

SDL-Terminologie-Umfrage 2009

Von Michael Wetzel

Sowohl Unternehmen als auch Übersetzer erkennen die Wichtigkeit von Terminologieverwaltung und deren Bedeutung für die einheitliche Markenbildung. Aber verwalten sie Ihre Termini wirklich effektiv? SDL hat kürzlich zwei Umfragen zu aktuellen Tendenzen und Meinungen bezüglich Terminologie durchgeführt, sowohl in Unternehmen als auch speziell in der Übersetzungs- und Lokalisierungsindustrie.

Schlagwörter

SDL-Terminologie-Umfrage 2009

SDL hat unlängst zum Thema „Terminologie“ unter Unternehmen bzw. in der Übersetzungs- und Lokalisierungsindustrie eine Umfrage durchgeführt. Die Umfrage unter den Übersetzungs- und Lokalisierungsdienstleistern zielte darauf ab, die Sicht des Übersetzers hinsichtlich der Verwendung und Verwaltung von Terminologie während des Übersetzungsprozesses zu ermitteln. Das Ziel der Umfrage unter den Unternehmen bestand darin herauszufinden, welche Auswirkungen Terminologie auf Geschäftsaspekte wie Markenbildung und Kundenzufriedenheit hat.

In diesem Artikel werden Herausforderungen, Tendenzen, Bedenken und Entwicklungen beschrieben, die sich aus den Umfragen ableiten lassen. Zunächst sollen allerdings einige Schlüsselerkenntnisse hervorgehoben werden, bevor diese näher erläutert werden:

- Unternehmen erkennen, dass Terminologieverwaltung ein Schlüsselfak-

tor ist, um eine einheitliche Markenbildung zu gewährleisten.

- Viele Unternehmen bestätigen, dass sie ihre Termini entsprechend verwalten; dennoch sähen sie immer wieder Inkonsistenzen.
- Experten und Übersetzer sind hinsichtlich der Kostenaspekte von Terminologieverwaltung weniger besorgt. Sie sind eher an Qualität und Konsistenz sowie die Auswirkungen auf die externe Wahrnehmung durch den Kunden interessiert.

Unternehmen verbinden Terminologie mit Markenbildung

In unserer Zeit verstehen Unternehmen ihre Marke als einen ihrer signifikantesten und wertvollsten Vermögenswerte. 96% der Umfrageteilnehmer geben an, dass „einheitliche Markenbildung für ihr Unternehmen wichtig“, und somit erfolgsentscheidend ist.

Die befragten Unternehmen sind sich auch darüber im Klaren, dass sich unein-

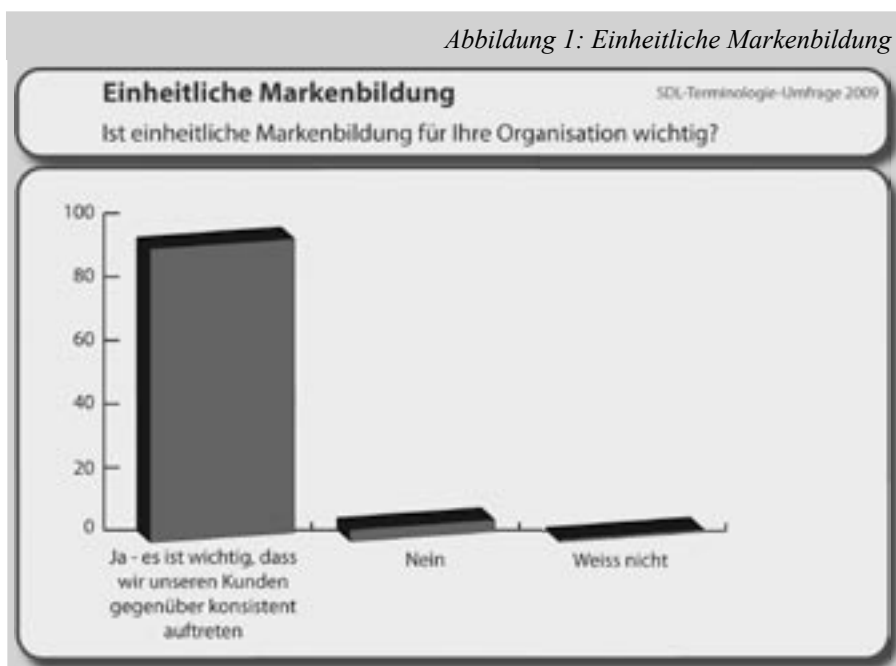
heitliche Terminologie auf das Markenimage auswirken kann. 95% der Befragten ist der Einfluss unternehmensweiter Verwendung von Termini auf die Marke bekannt. 72% glauben, dass inkonsistente Terminologie einen negativen Einfluss auf die Marke hat. 75% meinen, dass sich inkonsistente Terminologie negativ auf die Kommunikation und die Markenbildung innerhalb des Unternehmens und somit auch generell auf die Verwirklichung einer einheitlichen Markenbildung auswirkt.

