

REZENSION: „POSITIONIERUNG ALS FREIBERUFLICHER ÜBERSETZER: SPEZIALISIERUNG ODER DIVERSIFIKATION?“

Martina Kichler

ÜbersetzerInnen sind wie SportlerInnen: SpitzensportlerInnen, die sich auf eine Disziplin konzentrieren, können darin mehr leisten als ZehnkämpferInnen, die zehn Disziplinen gleichermaßen trainieren müssen.



Titel: Positionierung als freiberuflicher Übersetzer: Spezialisierung oder Diversifikation?

Autor: Ricarda Essrich

Verlag: BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft mbH, Berlin

Erscheinungsjahr: 2017

Seitenanzahl: 114

ISBN: 978-3-938430-87-3

Preis: € 27,00

In dem vom BDÜ Fachverlag herausgegebenen Buch beschäftigt sich Ricarda Essrich eingehend mit der Frage, ob sich ÜbersetzerInnen in der heutigen Zeit eher spezialisieren oder auf Diversifizierung setzen sollen, um sich erfolgreich auf dem Markt zu positionieren. Die Autorin selbst ist Fach- und Literaturübersetzerin für Schwedisch, Norwegisch und Dänisch und hat sich auf Kochbücher und die Baubranche spezialisiert.

Sie ist überzeugt davon, dass sich ÜbersetzerInnen nur durch eine geschickte Positionierung langfristig auf dem Markt behaupten können. Um aus der Masse herauszuragen, müssen sie KundInnen etwas bieten, das sie von den anderen unterscheidet, und dieses Alleinstellungsmerkmal kann eine Spezialisierung auf ein Fachgebiet sein. Wer seine Nische gefunden hat, muss keine Konkurrenz fürchten, sondern kann durch Zusammenarbeit mit KollegInnen die eigene Auftragslage sogar noch verbessern. Und eine solche Positionierung ist auch lukrativ. Zwar ist es, um vom Übersetzen leben zu können, nicht mehr unbedingt notwendig, spezialisiert zu sein, wie eine Umfrage des BDÜ aus dem Jahr 2016 zeigt, aber Spezialisierungen in den Feldern Medien und Kunst, Umwelt, Informationstechnologie, Wirtschaft, Handel und Finanzen, Recht und Verwaltung, Politik und Industrie und Technik allgemein bringen den größten Umsatz.

Manche ÜbersetzerInnen sind der Meinung, dass eine größtmögliche Diversifizierung am meisten Aufträge bringt, und die Autorin streitet das auch gar nicht ab. Doch Allrounder müssen für ihren Umsatz viel mehr arbeiten. Natürlich erfordert eine Spezialisierung anfangs viel Einsatz, um sich in das Fachgebiet einzu-

arbeiten, doch im Laufe der Zeit reduziert sich der Arbeitsaufwand mit jeder Übersetzung.

Ein wichtiger Aspekt bei der Auswahl des Fachgebiets sind die Kundenwünsche. Dazu gilt es zuerst, die eigene Arbeit und die eigenen Bedürfnisse zu analysieren, die Bedürfnisse des vorhandenen Kundenstamms zu analysieren und eine Zielgruppe zu definieren, und wenn beides nicht zusammenpasst, entweder Zielgruppen zu suchen, die zum eigenen Angebot passen, oder das eigene Angebot anzupassen.

Sobald man sich auf eine Spezialisierung festgelegt hat, sollte sich diese auch wie ein roter Faden durch das gesamte Marketing ziehen, von Visitenkarten über E-Mail-Signatur bis zum Internetauftritt. Und es ist wichtig, diese Informationen auch nach außen zu tragen, sowohl zu potentiellen KundInnen als auch KollegInnen, und aktiv Marketing zu betreiben. Dazu ist Authentizität wichtig: der Erfolg stellt sich nur ein, wenn man hinter seinem Produkt steht.

Spezialisierung ist auf drei Arten möglich. Eine Spezialisierung über die Sprache ist nur bei kleineren Sprachen möglich. Eine Spezialisierung über Zusatzleistungen oder besondere Services kann etwa Desktop-Publishing, Übersetzungen in die umgekehrte Sprachrichtung oder Eilaufträge und Wochenendarbeit umfassen. Und eine Spezialisierung durch Fokussierung auf ein Fachgebiet reduziert den Arbeitsaufwand.

