



Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

Neophilologische Fakultät
Seminar für Übersetzen und Dolmetschen
Studiengang Konferenzdolmetschen

Masterarbeit

Dolmetschauftritt –

ein Beitrag zur Translationskultur

Vorgelegt von Daria Tuneva

Ringstraße 37-3

69115 Heidelberg

E-Mail: Tuneva@stud.uni-heidelberg.de

Erstbewerterin: Prof. Dr. J. Lebedewa

Zweitbewerter: Prof. Dr. J. Kornelius

Heidelberg, den 28. Juni 2011

Parentibus et fratri

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich die Gelegenheit nutzen und allen danken, die mir bei der Fertigstellung dieser Masterarbeit auf vielfältige Weise geholfen haben.

Besonders bedanken möchte ich mich bei meiner Hauptprüferin, der Leiterin der Russischen Abteilung am Seminar für Übersetzen und Dolmetschen der Universität Heidelberg, Frau Prof. Dr. Jekatherina Lebedewa für ihre wertvollen und fachkundigen Anregungen bei der Betreuung dieser Masterarbeit.

Ich danke meinen Eltern für die langjährige und vielseitige Unterstützung während meines gesamten Studiums. In gleicher Weise verdanke ich mein Studium in Deutschland meiner Freundin, Frau Prof. Natalia Prischepenko-Kateb und ihrer gesamten Familie, die mir auch in einer inspirierenden und motivierenden Art zur Seite standen.

Mit Rat und Tat standen mir auch zur Seite: die Lehrbeauftragten des Seminars für Übersetzen und Dolmetschen der Universität Heidelberg sowie Dolmetscherkollegen, insbes. Herr Vâčeslav Mazurov und Herr Johannes Hampel, die mich hilfsbereit und kompetent unterstützt haben, und nicht zuletzt meine Freunde, v.a. Attila, der korrigiert und angespornt hat, Ela, die mich entlastet und motiviert hat, aber auch Konstantin, Markus, Ra'ed, Vladimir (insb. technische Unterstützung) et al., die Bereitschaft gezeigt haben, zuzuhören und sich in die Materie hineinzudenken, um mir weitere kreative Ideen und Anreize zu geben, damit die ganze Arbeit noch mehr Spaß macht.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Abkürzungsliste..... | 5 |
| Einleitung..... | 6 |
| Teil I | 10 |
| 1. Translationswissenschaft..... | 11 |
| 1.1. Modelle der Translation..... | 12 |
| 1.2. Dolmetschmodelle..... | 18 |
| 2. Translationstätigkeit..... | 22 |
| 2.1. Translationstätigkeiten im Vergleich: Übersetzer und Dolmetscher..... | 22 |
| 2.2. Dolmetschertätigkeit..... | 23 |
| 2.2.1. Dolmetschautritt: Techniken und Einsatzbereiche des Dolmetschers..... | 25 |
| 2.2.2. Dolmetschkompetenz: Anforderungen und Evaluationskriterien..... | 26 |
| 3. Dolmetschauftritt: ein Plädoyer für mehr „Integration“..... | 33 |
| Exkurs: Dolmetscher und Künstler | 36 |
| Teil II | 42 |
| 4. Kulturkompetenz..... | 42 |
| 5. Sozialkompetenz..... | 49 |
| 6. Kommunikationskompetenz..... | 53 |
| 7. Vermarktungskompetenz..... | 56 |
| 7.1. Persönlichkeits- und Tätigkeitsprofil des Dolmetschers und der Markteintritt..... | 56 |
| 7.2. Marktauftritt des Dolmetschers..... | 57 |
| 7.2.1. Marktforschung..... | 60 |
| 7.2.2. Auftritt gegenüber verschiedenen Kunden..... | 63 |
| 7.2.3. Preisbildungsstrategie..... | 68 |
| 8. Dolmetschauftritt im Internet und neue Medien..... | 70 |
| 8.1. Webauftritt..... | 71 |
| 8.2. Webseiten im Vergleich..... | 75 |
| Zusammenfassung und Ausblick | 79 |
| Bibliographie | 82 |
| Anhang 1 „Auswahl der Dolmetschmodellen“..... | 90 |
| Anhang 2 „Timeline Dolmetschtauftrag“..... | 97 |
| Anhang 3 „Website Customer Relationship Management (CRM)“..... | 98 |
| Anhang 4 „Webseiten im Vergleich“..... | 100 |

Abkürzungsliste

| | |
|--------|--------------------------|
| AT | Ausgangstext |
| bez. | bezüglich |
| d.h. | das heißt |
| d.Vf. | die Verfasserin |
| DA | Dolmetschauftritt |
| DW | Dolmetschwissenschaft |
| et al. | und andere |
| evt. | eventuell |
| ggf. | gegebenenfalls |
| i.d.R. | in der Regel |
| i.d.Z. | in diesem Zusammenhang |
| insb. | insbesondere |
| KD | Konsequitvdolmetschen |
| o.ä. | oder ähnliche |
| s.g. | sogenannte |
| SD | Simultandolmetschen |
| TW | Translationswissenschaft |
| usw. | und so weiter |
| v.a. | vor allem |
| vgl. | vergleiche |
| ZS | Zielsprache |
| ZT | Zieltext |

Einleitung

Dolmetscher¹ oder Sprachmittler gibt es seit es Völkerkontakte gibt. In der heutigen globalisierten Welt ist auch das Interesse an dieser Art zwischenmenschlicher sprach- und kulturübergreifender Vermittlung global geworden: ein immer breiteres Publikum wird mit Dolmetschen insb. in Massenmedien (aber hier meistens nur als Kollektivmetapher ebenso wie in fiktionalen Werken²) konfrontiert und bildet sich dementsprechend eine Vorstellung von diesem Beruf.

Der Dolmetschbedarf erwächst v.a. dann, wenn in verschiedensten Lebenssituationen die Betroffenen nicht auf eine gemeinsame Kommunikationssprache³ zurückgreifen können oder wollen. Das Dolmetschen ist i.d.Z. eine Dienstleistung, und wie es für den Sektor üblich ist, spielt die dienstleistende Person eine entscheidende Rolle. Professionelle Befassung mit den Fragen der positiven Selbstdarstellung (auch im Internet) und dem s.g. Personal Branding ist daher von eminenter Bedeutung für den beruflichen Werdegang. In der vorliegenden Masterarbeit wird in diesem Sinne der elegante Begriff Dolmetschauftritt (DA) verwendet.

In den theoretisch und didaktisch orientierten Modellen des Dolmetschens stand lange Zeit die individuelle Dolmetschleistung im Mittelpunkt (vordergründig technische Fragen wie Dolmetschtechniken und -Strategien, AT-orientierte Qualitätskriterien und –anforderungen, usw., nicht aber z.B. die Selbstvermarktung). Ein Perspektiv- bzw. Paradigmenwechsel hat jedoch in den letzten Jahren stattgefunden. Akzentuiert und beschrieben wird nun zunehmend der interaktive Charakter der Situationen mit Dolmetschbedarf. Der moderne Stand der technischen Entwicklung fordert aber von einem guten Sprachmittler⁴ viel mehr als nur das instrumentelle Wissen und Können eines Sprachautomaten. Für Dolmetscher⁵ wie für andere Berufe sind zusätzliche Schlüsselqualifikationen ausschlaggebend. Nicht zuletzt wird über die Auftragsvergabe aufgrund der banalen Sympathie entschieden, die ihrerseits durch ansprechendes Auftreten leichter zu gewinnen ist: die zu erbringenden Dienstleistungen müssen dem Auftraggeber durch die eigene Persönlichkeit schmackhaft gemacht werden, erst wenn man dann z.B. in der Kabine sitzt, kommt es auf die richtige

¹ Um den Text nicht mit maskulinen und femininen Doppelformen zu belasten, verwenden wir das generische Maskulinum. Unter Dolmetschern, Translatoren, Lehrern, Ausbildnern, Zuhörern usw. sind selbstverständlich auch Translatorinnen, Lehrerinnen, Ausbilderinnen, Zuhörerinnen usw. zu verstehen. Die Benutzung der maskulinen Personenbezeichnung ist also inkludierend zu verstehen.

² Die Literatur ist in einer besonderen Weise für gesellschaftliche Veränderungen sensibel, und deswegen ist es einerseits erfreulich, dass sie „den Dolmetscher für sich als [zentrale] Figur „entdeckt“ hat, an der Themen, die den Menschen am Ende des 20. und zu Beginn des 21. Jahrhunderts beschäftigen – die Problematik von Migration, von hybriden Kulturen, des Aufeinanderprallens von Kulturen, der Zugehörigkeit und Identität, der Macht von Sprache -, anschaulich dargestellt werden können...“ (Andres 2008: 5) Andererseits aber ist das oft ein verzerrtes und negatives Bild des Dolmetschers, das „mit der Realität wenig gemein hat, sondern auf die Anliegen der Autoren zugeschnitten ist“. (ebd.: 496)

³ Oft wird in diesen Fällen auch Englisch als lingua franca hinzugezogen.

⁴ Die Begriffe wie Translator, Sprachvermittler, Sprachdienstleistender werden von d.Vf. synonym und inkludierend für Dolmetscher und Übersetzer gebraucht.

⁵ In der vorliegenden Arbeit werden in erster Linie Konferenzdolmetscher gemeint.

Qualität an.

Um die skizzierten Gegebenheiten zu beschreiben, wurde der Begriff Dolmetschauftritt (DA) als nach der Meinung d.Vf. passender Ausdruck gewählt, der in einer kreativen und interdisziplinären Weise alles Wesentliche umfasst, was einen erfolgreichen Dolmetscher in der modernen, westlichen Gesellschaft ausmacht. Das kann auch als eine Art Modell – was in der modernen Forschung breite Anwendung findet - betrachtet werden, denn es umfasst die wichtigsten Teilkompetenzen und Performanzen⁶ eines Dolmetschers und kann nach Bedarf an die jeweiligen Bedingungen angepasst werden. Der Begriff Auftritt betont den situativen, prozessualen, öffentlichen Charakter des Dolmetschens und soll einer verbesserten Reputation des Berufsstandes dienen.

Die Themenwahl ist durch mehrere Faktoren bedingt. Zunächst einmal fand sich d.Vf. in einer neuen Situation des freien Marktes. In Russland aufgewachsen, und von den Lehrern der „alten Schule“ ausgebildet, musste sie sich an die europäischen und zwar deutschen Gegebenheiten anpassen. Hier war ihre soziokulturelle Kompetenz gefordert: Sprachkompetenz allein hilft nicht sonderlich weiter, wenn man auf Anhieb die Denkweise der Menschen in der neuen Umgebung nicht versteht. D.Vf. hatte Glück, viele Künstler kennen zu lernen. Diese Menschen sind oft von Natur aus sensibel und hilfsbereit. Bei ihnen hat sie beobachtet, wie man z.B. als freiberuflicher Musiker Leben und Beruf verbindet und seine erfolgreiche Karriere jahrzehntelang aufbaut. Dabei sind zusätzliche Kompetenzen erforderlich. Das Problem zusätzlicher Kompetenzen und der Wettbewerbsfähigkeit stand bei d.Vf. ganz oben auf der Tagesordnung und beeinflusste im wesentlichen die Themenwahl.

Ein weiterer Faktor spielte ebenso eine wichtige Rolle: Alle Menschen, insb. Akademiker sind gefordert, die Informationsströme der modernen Zeit angemessen zu handhaben, sie entsprechend zu separieren und in die richtigen Wege zu leiten. Es möge der Eindruck entstehen, als ob alles schon einmal gesagt oder geschrieben wurde. Die so angepriesene und vielbeschworene Innovation ist aber eben eine neue Sichtweise vertrauter Sachverhalte, die eine neue Erkenntnis mit sich bringt. In diesem Sinne einer kreativen und interdisziplinären Herangehensweise wird auch der für die vorliegende Masterarbeit zentrale Begriff verwendet. *Dolmetschauftritt* ist somit eine kurze und prägnante Bezeichnung für die Gesamtheit der Schlüsselqualifikationen, Kernkompetenzen und Performanzen, die einem Dolmetscher beruflichen Erfolg sichern können.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Dolmetschtätigkeit in ihren Grundlagen und Einzelheiten so ausführlich, wie es d.Vf. für das gewählte Thema relevant erscheint, zu beschreiben und zu erforschen, die Notwendigkeit der zusätzlichen Kompetenzen für einen erfolgreichen DA und ihre Vermittlung im Studium bzw. Aneignung in Praxis zu begründen und den Ausbildern und Studenten entsprechende Anregungen, Informationen und Werkzeuge an die Hand zu geben.

⁶ Kompetenz wird als Sammelbezeichnung für Fähigkeiten und Fertigkeiten und Performanz (Komplementärbegriff) als realisierte Kompetenz betrachtet.

Konzeptuelle Grundlage für die vorliegende Masterarbeit bilden Werke von renommierten russischen (I. Alexeeva, B. Benediktov, G. Černov, V. Kommisarov, R. Mignard-Beloručev, A. Shirâev, A. Švejcer et al.), deutschen (S. Kalina, V. Kapp, I. Kurz, W. Kutz, F. Pöchhacker, E. Prunč, K. Reiß, H. Salevsky, H. Vermeer et al.) und anderen europäischen Forschern (unter anderen z.B. D. Gile, D. Gerver, D. Seleskovitch).

Die Zielsetzung bedingt die Struktur der vorliegenden Arbeit. Die Arbeit besteht aus einer Einleitung, dem Teil I und Teil II, einem Exkurs und einer Zusammenfassung.

In der Einleitung werden Relevanz, Themenwahl und Zielsetzung der Arbeit erörtert und ein kurzer Inhaltsüberblick vermittelt, sowie die wissenschaftliche und praktische Bedeutung dargelegt.

Im Teil I. werden theoretische Vorüberlegungen zusammengefasst, es wird ein kurzer Überblick über die dolmetschrelevanten wissenschaftlichen Auseinandersetzungen gegeben. Die für die vorliegende Masterarbeit wichtigen Begriffe wie Translation, Translationswissenschaft, Dolmetscher, Dolmetschkompetenz usw. werden im Teil I definiert. Die Translation wird somit aus verschiedenen Blickwinkeln anhand von verschiedenen Modellen in Kapitel 1 betrachtet und die für die vorliegende Arbeit relevante funktionale Betrachtungsweise wird erörtert. Diverse Dolmetscharten und –konstellationen, Einflussfaktoren und Schwierigkeiten beim Dolmetschen werden ebenfalls kurz beschrieben. Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium und einen gelungenen Berufseinstieg sowie Anforderungen an eine gute Verdolmetschung werden in diesem Teil in Kapitel 2 formuliert. Diese Darlegungen sollen eine theoretische und methodologische Grundlage für weitere Ausführungen zum Begriff Dolmetschkompetenz- die Fachkompetenz und somit einen wesentlichen Teil des DA insgesamt - bilden.

Der zentrale Begriff der Arbeit, nämlich der DA wird zum Abschluss des ersten Teils in Kapitel 3 näher betrachtet, und zwar als der Meinung d.Vf. nach bequeme Bezeichnung für die Gesamtheit der für einen Dolmetscher essentiellen Fähigkeiten und Fertigkeiten, die dann zu Kompetenzen entwickelt werden. Der Beschreibung dieser Kompetenzen ist die vorliegende Masterarbeit gewidmet und nicht der Erforschung des Wesens des Dolmetschens, was einen komplexen Denk- und Sprachprozess darstellt und daher nur schwer ergründbar ist.

Im Exkurs, der zwischen dem ersten und dem zweiten Teil der vorliegenden Masterarbeit untergebracht ist, wird der kreative Charakter der Dolmetschertätigkeit hervorgehoben und somit die Annäherung des Metiers der Dolmetscher, Musiker und Schauspieler ermittelt.

In Teil II werden dann die nach der Meinung d.Vf. wichtigsten zusätzlichen sozialen Kompetenzen eines Dolmetschers mit Berücksichtigung ihrer kulturellen Brechung betrachtet und analysiert. Es wird auf die Fragen der Empathie und der emotionale Intelligenz eingegangen.

Besonders werden dabei solche Phänomene wie das des „Ersten Eindrucks“ behandelt, der so oft entscheidet, ob wir beim Ausüben unseres Berufes einen Auftrag bekommen oder nicht. In Teil II Kapitel 7 werden die heutige Marktsituation, steigende Anforderungen und veränderte Arbeitsbedingungen, die damit einhergehende Verantwortung und Belastung und der Umgang damit beschrieben. Der Unterschied zwischen freiberuflich tätigen und angestellten Dolmetschern wird beleuchtet und die Relevanz eines Internetauftritts in Kapitel 8 erörtert.

