diesen Nutzen gilt es zu erkennen – und zu vermitteln.

Wann bezeichnet man etwas als „wirtschaftlich“? Wenn der Nutzen höher ist als der Aufwand. Wenn Sie Terminologiemanagement im Unternehmen einführen und erfolgreich betreiben wollen, müssen Sie etwas investieren. Und jeder gute Kaufmann möchte mit Kosten-Nutzen-Berechnungen und „harten Zahlen“ überzeugt werden, dass sich diese Investition auch lohnt. Deshalb möchte ich in diesem Artikel einige Denkanstöße, Rechenbeispiele und Argumentationshilfen geben.

Aufgaben

Welche Aufgaben hat das „Terminologiemanagement“ in einem Unternehmen?

1. Die „klassische“ Terminologiearbeit: Terminus Kandidaten erfassen, Definitionen erstellen, nicht erwünschte Benennungen ausgrenzen und die Termini (=Einträge, Benennungen) erforderlichenfalls übersetzen.
2. Den Termini-Bestand in einer Datenbank erfassen, einschließlich der Daten, die für Verwaltungszwecke notwendig sind.
3. Alle potenziellen Terminologienutzer so zu schulen, dass sie die Terminologiedatenbank nutzen können.
4. Den Mitarbeitern und externen Personen (Kunden, Lieferanten, Dienstleister) die Terminologiedaten zielgruppengerecht aufbereitet zur Verfügung stellen.

5. Prozesse und Instanzen zur unternehmensweiten Terminologieerfassung und Terminologieanwendung schaffen.

Gerade die letzte Aufgabe ist die größte Hürde für ein erfolgreiches Terminologiemanagement. Nur in wenigen Unternehmen schaffen es die Terminologen, die meistens in der technischen Dokumentation oder im Sprachendienst beheimatet sind, die Entwicklung, den Vertrieb oder das Marketing unter einen „terminologischen Hut“ zu bringen. „Künstlerische Freiheit“ bei der Schöpfung und Verwendung von Benennungen ist für die Werbeabteilung und die Entwickler oft eine Machtfrage!

Investitionen

Welche Investitionen müssen gemacht werden? Die wichtigste Investition zuerst: Viel Zeit! Selbst bei sehr geschickter Vorgehensweise vergehen wenigstens 2 Jahre, bis der volle Nutzen des Terminologiemanagements zum Tragen kommt. Ähnlich wie bei der Einführung neuer Fertigungstechniken müssen Arbeitsweisen erdacht, ausprobiert und optimiert werden. Dazu kommt noch die Zeit für den Lernprozess, den alle Terminologienutzer leisten müssen.

Die personelle Anfangsinvestition: Mindestens zwei Personen, die sich um das Terminologiemanagement kümmern. Die Berufsbezeichnung „Terminologe“ ist noch sehr neu. Ein Übersetzer oder

ein Technischer Redakteur bringt ein gutes berufliches Fundament mit, um sich das notwendige Zusatzwissen für erfolgreiches Terminologiemanagement anzueignen. Da jeder auch mal Urlaub hat oder krank werden kann, sollten sich mindestens zwei Personen die Aufgabe teilen. In der Aufbauphase eines unternehmenseigenen Terminologiebestandes ist die Terminologiearbeit ein Vollzeitjob, danach kann sie häufig als Nebenaufgabe erledigt werden.

Als Terminologe brauchen Sie auch noch ein Werkzeug, genauer eine Software, mit der Sie den Terminologiebestand aufbauen können und die Ihnen die Möglichkeit gibt, die Terminologie weltweit allen Benutzern zur Verfügung zu stellen. Für den Einstieg reichen die ohnehin vorhandene Textverarbeitung und Tabellenkalkulation aus. Zum Aufstieg benötigen Sie später eine Spezialsoftware, die je nach gewünschtem Leistungsumfang zwischen 1 000 Euro und etwa 30 000 Euro kostet.

Sie müssen die Termini erfassen, allgemein verständliche Definitionen erstellen und die Termini übersetzen lassen. Ein guter Terminologe schafft es, pro Arbeitstag etwa 20 Termini zu definieren. Rechnet man den Arbeitstag zu 400 Euro, kostet ein Datenbankeintrag mit Definition etwa 20 Euro. Für jede Sprache, in die der Terminus übersetzt werden muss, fallen etwa 2 Euro an Übersetzungskosten an. Wenn Ihr Unternehmen EU-weit oder international tätig ist, brauchen Sie die Übersetzungen in 20 oder mehr Sprachen, bei 20 Sprachen kostet die Übersetzung etwa 40 Euro pro Eintrag. Zusammen mit den 20 Euro für die Erfassung und Definition kommen Sie auf etwa 60 Euro pro Terminus.

