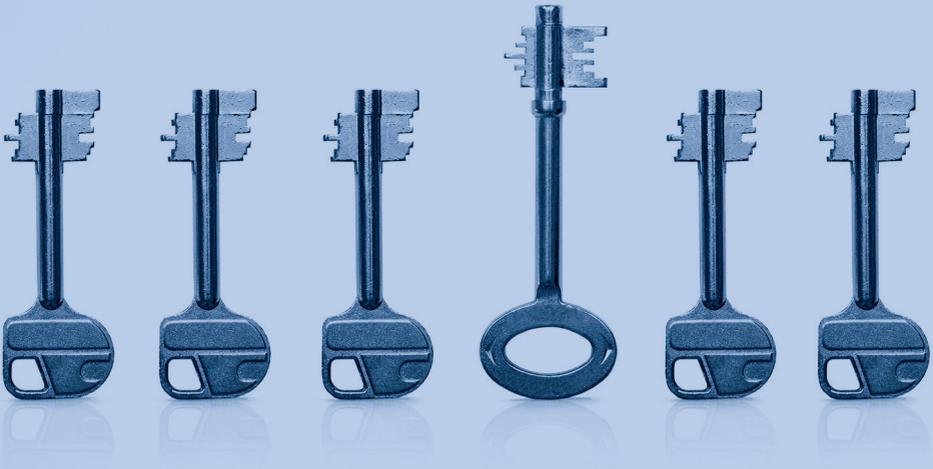


Ricarda Essrich

Positionierung als freiberuflicher Übersetzer

Spezialisierung oder Diversifikation?



Die Deutsche Bibliothek – CIP Einheitsaufnahme

Ricarda Essrich: Positionierung als freiberuflicher Übersetzer
Spezialisierung oder Diversifikation?

ISBN: 978-3-938430-87-3

verlegt von der BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft mbH, Berlin,
einem Unternehmen des Bundesverbandes der Dolmetscher und Übersetzer e. V. (BDÜ)

© 2017 · BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft mbH, Berlin
Satz: Thorsten Weddig, Essen
Titelbild: MAK/Fotolia.com
Foto der Autorin: Nicole Teuber/Fotostudio Alte Metzgerei
Druck: Schaltungsdienst Lange oHG, Berlin

Für fehlerhafte Angaben wird keine Haftung übernommen. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlegers und Herausgebers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Werkdruckpapier.

Vorwort

„Der Weg zum Erfolg als freiberuflicher Übersetzer führt über die Spezialisierung“, behaupten die einen. „Ohne Diversifikation geht es nicht“, die anderen. Doch wer hat Recht? Sollte man sich auf ein möglichst winziges exotisches Fachgebiet konzentrieren oder lieber möglichst viel aus möglichst unterschiedlichen Sparten anbieten, um viele Kunden bedienen zu können? Liegt die Lösung vielleicht irgendwo zwischen den beiden (vermeintlichen) Enden dieses Spektrums?

Was unterscheidet erfolgreiche Übersetzer von weniger erfolgreichen? Warum müssen einige Kollegen für ihren monatlichen Umsatz deutlich weniger Wörter übersetzen als andere? Es wäre zu einfach, darauf zu antworten: Sie sind spezialisiert. Denn natürlich spielen eine Menge weiterer Faktoren eine Rolle als nur der Fokus auf ein bestimmtes Fachgebiet, nämlich z. B. unternehmerische Kompetenz, Disziplin und manchmal einfach eine gehörige Portion Glück.

Aber wenn man sich die Arbeitsbereiche einiger der erfolgreichsten Kollegen ansieht, dann fällt doch auf, dass die wenigsten von ihnen ein sehr breit gefächertes Portfolio haben. Stattdessen konzentrieren sie sich auf Schwerpunkte. Sie arbeiten fokussiert. Nicht wenige Sprachmittler und Freiberufler anderer Branchen erliegen der Versuchung, einen Bauchladen voller Leistungen anzubieten, getreu dem Motto: *Wenn ich viel anbiete, habe ich auch viel zu tun*. Schon früh wird uns eingetrichtert: Wer viel weiß, ist auch erfolgreich – zumindest in der Schule war das so. Doch auf die Realität unseres Berufsalltags als selbstständige Übersetzer und Dolmetscher lässt sich das nicht übertragen. Dafür gibt einfach zu viel zu wissen und zu lernen, zu viele Wissensgebiete, und es werden immer mehr. Das stellt auch Kerstin Friedrich in ihrem Buch „Erfolgreich durch Spezialisierung“ fest. Und ergänzt:

„Selbst Gebiete, die gemeinhin schon als ‚Spezialisierung‘ gelten, sind derart umfangreich und ausdifferenziert, dass eine einzelne Person sie unmöglich in allen Nuancen bis zur Spitzenklasse beherrschen kann.“¹

1 Friedrich, Kerstin: Erfolgreich durch Spezialisierung. Radikal anders – radikal besser!. Redline Verlag, München, 3. überarb. Auflage 2014, S. 15

Anders formuliert: Wer seine Fähigkeiten auf ein sehr breites Spektrum an Dienstleistungen oder Fachgebieten verteilt, kann naturgemäß nicht besonders viel Energie in jede einzelne Dienstleistung und jedes einzelne Fachgebiet investieren.