Abschließend werden das in der vorliegenden Arbeit angestrebte Ziel und der Erkenntnisgewinn noch einmal formuliert und kurze zusammenfassende Bemerkungen in Bezug auf die gesamte Arbeit und weiteren Forschungsbedarf gemacht.

Zu den für die Verfassung dieser Masterarbeit benutzten Quellen gehören Beiträge führender europäischer sowie russischer Sprachwissenschaftler und Translatoren, Abhandlungen in Bereichen Marketing, Soziale Medien und Psychologie, die für den Standpunkt d.Vf. und den Gesamthalt der vorliegenden Arbeit prägend waren und in der Bibliographie aufgelistet sind. Eine Reihe von Anmerkungen, auch mit Verweisen auf zusätzliche Quellen, die einzelne Aussagen und Zusammenhänge der Arbeit näher beleuchten und nach Bedarf Anregungen für Weiterdenken geben, sind als Fußnoten untergebracht.

Die Arbeit versteht sich auch als Anregung für Dolmetschausbilder, Studenten, aber auch bereits tätige Translatoren, das positive Berufsbild der breiten Öffentlichkeit aktiv zu unterbreiten und zur Verbesserung des Berufsstandes beizutragen.

Teil I.

„Sprachmittler verdanken ihre Existenz dem Umstand, dass die Menschheit – der Legende nach seit dem gescheiterten Turmbau zu Babel – multilingual ist, das heißt, es Sprach- und Kulturgemeinschaften gibt, die eine andere als die eigene, eine ohne Sprachmittler nicht verständliche Sprache sprechen und kulturell anders denken und handeln, als man aus der Sicht der eigenen kulturellen Vorstellungen gewohnt ist.“ (Wilss, in Hertel (Hg.) 2008:43)

Im Folgenden wird ein kurzer Überblick über den Wissenstand der Translationswissenschaft (TW, auch Translatologie oder Translationstheorie) gegeben, ihre Verwurzelung in der Sprachwissenschaft und Wechselbeziehungen mit anderen Wissensdisziplinen gezeigt. Danach wird auf konkrete Gegebenheiten des Dolmetschens eingegangen. Des Weiteren werden die grundlegenden, für das Verstehen und Erforschen des für die vorliegende Arbeit zentralen Phänomens instrumentalen Begriffe bestimmt und systematisiert, unter Verzicht auf diachronische Ausführungen zur terminologischen Auffächerung, die die TW im 20. Jh. erfahren hat. Die angeführten Informationen und die vorgestellten Theorien sollen eine Grundlage (eine feste Basis, ein solides Fundament so zu sagen, worauf man souveränen *aufreten* kann) für die translatorische Kompetenz (einschließlich der autodidaktischen Kompetenz) der zukünftigen Konferenzdolmetscher bilden; aber auch als didaktische Anregungen für selbständige Recherche und Auseinandersetzung mit dem Thema gelten, um noch mehr theoretisch fundiertes Bewusstsein - auch in der breiten Öffentlichkeit - über die Komplexität der Translationsprozesse zu *kultivieren*. Denn „*nur eine Praxis, die sich durch Theorie zur Reflexion anregen lässt, kann für sich den Anspruch der Professionalität erheben und wird verantwortlich tätig sein*“ (vgl. Stolze 2001:272).

Dolmetschertätigkeit (auch Dolmetschtätigkeit) hat eine lange Geschichte. Ihren Anfang nimmt sie in der Zeit, als sich aus der Ursprache unterschiedliche Sprachen zu entwickeln begannen. Damals entstand der Bedarf an Menschen, die mehrere Sprachen beherrschen und als Vermittler zwischen verschiedenen Sprachgemeinschaften agieren konnten: Sie werden also dann in der Kommunikation unentbehrlich, „wenn keine Kommunikation mehr möglich ist“ (Bahadır 2008:130). Die Technische Revolution und der damit einhergehende Wissenstransfer, das globale Bevölkerungswachstum, die internationale Integration und Globalisierung fördern Kontakte zwischen verschiedenen Sprachgemeinschaften, was zu einem Anstieg des Bedarfes an Translation⁷ als Grundlage für erfolgreiche wirtschaftliche, politische, wissenschaftliche, kulturelle u.a. Beziehungen zwischen den Ländern führt. Die Auseinandersetzung mit den Fragen der TW bzw. Dolmetschens ist deshalb momentan von besonderer internationaler Bedeutung. Die heutige Forschung und ihr Verständnis der Kommunikation sind stark durch einen Paradigmenwechsel in den einschlägigen Geisteswissenschaften geprägt: es herrscht ein anthropozentrisches Konzept vor. Der Mensch und die

⁷ Der Terminus Translation wird in der vorliegenden Arbeit in diesem Sinne umso bereitwilliger verwendet, da es im Russischen für die angesprochenen Begriffe die einheitliche Bezeichnung *perevod* gibt, die dann entsprechend durch Adjektive *mündlich* oder *schriftlich* ergänzt wird.

Gesellschaft treten immer deutlicher *sub specie communicationis* auf (vgl. Eco 1994:437) und das Interesse für funktionsorientierte Forschungsansätze auch in der Linguistik bzw. Translatologie wächst.

1. Translationswissenschaft

Paradoxerweise bekam das „älteste Gewerbe der Welt“ (vgl. Wilss, in Hertel (Hg.) 2008:43) erst in der Mitte des 20. Jh. eine theoretische Grundlage. Die am häufigsten zitierte Definition der Translation stammt von E.A. Nida und C.R. Taber:

“Translating consists in reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source-language message, first in terms of meaning and secondly in terms of style“ (Zitiert nach Koller 1992:92).

Der Begriff Translation schließt neben dem traditionellen Übersetzen und Dolmetschen auch alle transkulturellen Vermittlungshandlungen ein, die eine Gesellschaft im Kontakt mit anderssprachigen Gesellschaften zu bewältigen hat und die durch variable Faktoren determiniert werden (Vgl. Švejc 1988:8-9). DW gilt es somit nur im ganzen TW-Kontext zu denken.

Unter Translation als Gegenstand der TW wird in der vorliegenden Arbeit - in Anlehnung an Holz-Mänttari (1986), Reiß+Vermeer (1984), Komissarov (1999) und Prunč (1997, 2010) - jede in einem spezifischen kulturellen Kontext zulässige konventionalisierte, interlinguale und transkulturelle Interaktion bzw. Vermittlung verstanden. Das Konzept der Translation soll dabei so dynamisch gefasst werden, dass es einerseits den historischen und aktuellen Dimensionen des Phänomens (des internationalen Interessenausgleiches und Kulturtransfers) gerecht wird, und andererseits so gestaltet wird, dass Translation prototypisch von den übrigen Phänomenen der iner- und transkulturellen Kommunikation abgrenzbar ist.“ (Prunč in Schippel (Hg.) 2008:19) Zur den prototypischen Eigenschaften zählt Prunč dabei überkulturell die Intentionalität, die Interlingualität, die Konventionalität und die Vermitteltheit, wobei die Letztere die eigentliche *differentia specifica* der Translation im Vergleich zu anderen interkulturellen Interaktionen darstellt.

Die TW ist somit ein Teilbereich der Makrolinguistik, der sich auf zweisprachige Kommunikation fokussiert. Die Makrolinguistik (dazu gehören Psycholinguistik, Ethnolinguistik, Textlinguistik, kontrastive und komparative, pragmatische und kognitive Linguistik) bezieht auch die extralinguistische Faktoren wie Thema, Sender (Kommunikator, Sprecher, Produzent, Quelle, Adressant) und seine Aussage (Botschaft, mitzuteilende Bedeutungsinhalte, Intentionen), Empfänger (Rezipient, Konsument, Adressat, Publikum) und seine Präsupposition, Kanal, Ort, Zeit usw. mit ein, weil sie ggf. Produktion, Interpretation und Translation der betroffenen sprachlichen Einheit beeinflussen (Vgl. Švejc 1988:8-9).

Die TW, die im deutschsprachigem Raum mehr Anwendung als der fast gleichwertige Begriff Tranlatologie findet, gliedert sich in deskriptive, angewandte und theoretische Bereiche und versteht sich als eine Interdisziplin, indem sie sich auch mit Fragestellungen der Linguistik, Computerlinguistik, Fachsprachenforschung, technischen Dokumentation, Terminologielehre und Terminographie / Lexikographie, Kulturosoziologie, Kommunikationswissenschaft sowie Psychologie / Gehirnphysiologie befasst und nicht zuletzt auch ihren didaktischen Beitrag zu diesen Wissensgebieten leistet.

Die TW verdankt ihre Grundlegung solchen Forschern wie G. Jäger, E. A. Nida, O. Kade, A. Neubert, J. C. Catford, L. S. Barhudarov, V. G. Gak, V.N. Komissarov, L.K. Latyshev und vielen anderen renommierten Wissenschaftlern v.a. in Europa. Die funktionale TW haben K. Reiß, H. Vermeer, J. Holz-Mänttari, Christiane Nord, H. Höning⁸ und andere entwickelt.

Allgemein formuliert, hat die TW das Ziel, das Wesen der Translation (als Prozess und als Ergebnis – Translat) und ihre Rolle in der Gesellschaft zu erforschen. Diese Forschung beschäftigt sich mit den Grundlagen, Gesetzmäßigkeiten, Funktionen, aus der Praxis abgeleiteten und theoretisch begründeten Forschungs-, Ausbildungsansätzen und –methoden, Qualitätskriterien und –anforderungen und soll einer verbesserten Translationspraxis dienen. Die TW behandelt Probleme der Äquivalenz, Übersetzbarkeit, Translationspragmatik und –semantik (Vgl. Švejc 1988:9).

1.1. Modelle der Translation

Ein Modell ist ein innere Beziehungen und Funktionen von etwas abbildendes bzw. (schematisch) veranschaulichendes (und vereinfachendes, idealisierendes) Objekt, Gebilde. (<http://www.duden.de/rechtschreibung/Modell>)

Die unterschiedlichen Ansätze eröffnen große Forschungsmöglichkeiten für die TW, die sich diverser Modelle bedient, die im Folgenden kurz zusammen gefasst werden (vgl. Semënov 2008:18-24):

- ❖ Semiotische Modelle (formale intuitive Äquivalenzen bei S. Ettinger, J. C. Catford,);
- ❖ Translation als Sprachtransfer (Kommunikative Translationstheorie, Leipziger Schule (Kutz (1994, 2002) et al.));
- ❖ Pragmatisches Modell (J. Searle, J. L. Austin – Sprechakttheorie; Höning + Kussmaul (1998) – Strategien des Übersetzens);
- ❖ Funktionale Translationstheorie (Skopostheorie von Reiß + Vermeer (1991));
- ❖ Das Modell von Christiane Nord (Nah zur Skopostheorie: Wichtig ist die zielgerichtete

⁸ Von Theorie zur Praxis: unter Leitung von Dr. Hans Höning z.B. wurde 2001 von der Fachgruppe Dolmetschen am Fachbereich Angewandte Sprach- und Kulturwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz/Germersheim eine humorvolle Broschüre (die auch in Teil I, Kapitel 3 aufgegriffen wird) mit dem Titel *Der Ruf des Papageis – Wie Dolmetscher für Verständigung sorgen, und weshalb sie sich manchmal missverstanden fühlen* herausgegeben, um im Sinne einer guten Zusammenarbeit mit den Kunden die Tätigkeit von Dolmetschern verständlich zu machen. Auch online abrufbar, URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>

Handlung (Funktionalität), aber der Text hat nicht so viele Funktionen wie Rezipienten, der Translator bestimmt die Funktion → Loyalität (2004) (Abgrenzung zur Skopostheorie));

- ❖ Das dynamische Transformationsmodell von E. A. Nida (trägt Merkmale der Äquivalenztheorie und Psycholinguistik, weiterentwickelt von Komissarov (1994));
- ❖ Translation als Expertentätigkeit (*Translatorisches Handeln* von Holz-Mänttari (1948, 1986));
- ❖ Das hermeneutische Modell (Stolze (1999, 2001) - Translatorische Kategorien);
- ❖ Das psycholinguistische Modell (H. P. Krings⁹, W. Wilss – Verhältnis zwischen dem Kognitiven und Mentalen; Übersetzungskompetenz und mentale Prozesse Kußmaul P + Hönig H.G.(1998)).

Aus der Fülle der TW-Modellen werden an dieser Stelle im Sinne der „soziologischen Wende“ bzw. „Hinwendung“ zur interaktiven und institutionellen (ohne Vernachlässigung der kognitiven) Dimension in der TW (vgl. Pöchhacker in Schippel (Hg.) 2008:65, Prunč in Wolf (Hg.) 2007:41) diejenigen ausgewählt und näher betrachtet, die aus der Sicht d.Vf. für das Thema *DA* am ehesten relevant sind, nämlich die funktional-pragmatischen Theorien: die Skopostheorie von Reiß + Vermeer (1991), die Theorie vom translatorischen Handeln von Justa Holz-Mänttari (1984 et al.) und das Modell von Christiane Nord (2004). Die funktionalen TW-Modelle gehen insgesamt davon aus, dass Translation als kommunikative Handlung konzipiert wird, was seinerseits auf das Dolmetschen angewandt, durchaus plausibel erscheint. Im Grunde genommen zielen diese Theorien darauf, das Vertrauen gegenüber den Übersetzern zu erhöhen, ihnen mehr Handlungsfreiheit zu gewähren und nicht stets am den Translat am AT zu messen. Das Vertrauen hängt direkt mit der Sichtbarkeit der Translatoren zusammen. Manche argumentieren, dass Translatoren unsichtbar sein müssen, damit das Original besser erkennbar ist. Die moderne, fortschrittliche TW geht aber davon aus, dass die Sichtbarkeit wesentlich ist und durch Vertrauen erreicht werden kann. Alle diese Theorien finden tragen zur Entwicklung eines umfassenden *innovativen und produktiven Konzepts* der Translationkultur¹⁰ (vgl. Schippel (Hg.) 2008), das im Folgenden auch kurz dargestellt wird.

Die Skopostheorie wurde im Rahmen der Übersetzungswissenschaft entwickelt und sieht die Notwendigkeit, die Funktionen sowohl von AT als auch von ZT zu berücksichtigen, um den Translationsprozess entsprechend zu steuern. Diese Funktionen lassen sich unter dem Begriff Skopos

⁹ Prozess der Translation wurde u.a. von Hans Krings (1986) in den 80er Jahren des 20. Jh. erstmals durch eine Analyse der s.g. Think-Aloud Protocols (TAPs) erforscht. Diese Forschung eröffnet eine neue Phase der TW: Translation wird nun als eine Art sprachlichen Handelns (d.h. ein Teil des Objekts der allgemeinen Linguistik) angesehen und anhand von dynamischen prozessorientierten Modellen beschrieben. Normen und Grundsätze der Translation, die das intuitive translatorische Handeln objektivieren, werden formuliert. Relatra- und Holontra-Methoden werden zum Modellieren von Translationsprozessen herangezogen. Vgl. Gerzymisch-Arbogast/Mudersbach (1998). Für Dolmetschdidaktik wären diese strukturorientierten Forschungen im Bereich der Thema-Rhema Gliederung beim SD und KD produktiv.

¹⁰ „Unter Translationenkultur sei das historisch gewachsene Subsystem einer Kultur verstanden, das sich auf das Handlungsfeld Translation bezieht und das aus einem Set von gesellschaftlich etablierten, gesteuerten und steuerbaren Normen, Konventionen, Erwartungshaltungen und Wertvorstellungen aller in dieser Kultur aktuell oder potentiell an Translationsprozessen beteiligten Handlungspartner besteht. Als kulturelles Subsystem weist Translationenkultur auch eine para-, dia- und idioskulturelle Gliederung auf. Eine kulturübergreifende allgemeine Translationstheorie ist nur in dem Sinne möglich, als Konvergenzen und Divergenzen zwischen konkreten Translationenkulturen festzustellen, beschreib- und systematisierbar sind.“ (Prunč 1997 in *TEXTconTEXT*:107)

(von gr. Endziel, Benchmark) zusammenfassen. Und da die Translation hier als Kommunikations-handlung aufgefasst wird, hat sie auch einen bestimmten Zweck. Ihre konkrete Zielvorgabe - ihr „*Skopos*“ ist dann erfüllt, wenn das erzielte Ergebnis mit der Intention des Handelnden (des Senders) korreliert und auch der Empfänger der Kommunikation die erhaltene Nachricht in seiner eigenen Situation schlüssig interpretieren kann. Dementsprechend ist die Translation an Belangen der Rezipienten vom ZT in einer best. Situation orientiert.