Mit weniger Aufwand können Sie einsteigen, wenn Sie statt einer Definition ein Kontextbeispiel erfassen, also einen Satz oder ein Satzteil, in dem der Terminus verwendet wird. Manche Translation Memory Systeme liefern das Kontextbeispiel automatisch, oder es kann schnell mit „Cut and Paste“ in die Terminologiedatenbank übernommen werden. Pro Arbeitsstunde erfasst man so

etwa 20 Termini plus Kontextbeispiele. Die Erfassungskosten für einen Terminus in der Quellsprache liegen dann bei etwa 3 Euro. Dieses Verfahren hat aber Grenzen: Häufig ersetzt das Kontextbeispiel keine Definition und hilft dem Übersetzer nicht weiter. Deshalb sollten Sie diese preisgünstigere Variante nur als Einstieg wählen und nur, wenn in wenige Sprachen übersetzt werden muss.

Der Terminologiebestand muss natürlich auch gepflegt werden, Definitionen müssen überprüft und aktualisiert werden, die Gültigkeit und Anwendbarkeit der Einträge und Übersetzungen muss kontrolliert werden. Pro Jahr müssen Sie dafür etwa 10% der Erfassungskosten einkalkulieren.

Wie viele Einträge benötigen Sie denn für Ihren Terminologiebestand? Und was soll als Terminus aufgenommen werden? Sie benötigen auf jeden Fall

- die Benennungen aller Teile, die Ihr Unternehmen liefert. Schauen Sie in die Ersatzteilkataloge und in die Materialstücklisten, dann können Sie diese Zahl abschätzen.
- die Marken/Warenzeichen/Produktbezeichnungen, die für Ihr Unternehmen relevant sind.
- bei Software: Alle Einträge, die in den Benutzeroberflächen für Menüs, Menüpunkte, Feldbezeichner und Topics verwendet werden.

Was benötigen Sie nicht?

Benennungen aus dem Allgemeinwortschatz, die ohne weitere Definition für alle verständlich sind. Die Termini „Schraube“ oder „Motor“ würden Ihre Terminologiedatenbank nur unnötig aufblähen.

Soweit zur – stark vereinfachten – Kostenrechnung. Lassen Sie sich nicht von den hohen Summen abschrecken. Diese sind keine Anfangsinvestitionen, sondern verteilen sich auf mehrere Jahre des Aufbaus, wobei schon in der Aufbauphase ein Teil der Investition durch den Nutzen kompensiert wird.

Nutzen

Was bringt das Terminologiemanagement an Nutzen?

Übersetzung

Häufig wird beim „Terminologiemanagement“ nur an Übersetzungen und Einsparungen bei den Übersetzungskosten gedacht. Das Einsparvolumen in diesem Bereich: etwa 15%, da die Übersetzer weniger zurückfragen müssen und bei Wiederholübersetzungen mit Translation Memory Systemen weniger neu zu übersetzende Textteile anfallen.

Viel wichtiger, wenn auch nicht einfach in Zahlen auszudrücken, ist der Qualitätsgewinn bei der Übersetzung. Eine aussagekräftige Definition hilft bzw. ermöglicht dem Übersetzer, das entsprechende Wort richtig zu übersetzen. Beispiel: Der „Ausleger“ eines Krans ist im Englischen mit „extension arm“ richtig übersetzt, der „Ausleger“ einer Druckmaschine wird dagegen korrekterweise zu „delivery“. Unerfahrene Übersetzer würden ohne Terminologiedatenbank möglicherweise falsch übersetzen und den Fehler nicht einmal bemerken. Der ratlose Bediener findet sich dann an der Maschine nicht zurecht. Wenn er durch eine Fehlbedienung zu Schaden kommt, haftet der Hersteller des Produktes auch für Übersetzungsfehler.

Technische Dokumentation

Wenn das Terminologiemanagement schon bei der Erstellung der Technischen Dokumentation beginnt, werden Bedienungs- und Wartungsanleitungen, Ersatzteilkataloge und Onlinehilfen terminologisch konsistenter. Beim Einsatz von Redaktionssystemen spart die bessere Wiederverwendbarkeit von Textmodulen etwa 5% der Kosten für die Texterstellung. Den größten Nutzen hat der Leser der Dokumentation, meistens also der Kunde: Die einheitliche Benennung in den verschiedenen Anleitungen vermeidet Missverständnisse und hilft ihm, das Produkt besser zu nutzen.