83% der Umfrageteilnehmer äußern, dass Produktnamen als wichtigste terminologische Werte zu verwalten und konsistent zu halten sind. 77% urteilen, dass Firmenterminologie ähnlich wichtig ist. Diese Termini bilden quasi das Fundament der Marke, geben einem Unternehmen seine Identität und unterscheiden es von seinen Wettbewerbern.

Ein weiterer interessanter Zusammenhang zwischen Terminologie und Marke liegt darin, dass eine knappe Mehrheit (44%) der Ansicht ist, dass die Marketingabteilung für die Terminologie verantwortlich ist, gefolgt von den Abteilungen Technische Dokumentation (42%) und Lokalisierung (32%). Marketingabteilungen sind Verfechter der Marke und daher treibende Kraft des Großteils der Markenkommunikation.

Angesichts dieser Ergebnisse wird klar, dass für die befragten Unternehmen konsistente Terminologie eine Grundvoraussetzung für die Schaffung einer einheitlichen Marke darstellt, sowohl intern zwischen Mitarbeitern als auch extern in der Kommunikation mit Kunden und potenziellen Neukunden. Die Schlüsselfrage ist nun, wie Unternehmen ihre Terminologie verwalten, um eine einheitliche Marke zu gewährleisten.

Abbildung 1: Einheitliche Markenbildung



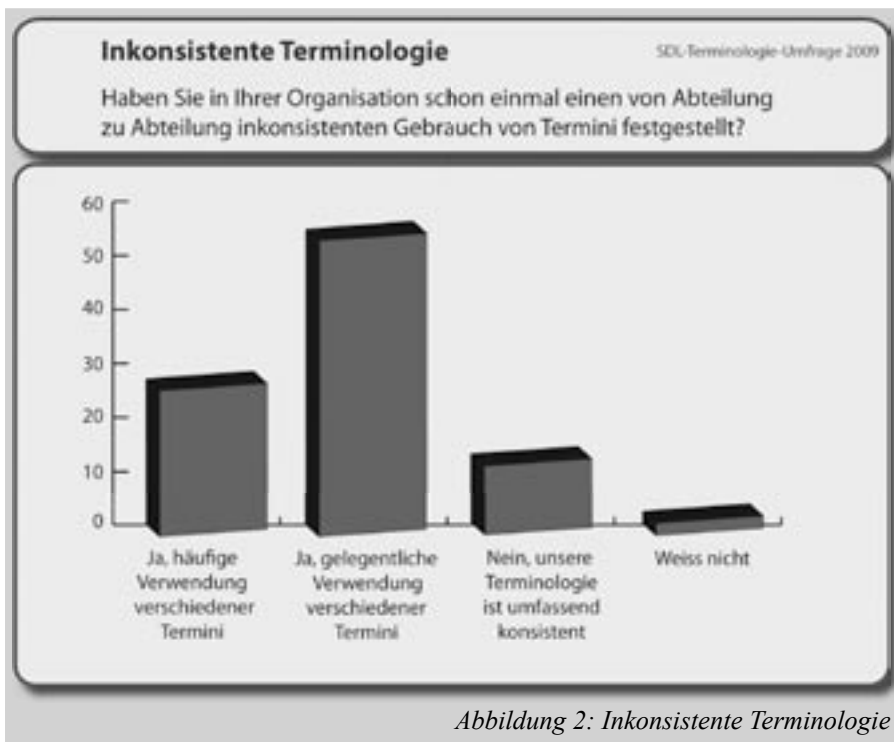


Abbildung 2: Inkonsistente Terminologie

Terminologie verwalten und Inkonsistenzen eliminieren

Die Umfrage hat gezeigt, dass die Verwendung uneinheitlicher Terminologie ein großes Problem darstellt. 49% der Befragten gaben an, sie hätten einen Prozess implementiert, um Terminologie zu verwalten. 85% der Umfrageteilnehmer erklärten jedoch, dass von Abteilung zu Abteilung Terminologie immer wieder inkonsistent verwendet würde. Dieser signifikante Unterschied legt die Vermutung nahe, dass die genannten 49% ihre Terminologie nicht wirksam genug verwalten, um Inkonsistenzen in ihrem Unternehmen zu vermeiden.

