

Für den Kunden ist hierbei wichtig, dass aktuell – trotz gegenläufiger Marketingaussagen seitens der Anbieter für Remote-Dolmetschtechnik – noch keine befriedigenden technischen Lösungen zur Verfügung stehen, die eine ausreichende Übertragungssicherheit und -qualität bieten. Eine weitere bislang ungelöste Frage ist die der Gewährleistung der Vertraulichkeit des gesprochenen und geschriebenen Wortes in Zusammenhang mit der Übertragung.

Darüber hinaus ist uns als berufsständischer Vertretung ein zentrales Anliegen, dass die Belange des Berufs und der KonferenzdolmetscherInnen bei dieser Entwicklung berücksichtigt werden. Diese bestehen unter anderem darin, dass das persönliche und geschäftliche Verhältnis zu RednerInnen und Kunden nicht gestört wird, KonferenzdolmetscherInnen nach wie vor ein auskömmliches Einkommen erwirtschaften können, mit Blick auf die Verdolmetschung das Recht am geistigen Eigentum gewahrt wird und das bewährte Prinzip der Teamarbeit zwischen den KonferenzdolmetscherInnen weiterhin möglich bleibt. Ebenfalls muss die technische Infrastruktur an allen angebundenen Standorten zu jeder Zeit überwacht werden und stabil arbeiten, da wir andernfalls unserer primären Aufgabe, nämlich für den Kunden die Kommunikation sicherzustellen, nicht nachkommen können.

Aufgrund der genannten Problematiken und mangelnder befriedigender technischer Lösungen für eine erfolgreiche Sicherstellung der sprachlichen Kommunikation rät der Verband vom Einsatz der derzeit verfügbaren Remote-Dolmetschtechnik ab und mahnt bei der Entwicklung und Erprobung neuer Remote-Lösungen zur Beachtung der genannten Aspekte und zur Einbindung aller Beteiligten, darunter Kunden und Verwender sowie KonferenzdolmetscherInnen und Berufsverbände.

In Kürze gibt der Vorstand eine detaillierte Argumentationshilfe heraus, die den Mitgliedern bei Anfragen von Kunden als Hilfestellung dienen soll. Diese kann ebenso als Hilfe zur Einschätzung etwaiger Anfragen von Anbietern der Remote-Dolmetschtechnik fungieren, denn es häufen sich in letzter Zeit Berichte von KollegInnen, die zum „Testen“ der Lösungen angefragt worden sind.

Karin Walker
(für den Vorstand)
walker@vkd.bdue.de

„DIE ZEIT IST JETZT!“ – NWP SOMMERTREFFEN 2016

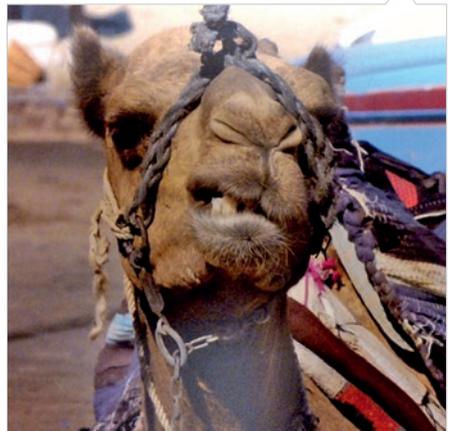
Neue Motivation für Mentees beim diesjährigen Sommertreffen des Nachwuchsprogramms im Hotel Schützenhof in Eitorf.

Namensschilder, DIN-A4-Blöcke für Notizen, gutes Wetter und gute Laune. Das sollten die TeilnehmerInnen des diesjährigen Sommertreffens des Nachwuchsprogramms mitbringen. Von allem war reichlich vorhanden. Nur an das gute Wetter hatte wohl keiner gedacht. Mit wolkenverhangenem Himmel und Dauerregen begrüßte der Samstagmorgen die Mentees und MentorInnen, die trotzdem gut gelaunt und voller Neugier den Beginn der Akquiseschulung erwarteten.

TAG 1: WIR BACKEN EINEN TRAUMKUNDEN ... UND BEKOMMEN IHN AUCH!