An dieser Stelle wäre angebracht, zur Veranschaulichung auf eines der Kommunikationsmodelle zurückzugreifen. D.Vf. hält in diesem Sinne das Modell von Hymes als geeignet. Die Kommunikation umfasst somit viel mehr als rein verbale Information. Wesentliche Bestandteile davon sind: Intention, Kontext, Thema, Machtverhältnisse¹¹ von Kommunikanten, non- (Bewegung, Mimik, Gestik, Augenkontakt - Körpersprache)¹² und paraverbale (Tonfall, Betonung, Artikulation)¹³ Signale¹⁴, usw. Die Berücksichtigung dieser Faktoren wird von allen Kommunikationsteilnehmern und folglich insb. von Dolmetschern gefordert¹⁵.

Das kommunikative Modell von Hymes umfasst folgende Komponenten (vgl. Hymes 1974:53-62):

1. *message form*;
2. *message content*;
3. *setting*: Zeit, Ort, sonstige Verhältnisse;
4. *scene*: kultureller und psychologischer Hintergrund;
5. *participants*: v.a. Redner/Sender/Adresant/Produzent, Hörer/Empfänger/Rezipient/Adressat;
6. *purposes – outcomes*: erwartete Wirkung, Präsuppositionen;
7. *purposes – goals*: Intentionen;
8. *key*: Register;
9. *channels*: Kanal (mündlich, schriftlich, visuell, usw.);
10. *forms of speech*: diverse Sprachen, Dialekte, Gargons;
11. *norms of interaction*;
12. *norms of interpretation*: Konventionen;
13. *genres*.

Das Hymes'sche Modell ist sehr umfassend, enthält aber alle wesentlichen Elemente, die auch bei der Skopostheorie in Betracht gezogen werden. Die Skopostheorie betont v.a. den Zweck der Translation, die Rollen der Beteiligten werden kaum betrachtet und „*als nicht wesentliche Komplizierung des Modells*“ angesehen (Reiß+Vermeer 1991:2). Das Modell von Christiane Nord

¹¹ Bez. des Dolmetschers impliziert die ethischen Normen: Vollständigkeit und Genauigkeit, Unparteilichkeit, Verschwiegenheit, Eid. Siehe z.B. in *Dolmetscher als literarische Figuren* von Dörte Andres (2008:363f).

¹² Aber auch Symbole, Zeichen, Frisur, Kleider oder vegetative Reaktionen wie z.B. Erröten, Schwitzen.

¹³ Auch prosodische Mittel genannt: Stimmlage (hoch/tief, tragend/zitternd), die Lautstärke (angenehm / unangenehm laut/unangenehm leise), die Betonung einzelner Wörter oder Satzteile, das Sprechtempo (schnell/langsam), die Sprachmelodie (eintönig/moduliert/singend), Schweigen.

¹⁴ Sie werden unter dem Begriff „Nicht-Verbale Kommunikation“ oder „Körpersprache“ zusammengefasst (Maletzke 1996: 76).

¹⁵ Daniel Gile (1995: 21-27) z.B. plädiert für ein Kommunikationsmodell der Translation, wenn auch mit den gleichen, wie die bereits von Lederer und Seleskovitch (1989) analysierten Komponenten: Sender, linguistische und extralinguistische Elemente und Empfänger, jedenfalls mit dem Hinzufügen von der *Intention*.

analysiert den translatorischen Kommunikationsprozess auf vier Bezugsebenen (AT und die Intention des Senders; die Intention des Senders und die Präsupposition des Empfängers; Fiktion und wahres Wort; AT und die Präsupposition des Empfängers) und plädiert für das Prinzip der Loyalität (Verantwortung gegenüber den Erwartungen des ZT-Empfängers bzw. Auftraggebers und den Intentionen des AT-Autors) - „*Ethik der Konfliktprävention, des Vertrauens, der Professionalität und der Wahrhaftigkeit*“. (Nord 2004:237). Diese beiden Theorien wurden für übersetzerische Praxis entwickelt und berücksichtigen das transkulturelle Charakter der Translation, können aber nicht auf alle Arten des Übersetzens (z.B. literarische Übersetzung) angewendet werden und enthalten auch weitere Kritikpunkte, worauf hier nicht näher eingegangen wird. Justa Holz-Mänttari erweitert und entwickelt sie zu einem Modell des *translatorischen Handelns*.

Holz-Mänttari fasst den Tätigkeitsbereich eines Translators weit größer als ihre Vorgänger und prägt den Begriff vom *translatorischen Handeln*, bei dem die s.g. Aktanten in einer *kooperativen* Weise am Gesamtprozess mitsamt ihrer Wünsche und Forderungen¹⁶ beteiligt sind. Natürlich sind in einer konkreten realen Situation Rollenüberschneidungen möglich. Die zentrale Rolle im Prozess hat der Translator inne. Er gilt „*als Experte für die Produktion von transkulturellen Botschaftsträgern, die in kommunikativen Handlungen von Bedarfsträgern... eingesetzt werden können*“ (Holz-Mänttari 1984:27). Der Translator fungiert demzufolge als ein gleichberechtigter Partner, der nach Bedarf mit anderen Experten (Juristen, Medizinern, Werbetextern, usw.) kooperativ oder sogar koordinierend agiert. Die so enthusiastisch angestrebte Professionalität hat dann folglich auch eine andere Seite, nämlich die Verantwortung: Translatoren übernehmen volle Produkthaftung für alle von ihnen erbrachten Leistungen¹⁷.

Vom Bedarfsträger bzw. Auftraggeber wird in diesem Modell eine aktive Position erwartet. Er muss den Translator über das Ziel der Translation und den Zweck des Translats detailliert informieren, was auch vertragsbindend erfasst wird. Wichtig ist dabei auch der folgende Aspekt: Wenn die Handlung und ihr Produkt weitere Diskussionen oder Kritik zulassen, dann muss ein Maßstab dafür erarbeitet werden (Holz-Mänttari 1986:351f).

Holz-Mänttaris Theorie will den Tätigkeiten von Translatoren einen professionellen Rahmen geben und dazu beitragen, eine berufliche Disziplin mit den dazugehörigen Ermächtigungen und Verantwortungen zu etablieren. Der Translator wird nicht mehr als (Sprach-) Mittler im Verlauf eines Kommunikationsprozesses gesehen, er handelt vielmehr eigenständig und eigenverantwortlich für fremden Bedarf. (Holz-Mänttari 1986:363).

Dass ihr Modell den realen Gewichtungen am Markt nicht gänzlich entspricht, ist irrelevant,

¹⁶ Siehe die Abbildung ‚interactant model of the situation‘ aus Pöchhacker (2005:689) in *Meta* 50 (2)

¹⁷ Wird das Translat jedoch vom Bedarfsträger bzw. Auftraggeber (anders als vereinbart) manipuliert, fällt die Produkthaftung aus. (vgl. Holz-Mänttari 1993:303)

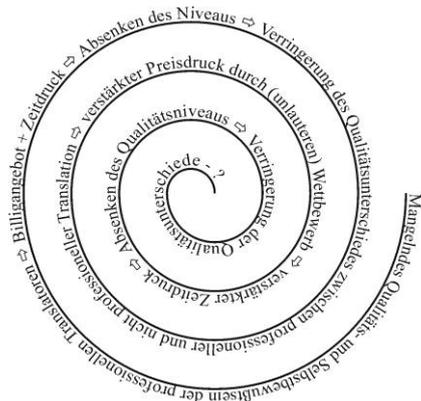
da sie nicht den Ist-Zustand beschreibt, sondern vielmehr ein Modell für den Optimalzustand entwickelt (vgl. Holz-Mänttari 1993:304). Damit wird nach der Meinung d.Vf. einerseits zum Teil überflüssige und unübersichtliche aber andererseits doch eben eine alle Aspekte umfassende theoretische Grundlage für die übersetzerische Praxis¹⁸ geliefert: „*Das translatorische Handlungskonzept soll... Translationsfälle jeder Art abdecken und dem pragmatischen Handeln als Richtlinie dienen können*“ (Holz-Mänttari 1984:94). Da sie aber in erster Linie übersetzungsrelevant ist und auf die Rolle und Relation der kulturellen Unterschiede verzichtet, kann sie auch nur eine relativierte Anwendung beim Dolmetschen finden.

In der vorliegenden Arbeit kommen die komplexen Interaktionsmuster konkreter Dolmetschsituationen mit diversen Variablen und in ihrer Dynamik nicht direkt zur Sprache. Vielmehr wird der Schwerpunkt darauf gelegt, wie Dolmetscher diese Gegebenheiten zugunsten einer guten Eigenleistung nutzen und zur Entwicklung der allgemeinen *Translationskultur* beitragen können. In dieser Hinsicht sind die vorgestellten funktionalen Theorien durchaus bedeutsam: Dolmetscher sollen sich der eigenen Rolle in konkreten Dolmetschsituationen mit einem konkreten „Skopos“ bewusst sein und dementsprechend auftreten. Es bedarf also einer Translationskultur mit ihren Konventionen, um Interessensausgleich zu gewährleisten, denn die Translation ist ihrem Wesen nach intentional und daher konfliktbehaftet (vgl. u.a. Reiß+Vermeer 1991). Den Maßstab für den Konventionalisierungsprozess liefert das Konzept vom impliziten (bereits ausgehandelt und standardisiert durch die Gleichberechtigung aller Handlungspartner (vgl. Prunč in Schippel (Hg.) 2008:30f), ethisch behaftet) und explizitem (situationsbedingt aufgrund des Loyalitätsprinzips aushandelbar und durch implizite oder explizite Skoposdeklarationen¹⁹ offengelegt) Skopos.

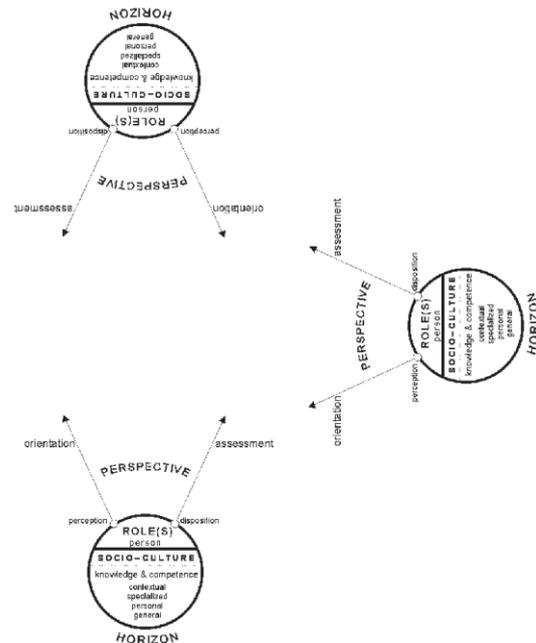
„Analog zum Translationssskopos würden wir gerne von impliziten und expliziten Qualitätsparametern sprechen. Implizit seien jene Qualitätsmaßstäbe, die sich als Resultante der Produktionssituation von Translation ergeben, explizit wiederum jene Qualitätsparameter, die zwischen Initiator und Translator explizit ausgehandelt werden... Ebenso kann auf dem realen Markt von Translationsleistungen implizit da-von ausgegangen werden, daß die Qualität eines Translats in Relation zu ihrem Preis steht... Wer einen Billigurlaub bucht oder beim Diskonter kauft, muß wissen, daß er dafür auch nur die Qualität und die Gewährleistung eines Massenreisebüros oder eines Diskonters erhält. Wer Translation zum Drei-groschentarif einkaufen will, muß in Kauf nehmen, Qualität und Gewährleistung eines Dreigroschentranslators zu erhalten.“ (Prunč 1997 in *TEXTconTEXT*:119)

¹⁸ Die Theorie des translatorischen Handelns ist aus der Sicht d.Vf. u.a. für übersetzerische Tätigkeit durchaus fruchtbar. So findet sich ihre überarbeitete Ausprägung in einer Reihe von praxisorientierten Schriften, wie z.B. im Buch von Daniel Gouadec (2007) *Translation as a profession*, jedenfalls an US-amerikanischen Gegebenheiten orientiert, denn eben in den USA wird die Translationstätigkeit maßgeblich von der Sprachautomaten-Vorstellung geprägt. Eine gebührende Anerkennung für den Beruf ist nicht genug vorhanden, was d.Vf. auf eine noch zu entwickelnde Translationskultur schließen lässt.

¹⁹ „Beim *Dolmetschen* kann durch paralinguale Signale, wie z. B. Körperhaltung und Stimmführung, oder auch durch metasprachliche Kommentare ein vorübergehendes oder gänzlich Abweichen von der erwarteten Relation zwischen Ausgangs- und Zieltext signalisiert werden. Es wäre sicherlich ein Desideratum der Translationsdidaktik, künftigen Translatoren ein Repertoire solcher Skoposdeklarationen mit auf den Weg zu geben und entsprechende Translationsprozeduren und Diskursmuster einzuüben. Im Sinne einer allgemeinen Translationskultur schiene es jedoch nötig, den Blick, das Gefühl und das Verständnis für explizite Skoposdeklarationen auch bei den Konsumenten translatorischer Leistungen zu schärfen.“ (Prunč 1997 in *TEXTconTEXT*:119)



Diese Spielregeln (Skopos, Konventionen), „die es innerhalb der Translationskultur zu etablieren und in einer demokratischen Gesellschaft durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit allen beteiligten Handlungspartnern bewußtzumachen gilt“, sorgen dafür, „allen beteiligten Handlungspartnern bewusst zu machen, wann in den Hintergrund zu treten und wann sie nicht umhin können, interpretierend, vermittelnd oder steuernd in den Kommunikationsprozess einzugreifen“ (vgl. Prunč 1997 in *TEXTconTEXT*:112).



Die TW „kann dabei insofern eine Hilfestellung anbieten, als sie den historischen und aktuellen Niederschlag von Interessens- und Machtkonstellationen im Tätigkeitsfeld Translation durchsichtiger erscheinen läßt. Daraus können die Translatoren einen Orientierungsrahmen ableiten, um mit den Interessenskonflikten, die sich bei der kommunikativen Handlung Translation im Machtdreieck Autor-Initiator-Zieltextrezipient ergeben, reflektierter und geordneter umzugehen.“ (ebd.)

Wichtig ist dabei, dass von einem Dolmetschenden ein ganzes kommunikatives Spektrum erwartet wird. Deshalb ist für die vorliegende Arbeit das Thema der zusätzlichen Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen von zentraler Bedeutung und wird folglich in Teil II unter die Lupe genommen. Das heutige soziale Leben mit seinen diversen (inter-)nationalen Interessen ist durch Begriffe wie kulturelle Vielfalt, Respektierung des Andersseins der Anderen, Werte der Multilingualität und Multikulturalität, Unabdingbarkeit einer möglichst konfliktfreien internationalen Kommunikation geprägt. Wer denn sonst wenn nicht die Translatoren können dazu verhelfen, den berüchtigten Kampf der Kulturen (Huntington 2006/2007) zu vermeiden.

Die oben dargestellten TW-Modelle besitzen (wie alle Modelle) weitgehend einen hohen Grad an Abstraktion und beschreiben allgemeine Translationsprozesse, liefern aber auch eine theoretische Grundlage für angewandte Forschung und das Modellieren von konkreten Dolmetschprozessen.

1.2. Dolmetschmodelle

Angewandt betrachtet, wird in der modernen TW, wie bereits verdeutlicht, zwischen *Übersetzen* und *Dolmetschen* unterschieden. Als Hauptkriterium der Unterscheidung gilt dabei die Möglichkeit der wiederholten Korrigierbarkeit, was einen fixierten AT und ZT²⁰ voraussetzt. So ist eine Übersetzung „Translation eines fixierten und demzufolge permanent dargebotenen bzw. beliebig oft wiederholbaren Textes der Ausgangssprache in einen jederzeit kontrollierbaren und wiederholt korrigierbaren Text der Zielsprache“ (Kade 1986:35).

