

Ohne Profil kein Profi(t)

Marketingseminar von Dr. Thea Döhler am 1./2. Oktober 2005 in Koblenz; Bericht von Peter G. Bouillon (www.loquimur.de)

Fast hätte ich von dieser interessanten Veranstaltung gar nichts mitbekommen. Dieses Seminar war nämlich seitens der Übersetzerliste pt_ organisiert worden, die ich nicht regelmäßig verfolgte. Erst als kurz vor dem Anmeldeschluss auch ein entsprechender Hinweis im U-Forum erschien, kam mir das Angebot vor Augen. Zusammen mit meiner Schwester, die ebenfalls Übersetzerin ist, meldete ich mich spontan an. Im Nachhinein erwies sich das als eine gute Entscheidung. Aber der Reihe nach.

Das eigentliche Seminar begann erst am Samstag, aber wir hatten verabredet, schon am Vortag für ein geselliges Beisammensein nach Koblenz anzureisen und trafen uns im Tagungshotel zu einem Abendessen. Bei äußerst exquisiten Speisen und Getränken (zu ebensolchen Preisen) war das Eis schnell gebrochen. Wir unterhielten uns lebhaft mit den jeweiligen Nachbarn, die durchweg sehr interessante Biografien hatten.

Ich bin ein etwas neugieriger Mensch; und es ging ja schließlich um ein Marketingseminar. Daher hatte ich mich anhand der Teilnehmerliste schon mal im Vorfeld schlau gemacht, wie sich unsere Kollegen so im Internet präsentierten. Ich staunte über die Verschiedenheit der Ansätze und fand es natürlich spannend, die anderen Teilnehmer und Teilnehmerinnen jetzt auch in Person kennen lernen zu können.

Theoretischer Einstieg

Am nächsten Tag ging es dann gleich zur Sache. Frau Dr. Döhler, kurz Thea, ist eine Trainerpersönlichkeit. Mit viel Elan und sehr abwechslungsreich stellte sie ihre Themen vor. So angesprochen und aktiviert, steuerten auch wir Teilnehmer unsere Erfahrungen und Ideen bei. Das Seminar hatte einen starken Dialogcharakter, es war absolut nicht im langweiligen Vorlesungsstil gehalten. Kleinere Verzögerungen im eigentlich vorgesehenen Seminarverlauf nahmen wir hierfür gerne in Kauf.

Um uns Teilnehmer bei Laune zu halten, scheute Thea auch vor ungewöhnlichen Aktionen nicht zurück. Nach dem Mittagessen lud sie uns beispielsweise ein, ein Thema in kleinen Gruppen bei einem »Arbeitsspaziergang« an der Mosel zu erarbeiten. Zwar regnete es, aber das konnte unseren Tatendrang nicht bremsen, da jeder Seminarteilnehmer vom Tagungshotel einen großformatigen Regenschirm bekam.

Vom Inhalt her ging es am ersten Tag um den Übersetzermarkt – den es in dieser Form nicht gibt –, und wir erarbeiteten uns Ideen, wie man die Dienstleistung »Dolmetschen« bzw. »Übersetzen« fassbar machen, das Vertrauen der Kunden gewinnen und sein eigenes Profil schärfen kann. Das war doch sehr anstrengend, und so

war es ein schöner Ausgleich, dass wir den Abend in einem Koblenzer Bistro-Restaurant gesellig ausklingen lassen konnten.

Praktische Fortsetzung

Der erste Tag hatte uns also eine Menge theoretischer Grundlagen vermittelt. Am zweiten Tag ging es zum Ausgleich stark in die Praxis: Zunächst erarbeitete sich jeder Teilnehmer einige Schritte zu seiner ganz persönlichen Marketingstrategie. Anschließend glänzte Thea mit vielen sehr konkreten Tipps. Wir erfuhren detailliert, wie ein Messebesuch, ein Werbemailing oder eine Visitenkartenparty konkret angegangen werden könnten oder wo man qualifizierte Adressen für die Kundenakquise herbeikommt. Anhand konkreter Fallbeispiele konnten wir anschaulich lernen, wie gutes Corporate Design aussieht oder wie ein funktionierendes Mailing aufgebaut ist. Ich erlebte hierbei so manchen Aha-Effekt, zumal sich Thea auch noch mit fortschreitender Zeit stetig steigerte, bis in die allerletzten Minuten des Seminars hinein.

Gegen Ende bekamen wir noch den deutlichen Hinweis mit auf den Weg, dass es nicht ausreicht, nur an einem Seminar teilzunehmen. Praktische Umsetzung ist vonnöten, und wir wurden alle aufgefordert darüber nachzudenken, was wir in den nächsten drei Wochen konkret im Marketing tun wollten. So motiviert gingen wir am Sonntagmittag mit sehr viel Schwung nach Hause.

Die sehr ausführlichen Seminarunterlagen sind noch zu erwähnen. Sie sind etwas anders aufgebaut als der Seminarverlauf, aber vollständig gehalten und wurden noch um diverse Handzettel ergänzt. Auf der Literaturliste stehen viele Artikel aus Fachzeitschriften. Die dort ebenfalls aufgeführten Bücher konnten wir im Seminar zur Hand nehmen und »Probe lesen«.

Insgesamt kann ich diese Veranstaltung jedem Übersetzer und jedem Dolmetscher ans Herz legen, der etwas für sein Marketing tun möchte. Einen magischen Zauberling, den man nur zu drehen braucht, damit einem die Direktkunden und Agenturen nur so zufliegen, bekommt man natürlich nicht geliefert. Wir sind ja alle Individuen und müssen uns daher den Weg zu unserem ureigenen Übersetzergeschäft schon selber suchen. Aber als solider Einstieg, wie man sein Engagement hierbei am besten einbringt, ist Theas Seminar eine sehr gute Hilfe.

Ich habe eine Menge sehr nette Kolleginnen und Kollegen kennen gelernt, und ich habe von Thea und von den anderen Teilnehmern eine Menge Ideen mitgenommen, die ich in die Tat umsetzen möchte. Bis ich das alles in die Wege geleitet habe, wird mich das Seminar noch lange Zeit beschäftigen. 