Doch bevor es an das Kundenbacken ging, sollten sich die TeilnehmerInnen zunächst überlegen, welche Gedanken und Gefühle sie mit Akquise verbinden und sich ein passendes Bild aussuchen. Fühlte man sich z. B. dem Kamel verbunden, das Akquise augenscheinlich als lästige Aufgabe empfindet, oder sieht man es doch eher als Flirt mit dem (Traum)Kunden? Beschrieben wurde die Akquise auch wie „Ostereier suchen“ oder wie „wenn man einer Frau einen Antrag macht und dann Angst hat, einen Korb zu bekommen“.

Welches Bild ...



Den TeilnehmerInnen die Angst zu nehmen und ihnen auch wertvolle Praxistipps an die Hand zu geben, war Aufgabe der Referentin Dr. Thea Döhler, Business Coach bei Triacom. Mit ihrer dynamischen Art verstand sie es, das Seminar interaktiv zu gestalten und die sonst eher trockenen Marketingthemen (AIDA, Marketing Mix und Sales-Funnel) interessant zu vermitteln. Viele der vorgestellten Konzepte findet man auch im Internet oder in Ratgebern – doch dann steht man immer noch vor der Herausforderung, diese doch eher allgemein gehaltene Theorie in die eigene branchenspezifische Praxis umzusetzen. Nicht so bei diesem Seminar: Hier lernten die TeilnehmerInnen, wie man mit einer guten Strategie und mit System als DolmetscherIn erfolgreich Kunden gewinnen kann. Einzelfragen von Mentees und MentorInnen wurden direkt beantwortet und ermöglichten den gegenseitigen Austausch. Konkrete Beispiele aus dem wirklichen Leben gaben Anlass für angeregte Diskussionen, z. B. zum Thema Angabe von Referenzen auf der Homepage, Vulnerabilität als Kehrseite der Profilierung und die Gefahr der Kundenabwerbung durch Preisgabe bestimmter Informationen.

Als leidenschaftliche Handballerin konnte Dr. Döhler natürlich auch den Sport nicht zu kurz kommen lassen. So baute sie Übungen ein, in denen ein/e TeilnehmerIn einen Ball zugeworfen bekommt und ihn erst weitergeben kann, wenn ihm bzw. ihr eine Eigenschaft eingefallen ist, die kein anderer im Raum hat. Dies sollte zeigen, dass jeder einen USP finden kann, mit dem er bzw. sie sich

... hätten Sie ausgesucht?



Bildquelle: Johanna González

von der Masse abhebt. Bei einem Spaziergang sollten Mentees sich überlegen, welche ungeschriebenen Glaubensgrundsätze sie daran hindern, Akquise zu betreiben – hier war der Diskussionsbedarf so groß, dass man es in die Tagesordnung für den zweiten Tag mit aufgenommen hat.

Eine Visitenkartenparty während der Kaffeepause diente als Rahmen zur Überlegung, wie sinnvoll Visitenkarten in Zeiten von Facebook, XING und LinkedIn noch sind und welche Informationen wirklich relevant sind – schließlich ist der begrenzte Platz auf so einem Kärtchen zu wertvoll für Nebensächlichkeiten. Die Auflockerungsübung am Nachmittag sowie Abstimmungen und Spontanumfragen mit farbigen Ja-Nein-Zetteln (sehr zur Freude von Walther dem Wahl-Wal aus der JMV, der auch zugegen war) trugen zur lockeren und entspannten Atmosphäre des Seminars bei. Dies spiegelte sich auch im Stimmungsbarometer wider, bei dem mit wenigen Ausnahmen alle Klebepunkte am oberen Ende der Skala angebracht wurden, sowie an den Rückmeldungen der TeilnehmerInnen am Ende des Seminars. So lobte einer der Mentoren die „exzellente Moderation“ und Interaktivität und eine Mentee bekundete, im Laufe der Veranstaltung neue Ideen entwickelt zu haben und neue Inspiration, Anreize und vor allem Motivation gefunden zu haben, was weitere TeilnehmerInnen bestätigen konnten.

Zum Abschluss des Tages begaben sich einige TeilnehmerInnen noch in die Gaststube des Hotels, wo neben den Diskussionsthemen Brexit und EM 2016 u. a. auch die kreisrunde Sitzbank an einem der Tische höchste Aufmerksamkeit genoss: sie war nämlich auf Rollen gelagert und ließ sich wunderbar als Karussell nutzen ...

