

Langer Atem und ein bisschen Glück

Fragen an Dr. Thea Döhler, Betriebswirtin und Übersetzerin

Freiberufliche Übersetzer und Dolmetscher verstehen sich oft als Einzelkämpfer. Manchmal kann es jedoch sinnvoll sein, sich Hilfe zu holen, anstatt weiterhin in der Nusschale über die offene See zu schippern. Als Betriebswirtin und Übersetzerin hat sich Dr. Thea Döhler auf „Marketingberatung für Sprachmittler“ spezialisiert. Wir haben nachgefragt: Wie kam es dazu? Und: Was bringt das?

TransRelations: *Liebe Frau Dr. Döhler, Wie kamen Sie dazu, eine spezielle Marketingberatung für Sprachmittler anzubieten?*

Marketing war mein Lieblingsfach und Schwerpunkt in meiner Ausbildung zur Betriebswirtin. Erst habe ich meinen Mann, der in diesem Jahr mit seinem Unternehmen für Fachübersetzungen 30-jähriges Jubiläum feiert, in Sachen Werbung und Akquise unterstützt. Später habe ich mir als selbstständige Trainerin und Beraterin neben den Weiterbildungsträgern die Sprachmittler als weitere Zielgruppe erschlossen. Seit 2001 berate ich freiberufliche Sprachmittler und führe Marketing- und Kommunikationsseminare für diese Zielgruppe durch. 2004 startete dann die regelmäßige telefonische Marketingberatung für die Mitglieder des ADÜ Nord, die ich bis zu deren Einstellung im Juli 2013 betreute. Die Hotline meines Unternehmens ist die konsequente Fortführung dieser Beratung für freiberufliche Sprachmittler – flexibel, verbandsunabhängig und kostenfrei. In den ersten sieben Monaten habe ich 44 Beratungsgespräche über diese Hotline geführt.

TransRelations: *Sie sind ja auch selbst mehrsprachig. Sind Sie selbst auch als Übersetzerin tätig? Haben Sie eine entsprechende Ausbildung?*

Ja, ich übersetze auch aus dem Englischen und Schwedischen ins Deutsche – hauptsächlich Artikel, Pressemitteilungen, Werbe- und Marketingtexte. Meistens redigiere und lektoriere ich jedoch Übersetzungen. Dabei kommen mir neben meiner Liebe zu Sprachen meine betriebswirtschaftliche Ausbildung, meine Praxis in der Automobilzulieferindustrie und meine Auslandserfahrungen zugute.

Von 1983 bis 1988 habe ich in Moskau Pädagogik und Psychologie studiert und neben meinem Abschluss als Diplom-Pädagogin eine Lehrbefähigung für die russische Sprache erworben. 2007 habe ich dann für die Sprachrichtung Englisch > Deutsch die Prüfungen für das *Diploma in Translation* des *IoL Educational Trust* bestanden. 2002 habe ich angefangen, Schwedisch zu lernen, vor allem in Stockholm an der Folkuniversitetet und später dann auch am *UISS* in Uppsala – einem der wenigen Institute, die im Sommer Kurse auf C-Niveau anbieten.

TransRelations: *Sind Sie Mitglied in einem Berufsverband oder bieten Sie nur Seminare für die verschiedenen Verbände an?*

Ich bin Mitglied der *American Translators Association* (ATA) und des *Marketingclubs Lüneburger Heide* (MCLH), der zum *Deutschen Marketingverband* (DMV) gehört. Trainings und Seminare führe ich sowohl intern für Unternehmen durch als auch extern für Handelskammern, Branchen- und Berufsverbände, ohne dass ich dort Mitglied bin. Manche Seminare gestalte ich auch in eigener wirtschaftlicher Verantwortung, allein oder zusammen mit Kollegen.

TransRelations: *Wie passen die beiden Bereiche (Übersetzen und Beratung) zusammen?*

Beide Bereiche fordern unter anderem eine hohe Lernbereitschaft, analytisches Denken und Einfühlungsvermögen. Darin liegen meine Stärken, und die kann ich hier voll ausspielen.

Zum anderen befruchten und ergänzen sich beide Bereiche wunderbar. In der Beratung bin ich im Dialog mit anderen Menschen und als Zuhörerin, Gesprächspartnerin und Fachexpertin gefragt: telefonisch, persönlich oder per Mail. Beim Übersetzen und Redigieren konzentriere ich mich ganz auf die Texte, sitze im Büro vor dem Bildschirm und habe selten Kontakt mit anderen Menschen.