Daraus leitet sich die nächste Frage ab: „Wie verwalten Unternehmen ihre Terminologie?“ Zu den meist genannten Methoden gehörten „Terminologielisten in Microsoft Excel“ (33%) und „Veröffentlichen von Terminologie in einem Redaktionsleitfaden“ (36%). Womöglich liegt hier das Problem.

Es ist eine Tatsache, dass Redaktionsleitfäden nur von einer kleinen Anzahl Beteiligter gelesen und verwendet werden, vornehmlich innerhalb der Dokumentations- und Marketingabteilung. Terminologie wird jedoch typischerweise abteilungsübergreifend verwendet. Dies bestätigt auch die Umfrage, denn 61% der Teilnehmer geben an, dass Terminologielisten über das gesamte Unternehmen hinweg verteilt werden. Bei 31% der Befragten haben mehr als 100

Mitarbeiter in ihrem Unternehmen Zugriff auf Terminologie. Darüber hinaus werden Redaktionsleitfäden häufig nur dann zurate gezogen, wenn Fehler eingegrenzt werden sollen. Sie sind aber kein geeignetes Mittel für mehrsprachige Terminologie und deren regelmäßigen Änderungen, Aktualisierungen oder Erweiterungen. Obwohl Redaktionsleitfäden Terminologie definieren, gewährleisten sie noch nicht deren konsistente Verwendung.

Die Situation mit Terminologielisten in Microsoft Excel ist ähnlich. Anwender von Terminologietabellen wissen nicht

immer, ob sie gerade die letzte aktuelle Version verwenden. Somit werden auch veraltete Termini weiterverwendet.

Obwohl die beiden vorab genannten Methoden sicher ein guter Start sind, um die Terminologie eines Geschäftsfeldes zu sammeln und zu definieren, sind sie doch nicht ausgefeilt genug, um Inkonsistenzen zu vermeiden und Terminologie für alle Beteiligten im gesamten Unternehmen verfügbar zu machen. Wenn also 49% der Befragten ihre Terminologie nur ineffektiv verwalten und 51% gar überhaupt nicht, so überrascht es nicht, dass 85% der Teilnehmer Inkonsistenzen bei der Verwendung von Terminologie innerhalb ihres Unternehmens feststellen. Man darf gespannt sein, ob zukünftige Umfragen fallende Zahlen hinsichtlich inkonsistenter Terminologie ermitteln. 30% der Teilnehmer haben erkennen lassen, dass sie eine Terminologieverwaltungslösung in Betracht ziehen oder bereits deren Implementation planen.

Umfassende Terminologieverwaltung - Qualitäts- und Konsistenzprobleme bei globalen Inhalten

Die Umfrageergebnisse seitens der Lokalisierungsindustrie decken im Vergleich zur Umfrage unter den Unternehmen analoge Herausforderungen auf: Bedenken hinsichtlich Konsistenz, Auswirkungen auf die Qualität und der Bedarf, Terminologie durchgehend von der Inhaltserstellung bis zur Übersetzung hin zu verwalten.



Abbildung 3: Wichtigkeit von Terminologie



94% der Befragten erklären, dass Terminologie ein sehr wichtiger Aspekt des Übersetzungsprozesses ist. Wie auch die Unternehmen (85%) bemängeln fast alle befragten Übersetzungs- und Lokalisierungsdienstleister (95%) die inkonsistente Verwendung von Terminologie in den zu übersetzenden quellsprachlichen Inhalten. Dies bekommen insbesondere die Übersetzer zu spüren. So sind 76% davon überzeugt, dass es „sehr wichtig“ ist, Terminologie-Tools in die Werkzeuge zur Inhaltserstellung zu integrieren, damit Termini in den Quelltexten konsistent verwendet werden. Gleichmaßen bekräftigen 77% der Befragten, es sei „sehr wichtig“, dass ein Terminologieverwaltungssystem in die Übersetzungsumgebung integriert ist. Angesichts dessen ist der Bedarf für eine umfassende Terminologieverwaltung vom Unternehmen zum Übersetzer und zurück offensichtlich.

Die Mehrheit der Teilnehmer (95%) sind der Ansicht, dass terminologische Inkonsistenzen Auswirkungen auf die Übersetzungsqualität haben, wobei aber nur 43% glauben, dass sich die Inkonsistenzen auch auf die Übersetzungskosten auswirken. 67% meinen, Inkonsistenzen vermindern die Übersetzungseffizienz. Die Mehrheit der Teilnehmer der Unternehmensumfrage geht davon aus, dass sich uneinheitliche Terminologie negativ in der Markenbildung (72%) und der Kommunikation innerhalb des Unternehmens (75%) niederschlägt, eher noch als in den Übersetzungskosten (65%). Auch dies ein interessanter Vergleich, den wir hier zwischen den beiden Umfragen ziehen können. Sowohl Übersetzer als auch Unternehmen sorgen sich weniger um

Kosten, sondern eher um den Schaden, der durch inkonsistente Terminologie im Bereich der Markenwahrnehmung durch Kunden entsteht.