TAG 2: DIE ÄNGSTE DER MENTEES, DER DIN-ENTWURF UND DER NEUE MUSTERVERTRAG

Der Sonntag war nicht nur ein sonnigerer, sondern auch ein kürzerer Tag, an dem unter der Leitung von Cornelia Oppitz und Marten Henschel, den Koordinatoren des Nachwuchsprogramms, noch einige weitere Themen behandelt wurden. ▶



Zunächst wurden wieder die Ängste und Glaubenssätze der Mentees aufgegriffen. Die Unsicherheiten junger DolmetscherInnen auf dem Markt können vielfältig sein, wie z. B. in Bezug auf vermeintliches Revierdenken, dem Anbieten von B-Ware oder dem Prinzip „gleiche Arbeit, gleiches Geld“ innerhalb eines Dolmetscheteams. Auch gibt es oft Situationen, in denen man nicht weiß, ob und wie man nun einschreiten kann oder ob man sich dadurch unkollegial verhält und vielleicht gar „den Markt kaputt macht“. Wenn man wegen solcher Ängste zögert, z. B. ein Vakuum auf dem Markt aufzufüllen, ist allerdings die Wahrscheinlichkeit groß, dass jemand anderes den Kundenbedarf abdeckt – möglicherweise zu Konditionen, die den Berufsstand schädigen könnten. Daher ist es wichtig, eine Möglichkeit zu haben, über solche Unsicherheiten offen zu sprechen und ehrliche Antworten zu bekommen, um diese Ängste ablegen zu können. Das Sommerreffen bot hierzu eine gute Möglichkeit und es wurde u. a. folgender Ratschlag ausgearbeitet:

Mut zur Akquise heißt, auch den Mut dazu zu haben, das Vakuum auf dem Markt zu füllen und die Angst vor Fehlern abzulegen. Man sollte auf jeden Fall wirtschaftlich handeln, gleichzeitig aber auch neuen Herausforderungen mit Offenheit

begegnen und vor allem klug handeln und situativ entscheiden. Dabei ist es wichtig, sich den KollegInnen bzw. KundInnen gegenüber loyal, aber auch dem Berufsstand gegenüber fair zu verhalten. Vor allem wenn man noch nicht so viel Erfahrung hat, kann es schwierig sein, dies umzusetzen. Aber eben hierin liegt eine der großen Stärken am Tandemkonzept des Nachwuchsprogramms: Zwar können MentorInnen ihren Mentees keine Entscheidungen abnehmen, aber mit ihrer Berufserfahrung können sie ihnen helfen, eine kluge Entscheidung zu treffen.

Im Gegenzug können Mentees auch eine aktive Rolle in der Entwicklung des Berufs und des Verbands einnehmen, wie man es im nächsten Themenblock sah.

Anna Kamaeva, VKD-Junior-Mitglied mit der Sprachkombination Russisch, Deutsch und Englisch, gab uns einen kurzen Überblick über den Normentwurf DIN 2347 und stellte die Arbeit der AG Mustervertrag vor. Dies gab sowohl MentorInnen wie auch Mentees die Möglichkeit, Fragen hierzu zu klären und die eigenen Gedanken zum Entwurf und zu den Konditionen im Mustervertrag zu äußern. Dabei entstanden neue Ideen, und altingesessene Gepflogenheiten wurden aus anderen Perspektiven betrachtet – ein gutes Beispiel dafür, wie sich die Erfahrung der „alten Hasen“ und der unverstellte Blick der „jungen Küken“ konstruktiv ergänzen können.

Das Sommertreffen endete mit einem durchaus positiven Rückblick auf beide Tage und es wurde beschlossen, ein weiteres Treffen im Herbst zu organisieren, um zu berichten, wie das Gelernte umgesetzt wurde. Die TeilnehmerInnen wurden daher dazu aufgefordert, sich gleich für die nächsten zwei Wochen ein Ziel zu setzen, denn bei der Akquise gilt ein ganz wichtiger Grundsatz: „Die Zeit ist jetzt!“

Johanna González
johanna@trilingu.de

Laura Broo
contact@laurabroo.eu