In vielen Unternehmen bleibt das Terminologiemanagement auf Technische Dokumentation und Übersetzung begrenzt.

Um das Wirtschaftlichkeitspotenzial voll auszuschöpfen, müssen aber alle Unternehmensbereiche mit einbezogen werden.

Bestellwesen/Versand

Möbelhäuser und Versandhändler haben bebilderte Kataloge – und beliefern trotzdem etwa 8% ihrer Kunden mit dem falschen Produkt. Unternehmen, die ihre Ersatzteile nur anhand von textbasierten Katalogen versenden, haben gute Chancen, diese 8%-Quote noch zu übertreffen. Ein bayerischer Hersteller von Elektrogeräten berichtete auf der tekom-Jahrestagung 2003, dass es durch strikten Abgleich aller Benennungen in Prospekten, Bedienungsanleitungen, Stücklisten, Montageplänen und Ersatzteilkatalogen gelang, die Quote der Fehllieferungen innerhalb von 2 Jahren von 7% auf 5% zu drücken.

Nutzen: Kostenersparnis, eine Verringerung der Reklamationsquote und eine deutliche Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Softwareentwicklung

Wie schafft man es, dass die Benennungen auf der Benutzeroberfläche mit denen in der Bedienungsanleitung und in der Onlinehilfe übereinstimmen? Ohne Terminologiemanagement schafft man es sicher nicht. Entweder kommt der Benutzer dann mit der Software nicht zurecht oder man muss nachbessern. Teuer wird es, wenn eine fehlerhafte Benennung auf der Benutzeroberfläche durch den Übersetzungsprozess rutscht. Die Korrektur in 20 Sprachen mit jeweiliger Neukompilierung und Prüfung der Software kostet viel Zeit und Geld.

Es lohnt sich, Entwickler und Konstrukteure in das Terminologiemanagement einzubeziehen. Wenn sie die Benennungen für ihre Neuentwicklungen aus dem vorhandenen Terminologiebestand nehmen, verringert sich die Anzahl neuer Wortschöpfungen. Wenn man ihnen Benennungsregeln für die Kurzbezeichnung von Funktionen an die Hand gibt, gibt es weniger Platzprobleme in Bedienoberflächen, Stromlaufplänen und Tastenbeschriftungen.

Patentwesen

Wer ein Patent anmelden soll, muss sehr präzise formulieren, was die patentwürdige Eigenschaft ausmacht und welcher Geltungsumfang für die schützenswerte Eigenschaft beansprucht wird. Patente werden häufig international beansprucht, die Patentschrift muss dann entsprechend übersetzt werden. Angenommen, die Patentschrift enthält 50 zu definierende Termini, die in die EU-Sprachen übersetzt werden müssen. Die Kosten für die Terminologie betragen dann etwa 3000 Euro.

Nutzen: Die Terminologie sichert Ihrem Unternehmen die Früchte aufwändiger Forschungsarbeit, denn eine schlecht formulierte oder fehlerhaft übersetzte Patentschrift bietet Ihren Mitbewerbern Ansatzpunkte, um das Patent auszuhebeln. Für Verträge gilt das gleiche, speziell mit internationalen Partnern sind ohne Terminologiemanagement möglicherweise Rechtsstreitigkeiten wegen unterschiedlicher Vertragsauslegung zu erwarten.

Besprechungen

Konstrukteure, Vertriebsmensen, Softwareentwickler und Kaufleute sind Spezialisten auf ihrem Gebiet. Sie werfen mit Fachwörtern um sich – und verstehen sich gegenseitig nicht richtig. Bei Neuentwicklungen in Teams kostet das richtig Geld, da die Teammitglieder jeweils ein Teilprojekt betreuen und aneinander vorbei entwickeln, wenn sie mit einem Terminus unterschiedliche Definitionen verbinden.

Nehmen Sie den Punkt „Begriffsklärung“ in die Tagesordnung auf bzw. klären Sie im Verlauf der Besprechung eventuell missverständliche Termini sofort ab, lassen Sie im Team eine Definition erstellen, die Sie auf einem Flipchart notieren und später auch in das Protokoll aufnehmen. Bei dieser Vorgehensweise entstehen keine zusätzlichen Kosten, denn trotz der „Terminologiearbeit“ dauert die Besprechung erfahrungsgemäß nicht länger als wenn alle aneinander vorbeireden.