Dolmetschen ist somit „Translation eines einmalig (in der Regel mündlich) dargebotenen Textes der AS in einen nur bedingt kontrollierbaren und infolge Zeitmangels kaum korrigierbaren Text der ZS“ (vgl. Kade in *Babel* 1971: 13) Es sei von vornherein verdeutlicht, dass Dolmetschen ein komplexer Prozess ist. Eine adäquate Verdolmetschung im Unterschied zu einer Nacherzählung bedeutet eine exakte und volle Sinneswiedergabe mithilfe richtig gewählter Wörter in der passenden grammatikalischen und stilistischen Form unterstützt durch para- und nonverbale Mittel. Mit den Dolmetschprozessen beschäftigt sich die Dolmetschwissenschaft als Teildisziplin der TW, die sich in den 1970er Jahren etabliert hat. DW befasst sich mit dem Erforschen von kognitiven Mechanismen beim Dolmetschen, Beschreiben von speziellen Techniken (z.B. Notation) und Strategien, Ermitteln von den s.g. Best Practices Guidelines usw. Danica Seleskovic gilt mit der 'École du Sens' an der Universität Paris als eine der Begründerinnen der modernen DW²¹. Dolmetschpraktiker²² haben dann in der nächsten Entwicklungsphase der DW einen umfassenden Fundus an Berichten über ihre Erfahrungen erstellt. Mit inzwischen mehr als 4500 Publikationen werden völlig andere Bereiche als beim Übersetzen erforscht. Spezifische Probleme von Simultan-, Konsekutiv- und Vom-Blatt-Dolmetschen stehen dabei im Fokus des wissenschaftlichen Interesses. Es werden Mechanismen und



Prozesse, die sich in Köpfen von arbeitenden Konferenzdolmetschern abspielen, ergründet, analysiert und modelliert. Auf dieser Grundlage wird ermittelt, was für Wissen und Können, Fähigkeiten und Fertigkeiten das Dolmetschen als Tätigkeit ermöglichen, ob Talent und Veranlagung als Voraussetzung dazu benötigt werden, und wie zielgerichtetes effizientes Vermitteln von Dolmetschkompetenzen (Strategien, Notizentechnik usw.) gestaltet werden kann (didaktische Empfehlungen), damit die Dolmetschpraktiker in ihrer Tätigkeit nicht wie anfangs intuitiv und tastend vorangehen sondern sich an konkreten Qualitätskriterien orientieren können.

²⁰ Auch synonym für Translat verwendet.

²¹ Zuerst beschäftigten sich Wissenschaftler anderer Bereiche mit dem Phänomen des zeitgleichen Hörens und Sprechens, wie z.B. der Kognitionspsychologe Henry C. Barik; siehe seinen Artikel „A description of various types of omissions, additions, errors of translation encountered in simultaneous interpretation“ (In: *Meta* 16(1971)4: 199-210), vgl. auch den gleichnamigen Beitrag in Lambert (Hg.) 1994: 121-139.

²² Erich Prunč z.B. kritisiert den praktizistischen Ansatz in der Ausbildung: „Die Folge des praktizistischen Zugangs zur Ausbildung von Translatoren war, daß die Kompetenzen und Fertigkeiten der Absolventen bereits inaktuell waren, wenn sie die Ausbildungsstätte verließen.“ (Prunč 1997 in *TEXTconTEXT*:105). Darauf könnte man ihm entgegen, dass Zuviel an Theorie zur Schaffung von einer Art Laborbedingungen an Hochschulen führen kann, was seinerseits der Praxis nicht dienlich wäre. Daher lautet der Leitsatz: Alles in Maßen!

Als für die moderne DW prägende Theorien sind zu nennen: das Kapazitäten-Modell (Effort-Model) von Daniel Gile (1995), psychologische Prozessanalyse nach Barbara Moser-Mercer (1976) oder David Gerver (in dem Modell von Gerver (1976) wird die Rolle des Gedächtnisses stark berücksichtigt), psycholinguistische Modelle von A.F. Širâev (teilt den Dolmetschprozess in 3 Stufen: Orientierung im AT, Suche/Entscheidung, Umsetzung, vgl. Širâev 1979) und G.V. Černov (Černov 1978, 1987), oder auch die Strategien-Analyse nach Sylvia Kalina (Kalina 1998) zu nennen. Ein integrativ konzipiertes Dolmetschmodell von Dörte Andres zeigt grundlegende Einflussfaktoren im Dolmetschprozess auf, wie den Stellenwert des *Self Concepts*, die zentrale Bedeutung der *Makrostrategie* und der *metakognitiven Kontrollinstanz*, wobei gerade diese Aspekte bisher wenig erforscht wurden (vgl. Andres in *Studia Ubb. Philologia* 2011:79-104). Eine Auswahl von Dolmetschprozessmodellen befindet sich auch im Anhang 1.

Erst seit kurzer Zeit befassen sich jedoch die Forscher nicht nur mit psycholinguistischen und kognitiven Dolmetschprozessen sondern auch mit den kommunikativen und funktionalen Modellen des Dolmetschens (Dialogdiskurse)²³, insb. weil infolge gesellschaftlicher Entwicklungen neu entstandene Modi und Settings einen Erweiterungsprozess in der DW eingeleitet haben. Damit hat sich Pöchhacker (2000:124) in seinem Spektralmodell der DW befasst:

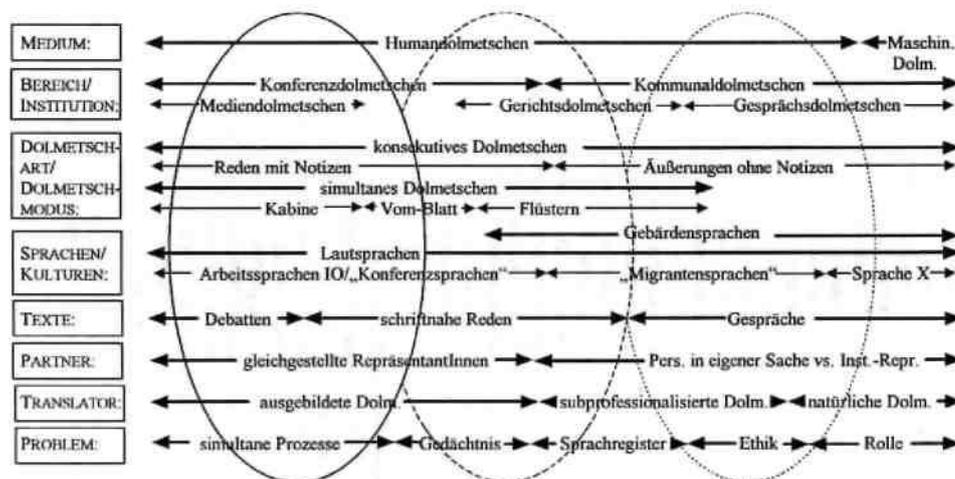


Abb. 16: „3-Welten“-Schema der Dolmetschwissenschaft

Dieses „3-Welten-Schema“ veranschaulicht die Relation zwischen dem professionalisierten Konferenzdolmetschen (Ellipse links), dem subprofessionalisierten Gerichtsdolmetschen (Ellipse in der Mitte) und dem laienhaften Dolmetschen im Gesundheits- und Sozialwesen (Ellipse rechts).

Im Rahmen des neuen Konzepts der Translationskultur (Schippel (Hg.) 2008) bringen die Forscher nun neue Erkenntnisse auf dem DW-Gebiet. Dies geschieht v.a. durch die Ausweitung des DW-Blickfeldes auf die Bereiche Interaktion und Institution, denn man wandte sich

²³ Susan Berk-Seligson (1990) befasst sich mit Gerichtsdolmetschen in den USA; Per Linell (1997) und Cecilia Wadensjö (1998) interessiert Kommunaldolmetschen; M. Kondo und H. Tebble (1997) beschäftigt die interkulturelle Komponente um nur einige zu nennen.

„... im Gefolge einer handlungstheoretisch fundierten Translationstheorie und vor allem einer verstärkten Beschäftigung mit dem Dolmetschen in der *face-to-face* Kommunikation dem komplexen Wechselspiel zwischen den KommunikationspartnerInnen zu, wofür interaktions-soziologische und diskursanalytische Konzepte und Methoden zur Anwendung kamen... Dass die Bedeutung institutionellen Einflussgrößen nicht auf den Bereich des Kommunaldolmetschens beschränkt ist, wurde anhand einiger neuer Arbeiten diskutiert²⁴ und in einem um die Kategorie der Institution erweiterten Mehrebenen-Modell zur Analyse des Dolmetschens zum Ausdruck gebracht.“ (Pöchhacker in Schippel (Hg.) 2008:65)

Das Mehrebenen-Modell zur Analyse des Dolmetschens von Franz Pöchhacker (ebd.:62) bildet einen Rahmen für die eigenen dolmetschrelevanten Auseinandersetzungen und gibt eine Orientierung beim Aufbau der eigenen autodidaktischen Kompetenz, nämlich die Schwerpunkte für das eigene Bemühen um Weiterbildung und Qualitätsverbesserung: Ausbau der relevanten Kompetenzen in der kognitiven (Dolmetschprozess), interaktionellen (Sensibilität für AT- und ZT-Rezipienten) und institutionellen Dimensionen (Umgang mit Kollegen, Kunden und der breiten Öffentlichkeit), denn Pöchhacker betont nochmals, dass *„letztlich alle diskursiven und außersprachlichen Einflussgrößen durch die subjektive Wahrnehmung und vorwissensbedingte Einschätzung vermittelt werden und dass somit die kognitive Basis des Dolmetschens mit dem Bedingungsgefüge der Interaktion und der Institution untrennbar verbunden ist.“* (ebd.:65)

Die angeführten Modelle verdeutlichen, dass sich im Laufe verhältnismäßig kurzer Zeit verschiedene Dolmetschschulen etabliert haben und viele Standardwerke zum Thema geschrieben wurden, deren Aufzählung hier aber unterlassen wird. Die einschlägigen Berufsverbände²⁵ und folglich auch die Ausbildungsstätten - wo Theorie und Praxis einander bereichern - haben sich der Ausformulierung und Sicherung der angemessenen Qualitätskriterien verschrieben. Die Fachverbände von Dolmetschern haben auch folgende Funktionen übernommen: wissenschaftliche Forschungsarbeit, Preisbildungspolitik, Öffentlichkeitsarbeit zur Verbesserung vom Berufsstatus und Aufklärung von Kunden mit dem Zweck – um es im Sinne von Erich Prunč zu sagen – die allgemeine Translationskultur zumindest im westlich geprägten Kulturraum zu entwickeln.

Diese theoretischen und deskriptiven Auseinandersetzungen mit dem Thema Dolmetschen sind von eminenter Bedeutung für die weitere Entwicklung der gesamten DW, sind aber auch einer verbesserten Dolmetschdidaktik und -praxis dienlich. Die wissenschaftliche Komponente ist folglich eine unentbehrliche Teilkompetenz des Translators. Sie gibt Orientierung beim gezielten

²⁴ nämlich die von Marzocchi, Carlo (1998): „The Case for an Institution-Specific Component in Interpreting Research.“ In: *The Interpreters' Newsletter* 8, 51-74; -(2005): “On Norms and Ethics in the Discourse on Interpreting. “ In: *The Interpreters' Newsletter* 13, 87-107; Vuorikoski, Anna-Riita (2004): *A Voice of its Citizens or a Modern Tower of Babel? The Quality of Interpreting as a Function of Political Rhetoric in the European Parliament*. Tampere: Tampere University Press.

²⁵ z.B. Aiic - Association Internationale des Interprètes de Conférence – www.aiic.net (*Code of Professional Ethics*), ADUE Nord - Assoziierte Dolmetscher und Übersetzer in Norddeutschland e.V. - www.adue-nord.de (*Leitfaden zur erfolgreichen Abwicklung von Dolmetschaufträgen und Übersetzungsaufträgen, Dolmetscher und Übersetzer als Kulturmittler*), ATICOM - Fachverband der Berufsübersetzer und Berufsdolmetscher e.V. - www.aticom.de (*Praktische Hinweise für die Vergabe von Dolmetsch- und Übersetzungsaufträgen*), VKD in BDUe – Verband der Konferenzdolmetscher im Bundesverband der Übersetzer und Dolmetscher e.V. - www.vkd.bdue.de (*Dolmetschen von A-Z*), SPR – Союз ПЕРЕВОДЧИКОВ РОССИИ - www.translators-union.ru, NLP - Национальная лига переводчиков - www.russian-translators.ru (u.a. *Leitfaden für die Organisation von simultan gedolmetschten Veranstaltungen*)

Selbststudium und -training – beim Aufbau der eigenen *autodidaktischen Kompetenz*, die Kenntnisse über die entwickelten Dolmetschmodelle voraussetzt, um einzelne Defizite in Subkompetenzen des Dolmetschens (Teilkompetenzen der Dolmetschkompetenz) herauszukristallisieren und anschließend zu beseitigen. Jeder angehende und praktizierende Dolmetscher muss sich dessen bewusst sein, dass eine theoretisch fundierte Dolmetschfachkompetenz ihn - wenn durch gekonnt platzierte Bemerkungen zum Ausdruck gebracht - in Gesprächen mit Kunden und Bedarfsträgern fachkundig und befugt erscheinen lässt, was seinerseits für seinen gesamten *Auftritt* ausschlaggebend sein kann. Auf die Kommunikation mit den Kunden wird detaillierter im Teil II der vorliegenden Arbeit eingegangen. Im Folgenden werden aber konkrete Gegebenheiten der Dolmetschtätigkeit behandelt.

2. Translationstätigkeit

„Wörter bringen zwar Bedeutungen ins Spiel, aber Traditionen, Konventionen und Situationen entscheiden darüber, welchen Sinn sie haben. Dolmetscher wissen das.“ (*Der Ruf des Papageis – Wie Dolmetscher für die Verständigung sorgen, und weshalb sie sich manchmal missverstanden fühlen.* URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>)

2.1. Translationstätigkeiten im Vergleich: Übersetzen und Dolmetschen

Generell gelten *Dolmetscher*²⁶ und *Übersetzer* als Fachleute für erfolgreiche Kommunikation zwischen Angehörigen unterschiedlicher Sprach- und Kulturgemeinschaften, wobei sich, wie im vorigen Abschnitt hervorgehoben, Übersetzen in der Regel auf schriftliche und Dolmetschen auf mündliche Textübertragung bezieht und beides sich unter dem Oberbegriff Translation zusammenführen lässt. (Vgl. Salevsky 1992:109)

„Translation ist eine sekundäre komplexe kommunikative Tätigkeit, deren Ziel von der primären Tätigkeit im Rahmen der interkulturellen/interlingualen Kommunikation bestimmt wird, der sie dient... Dolmetschen ist die Art der Translation, die durch spezifische Tätigkeits- bzw. Handlungsbedingungen charakterisiert ist und sich dadurch vom Übersetzen unterscheidet. Der Dolmetscher vollzieht die translatorischen Basishandlungen einmalig und spontan an Textsegmenten, da der Ausgangstext erst in der aktuellen Handlungssituation produziert bzw. vorgetragen wird. Basis für die Zieltextproduktion (Transposition und mündliche Realisation) für die i.d.R. anwesenden Adressaten ist daher nicht ein vollständiger Ausgangstext, sondern das im Gedächtnis gespeicherte (bzw. notierte) logisch-begriffliche Substrat des rezipierten Segments des Ausgangstextes.“ (ebd.:109f)

Die wesentlichen Unterschiede der Arbeit von Dolmetschern und Übersetzern sind von d.Vf. in der folgenden Tabelle kurz zusammengefasst worden:

Tabelle Nr.1 „Unterschiede zwischen Übersetzen und Dolmetschen in klassischen Situationen“

| | Übersetzen | Dolmetschen |
|---------------------------------------|---|---|
| AT | als Ganzes vorhanden | einmalig, diskret |
| | in der Vergangenheit erstellt | gegenwärtig produziert, situationsbedingt |
| | abgeschlossen, konstant, immer wieder vorhanden | vergänglich, muss memoriert werden |
| | i.d.R. verbal gestaltet | verbal, para-, nonverbal geprägt |
| Produzent vom AT und sein Stil | gleich | variabel |

²⁶ Der Begriff Dolmetscher wird in verschiedenen Sprachräumen unterschiedlich aufgefasst. So besteht für russische Muttersprachler sein grundsätzliches Merkmal in der Mündlichkeit. Deswegen heißt er auch auf Russisch *ustnyj perevodčik*, was so viel wie *mündlicher Übersetzer* bedeutet. Der Oberbegriff *perevodčik* bleibt immer gleich, die Adjektive *pismennyj* oder *ustbnyj* unterscheiden entsprechend zwischen schriftlich bzw. mündlich arbeitenden Translatoren. Die in romanischen Sprachen verbreitete Benennung mit dem Stamm *interpret* entspricht eher dem Wesen des Dolmetschens. Aber auch im angelsächsischen Sprachraum setzt sich die Benennung *translator* mst. durch, so laut die Proteste von *interpreters* auch sein mögen. Bedarfsträger, Auftraggeber und das breite Publikum können Übersetzen und Dolmetschen oft nicht korrekt unterscheiden, was gewisse Probleme nach sich zieht: der fehlende rechtliche Schutz und die Unwissenheit verhelfen falschen Personen zu Aufträgen, die oft nicht die beste Qualität liefern, dadurch den Berufsstatus beeinträchtigen und somit den Teufelskreis schließen.

| | | |
|---------------------------------|--|---|
| ZT | schriftlich fixiert und korrigierbar | einmalig mündlich produziert, Vergleich mit AT und die Verbesserung i.d.R. unmöglich |
| Situation | Übersetzer ist nicht direkt in die Situation eingebettet | Dolmetscher ist emotional involviert |
| Kontakt zu Kommunikanten | Aktanten sind zeitlich, räumlich und sozial (extraverbale Faktoren) isoliert | sprachlicher und persönlicher (verbal und nonverbal) Kontakt, Feedback seitens Rezipienten (Reaktion, Verstehen) und Produzenten (Termini im Vorfeld klären u.ä.) möglich |
| ZT-Rezipient (Publikum) | dem Übersetzer unbekannt | dem Dolmetscher i.d.R. vertraut und bedingt seine Monitoring-Strategien ²⁷ |

Die angeführten Definitionen und Unterscheidungskriterien sollen verdeutlichen, dass sich die Tätigkeit eines Dolmetschers in vielen praktischen Aspekten erheblich von der klassisch aufgefassten Übersetzungstätigkeit unterscheidet. Die Dolmetschtätigkeit verläuft auch in diversen Konstellationen, so dass unterschiedliche Dolmetscharten zustande kommen. Eine Klassifizierung ergibt sich z.B. durch Differenzierung in verschiedene Dolmetschtechniken. Dabei ist das zeitliche Verhältnis zwischen der Produktion von AT und ZT von vorrangiger Bedeutung:

„Beim Simultandolmetschen wird die Darbietung des Ausgangstextes für die Zieltextproduktion nicht unterbrochen“ und „Beim Konsekutivdolmetschen wird die Darbietung des Ausgangstextes für die Zieltextproduktion unterbrochen.“ (Salevsky 1992:110)

2.2. Dolmetschertätigkeit

Im Folgenden wird näher auf die charakteristischen Merkmale und Techniken des Dolmetschens in seinen Hauptausprägungen eingegangen und es werden allgemeine Anforderungen und Qualitätskriterien formuliert.