Ich ziehe hierzu gerne den Zehnkämpfer zum Vergleich heran. Ohne Frage leistet er als Sportler Großes, und ich möchte diese Leistung keinesfalls herabsetzen, doch er ist ein anschauliches Beispiel, dessen sich auch Kerstin Friedrich bedient.

Ein Zehnkämpfer ist in zehn Disziplinen gleichzeitig stark – behauptet er. Dennoch: Gegen einen Sprinter, der ausschließlich kurze Distanzen läuft, hat er im Wettkampf keine Chance. Warum? Weil er sich im Training nicht auf eine Disziplin konzentrieren kann; er muss alle zehn beherrschen. Wenn Sie also Übersetzungen in verschiedenen Fachgebieten anbieten, müssen Sie wie ein Zehnkämpfer sehr viel Arbeit in die Beherrschung all dieser Fachgebiete investieren. Sie haben nicht die Zeit, sich auf ein einziges zu konzentrieren, das Sie dann besonders intensiv bearbeiten. Das signalisieren Sie auch Ihren Kunden. Ohne die Leistung des Zehnkämpfers schmälern zu wollen, zeigt sein Beispiel doch: Sich auf nur ein Gebiet zu konzentrieren zu können, zeugt von der Qualität einer Leistung, auch einer Dienstleistung. Mit einem spezialisierten Portfolio werden Sie von Ihren Kunden als Experte wahrgenommen, eben wie ein Spitzensportler, der sich auf eine einzige Disziplin konzentriert.

Ich bin der Überzeugung, dass Übersetzer nur durch eine geschickte Positionierung langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein können. Und diese Positionierung erfolgt idealerweise über eine Spezialisierung. Wie man sich spezialisiert und was Spezialisierung genau bedeutet, soll dieses Buch aufzeigen. Und auch, wie man trotz einer Spezialisierung sein Portfolio verbreitert, um Risiken zu reduzieren und Wachstumspotenziale zu nutzen.

Sicher könnten einige Sprachmittler deutlich erfolgreicher am Markt sein, wenn sie sich auf bestimmte Fähigkeiten/Bereiche/Fachgebiete konzentrieren würden. Auf Vorträge und Artikel zu diesem Thema erfahre ich durchweg positive Reaktionen, aber ganz häufig auch ein Seufzen: „Ach ja, spezialisiert müsste man sein!“ Na dann los! Es ist gar nicht so schwer.

Zwei Anmerkungen vorab: Sicher mögen einige Aspekte der Spezialisierung auf ein Fachgebiet auch auf festangestellte Übersetzer oder Dolmetscher zutreffen. Ich selbst verfüge über keine Erfahrung auf diesem Gebiet, war nie angestellt als Übersetzerin tätig. Daher beziehen sich die Inhalte dieses Bu-

ches vor allem auf freiberufliche Übersetzer. Sollten sich meine Ergebnisse dennoch auch auf angestellte Sprachmittler übertragen lassen, umso besser.

Auch als Dolmetscherin arbeite ich nicht, daher sind meine Ausführungen zur Spezialisierung von Dolmetschern allenfalls als Anregung zu verstehen, und ich bitte zu verzeihen, wenn Sie sich als Dolmetscher in diesem Buch nicht angemessen vertreten sehen. Ich hoffe, dass Sie die weitestgehend auf Übersetzer bezogenen Inhalte auch auf sich zu übertragen wissen und zudem vielleicht hilfreiche Anregungen im Interview mit Caroline Elias finden.

In diesem Buch wird vorwiegend die männliche Form der Berufsbezeichnungen gewählt (Sprachmittler, Übersetzer, Dolmetscher). Dies soll der Verallgemeinerung dienen und nicht als Diskriminierung verstanden werden.

Ich möchte mich bei Olga Dmitrieva, Tanja Güllicher, Nina Sattler-Hovdar, Caroline Elias und Magnús Kristinsson dafür bedanken, dass sie mir so bereitwillig und ausführlich Rede und Antwort zum Thema Spezialisierung und Diversifikation gestanden haben. Diese Interviews zeigen sehr eindrücklich, wie verschieden eine Positionierung als Übersetzer und Dolmetscher vonstatten gehen kann, wie unterschiedlich die Wege dahin sind und wie schwierig es manchmal selbst mit einer Spezialisierung sein kann. Vor allem aber demonstrieren sie: Es gibt nicht den einen Weg, das eine Patentrezept zu einer erfolgreichen Positionierung. Ich hoffe, mit diesem Buch eine Hilfestellung leisten zu können, damit Sie die für sich richtige Spezialisierung und Diversifikation finden (oder ggf. auch die bestehende Spezialisierung hinterfragen). Und ich freue mich, wenn Sie mir bei Gelegenheit berichten, ob Sie es bei Ihrer Positionierung hilfreich fanden.