Spezialisierung bedeutet aber nicht, dass man alles in einem Fachgebiet wissen muss. Es bedeutet, dass man sich besser auskennt als die Allgemeinheit, dass man Fachvokabular kennt, mit Fachzeitschriften vertraut ist, Prozesse und Abläufe hinter einem Fachgebiet versteht, viele Quellen

kennt und eventuell Kontakte zu Experten hat, die man befragen kann. Es bedeutet, dass man durch solche Maßnahmen den Rechercheaufwand so weit reduziert, dass sich damit größtmöglicher wirtschaftlicher Erfolg erzielen lässt.

Zwischen den einzelnen Kapiteln des Buchs finden sich lehrreiche Interviews mit fünf erfahrenen KollegInnen.

Nina Sattler-Hovdar übersetzt aus dem Englischen, Norwegischen und Dänischen ins Deutsche und ist unter anderem auf Transkreation spezialisiert. Nach dem Studium arbeitete sie einige Jahre im Bereich Marktforschung und strategische Planung und konnte dort wertvolle Erfahrungen sammeln, die ihr bei der späteren Spezialisierung eine große Hilfe waren. Ihre Positionierung als Expertin im Bereich der Transkreation, auch in Form von Büchern und Workshops, hat sich enorm positiv auf ihre Arbeitslage ausgewirkt. Sie meint, wer im Premium-Segment tätig sein möchte, muss einen spitzen Fokus anbieten und sich als jene Person positionieren, die einem als erstes einfällt, wenn man an einen bestimmten Bereich denkt.

Tanja Gülücher übersetzt aus dem Englischen und Französischen und ist Fachübersetzerin für Medizin. Sie arbeitet seit Jahren ausschließlich für Agenturen und ist sehr zufrieden mit der Situation, vor allem weil sie so freiere Zeiteinteilung hat, problemlos in Urlaub fahren kann und freie Kapazitäten leicht füllen kann. Zu ihrem Fachgebiet kam sie aus persönlichem Interesse, und sie hält dieses auch für einen wichtigen Faktor bei der Auswahl des Fachgebiets.

Olga Dmitrieva hat zwei Ingenieursabschlüsse und arbeitet mit Deutsch, Englisch und Russisch. Neben technischen Übersetzungen, die meist streng reglementiert sind, übersetzt sie

unter anderem gerne auch Marketingmaterialien für ihre KundInnen, um etwas Abwechslung in den Alltag zu bringen. Russisch gehört bei der Auftragsvergabe zu den eher „kleineren“ Sprachen, und um die ungleichmäßige Auslastung auszugleichen, setzt sie auf Zusammenarbeit mit Agenturen.

Magnús Kristinsson ist Isländer und übersetzt aus dem Deutschen ins Isländische. Da er mit einer Exotensprache arbeitet, die nicht so oft angefragt wird, ist eine Spezialisierung äußerst schwierig. Er arbeitet daher in allen Fachgebieten. Durch die geringe Konkurrenz kann er höhere Honorare erzielen als KollegInnen in anderen Sprachen, wobei aber auch der Rechercheaufwand generell größer ist, weil der Umfang der Paralleltexte geringer ist. Ein weiterer Nachteil für ihn ist, dass er es meist mit Kleinstaufträgen zu tun hat, die viel Verwaltungsaufwand mit sich bringen.

Caroline Elias ist Dolmetscherin und Übersetzerin. Sie verbringt mehr Zeit mit dem Übersetzen, generiert aber mehr Umsatz mit dem Dolmetschen. Beim Dolmetschen ist eine Spezialisierung auf ein Fachgebiet schwierig, die Spezialisierung liegt eher in der Art des Arbeitens. Sie arbeitet viel im Bereich Politik und Medien und muss daher immer über gesellschaftlich relevante Themen auf dem Laufenden sein.

Das Buch richtet sich an ÜbersetzerInnen, die sich neu orientieren möchten, und bietet zahlreiche hilfreiche Tipps und Anregungen, wie man seine Spezialisierung finden und aufbauen kann. Sehr interessant sind die fünf Interviews, die aufzeigen, wie FachübersetzerInnen zu ihrer Expertise gekommen sind und wie sie arbeiten. Für KollegInnen, die sich dahingehend orientieren möchten, ist die Lektüre auf jeden Fall zu empfehlen. ■



Mag. Martina Kichler ist Übersetzerin und Dolmetscherin für Deutsch, Englisch, Spanisch und Österreichische Gebärdensprache in Wien.