Zunächst wird aber die auftragsorientierte Vorgehensweise vom Standpunkt des Dolmetschers aus in einem grundlegenden Schema skizziert:

► *Vorbereitung*²⁸ auf einen Einsatz (folgt auf eine marketingorientierte Auftragsannahme), erfolgt thematisch, sprachlich, dolmetschspezifisch, organisatorisch, kommunikativ (Klärung der Kommunikationssituation), textuell (evt. am Redemanuskript), modusspezifisch (z.B. konsekutiv) sowie psychologisch (vgl. Kalina 1998:116f, Stoll 2009:67f und siehe Anhang 2).

► 3 Hauptdolmetschphasen:

- *Rezeption*, typische Handlungen: das schnelle Erfassen der kommunikativen

²⁷ Beispiel für Sensibilität für das Publikum bereits bei Dolmetschstudierenden: „In der Pause habe ich gesehen, dass die meisten Konferenzteilnehmer, für die ich gedolmetscht habe, junge Studenten aus Russland sind, die nicht so viel Erfahrung mit den Themen Menschenrechte usw. hatten. Den Umstand habe ich dann beim Dolmetschen immer berücksichtigt und mich um eine einfache Formulierung und - soweit die Zeit verfügbar war - um die Erklärung schwieriger Fachtermini bemüht.“ (Petrova, Anna (2010) Kommilitonin am SUEDE Universität Heidelberg; mündlich Mitteilung bez. der Konferenz *Living in a multicultural world* im Juli 2010, organisiert von CAUX-Initiatives of Change)

²⁸ Siehe Anhang 2

Dolmetschsituation, Verarbeitung des Inhalts bis zum Erfassen des kommunikativen Sinnes der Rede, gleichzeitig Erschließung unbekannter Ausdrücke, Verdichten der Information, Strukturierung der Inhalte (grafische Zuordnung mit logischen Verbindungen), das Memorieren sowie der Umgang mit Verstehensmängeln;

- *Umsetzung*: Neuorganisation der Inhalte nach verfügbaren Konzentrationsreserven, mühelose Umschaltung von der AS in die ZS, Umgang mit den oft auftretenden Entsprechungslücken (Wortfindungsstrategien: Eliminieren, Umstellung, Original, Paraphrase, Hyperonym, Hyponym, verneintes Antonym, Synonyme usw.) in der ZS für AS-Ausdrücke;

- *Reproduktion*: die mühelose Versprachlichung des verarbeiteten Inhalts und dessen adressatengerechte Anpassung, die stimmliche, prosodische - parasprachliche u. rhetorisch angemessene Gestaltung, die fortlaufende Selbstkontrolle der eigenen Leistung sowie der Umgang mit Verstehensproblemen, Mängeln des Originals und mit anderen Störfaktoren in der Kommunikation.

- ▶ *Nachbereitung*²⁹ für weitere Einsätze, Bewertung der Dolmetschleistung, Daten-, Kontaktpflege.

Dementsprechend gibt es auch die Dimensionen von Auftraggebern und Bedarfsträgern. Der *Auftraggeber* (Kunde) beauftragt einen Dolmetscher mit dem Ziel eine Kommunikation zwischen Vertretern unterschiedlicher Sprach- und Kulturgemeinschaften (Bedarfsträger) zur Zufriedenheit aller Beteiligten zu ermöglichen. Deshalb soll in erster Linie die Aufklärung der Kunden (diese entscheiden, wem sie ihre Aufträge erteilen) über die Nuancen der Dolmetschtätigkeit³⁰ erfolgen, denn „*erfahrungsgemäß erwartet der durchschnittliche Nutzer vom Dolmetscher keineswegs, dass dieser fremdsprachliche Äußerungen (verantwortungs-) bewusst verarbeitet und seinen Zuhörern zugänglich zu machen sucht, sondern dass er ‚ganz einfach das wiederholt, was der Redner gesagt hat‘*“ (Mack in Best+Kalina (Hg.) 2002:114). Die *Bedarfsträger* sind somit die unmittelbaren Konsumenten der Dolmetschleistung und geben dem Dolmetscher durch ihre Charakteristiken Orientierung bei der Reproduktion. Sie können aber meistens die Qualität der Verdolmetschung nur schwer beurteilen, auch weil sie über die relevanten Kriterien nicht aufgeklärt werden und oft psychologische Probleme bez. der Auf-den-Dolmetscher-Angewiesenheit haben:

„Dieses Gefühl, ihrem "Kommunikationspiloten" ausgeliefert zu sein, ist auch für manche Konferenzteilnehmer eine Beschwerde. Sie äußert sich manchmal darin, dass die Kompetenz des Dolmetschers anhand von Wörterbüchern überprüft wird; in gravierenden Fällen wird sogar versucht, ihn sein Handwerk zu lehren. Erfahrene Dolmetscher reagieren auf diese Symptome der Dolmetsch-Phobie mit Gelassenheit. Aber auch ihr Blut gerät manchmal in Wallung, wenn ihnen wieder einmal erklärt wird, dass jenes Wort dieses heißt.“ (Der Ruf des Papageis. URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>)

Auf die rezipienten- und kundenspezifischen Aspekte wird in Teil II näher eingegangen, an

²⁹ *Nach dem Spiel ist vor dem Spiel*. Sepp Herberger

³⁰ Die Fachverbände und die einzelnen Dolmetscher stellen relevante Informationen ins Internet auf ihren Webseiten, diese Maßnahmen erscheinen aber aus der Sicht d.Vf. als unzureichend. Die Entwicklung einer Translationskultur bedarf viel mehr Aktivitäten.

dieser Stelle folgt die Beschreibung von konkreten Dolmetschtechniken.

2.2.1. Dolmetschauftritt: Techniken und Anwendungsbereiche des Dolmetschers

Im Allgemeinen unterscheidet man folgende Formen des Dolmetschens:

- Konferenzdolmetschen (Simultan- und Konsektivdolmetschen, Verhandlungsdolmetschen);
- Diskursdolmetschen (Community interpreting/Kommunaldolmetschen: Behörden-, Gerichts- oder Arzt-Patient-Dolmetschen).

Für die vorliegende Masterarbeit ist das Konferenzdolmetschen von primärer Bedeutung. Im Folgenden werden dementsprechend vordergründig für das Konferenzdolmetschen relevante Gegebenheiten und Faktoren behandelt.

Konferenzdolmetscher werden bei internationalen Konferenzen u.ä. Veranstaltungen wie Lesungen, Kongressen, Gipfeltreffen, aber auch bei Live Übertragungen im Fernsehen eingesetzt und müssen spezielle Techniken beherrschen: *Simultan- (SD) und Konsektivdolmetschen (KD)*.

SD wird als Oberbegriff für diverse Techniken verwendet, um diese vom KD zu unterscheiden und wird je nach Arbeitsbedingungen (schriftlich oder mündlich dargebotener AT, vorbereitet oder unvorbereitet) in folgende SD-Arten unterteilt:

1. Das eigentliche SD (mündliche Darbietung des AT und fast gleichzeitige Reproduktion);
2. Das Dolmetschen vom Blatt mit und ohne Vorbereitung;
3. Synchrones Lesen einer übersetzten Rede.

Je nach Situation (mehrsprachige Veranstaltungen, Konferenzen, Tagungen, Verhandlungen, Shows, Galas usw.) und technischer Ausrüstung unterscheidet man zwischen Kabinendolmetschen, Flüsterdolmetschen, Dolmetschen über Personenführungsanlagen (tragbare Headsets) oder Telefon, Remote- und Videokonferenzdolmetschen.

KD erfolgt zeitversetzt in längeren alternierenden Segmenten des AT und des ZT, wobei oft spezielle Notizentechnik verwendet wird. Der AT kann monologisch und dialogisch (dabei findet das s.g. Codeswitching statt) aufgebaut sein, was von der konkreten Dolmetschsituation abhängt, sei es z.B. eine Tisch- oder Begrüßungsrede, bilaterale Verhandlungen, feierliche Anlässe (Festrede), Vorträge, Führungen bzw. Verhandlungen am „Runden Tisch“, technische Gespräche (Maschineneinführungen), Tischgespräche.

Es sei angemerkt, dass das eigentliche SD als „Königdisziplin“ unter den Dolmetscharten hervorgehoben wird und SD das s.g. *Multitasking (Hören+Verstehen+Analysieren+Umsetzen+*

Sprechen) erfordert. Es wird von Miram als „*psychophysiologische Anomalie als Beruf*“ bezeichnet (2006:82). SD erfolgt diskret, d.h. in kurzen Textsegmenten, unter zeitlichem Druck und wird durch diverse externe Faktoren (dazu zählen etwa eine schlechte Tonqualität, nicht vorliegende Dokumente, Sichtbehinderung auf den Redner oder dessen Sprechgeschwindigkeit, fremdsprachlicher Akzent, benutzte technische Hilfsmittel, interne Witze oder Anspielungen, den Dolmetscher zusätzlich belasten, seitens der Rezipienten aber kaum erkannt werden). Das erfordert das Beherrschen bestimmter Strategien (Segmentieren, Nominalisieren, Antizipieren, Verdichten/Eliminieren, Umstellen, Umstrukturieren, Konzeptualisieren, Visualisieren, Umgang mit Realia, Priorisieren usw. Vgl. Kalina 1998:118-120, Širâev 1979:40-45, 60-70) und (Notations-)Techniken - die unter der s.g. *Dolmetschkompetenz* zusammengefasst werden. Die Dolmetschkompetenz im weiten Sinne umfasst aber auch souveräne Beherrschung anderer Dolmetschtechniken, denn ein praktizierender Dolmetscher benötigt i.d.R. sowohl KD- als auch SD-Kompetenzen, die entsprechend bestimmten Kriterien entwickelt werden müssen. Deswegen werden im Folgenden die Evaluationskriterien beim Dolmetschen näher behandelt, die – auch wenn sie ziemlich umstritten und nicht eindeutig definiert - sowohl für die Auftraggeber und Dolmetschausbilder als auch für die Dolmetscher selbst richtungsweisend sind.

2.2.2. Dolmetschkompetenz: Anforderungen und Evaluationskriterien

Education is not the filling of a pail, but the lighting of a fire.
W.B. Yeats

Der Evaluationsprozess ist immer mit einer gewissen Zerlegung eines Objektes (hier z.B. DA beim Einsatz) in zu analysierende Teile (Kompetenzen) verbunden. Die Evaluation ist eine viel diskutierte Frage in der allgemeinen TW und der DW (siehe z.B. Bühler 1986, Esagir 2000, Kahane 2000; Kurz 1993; Kutz 1997, 2005; Moser-Mercer 1996, Pöchhacker 2002 beleuchten diese Frage aus verschiedenen Perspektiven³¹, Gerzone 2002, Gile 1999, Pöchhacker 2001 diskutieren Objektivität der Qualitätskriterien) und wird oft – insb. seitdem es eine akademische Dolmetscherausbildung gibt - in Verbindung mit Kompetenzbegriff (z.B. Miram 2006, Kalina 2002, Mack 2002) gesetzt. Deshalb wird an dieser Stelle der Frage der Kompetenzerfassung einiges an Aufmerksamkeit geschenkt.

Mit Kommunikation hat Chomsky³² erstmals den Begriff *Kompetenz* in Verbindung gebracht und als die Fähigkeit von Sprechern und Hörern, anhand von einem begrenzten Instrumentarium von Kombinationsregeln und Grundelementen theoretisch unendlich viele neue Sätze selbstorganisiert bilden und verstehen zu können sowie einer ebenso unendlichen Menge von Ausdruckselementen eine denkbar unendliche Menge von Bedeutungen zuzuordnen, definiert. Und so herrscht immer noch trotz

³¹ Betont wird, dass die Verdolmetschung unter dem Einfluß subjektiver Faktoren wahrgenommen wird: diverse Intentionen, Präsuppositionen, aber auch die Rollenverteilung in der konkreten kommunikativen Situation. Dies unterstreicht wiederum den Dienstleistungscharakter des Dolmetschens, was schwankende Qualitätskriterien impliziert.

³² Siehe Dresselhaus, Günter (1979): *Langue/Parole und Kompetenz/Performanz*. Zur Klärung der Begriffspaare bei Saussure und Chomsky; ihre Vorgeschichte und ihre Bedeutung für die moderne Linguistik. Frankfurt a.M.; Bern; Cirencester: Lang.

aller Bemühungen des kommunikativen Sprachunterrichts (vgl. Prunč 1997:103) der Stereotyp von „Sprachkompetenz“ vor, und zwar dass die Beherrschung der Grammatik, des Vokabulars, allgemeiner Spielregeln – und nicht etwa die Fähigkeit zum Handeln durch Sprache (impliziert nach der Meinung d.Vf. theoretische Reflexion des eigenen Handelns, interdisziplinäre Denkweise und kreative Herangehensweise) ausschlaggebend ist. Das führt zum Missverständnis: übersetzen und dolmetschen könne jeder, der eine genügende Sprachkompetenz besitze und spezielle Termini beherrsche.

Der Kompetenzbegriff wurde von den Pädagogen und Didaktikern dankbar aufgenommen und hat den Begriff Lernziele fast völlig abgelöst, weil er seinem Wesen nach den modernen anthropozentrischen Tendenzen entspricht und den Fokus beim Lernenden platziert: In dieser Form lässt sich der Ausbildungsprozess anhand von praktischen Anforderungen steuern und das Endprodukt in seinen Charakteristika prognostizieren. Auch die s.g. Human-Resources-Manager hat es gleichermaßen erfreut, dass sie nun konkrete Bezeichnungen für die Charakteristika zur Verfügung hatten, die in ihren Augen einen „guten“ Spezialisten zusätzlich zu seinen Qualifikationen ausmachen. Die Softskillsbegeisterung wucherte dementsprechend ins Groteske.



Der Begriff Kompetenz wird in der einschlägigen Literatur oft nicht eindeutig definiert. Bei allen Definitionen lässt sich aber Gemeinsames finden. So wird Kompetenz psychologisch betrachtet als *„die bei Individuen verfügbaren oder durch sie erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, um bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten, um die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“*³³ definiert. In der vorliegenden Arbeit wird dieser Begriff ziemlich universell und kontextbedingt als bestimmte Fähigkeiten, als spezifisches Charakteristikum oder sogar als Anwendungsbereich von bestimmten Kompetenzen aufgefasst.