Nutzen: Innerhalb eines halben Jahres verbessern Sie die Effizienz der Bespre-

chungen um etwa 10%, weil nach der Besprechung weniger Rückfragen anfallen. Sie kommen bei großen Projekten mit weniger Zwischenbesprechungen aus, da weniger Missverständnisse auftreten.

Werbung/Marketing

Ein großer Autohersteller investiert angeblich für den Namen jedes Modells einen sechsstelligen Eurobetrag. Viel Aufwand, aber wer bei der Wahl seiner Markennamen nicht aufpasst, wird ein Opfer der verschiedenen Sprachen. Der Modellname MR2 ist im deutschen oder angelsächsischen Sprachraum unverfänglich, im frankophonen Sprachraum wird daraus aber „em-er-deux“, die Rückübersetzung ins Deutsche erspare ich mir.

Gleichgültig, was die Namensfindung Ihrer Produkte gekostet hat, die Schreibweise geschützter Marken und Warenzeichen sollte in allen Prospekten, Presseartikeln, Katalogen und Bedienungsanleitungen stimmen. Wichtig für viele Fremdsprachen: Nehmen Sie das passende Genus zum Terminus in allen Sprachen mit in die Terminologiedatenbank auf, Ihre Übersetzer werden es Ihnen danken.

Nutzen: Sie ermöglichen Ihren potenziellen Kunden eine eindeutige Produktidentifikation, das „Markengesicht“ Ihres Unternehmens gewinnt an Profil und Sie vermeiden Verständnisprobleme im Servicefall.

Wissensmanagement

Um Wissen zu transportieren und zu speichern, muss es in Worte gefasst werden. Und diese Worte werden für den „Wissensempfänger“ erst dann verständlich, wenn er die Worte mit der gleichen Definition verbindet wie der „Wissensgeber“. Die unternehmenseigene Terminologiedatenbank ist das gesammelte und erschließbar gemachte „Begriffswissen“ der Beschäftigten.

„Wissenslogistik“ oder „Wissensmanagement“ entwickelt sich immer stärker zum entscheidenden Erfolgsfaktor für innovative Unternehmen. Softwarehersteller investieren notwendigerweise sehr viel in ihre Terminologiedatenbank, denn Software ist ein reines Wissensprodukt.

Peter Oehmig

Jahrgang 1960, arbeitet seit 1991 als angestellter Technischer Redakteur im Maschinenbau. Tätigkeitsschwerpunkt ist die Erstellung von Bedienungsanleitungen für Druckmaschinen und Druckereissoftware, Nebenaufgaben sind die Betreuung des firmeneigenen Redaktionsleitfadens und die Mitarbeit im Terminologiekreis. Seit 1996 ist er einer der Leiter der tecom Regionalgruppe Baden.

Spezielle Interessen: Dokuplanung und -strukturierung, Arbeitsvorbereitung und Qualitätsprüfung in der Technischen Dokumentation, Terminologiemanagement, Computer und alles was sich dran anstößeln lässt, Grafische Industrie.



Ohne das „Transportmittel“ Terminologiemanagement könnten viele Softwarehersteller den notwendigen Wissenstransfer innerhalb des Unternehmens und zu den Kunden kaum mehr bewältigen.

Schlussbemerkungen

Zum Schluss meiner Betrachtungen möchte ich Sie ermutigen, selbst in das Terminologiemanagement einzusteigen. Es ist nicht immer möglich, den Nutzen in präzise Zahlen zu fassen und ich kann Ihnen keine Vorgehensweise anbieten, die Sie zu einem schnellen Erfolg bringt. Fangen Sie klein an: Mit dem Flipchart im Besprechungszimmer oder mit einer Terminologie-Tabelle bei Ihrem nächsten Entwicklungsprojekt. Wichtig ist, dass Sie die Früchte Ihrer Arbeit allen Projektbeteiligten zur Verfügung stellen. So bauen Sie Wissen auf und gewinnen innerhalb des Unternehmens Verbündete. Mit zunehmender Erfahrung werden Sie feststellen, dass die Kommunikation im Unternehmen, mit Kunden und externen Partnern besser läuft, wenn das Terminologiemanagement stimmt. Und Sie haben die Möglichkeit, sich innerhalb des Unternehmens als „Wissensmanager“ zu etablieren und damit eine zukünftige Schlüsselposition zu besetzen.

Peter Oehmig

peter.oehmig@heidelberg.com