Viel Vergnügen beim Lesen und vor allem viel Erfolg bei der Positionierung!

Ricarda Essrich
Düsseldorf im Januar 2017

Inhalt

	Vorwort	9
1	Positionierung als freiberuflicher Übersetzer	14
1.1	Gefahren der Freiberuflichkeit.....	15
1.1.1	Einschub: Berufsbezeichnung schützen lassen oder nicht?	16
1.2	Zu viel Konkurrenz?.....	16
1.3	Positionierung ist lukrativ	18
2	Interview mit Nina Sattler-Hovdar	26
3	Positionierung durch Spezialisierung	30
3.1	Qualität statt Quantität	31
3.1.1	Anforderungen an ein Alleinstellungsmerkmal	32
3.1.1.1	Lerngewinne	32
3.1.1.2	Kundennutzen – Sachargumente vs. Emotionalität	34
3.2	Der Weg zur Zielgruppe	35
3.2.1	Analyse des Portfolios: Was biete ich an, und was kann ich?	36
3.2.2	Was brauchen meine Kunden?	38
3.2.3	Die Zielgruppe festlegen	39
3.2.4	Bevor es losgeht: Vier Tipps, die Sie beherzigen sollten	43
3.2.4.1	1. Ihre Kalkulation.....	43
3.2.4.2	2. Spezialisierung als roter Faden im Marketing	44
3.2.4.3	3. Stichwort Authentizität	50
3.2.4.4	4. Vorsicht vor blindem Aktionismus	52
3.3	Ganz konkret – Zielgruppen für Übersetzer	52
3.3.1	Arbeiten für Verlage	53
3.3.2	Agenturen – Umtüter oder Geschäftspartner auf Augenhöhe?	54
3.3.3	Direktkunden	56
3.3.4	Institutionen und Organisationen	57
3.3.5	Privatkunden	59
4	Interview mit Tanja Güllicher	60
5	Strategien zur Spezialisierung – das richtige Maß	65

5.1	Wie eng oder wie weit fasse ich meine Spezialisierung?	66
5.1.1	Spezialisierung über die Sprache	66
5.1.2	Zusatzleistungen und Service	67
5.1.3	Inhaltliche Spezialisierung auf ein Fachgebiet	68
5.1.3.1	Entscheidungsprozess	71
5.2	Wie tief geht Fachwissen?	73
5.3	Wie viel Zeit braucht man für den Aufbau einer Spezialisierung? ..	75
6	Interview mit Olga Dmitrieva	78
7	Nachteile der Spezialisierung – und wie wir sie in Chancen umwandeln	86
7.1	Nachteil: Spezialisierung ist riskant	86
7.2	Nachteil: Spezialisten sind isolierte Fachidioten	87
7.3	Nachteil: Spezialisierung ist aufwendig, zeit- und kostenintensiv ..	88
7.4	Nachteil: Spezialisierung bedeutet Einschränkung	89
8	Interview mit Magnús Kristinsson	91
9	Spezialisierung und Diversifikation – ein Widerspruch?	95
9.1	Arten der Diversifikation	96
9.1.1	Linguistische Diversifikation	96
9.1.2	Nicht-linguistische Diversifikation	99
9.1.3	Passive Diversifikation	100
9.1.4	Externe Diversifikation	102
9.2	Vorteile der Diversifikation	103
9.2.1	Vorteil 1: Risiko-Reduktion	104
9.2.2	Vorteil 2: Zeitgewinn und Image-Transfer	105
9.2.3	Vorteil 3: Freude am Übersetzen und Förderung der Kreativität	106
9.2.4	Vorteil 4: Neue Wege ausprobieren	107
10	Interview mit Caroline Elias	108
11	Fazit	115
11.1	Zum Weiterlesen	117
	Bibliografie	119



Birgit Golms: Marketing für Dolmetscher und Übersetzer – Wie Sie sich als Freiberufler optimal vermarkten und Kunden gewinnen, 2., aktualisierte Auflage, Umfang: 161 Seiten, ISBN: 978-3-938430-55-2, Erscheinungsjahr: 2014, Preis: 20,00 €

„Marketing für Dolmetscher und Übersetzer“ wurde aufgrund seines hohen Praxisbezugs innerhalb weniger Jahre zu einem vielgelesenen Grundlagenwerk für selbstständige Sprachmittler. Seit 2011, der Erstauflage dieses Werkes, hat sich insbesondere der Bereich „Social Media“ zu einem festen Bestandteil des Marketings von Freiberuflern entwickelt. Aus diesem Grund wurde das Kapitel über Networking im Internet erweitert und eine Übersicht über die wichtigsten Social Media Netzwerke im Internet aufgenommen, die für Dolmetscher und Übersetzer interessant sein können.