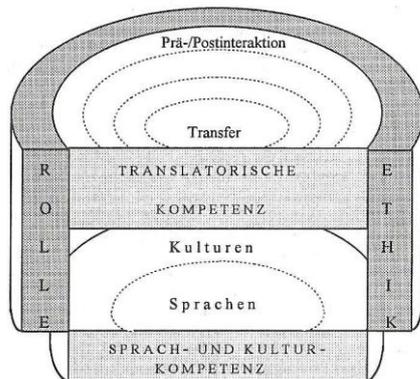
Kompetenz ist eine Voraussetzung für Performanz, die als umgesetzte Kompetenz wahrgenommen wird und daher Aufschluss über den Entwicklungsgrad der Kompetenz gibt: die eigenen Kompetenzen kann man stets weiterentwickeln, man muss sie aber auch gut umsetzen

³³ Weinert, F.E. 2001: *Vergleichende Leistungsmessung in Schulen - eine umstrittene Selbstverständlichkeit* in F. E. Weinert (Hg.), *Leistungsmessung in Schulen*. Weinheim; Basel: Beltz-Verlag. S.46f.

können, damit die Beobachter sie auch entsprechend beurteilen können. Aus der Sicht d.Vf geht es i.d.Z. um den Gemeinplatz „Taten sagen mehr als Worte“, und für die Translation bzw. das Dolmetschen bedeutet das, dass der Dolmetscher stets eine gute Leistung (gemessen am allgegenwärtigen Kostenfaktor) erbringen soll, nämlich für die allgemeine Zufriedenheit (sei es aufgrund von perfektem Dolmetschen oder ausgezeichneten sozialen Kompetenzen des Dolmetschers) sorgen. Dieses neue Verständnis vom Dolmetschen als einer zu evaluierenden (höchst anspruchsvollen kognitiven) Dienstleistung mit der Qualitätseigenschaft, die zur Zufriedenheit vom Kunden aufgrund der angemessenen Verständigung der Kommunikationspartner führt, ist ein Ergebnis der Entwicklung der Moderne: der Berufsstand hat sein ehemaliges Prestige verloren und wird nun gemäß (noch nicht eindeutig) bestimmten Kriterien beurteilt. „Schönheit liegt im Auge des Betrachters“ – mit dieser Methapher betont Moser-Mercer (1996:44), dass der Qualitätsbegriff immer relativiert aufgefasst werden soll.

Kompetenzen werden von den Forschern in Gruppen eingeteilt und als Basis für größere Gebilde wie Begabung, Intelligenz³⁴, Kognition, Motivation usw. analysiert. In diesem Sinne werden auch die Phänomene wie die emotionale Intelligenz von Daniel Goleman in Teil II, Kapitel 2 der vorliegenden Arbeit behandelt.

Mittlerweile gibt es eine unübersichtliche Anhäufung von Klassifikationen und Kompetenzmodellen, deren nähere Betrachtung den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde³⁵.



Diese einsortierende Aufgabe wird eher den Dolmetschdidaktikern überlassen, die sich z.B. der Qualitätsverbesserung und einer verbesserten Ausbildung von zukünftigen Sprachmittlern verschrieben haben: jede Dolmetscherschule erarbeitet, geleitet von in der Praxis allgemein formulierten Kriterien³⁶, ihre eigenen Wegweiser – Studienpläne - für Lerner, das hat eine Curricula-Analyse russischer und deutscher

Dolmetschausbildungsstätten bestätigt. So wurde z.B. in den 90er Jahren ein Dolmetschkompetenzmodell von Wladimir Kutz (1994:90, 2002:184) und seinen Kollegen im Rahmen der Leipziger Schule entwickelt, das drei Hauptelemente enthält: Präsentationsfähigkeiten,

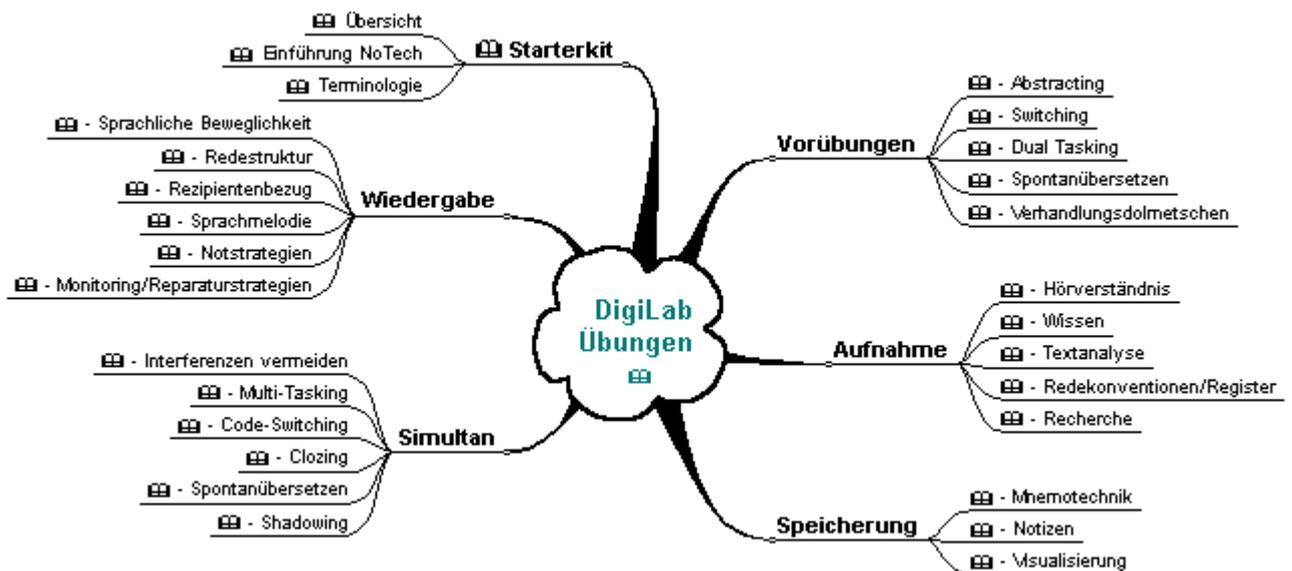
³⁴ intellektuelle Kompetenz oder Intelligenz wird als eine Kompetenzgruppe angesehen, die eine Basis für die Entwicklung und Pflege und Weiterbildung von den anderen Kompetenzgruppen darstellt. Das sind also Fähigkeiten zur Analyse, Synthese, Gegenüberstellung und zum Vergleich, zur Diagnostizierung und Prognostizierung, flexibler und kritischer Denkweise, zum Organisieren und Planen. Besonders deutlich wird der Entwicklungsgrad dieser Kompetenzen beim Problemlösen und bei der Entscheidungsfindung sichtbar.

³⁵ Die Abbildung zeigt z.B. Kompetenzanforderungsmodell von Pöchhacker (2000:45)

³⁶ I.d.R. sinngemässe, flüssige und volle Wiedergabe und korrekte grammatische Gestaltung des AT, logischer Aufbau des ZT, eine angenehme Stimme u.ä.

muttersprachliche und fremdsprachliche Kompetenzen und Beherrschung von Dolmetschtechniken und –strategien. Dieses Modell wurde von vielen Dolmetscherschulen aufgegriffen und wird außerhalb Deutschlands z.B. an der Fakultät für Angewandte Linguistik der Universität Kharkov et al. praktiziert³⁷. Besonders soll an dieser Stelle das Heidelberger Modell *Digilab* erwähnt werden. Das Digilab³⁸ ermöglicht einen Online-Zugriff auf diverse Ressourcen zum Eintrainieren von Dolmetschsubkompetenzen und eignet sich perfekt für das Selbststudium (Aufbau einer autodidaktischen Kompetenz):

„So entwickeln die Studierenden Dolmetschkompetenz, die Fähigkeit, sich wissenschaftlich fundiert mit den Herausforderungen und Strategien des Dolmetschens auseinanderzusetzen, sowie Dolmetschperformanz, und damit die Fähigkeit, hochleistungsfähige Strategien methodisch sicher in die Praxis umzusetzen. Weiterhin entwickeln sie im Rahmen des *Problem Based Learning* (PBL), der didaktisch unterstützten Problemlösung in Kleingruppen von drei bis vier Studierenden, die Lernkompetenz. Anhand der Fehler auf Diskursebene werden im Rahmen einer Anamnese die strategischen Fehlentscheidungen beim Simultan- und Konsektivdolmetschen bewertet, Lösungen erarbeitet und gezielt im Rahmen der Übungen des *Digilab* eintrainiert.“ (Stoll 2009:79)



In der vorliegenden Arbeit wird auf diese didaktischen Fragen aber nicht näher eingegangen, es wird angenommen, dass die Betroffenen die richtige Studienwahl getroffen haben und wissen, wie sie ihre Dolmetschfachkompetenzen konsequent ausbauen und weiterentwickeln. Diese akademischen Qualitätsanforderungen haben einen überwiegend linguistischen Charakter, während in der Praxis die extralinguistische Komponente prävaliert. Eine Kooperation zwischen Institutionen und Ausbildungsstätten ist wie z.B. im Falle von EMCI³⁹ möglich.

Wie bereits in Kapitel 1.2. erwähnt, haben auch die Dolmetschfachverbände diese Aufgabe der Standardisierung übernommen, und entsprechende Anforderungsprofile erstellt bzw. Normen

³⁷ http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/katedra_movozn.html.

³⁸ <http://147.142.237.240/digilab/digilab.htm>, <http://www.chstoll.com/digilab/>

³⁹ Der "European Master in Conference Interpreting" gemeinsames Projekt (1997) von GD Dolmetschen der SCIC, dem Europäischen Parlament und dem Programm SOCRATES. <http://www.emcinterpreting.org/>

formuliert (siehe z.B. allgemeine Anforderungen an Translatoren⁴⁰, Professional Standards oder Code of Professional Ethics von AIIC, Dokumente von DG SCIC (jedenfalls keine eindeutigen ausformulierten Kriterien) usw.), die aber, wie oben erwähnt, meistens eher einen Verallgemeinerungscharakter haben und als Ausbildungskriterien wiederum nur bedingt gelten können:

„Es scheint in der Fachliteratur Übereinstimmung darüber zu herrschen, dass Pauschalurteile wie ‚gut‘ oder ‚schlecht‘ durch sorgfältig ausgewählte, je nach Situation mit unterschiedlichen Gewichten zu wertende Parameter der Qualität abgelöst werden müssen, wobei die Frage bis heute nicht eindeutig geklärt ist, in welche Teilaspekte der Qualitätsbegriff zu gliedern ist“ (Kusztor in Kalina et al. (Hg.) 2000:20f).

Zum Thema Translationskompetenz liegen bereits Standardwerke (siehe z.B. Fleischmann (Hg.) 2004 oder Göpferich 2008) vor. Interessant erscheint auch die historische Analyse der prävalierenden didaktischen Ansätze in der TW im 20. Jahrhundert. Hartwig Kalverkämper (in Gerzymisch-Arbogast (Hg.) 1999:72) fasst diese Prioritäten (Lernziele) der Translatorenausbildung folgendermaßen zusammen:

- 1960er Jahre – Linguistische Kompetenz;
- 1970-80er Jahre – translatorische und interdisziplinäre Kompetenz;
- 1980er Jahre: pragmatische Paradigma – kommunikative Kompetenz;
- Kulturkompetenz;
- Interkulturelle Kompetenz.

Sehr generell können Kompetenzen in zwei große Gruppen eingeteilt werden: kommunikative und fachliche. Die *Dolmetschkompetenz* beschreibt somit die Vielfalt an akademisch vermitteltem oder autodidaktisch angeeignetem instrumentellem Wissen und Können eines professionellen Translators - einen Verbund aus AT-Verarbeitungskompetenz (Erkennen von Makrostrukturen, Informationshierarchisierung, Komprimierung), Sprachkenntnissen in der ZS, kulturellen Kenntnissen, Kenntnissen zu Verstehensprozessen und Gedächtnisleistung, Notation sowie Kompetenzen in der Textproduktion. Dabei werden noch Kompetenzen unterschieden, die als Voraussetzung für die Aneignung der Dolmetschkompetenz dienen: kognitionspsychologische Veranlagung für die Entwicklung vom spezifischen Stil und Modus der Informationsverarbeitung und –reproduktion (u.a. Schlagfertigkeit), eine hohe Abstraktions-, Konzentrations- und Leistungsfähigkeit (u.a. trainiertes Gedächtnis), schnelles Umschalten zwischen den Sprachen, Kontaktfreudigkeit, sowie ein exzellentes Organisationsvermögen und hohe Stressresistenz⁴¹.

Die kommunikativen Kompetenzen wären dann diejenigen, die einem Individuum helfen, nach außen erfolgreich zu kommunizieren (verbal und nonverbal: Sprachkenntnisse, Prosodie, Mimik, Gestik, Körpersprache, Pragmatik, Rhetorik, Empathie, Berücksichtigung der extraverbalen Variablen: Zeit, Raum, soziale Umgebung usw.). Sie werden im Studium oft vernachlässigt, helfen aber einem

⁴⁰ auch online unter <http://www.transforum.de/download/Anforderungen.pdf>

⁴¹ vgl. http://www.ihre-dolmetscherin.de/BDUE_Berufsbild_Dolmetscher.pdf

Dolmetscher, Kunden für sich zu gewinnen und zu behalten: Akquise und Kontaktpflege sind insbesondere für freiberuflich tätige Dolmetscher lebenswichtig, aber auch institutionell angestellte Kollegen können davon profitieren.

Eine detaillierte Gewichtung und Beschreibung aller für den Translator relevanten Kompetenzen würde genug Stoff für eine separate Abhandlung liefern, deshalb erhebt diese Masterarbeit keinen Anspruch auf solch eine umfassende Darstellung. An dieser Stelle wäre aber folgende Bemerkung angebracht: alle Teilkompetenzen erscheinen d.Vf. als Kettenglieder, die ein intaktes Gerüst für einen soliden DA darstellen. Sie bedingen und bereichern einander. Das sind Werkzeuge eines Sprachmittlers. Aber damit er zu einem Dolmetscher wird, bedarf es einer ersten grundlegenden Voraussetzung, nämlich seiner Persönlichkeit. Sie fügt dann die Bestandteile zu einem einzigartigen Mosaik zusammen und entwickelt einen eigenen *Stil*, analog zum (nationalen) kommunikativen Stil⁴². Denn, um es mit Worten von Immanuel Kant zu sagen: *Totum e substantiis necessariis est impossibile*. Der Idealzustand ist nur theoretisch möglich, als ein hochgestecktes individuelles Ziel aber durchaus produktiv. Es wird jedem einzelnen Dolmetscher überlassen, nach eigenem Ermessen - aber im stetigen Bestreben um bessere Qualität und entsprechende Anerkennung der Dolmetschleistungen – und auf die eigene Situation zugeschnitten die relevanten Kompetenzen und Performanzen bei sich und den Kollegen zu kultivieren, um gemeinsam zur allgemeinen Verbesserung des Berufsstandes beizutragen.

Und somit tritt die aktive Position jedes einzelnen Dolmetschers als einer dienstleistenden Person mit ihrem Ethos und Skopos in den Vordergrund: er muss sich in jeder konkreten Situation mit dem Bewusstsein, dass an seine Leistungen bestimmte Anforderungen gestellt werden, bedarfs-, kunden- und normenorientiert entscheiden und für die Resultate seiner Entscheidungen haften.

Es ist somit vielleicht besonders wichtig, sich an den Erwartungen von Bedarfsträgern und Auftraggebern zu orientieren (und sie auch durch entsprechende Aufklärungsarbeit kontinuierlich zu beeinflussen). I.d.Z. erscheinen folgende Forschungsergebnisse interessant. Dörte Andres zählt die Erwartungen von Rezipienten der KD-Leistungen in ihrer Gewichtung wie folgt auf: 96% der Rezipienten halten volle und exakte, terminologisch korrekte Sinneswiedergabe des Originals für besonders wichtig, 75% achten insb. auf die Aspekte, wie Sprachregister, Prosodie, Rhetorik, während Stimme und Körpersprache weniger relevant ist; 67% erkennen die Identifikation des Dolmetschers mit dem AT-Produzenten als wichtig an; 84% finden die Veränderungen des AT durch den Dolmetscher unzulässig; 69% finden die Eliminierung unwichtiger Nuancen im AT für zulässig; als besonders störend werden dabei zu große Aufregung und unvollständige Sätze empfunden, als

⁴² Der Stil-Begriff korreliert mit den Elementen *key, channels, forms of speech and discourse format* aus dem Modell von Hymes (1974). Zur kulturellen Relation des Begriffes siehe z.B. Kulikova L.B. (2006): *Kommunikativnyj stil v mežkulturnoj paradigme*. Krasnoarsk: GOU VPO „KGPU“ oder Deborah Tannen in Monaghan, Leila (Hg.) 2007: *A cultural approach to interpersonal communication : essential readings*. Oxford et al.: Blackwell. 150-161

weniger störend erscheinen dagegen evt. Verbesserungen, Akzent, grammatische Fehler (vgl. Kurz 2001: 403). Es sei angemerkt, dass die Rezipientenerwartungen abhängig vom Alter, Geschlecht, Beruf, Nationalität variieren. So hat Daniel Gile z.B. ermittelt, dass die Amerikaner Fehler in der Verdolmetschung mehr tolerieren als die Franzosen (vgl. Gile 1990:68). Die Studie von Bee Chin Ng hat bestätigt, dass die Frauen die richtige grammatikalische und stilistische Gestaltung an die erste Stelle setzen, während die Männer eine lexikalisch passende und flüssige Wiedergabe höher einstufen (vgl. Ng 1992 in *The Interpreters' Newsletter*:37). Barbara Moser-Mercer ergänzt, dass längere Pausen und Flickwörter die Frauen mehr stören als die Männer. Dazu kommt noch, dass die erfahrenen Konferenzteilnehmer die sinngemäße Wiedergabe des AT höher schätzen als die Gestaltung (artikulatorisch, sprachlich, rhetorisch, prosodisch usw.) des ZT (vgl. Moser-Mercer 1994:65). Dies bestätigt auch Daniel Gile (1990): Rezipienten von wissenschaftstechnischen Berufen achten beim Zuhören weniger auf die Stimme und Intonation des Dolmetschers.