Da ich die Sprachmittlerbranche seit vielen Jahren aus eigener Anschauung kenne, kann ich meine Branchenkenntnisse und meine Erfahrungen aus diesem Arbeitsfeld in die Beratung mit einbringen und für andere fruchtbar machen. Zudem bin ich seit 1997 selbstständig und war mehrere Jahre als GmbH-Gesellschafterin und Geschäftsführerin tätig. Das erleichtert es mir, mich in die Situation selbstständiger Sprachmittler und Inhaber von Agenturen hineinzusetzen, ein Gespür für das Besondere ihrer Anliegen zu entwickeln und „blinde Flecken“ zu entdecken.

TransRelations: *Was genau ist ein „systemischer Coach“?*

Wichtig ist mir, klarzustellen, dass Coaching keine (Fach-)Beratung ist, wie zum Beispiel eine Marketingberatung. In die Beratung kommen Kunden, ins Coaching Klienten. Ein Berater ist Fachexperte, von dem man Lösungen für ein fachliches Problem erwartet, sich Konzepte, Tipps und Ratschläge sowie Unterstützung bei der Umsetzung wünscht. „Wenn Sie potentielle Kunden anrufen wollen, müssen Sie das innerhalb von 10 Tagen nach Versand des Werbebriefes tun.“ Ein Coach gibt solche Antworten nicht. Er ist Experte für den Suchprozess und gibt Hilfestellung, damit man selbst die Antworten findet. „Was würden Sie als potentieller Kunde von dem Absender des Werbebriefes erwarten?“

Ein systemischer Coach ist ein professioneller Wegbegleiter und Mut machender Entwicklungshelfer, der sich auf den Aufbau von Stärken bei seinen Klienten konzentriert. Als Business-Coach arbeitet er mit beruflichen Fragestellungen, wobei er neben dem unternehmerischen Umfeld mit seinen Strukturen, Werten und Regeln auch das private Umfeld und die Persönlichkeit des Klienten berücksichtigt. Denn häufig haben berufliche Konflikte ihre Wurzeln im persönlichen Bereich.



© Astmus Henkel

TransRelations: Können Sie mit Ihrer Beratung auch verschiedene Fachgebiete von Sprachmittlern abdecken (Stichwort Technik, JVEG, Translation Memories etc.)?

Als Betriebswirtin liegt mein Augenmerk auf kaufmännischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten während des gesamten Lebenszyklus eines Unternehmens – von der Gründungs- über die Wachstumsphase bis zur Schließung. Dabei geht es um Strategie und Führung, Finanzierung und Controlling, Kostenkalkulation und Preispolitik, Personal und Weiterbildung, Qualitäts- und Leistungsangebot, Kundenakquise und -bindung, Kommunikation und Werbung, aber auch um Strukturen und Prozesse.

Als Marketingberaterin bin ich Fachspezialistin mit Gespür für das Ganze und kann eine Vogelperspektive einnehmen. Daher weiß ich auch, was das JVEG ist, was es Relevantes enthält und welche Probleme bei der praktischen Anwendung auftreten. Ich kenne mich mit grundlegenden rechtlichen und Steuerfragen aus und habe einen Überblick über die technischen Hilfsmittel der Sprachmittler wie CAT-Systeme. Ich bin jedoch kein CAT-Berater wie Thomas Imhoff, der sofort erklären kann, warum der Export von Dateien aus *SDL Trados Studio* nicht klappt und wie man das Problem beheben kann. Ich bin auch kein Steuerberater wie Hans Dohrndorf, der sich im Paragraphenschlingel der Steuergesetzgebung bestens auskennt und bei der Erstellung einer Einkommenssteuererklärung hilft.

TransRelations: Was würden Sie Kolleginnen und Kollegen raten, die sich heute selbstständig machen wollen?

Wer das gleich nach dem Studium machen möchte, dem rate ich ab. Wichtiger ist es, zuerst Erfahrungen in der Berufswelt – auch gern fachfremd – zu sammeln und sich ein gutes Kontaktnetz aufzubauen. Auch finanziell wird es dann leichter, weil man sich gezielt ein Polster zulegen kann. Einfacher ist der Start, wenn man einen Partner hat, der einen vorbehaltlos unterstützt, oder man selbst auf zwei Beinen steht: Wer halbtags angestellt tätig ist, kann die andere Hälfte der Zeit für den Aufbau seiner Selbstständigkeit nutzen. Bis die sich wirtschaftlich trägt, vergehen meistens drei bis fünf Jahre. Das sollte man bei der Aufstellung des eigenen Businessplans berücksichtigen.