Die Bandbreite der in diesem Ratgeber behandelten Themen reicht weiterhin von der Positionierung über die Grundausrüstung in Form von Visitenkarte und Website bis hin zur Kundengewinnung. Die Vorschläge sind genau auf die Situation von Dolmetschern und Übersetzern zugeschnitten, die alleine arbeiten und weder über ein großes Budget noch übermäßig Zeit für das Marketing in eigener Sache verfügen. Übungen, Checklisten und zahlreiche Tipps helfen dabei, das Gelesene in die Praxis umzusetzen.



BDÜ (Hrsg.): Erfolgreich selbstständig als Dolmetscher und Übersetzer – Ein Leitfaden für Existenzgründer, 5., überarbeitete und erweiterte Auflage, Umfang: 173 Seiten, ISBN: 978-3-938430-60-6, Erscheinungsjahr: 2015, Preis: 22,00 €

In dieser überarbeiteten und erweiterten Auflage des vorliegenden Bandes ist es den Autoren erneut gelungen, eine Vielzahl von Facetten des praktischen Berufslebens zu erfassen und für den Leser verständlich aufzubereiten.

Die Spannweite der Beiträge in diesem Buch reicht von der Büroorganisation des Freiberuflers über Tipps zur Auftragsakquisition und zum Umgang mit Auftraggebern bis hin zur Kalkulation und Vertragsgestaltung. Das detaillierte Inhaltsverzeichnis und eine umfangreiche Adresssammmlung machen dieses Buch für Neulinge wie für alte Hasen zu einem gern konsultierten Nachschlagewerk.

Alle Preise sind Bruttopreise und verstehen sich zzgl. Porto und Verpackung (ab 2,50 Euro). Bestellungen erbitten wir bevorzugt über unsere Internetseite: www.bdue-fachverlag.de. Dort finden Sie außerdem Leseproben zum kostenlosen Download.

Ricarda Essrich

Positionierung als freiberuflicher Übersetzer

Spezialisierung oder Diversifikation?

„Der Weg zum Erfolg als freiberuflicher Übersetzer führt über die Spezialisierung“, behaupten die einen. „Ohne Diversifikation geht es nicht“, die anderen. Doch wer hat Recht? Sollte man sich auf ein möglichst winziges exotisches Fachgebiet konzentrieren oder lieber möglichst viel aus möglichst unterschiedlichen Sparten anbieten, um viele Kunden bedienen zu können? Oder liegt die Lösung vielleicht irgendwo dazwischen?

Ricarda Essrich macht sich in ihrem Buch auf die Suche nach Antworten auf diese Fragen. Dabei lässt sie in eingestreuten Interviews einige erfolgreiche Kolleginnen und Kollegen zu Wort kommen, die erzählen, wie sie sich als Übersetzer oder Dolmetscher positioniert haben.

Nur durch eine geschickte Positionierung – die meist mit einer Spezialisierung einhergeht – können Sprachmittler langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein. Die Autorin zeigt in diesem Buch, wie man sich spezialisiert, was Spezialisierung bedeutet und wie man trotz Spezialisierung das eigene Portfolio verbreitert, um Risiken zu reduzieren und Wachstumspotenziale zu nutzen.

Die Konzentration auf bestimmte Fachgebiete oder Fähigkeiten könnte für etliche Sprachmittler der Weg zu deutlich mehr Erfolg am Markt sein. Wie das gehen kann, zeigt vorliegendes Buch.



Ricarda Essrich arbeitet als freiberufliche Fach- und Literaturübersetzerin für Schwedisch, Norwegisch und Dänisch und hat sich auf die Baubranche spezialisiert. Als Literaturübersetzerin konzentriert sie sich auf Kochbücher und DIY-Titel. Nach ihrem Skandinavistik- und Linguistikstudium und einem Volontariat in einem Sprachlehrbuchverlag hat sie sich 2008 selbstständig gemacht. Eine mehrjährige Nebentätigkeit im technischen Umfeld hat sie nicht nur in der Terminologie, sondern auch in Projektmanagement und Administration geschult. Seit 2013 engagiert sich Ricarda Essrich ehrenamtlich im BDÜ NRW, zunächst in der Redaktion der Mitgliederzeitschrift und seit Februar 2016 als 1. Vorsitzende.

www.bdue-fachverlag.de



ISBN: 978-3-938430-87-3

27,00 € [D]



9 783938 430873