Die von den Übersetzern am häufigsten genannte Methode der Terminologieverwaltung war die Verwendung von Terminologielisten in Microsoft Excel (42%). Dies korreliert mit der Antwort der Unternehmen (33%). Nicht überraschend, aber bemerkenswert ist, dass nur 6% der Übersetzer mittels eines Redaktionsleitfadens auf Terminologie zugreifen. Dies bestätigt unsere obige Einschätzung, dass Redaktionsleitfäden nicht die effektivste Methode zum Verwalten von mehrsprachiger Terminologie sind, da externe Übersetzer und Agenturen keinen Zugriff auf diese Art der Terminologieablage innerhalb von Unternehmen haben.

Übersetzer sind davon überzeugt, dass es wichtig ist, Terminologie zu verwalten. 87% der Befragten gaben zur Antwort, dass ihre Produktivität zunimmt, sobald ein spezifischer Prozess für die Verwaltung und Speicherung von Terminologie implementiert ist. 41% glauben, dass sich mit einem Terminologieverwaltungsprozess ihre Produktivität zwischen 25%-50% verbessert. 29% meinen, dass sie sich um mehr als 50% verbessert. 82% der Umfrageteilnehmer bestätigen, dass Produktivität wichtig ist, da die häufigste Schwierigkeit mit Terminologie der Zeitaufwand ist, der bei den Terminologierecherchen anfällt. Ebenso geben 84% der Befragten zu, dass sie Termini manuell aus Dokumenten identifizieren, anstatt ein Werkzeug zur Terminologieextraktion zu verwenden - welches dann zu noch weiterer Produktivität führen würde.

Fazit

Die Ergebnisse beider Umfragen unterstreichen, dass sich sowohl Unternehmen als auch Übersetzer der Wichtigkeit von Terminologie sowie deren Auswirkung auf die Marke und den gesamten Lebenszyklus globaler Inhalte von der Erstellung bis zur Übersetzung bewusst sind. Man sorgt sich weniger um die Kosten, als vielmehr darum, dass terminologische Inkonsistenzen die externe Wahrnehmung ihrer Arbeit beschädigen.

Trotz dieses Bewusstseins um Terminologie und des Bedarfs ihrer Speicherung und Verwaltung scheint es, dass die Mehrheit der Unternehmen und Überset-

zer entgegen ihrer eigenen Einschätzung Terminologie eben nicht effektiv oder überhaupt nicht verwaltet. Indem Unternehmen Terminologie mittels eines Redaktionsleitfadens ablegen, machen sie einen Schritt nach vorne und definieren ihre Terminologie. Der nächste Schritt ist nun deren aktive Pflege, das Verteilen und konsistente Anwendung im gesamten Unternehmen.

Eine wichtige Frage für die Zukunft ist: Werden Unternehmen und Übersetzer in Terminologieverwaltungswerkzeuge und -prozesse investieren, um die Bedenken und Bedürfnisse anzugehen, die diese Umfragen aufgezeigt haben? Wenn Unternehmen eine einheitliche Marke pflegen und Übersetzer Produktivität und Qualität steigern möchten, dann ist die Antwort „ja“.

Umfragedaten

- 194 Teilnehmer der Umfrage stammen aus der Lokalisierungsbranche – 82% sind freiberufliche Übersetzer, 18% angestellte Übersetzer bei einem Sprachdienstleister bzw. internen Sprachdienst oder auch Projektmanager.
- 140 Teilnehmer der Umfrage sind Unternehmen aus den Bereichen IT und Software (25%), Maschinenbau (15%) und Lokalisierung (12%). Die Antworten entfallen auf verschiedene Abteilungen, insbesondere Marketing (25%), Technische Dokumentation (20%) und Lokalisierung (18%).

Michael Wetzel

Von 1990-97 Studium der Computerlinguistik, Germanistik, Romanistik an der Uni Erlangen. Er ist seit 1997 bei der TRADOS GmbH Stuttgart, verantwortet seit 2000 das Produktmanagement für MultiTerm. Anlässlich des Zusammenschlusses SDL-TRADOS ist er seit 2005 verantwortlich für das komplette Terminologieproduktportfolio und seit 2008 zudem für Technologien im Bereich Global Authoring.



Kontaktadresse

Michael Wetzel
SDL Trados Technologies, Stuttgart.
mwetzel@sdl.com
www.sdl.com