Wer eine Aversion gegen elektronische Arbeitsmittel hat, sich selbst nicht organisieren kann und es auf Dauer nicht erträgt, allein zu arbeiten und emotional und finanziell Achterbahn zu fahren, sollte sich nicht als Übersetzer selbstständig machen. Aber wer es tut, ist gut beraten, sich frühzeitig auf ein aussichtsreiches Fachgebiet zu spezialisieren und ein tragfähiges Kollegennetzwerk aufzubauen.

Mich wundert, dass sich so wenig junge Leute für eine Juniorpartnerschaft interessieren und als Nachfolger in die Fußstapfen erfahrener Einzelübersetzer und Dolmetscher treten oder ein Büro bzw. eine Agentur übernehmen wollen. Auch das kann ein Start in eine erfolgreiche Selbstständigkeit sein.

TransRelations: Was macht Ihrer Meinung nach gutes Marketing aus?

Der Zweck eines Unternehmens besteht darin, die Wünsche seiner Kunden zu erfüllen. Je besser es diese Wünsche erfüllt, umso erfolgreicher wird es sein.

Wer gutes Marketing betreibt, hat verstanden, dass der Kunde erste und letzte Instanz aller unternehmerischen

Entscheidungen ist und damit Gradmesser für die Ausrichtung und Abstimmung aller Marketingaktivitäten. Nur wer die Bedürfnisse seiner Kunden kennt, kann sein Angebot maßgerecht zuschneiden und Kunden einen Nutzen bieten; weiß, die richtigen Leistungen zum richtigen Preis anzubieten; kann die passenden Werbemaßnahmen auswählen, um sich und sein Angebot bekannt zu machen; weiß, über welche Kanäle er seine Leistungen vertreibt und wie er in Verkaufsgesprächen überzeugt.

Gutes Marketing ist harte Arbeit, da es zielgerichtet, kontinuierlich und systematisch durchgeführt werden muss. Es braucht einen langen Atem, Geduld, das richtige Timing – und auch ein bisschen Glück.

TransRelations: Vielen Dank für die Beantwortung der Fragen!

Martina Korte

Grußwort der neuen Vorsitzenden

Liebe BDÜ-Mitglieder, Kolleginnen und Kollegen,

am Sonnabend, den 29. März, fand in Hannover die Jahresmitgliederversammlung statt, bei der ich zur neuen ersten Vorsitzenden des BDÜ Bremen Niedersachsen gewählt wurde.

Eckdaten über mich finden sich in dem Bericht über die Jahresmitgliederversammlung. Wer mehr wissen möchte, kann mir auch gern eine E-Mail (s.u.) schicken und mich fragen.

Hier möchte ich umreißen, was ich in diesem Amt für wichtig halte und woran mir gelegen ist:

- dass nicht die großen Übersetzungsagenturen den gesamten Markt übernehmen und hoch qualifizierte Freiberufler deutlich weniger Chancen haben, am Markt zu bestehen,
- die Rolle von TM Software (ich selbst habe *SDL Trados* im Einsatz), deren Chancen, aber auch Grenzen beim Einsatz für guten Umsatz bei gleichzeitig hoher Qualität der Übersetzungen,
- Förderung des Zusammenhalts und der Zusammenarbeit unter den BDÜ-Mitgliedern, Diversifizierungsmöglichkeiten für Übersetzer, mögliche Nutzung anderer vorhandener Fähigkeiten (Korrektur, Texten, Unterricht, interkulturelle Kompetenz etc.),
- Hilfe für die Mitglieder bezüglich wirtschaftlicher Fragen (Honorare, JVEG, das Thema „Kostenvoranschlag“, Rechte, Haftung, Steuern, Versicherung, Rente etc.),
- Aufklärung der Öffentlichkeit über die Qualitätsunterschiede bei Übersetzern und Dolmetschern (speziell, weil die Bezeichnungen „Übersetzer“ und „Dolmetscher“ nicht geschützt sind), die Bedeutung und Vorteile der Verbandszugehörigkeit sowie über das Berufsbild des Übersetzers und Dolmetschers und des Berufsstands.

Ich hoffe auf gute Zusammenarbeit, was auch bedeutet, dass Sie mir bitte Ihre Anregungen und Ideen schicken (z.B. per E-Mail an thormann@bdue.de) und mich bitte auch wissen lassen, womit Sie unzufrieden sind.