Alle Autoren sind sich jedenfalls einig, dass sich die Bedarfsträger nicht im Klaren über die Bewertung einer Dolmetschleistung sind. Woher sollen sie auch wissen, was gut für sie ist? Und woher sollen die Dolmetscher (ihre eigene Bewertung ist immer nur subjektiv) wissen, was für den jeweiligen Auftraggeber angemessen ist? Diese Fragen stellt Silvia Kalina (in Gerzone (Hg.) 2002:121-130) zu Recht. Insb. bez. eines sich stark verändernden Arbeitsmarktes ist es nicht verwunderlich, dass mit den verschlechterten Arbeitsbedingungen auch die generelle Qualität der Leistung abnimmt. Ein alle Kriterien einschließendes und den Minimalstandard der Arbeitsbedingungen festlegendes Rahmenwerk wäre nötig, das auch die Wege für eine Verbesserung aufzeigen würde (ebd.).

Die Sensibilität für externe Erwartungen, Anforderungen, Normen usw. ist für den kontinuierlichen Ausbau der eigenen Fachqualifikationen (im akademischen Unterricht und beim Selbststudium) wichtig und ist auch ein Teil der s.g. Selbsevaluationskompetenz des Dolmetschers – einer der wichtigen fachlichen Komponenten seines Erfolges. Der Berufstand der Dolmetscher verlor aber an Unersetzbarkeit und trägt immer deutlicher den Dienstleistungscharakter, d.h. dass man die eigenen Qualifikationen auch richtig verkaufen muss sowie für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen und mehr Anerkennung (Einbindung in die kommunikative Situation, beratende Rolle) eintreten soll. Dabei helfen die s.g. zusätzlichen Schlüsselqualifikationen, auf die in Teil II eingegangen wird.

3. Dolmetschauftritt: ein Plädoyer für mehr „Integration“

„Translators and interpreters are seen as a necessary evil: they only exist because the world is made up of different languages and cultures and because MT⁴³ ... only produces rubbish.“ (Wilss 1999:169)

Dolmetschauftritt ist aus der Sicht d.Vf. eine kurze und prägnante Bezeichnung für die Gesamtheit der Schlüsselqualifikationen, Kernkompetenzen und insb. Performanzen, die einem Dolmetscher den beruflichen Erfolg sichern können:

„Dolmetscher sorgen für Verständigung. Sie sind jedoch auch auf das Verständnis ihrer Kunden und Klienten angewiesen...“ (Der Ruf des Papageis. URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>)

Und zwar auf Verständnis, dass man über möglichst vieles informiert werden soll: Der Dolmetscher muss viel mehr über die Kommunikationssituation wissen als angenommen wird, um angemessen vermitteln zu können. Dann kann er sich richtig in die beiden Positionen – die vom AT-Produzenten und vom ZT-Rezipienten – hineindenken und –fühlen, was für einen Dolmetscher einfach dazugehört. Er muss wissen – durch Vorbesprechungen oder Feedback – oder erraten (dies bedarf Empathie) können, welche Interessen auch immer gerade im Spiel sind, um diese ausbalancieren zu können. Und das ist dann sein eigenes Interesse. Deshalb ist er auch kein interessenloses Teil der Kommunikationssituation:

„Dolmetscher vermitteln zwischen Sprachen und Kulturen. Deshalb stehen sie häufig in der Mitte, manchmal sogar im Mittelpunkt, ohne dies zu wollen. Aus der Sicht der Auftraggeber sind sie eher eine Figur am Rande, denn sie sind weder Fachexperten noch gehören sie zum Organisationsteam. Sie sollen nicht mitreden, aber alles vermitteln. Dolmetscher sind zentrale Randfiguren. Es ist verständlich, dass diese Randstellung in der Mitte manchmal zu Problemen führt. Dolmetscher werden als ex-zentrische Figuren (durchaus respektvoll) behandelt, dabei wären sie gerne mehr in den Gesamt Ablauf einer Konferenz integriert, um besser für optimale Verständigung sorgen zu können.“ (ebd.)

In dieser Hinsicht muss aber noch viel Überzeugungsarbeit geleistet werden, und das erreicht man nur, wenn man selbst davon überzeugt und stolz auf die eigene qualifizierte Leistung ist, die durch zeit- und energieaufwändiges, konsequentes, beständiges Üben erarbeitet wird. Man muss durch die Qualität der Leistung überzeugen, aber auch sonst die Öffentlichkeit, die durch Globalisierungsprozesse immer breiter und diverser wird, über das Dolmetschen allgemein aufklären. Und das kann man auf verschiedenen Wegen tun: rational sowie emotional.

Auf dem rationalen Wege überzeugt man, wenn man mit seinem theoretischen Wissen und den - für die TW üblichen aber für einen Außenstehenden nicht geläufigen und daher nach Sachkenntnis klingenden - Termini brilliert. Das trifft besonders auf Konferenzdolmetscher zu, die ja immer für interessante, weltbewegende Menschen (die sich ihrer Wichtigkeit bewusst sind, nicht aber

⁴³ MT steht für *machine translation*. Interessant i.d.Z. sind die neuen Kommunikationstechnologien: Software für Spracherkennung und –ausgabe u.ä. für Apples iPhone; oder das dagestanische soziale Netzwerk <http://godudu.com/>, das durch sein multilinguales Kommunikationskonzept ein neues Format für die Kommunikation im Internet bietet.

der von den Dolmetschern, die ja das nicht unwichtige verbale Teil von ihrem (Experten-)Face⁴⁴ quasi übernehmen) arbeiten: dies können Teilnehmer von richtungsweisenden Wissenschaftskongressen, hohe Amtsinhaber bei diplomatischen Angelegenheiten oder führende Vertreter bei geschäftlichen Kontakten sein. Um sie zu überzeugen, reicht der emotionale Weg alleine nicht aus. Da soll ein Dolmetscher seine Kompetenz, seine fundierte theoretische Kenntnisse der eigenen Wissensdisziplin zeigen können. Deshalb ist das Interesse für den Forschungsstand und womöglich die eigene wissenschaftliche Tätigkeit im Bereich TW bzw. DW so wichtig: man wird dadurch in der Dolmetscherrolle selbstbewusster und das eigene Marketing profitiert davon: man hat fachkundige Beiträge, auf die man verweisen kann und das Publikum wird sich öfters mit dem Thema befassen. So wird das Berufsbild alles in allem positiv beeinflusst.



Das Eisberg-Modell geht auf den Begründer der Psychoanalyse Sigmund Freud (1856 - 1939) zurück und verweist auf die Bedeutung der Ebenen der Kommunikation, die nicht offensichtlich sind. Dem Modell liegt das Prinzip zugrunde, dass auch bei einem Eisberg nur ein kleiner Teil (20%) sichtbar ist, während der wesentlich größere Teil (80%) unter der Wasseroberfläche verborgen ist.

⁴⁴ P. Brown und S. Levinson (1987, 1995) haben eine relativ vollständige und konsequente Höflichkeitstheorie (*positive and negative politeness*) entwickelt. *Public self-image face* ist dabei der zentrale Begriff und ist ein positiver sozialer Wert jedes Menschen, wobei jede Handlung unter dem Aspekt der *face*-Wahrung verstanden wird und *face*-Verlust-Problemfälle (*Face Threatening Acts*) analysiert werden. Eine wesentliche kommunikative Aufgabe des Dolmetschers (derer folglich auch die Redner bewusst sein sollen) besteht somit in der *face*-Wahrung des Redners, d.h. im Grunde ihn in seiner Selbstdarstellung („Es ist typisch, für das kommunikative Verhalten von Menschen, dass sie ihre positiven Eigenschaften vor anderen herausheben und die negativen verbergen, um auf diese Weise akzeptiert und gemocht zu werden.“ (Delhees 1994: 53)) zu unterstützen (vgl. auch Konzett, Carmen *Negotiating images of self and other: Identity construction among academics during conference discussions*. In Palander-Collin, Minna (2010) *Constructing Identities in Interpersonal Communication* Minna (Hg.) Helsinki: Soc. Néophilologique). Auch in diesem Fall gilt, dass die Körpersprache i.d.R. ausschlaggebend ist. Somit trifft die sonst umstrittene Behauptung von Gerhard Schröder aus dem Jahr 1995 „Wir Politiker spielen keine Rollen, doch die Fähigkeit, sich darzustellen, ist in einer Mediendemokratie unbedingt nötig.“ in dieser Hinsicht auf öffentliche gehaltene Reden zu. Selbstdarstellung dient der Befriedigung sozialer Bedürfnisse wie der Erlangung von Anerkennung, Einfluss, Macht. Dafür werden verschiedene Strategien verwendet, die nicht zuletzt auch für den Dolmetscher selbst hilfreich sind, in erster Linie aber insbes. beim politischen SD Redner in der einen oder anderen Weise vom AT-Produzenten angewendet werden. Und weil die Kommunikation eben viel mehr als nur Austausch von Informationen ist, kann der AT nur durch die zusammenfassende Wahrnehmung auf allen Kommunikationskanälen entsprechend interpretiert werden. Deshalb sind die Dolmetscher „in der ersten Linie an dem interessiert, was man in gutem Neudeutsch heutzutage die message nennt.“ (Stähle 2009:78) Und deswegen plädiert man unaufhörlich für die volle Sicht auf den Redner beim SD. Und deshalb sollen in erster Linie die Redner und folglich auch die Zuhörer an der Schaffung angemessener Arbeitsbedingungen von Dolmetschern interessiert sein.

Deshalb dürfen die Emotionen – das grundlegende Element des menschlichen Wesens - nicht außer Acht gelassen werden. Das Vertrauen von Auftraggebern, Bedarfsträgern und nicht zuletzt der allgemeinen Öffentlichkeit ist nicht nur eine rationale Sache. Gefühle und Intuition spielen in den meisten Fällen mit und deshalb soll man genau wissen, wie man damit umgeht. Darunter fallen Themen wie Rhetorik, Prosodie, Körpersprache, usw. Darauf wird näher in Teil II der vorliegenden Masterarbeit eingegangen, sowie auf die Frage der Empathie und der s.g. emotionalen Intelligenz (EQ).

Um den Übergang zu der Problematik von Ethik, Moral, Kultur u.ä. (dies sind an sich v.a. Produkte der Emotionen und des Bemühens, diese zu thematisieren) geschmeidiger zu machen und die zwei Teil der Arbeit elegant miteinander zu verknüpfen, ist an dieser Stelle ein Exkurs eingebaut, in dem es die Vergleiche des Dolmetschens mit anderen kreativen Tätigkeiten etwas ausführlicher beschrieben und zusammengefasst werden.

Exkurs: Dolmetscher und Künstler

D.Vf. hat das Glück eine Musikerfamilie als Freunde zu haben. Während ihres ersten längeren Aufenthalts in Deutschland (2006-2007) hat sie die wunderbare Familie Prischepenko-Kateb hautnah erleben können und ist seitdem von Kammermusik begeistert und von der Lebenskraft und –Freude von Natascha und Tamara Prischepenko zutiefst beeindruckt. Dies inspirierte sie zu einer kreativen Lebenseinstellung und zu interdisziplinärem Denken. Die Erfahrungen aus dem Alltagsleben mit Musikern haben d.Vf. später im Studium geholfen und sie wählte deshalb auch das Thema Dolmetschauftritt (DA) für ihre Masterarbeit.

Im folgenden Exkurs wird näher auf die allgemeinen Gegebenheiten und Details im Metier eines Dolmetschers, Musikers oder Schauspielers eingegangen und die genannten Berufsgruppen werden miteinander verglichen, um den DA als Begriff näher zu beschreiben.

Miram z.B. bringt in seinem Buch „*Professiâ perevodčik*“ (Miram 2006:150) einen Vergleich zwischen den Berufen des Dolmetschers und des Schauspielers⁴⁵: Beide treten vor einem Publikum auf, was erstens entsprechendes Äußeres und Benehmen erfordert. Zweitens - soll dem Publikum das, was sie sagen, ohne weiteres zugänglich sein (d.h. akustisch und kognitiv erfassbar). Drittens bedarf es eines gewissen Grades an Empathie: *beide sollen mit ihrem Publikum fühlen können*. Dabei sieht Miram den entscheidenden Unterschied in den Berufen darin, dass der Schauspieler seine Rolle beherzigen, sich völlig damit identifizieren muss. Der Dolmetscher soll dagegen immer neutral und zurückhaltend bleiben und sich nur auf den Sinn des Gedolmetschten konzentrieren, d.h. Emotionen nur mit sprachlichen Ausdrücken ansprechen und auf nonverbale Mittel wie Gestik, Intonation, Stimmlage verzichten. Nachsicht ist diesbezüglich nur bei Simultandolmetschern erlaubt, da die Arbeitsbedingungen hohe psychische Belastung erfordern, darunter oft die s.g. „motorische Kompensation“, die nur schwer zurückgedrängt werden kann. Auch weil die Zuhörer kaum daran leiden: Lautstärke kann vor Ort reguliert werden und das Gestikulieren in der Kabine ist meistens unsichtbar. Das Konsektivdolmetschen fordert aber vom Dolmetscher völlige Neutralität (vgl. Miram 2006:150-151). Damit verfestigt Miram die weit verbreitete idealisierte Vorstellung von einem unsichtbaren Sprachmittler: "Good interpreters efface themselves" (Le Carre 1989). Dieser Standpunkt



ist aus der Sicht d.Vf. nicht unanfechtbar. Dadurch perpetuiert man die ohnehin bedauerlicherweise gängige Vorstellung von einem Dolmetscher als einem „perfekten Sprachrohr“: Dolmetscher werden als Sprachautomaten und nicht als hochqualifizierten Sprachvirtuosen wahrgenommen, derer Konzentration bei der

⁴⁵ Die dem translatorischen Beruf immanente performative Thematik wurde aktiv z.B. im Rahmen des Symposiums in *Ketten tanzen* (Übersetzer, Interpreten, Schauspieler suchen ihren Text Symposium im Literarischen Colloquium Berlin 4./5. September 2006, <http://www.uebersetzercolloquium.de>) diskutiert, vgl. auch Leupold, Gabriele (Hg.) 2008: *In Ketten tanzen: Übersetzen als interpretierende Kunst*. Göttingen: Wallstein

Arbeit oft mit der Leistung eines Flugzeugpiloten verglichen wird⁴⁶. Nach der Meinung d.Vf. ist die Perfektionierung bei den Dolmetschern und Piloten nicht gleich zu stellen. Dolmetscher haben viel mehr mit Menschen als mit Maschinen zu tun. Das erfordert ein entsprechendes Maß an Intuition, Feingefühl, Flexibilität usw. Begriffe wie Rhetorik und Prosodie, Gestik, „der erste Eindruck“ und Smalltalk sollen dem Dolmetscher bewusst sein. Dabei sollte möglichst viel von erfahrenen Kollegen gelernt werden (wenn man es von Natur aus nicht kann oder aus eigener Familie, Kultur usw. anders kennt). Prosodie kann z.B. große kulturelle Unterschiede aufweisen, aber beim Konsektivdolmetschen, bei dem es nicht zuletzt um die schnelle, knappe und sinngemäße Wiedergabe des Gesagten geht, bes. hilfreich sein. Das betrifft auch die körperlichen Ausdrucksmittel wie Mimik und Gestik. Beim Konsektivdolmetschen sind die Dolmetscher viel präsenter als beim SD, und es erscheint unlogisch, dass sie sich die Arbeit nicht erleichtern und ihre ohnehin schon hochbeanspruchten Kognitionsprozesse nicht entlasten dürfen, indem sie auf den größten Teil des fast 80% nonverbalen Informationsgehalts verzichten müssen⁴⁷. Des Weiteren geht es um Dienstleistungen und zwischenmenschliche Interaktion, was in einer Marktsituation v.a. individuell angepasste persönliche Herangehensweise bedeutet und dementsprechend vom Dolmetschen mit Persönlichkeit⁴⁸ die Rede sein kann. Dolmetscher sollen demzufolge als gleichberechtigte Kommunikationspartner angesehen werden, die ihre eigenen Interessen und Intentionen haben. In diesem Sinne stimmt d.Vf. Peter Schilling zu, wenn er schreibt:



„Die Theoretiker behaupten, der Dolmetscher sei ein absolut neutrales – gewissermaßen geschlechtsloses – Wesen und er habe ganz einfach die Aufgabe, das zu übersetzen, was von dieser oder jener Person gesagt werde.... Der Dolmetscher ist, wie immer man ihn auch betrachten mag, ein konfliktbeladener Funktionsinhaber, von dessen polyglotten Eigenschaften unterschiedliche Institutionen, Personen oder Parteien Gebrauch machen und der sich selbst mit seinen Fähigkeiten oder Fertigkeiten für ebenso unterschiedliche Ziele seiner wechselnden Auftraggeber einsetzt oder auch einspannen lässt.“ (Schilling 1994:92f)

Das zeigt, dass der Dolmetscher oft in einem Spannungsfeld zwischen bestimmten Regeln (Orientierung am Original, sprachliche, dolmetschtechnische, ethische Normen) und der persönlichen Entscheidungsfreiheit arbeitet. Dieser Umstand spielt auch bei Musikern eine wichtige Rolle. Aus diesem Grund ist ein weiterer aufschlussreicher Vergleich von Dolmetschern und Musikern an dieser Stelle angebracht. Auch der im Weiteren zur Sprache kommende Johannes Hampel (siehe Teil II,

⁴⁶ *„Meine Damen und Herren, hier spricht ihr Kommunikationspilot. Ich darf Sie sehr herzlich auf unserer Reise vom Englischen ins Deutsche begrüßen. Wir haben die Vorbereitungen zum Start abgeschlossen, die Türen sind geschlossen, der Redner tritt ans Mikrofon. Ich darf Sie nun bitten, ihre Sessel aus der Schlafstellung zu kippen, das Reden einzustellen, und Ihre Kopfhörer einzuschalten.“ Piloten und Dolmetscher haben mehr gemeinsam, als man vermuten möchte. Da ist zunächst die funktionale Nüchternheit und die bedrängte Enge des Arbeitsplatzes. Das "Cockpit" des Dolmetschers ist die Kabine, durch deren Fenster er beobachten kann, ob er seine Gäste zum gewünschten Ziel bringt, und welches "Raumklima" der Redner durch seinen Vortrag schafft. Wie jeder Pilot hat auch der Dolmetscher seinen Ko-Piloten, der über die gleiche Navigationserfahrung verfügt wie er selbst, jederzeit bereit ist, an seiner Stelle die Instrumente zu übernehmen, ihm durch die Bereitstellung von Daten zuarbeitet, und ihn in vorgeschriebenen Zeitabständen ablöst. (Der Ruf des Papageis: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>)*

⁴⁷ I.d.Z. werden auch empathische Modelle in der TW angewendet, näher dazu in Teil II Kapitel 2.

⁴⁸ Vgl Johannes Hampel <http://www.simultandolmetscher-berlin.de>

Kapitel 6.2.) ist ein Hobbymusiker. Beide Berufsgruppen haben vieles gemeinsam, weisen aber auch gewisse Unterschiede auf. So sind beide Tätigkeiten – Dolmetschen und Musizieren - kognitionspsychologisch betrachtet, in vielen Aspekten ähnlich, erfordern hohe Konzentration für adäquate AT-Rezeption und Umsetzung, ein durch Drill-Übungen angeeignetes, gut automatisiertes Repertoire an sprachlichen (Äquivalenzen, Techniken, Strategien, dazu vgl. Kalina 1998, Kautz 2002, Kutz 2002 et al.) bzw. musikalischen Mitteln und beanspruchen beide Gehirnhälften (kreative und logische) (vgl. z.B. Stoll 2009:13-14). Beide Tätigkeiten haben einen interpretierenden Charakter, was nicht zuletzt das Vorhandensein einer gewissen Vorlage bedeutet. In beiden Fällen ist das der AT: schriftliche Partitur bzw. mündliche oder schriftliche Aussage. Wobei auf einen gewissen Unterschied hingewiesen werden soll, nämlich das mögliche Code-Switching beim Dolmetschen, wenn der AT dialogisch aufgebaut ist, seien es Gespräche oder Verhandlungen (Arzt-, Behördenbesuche, Gerichtsprozesse Kontaktbörse, Fernsehinterview, Betriebsbesuch, Seminare, Wirtschaftsdelegationentreffen, Videokonferenz oder Webinar usw.) An dieser Stelle bedarf es auch weiterer Ausführungen bez. der AT-Perspektive, und zwar würde man meinen, Musiker stehen i.d.Z. den Übersetzern näher, denn die beiden Gruppen haben den AT permanent zur Hand und können ihn unbegrenzt im Vorfeld bearbeiten. Der Dolmetscher dagegen bekommt seinen AT geboten und muss sofort mit dem Interpretationsprozess beginnen. Das ist aber nur eine Sichtweise im Unterschied zu folgenden Argumenten: Dolmetscher (schriftliche wie mündliche Vorlage) wie Musiker (schriftliche Vorlage) reproduzieren den AT auf der lautlichen Ebene und machen somit den ZT schwer fixierbar. Daher gelten in diesem Fall ganz andere Qualitätskriterien⁴⁹ als beim Übersetzen, die ihrerseits dem Interpretieren mehr Freiheiten bieten, ihn aber nicht aus den ethischen Verpflichtungen entlassen.

Darüber hinaus sind auch weitere Aspekte des Auftritts für beide Berufsgruppen vergleichbar. Im Vordergrund steht immer der AT-Produzent, dessen Mitteilung an das Publikum weitergeleitet werden soll. Deshalb ist Zurückhaltung bez. der Äußerlichkeiten angebracht: schwarze unauffällige Kleidung bei Musikern bzw. gepflegtes aber bescheidenes Aussehen eines Dolmetschers. Dazu kommen die Stimmen der Musikinstrumente in Verbindung mit bescheiden eingesetzter Mimik von Musikern bzw. verbale, non- und paraverbale (sprachliche, stimmliche, körpersprachliche) Ausdrucksmittel von Dolmetschern. Bei der Wahl der Ausdrucksmittel spielt für die Interpretieren aber auch das Publikum eine nicht zu unterschätzende Rolle: der AT muss beim Rezipienten ankommen und i.d.R. nur der jeweilige Interpret kennt seinen momentanen Zuhörer (auch weil der Redner z.B. vor lauter Nervosität nicht selten vergessen kann, für wen er spricht, und sich nur auf seine eigenen Gedanken konzentriert, während der Dolmetscher ständig zwischen den zwei Rollen – Sender, Empfänger – „springt“ oder, besser gesagt, in der Schnittmenge dieser zwei Welten agiert). Ein wichtiger Aspekt ist dabei auch, dass beide Tätigkeiten sich im konkreten Augenblick abspielen.

⁴⁹ Auch wenn es leider immer wieder „dolmetsch-phobe“ Zuhörer (*Der Ruf des Papageis* <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>) gibt, für die das Dolmetschen eine Beschwerde darstellt: „*Sie äußert sich manchmal darin, dass die Kompetenz des Dolmetschers anhand von Wörterbüchern überprüft wird; in gravierenden Fällen wird sogar versucht, ihn sein Handwerk zu lehren.*“ (ebd.)

Sowohl die Musik als auch die Verdolmetschung werden direkt wahrgenommen und sind oft unwiederbringlich: konkrete Wörter und Laute werden vergessen, nur der Gesamteindruck bleibt. Beide, Dolmetscher wie Musiker, reagieren bei ihrem Auftritt übrigens auch auf räumliche Einflüsse, wie beispielsweise die Beschaffenheit des Vortragsraumes bzw. Saals, denn „*optimum quality is the quality an interpreter can provide if external conditions are appropriate*“ (Moser-Mercer 1996:44). Es sei aber angemerkt, dass die Musiker i.d.R. in dem Saal auch bereits geprobt haben, die Dolmetscher wissen dagegen oft nicht, in welchen Räumlichkeiten die Dolmetschung stattfinden wird, und ob sie folglich laut oder leise dolmetschen werden müssen, ob sie stehen oder sitzen können werden usw.

Und wie beim Musiker ist der Dolmetscherberuf gleichzeitig auch ein Hobby. Die Welt der Sprache ist wundervoll und unendlich in ihren Ausprägungen, und wenn man dann noch mehr solche Universen kennengelernt hat, ist man sein ganzes Leben lang auf diesen Entdeckungsreisen unterwegs⁵⁰. Und wenn man sein Beruf als Hobby ausübt, geht man kreativ an die Sache heran. Dadurch bringt es mehr Spaß und Erfolg. So unterstreicht z.B. Edna Weale den kreativen Charakter des Dolmetschens, indem sie sagt:

“I have tried to explain, to the best of my ability and based on my own experience, how the interpreter can turn his profession into an ‘art’ which may seem impossible, but is in fact possible. In spite of all the scrambled messages and constantly changing parameters involved in all aspects of non-verbal communication, he does unscramble them. He is at the same time both the listener and the speaker in a situation where the variables to be taken into account are forever shifting. The meaning given depends on many outside factors, and not purely on the text as it is in translation.” (Weale 1997:312)

Intuitiv benennt Weale verschiedene Teilaspekte der Sprachkunst von Dolmetschern, hält sich aber in der direkten Benennung und analytischen Erfassung konkreter Fähigkeiten, die dabei im Spiel sind, zurück.

Lynn Visson (1999) übernimmt diese Aufgabe und gibt einem Simultandolmetscher einige Empfehlungen mit an die Hand: Das SD erfordert körperliche und geistige Fitness: schnelle Reaktion, flüssige Gedanken und gekonnte, pointierte Sprache. Der Dolmetscher muss gleichmäßig und fließend, ohne lange Pausen, nicht zu langsam und nicht zu schnell, neutral und sympathielos sprechen können und den Redner antizipieren können. Es sei bemerkt, dass diese Kriterien in der Regel von den Auftraggebern und Bedarfsträgern als Selbstverständlichkeit und nicht als Virtuosität aufgefasst werden.

Diese und ähnliche Empfehlungen betreffen v.a. die Zeit des jeweiligen Einsatzes (wenn der

⁵⁰ Dazu kommt noch ein weiterer Umstand, nämlich die s.g. Professionelle Deformation. So ist z.B. der Ich-Erzähler im Roman „Mein Herz so weiß“ des spanischen Romanciers und Essayisten Javier Marías ein Dolmetscher und leidet an einer »déformation professionnelle«, die ihn dazu zwingt, jedes Detail zu registrieren und zu interpretieren). Auch die Aussagen von erfahrenen Dolmetschern (vgl. Stähle 2009 u.a.) lassen annehmen, dass Dolmetscher besonders unter der professionellen Deformation leiden und schwer den Beruf vom Privatleben trennen können. Der sich i.d.Z. anbietende und sich auf beides – Beruf und Privatleben – beziehende Leitsatz würde lauten: Alles in Maßen.

Dolmetscher hauptsächlich in seiner professionellen Rolle auftritt). Auf der Bühne und in der Kabine muss alles *stimmen*, daran besteht kein Zweifel für beide Berufsgruppen - das ist schlicht und einfach ihre Arbeit. Aber auch bei einer gründlichen Vorbereitung sind weder Musiker noch Dolmetscher vor evtl. Zwischenfällen nicht gefeit und müssen spontan darauf reagieren können, und dann kommen eben die eintrainierten Fähigkeiten und Fertigkeiten (Äquivalenten, Strategien - Dolmetschkompetenz bzw. motorische Brillanz) unmittelbar zur Sprache (aber auch hier kann der Name des Musikers seine Kunst manchmal überspielen).

Von den eher inhaltlichen Parametern beider Tätigkeitsbereiche abgesehen, soll an dieser Stelle auch kurz auf die äußerlichen eingegangen werden. Denn die neue große Welt mit ihrer Globalisierung braucht auch etwas anderes als nur die reine klassische Kunst, nämlich die Öffentlichkeitsarbeit. Damit ist hier v.a. der Bereich des „Sich-am-Markt-Positionierens“ gemeint: Wie kommt der Dolmetscher bzw. Musiker oder Schauspieler zu Auftritten, Aufträgen, usw.? Welche Kompetenzen - außer den fachlichen - benötigt er dazu und was für Maßnahmen, um diese demonstrieren zu können (sprich: seinen Beruf ausüben zu können), wären unerlässlich? Diese Fragen stellen sich die heutigen Absolventen der Universitäten und Hochschulen, die mit immer höheren Qualifikationen den freien Wettbewerb aufnehmen. Musiker haben ihrerseits die Möglichkeit, sich über das Studium hinaus durch die erfolgreiche Teilnahme an Wettbewerben oder bei den Masterklassen von namhaften Kollegen weiterzuempfehlen. Dieser Weg bleibt den Dolmetschern in diesem Ausmaß weitestgehend verwehrt. Allerdings muss auch er das Auf-sich-aufmerksam-Machen lernen, um seine Chancen auf Aufträge zu erhöhen: *Marketing* lautet hier eines der Schlagwörter. Dazu zählt die Präsentation im Rahmen eines Webauftritts, das Schalten von Anzeigen oder das Schreiben von Artikeln in Fachmagazinen, die Teilnahme an Zusammenkünften der Branche (*Networking*), usw. Bei all diesen Aktivitäten geht es darum, die immer anspruchsvollere Kundschaft von der eigenen Qualität und Autorität zu überzeugen. Im Musikbetrieb (auch dem klassischen⁵¹) sind alle denkbaren Mechanismen des Marketings/der PR-Arbeit inzwischen bis an die Grenzen ausgelotet. Eine Entwicklung, die im Übrigen dazu geführt hat, dass hier nicht mehr allein die Qualität für Erfolg ausschlaggebend ist. Fast wichtiger ist neben der Beherrschung des eigentlichen Metiers das Image, das Plattenfirmen und Managements kreieren, um den Protagonisten am Markt zu positionieren. Auch im Dolmetschbereich wird in der Zukunft die Art der Präsentation eine wesentliche Rolle spielen. Gerade in einer Gesellschaft, in der Angebot und Nachfrage dominante Begriffe sind, muss man sich an Preis, Leistung und Lieferzeit optimal orientieren können. Wenn aber diese Faktoren gleich sind – sich die Qualifikationen der auf den Markt Strömenden die Waage halten - ist Sympathie oder Antipathie entscheidend: der erste Eindruck hat eine nachhaltige unbewusste Wirkung und kann durch mehrere Faktoren beeinflusst werden.

Aus dem Dargelegten wird ersichtlich, dass das Dolmetschen im Einzelnen und die

⁵¹ hier zählt immer noch auch die Qualität, zumindest i.V. zu der Popmusikultur.

Translation im Allgemeinen viele Merkmale tragen, die auch dem Beruf von Musikern innewohnen. Dass hinter einem glanzvollen Musikauftritt jahrelange Ausreifung steht – daran besteht kein Zweifel. Dass aber die Sprachinterpreten ihre Kompetenzen entsprechend lange herausbilden müssen, wird wiederum nur von Eingeweihten wahrgenommen. Aber auch diese haben lange Zeit behauptet „interpreters are born not made“ und dadurch die gebührende Anerkennung des eigenen Berufes verhindert. Deutschland hat eine besonders ausgeprägte Musikkultur, aber auch in diesem Land leidet das Ansehen von Dolmetschern weiterhin unter einer ganzen Reihe von Stereotypen (dolmetschen kann jeder der eine Fremdsprache einigermaßen beherrscht) und Missverständnissen (fehlender rechtlicher Schutz sowohl im Hinblick auf die Berufsbezeichnung als auch auf die Aufzeichnungen von Verdolmetschungen). Es liegt v.a. an den Dolmetschern selbst, diese zu bewältigen und zu einer entwickelten Translationskultur (vgl. Prunč 1997, 2008) beizutragen. Es muss viel Öffentlichkeitsarbeit geleistet werden und dabei werden bei den Dolmetschern Sozial-, Kultur-, Kommunikations- und nicht zuletzt Vermarktungskompetenzen beansprucht, die nun im Teil II der vorliegenden Masterarbeit zur Sprache kommen.

Teil II

„Nicht mehr die Sprache stellt den primären Untersuchungsgegenstand der Translationswissenschaft dar, sondern das *Gesamtverhalten von Menschen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten*.“ (Witte 2000:26)

Ohne einen Anspruch auf vollständige und allumfassende Beschreibung und Erörterung dieser Problematik (allein im Hinblick auf die Komplexität der Kompetenzerfassung) wird im folgenden auf die kulturelle, soziale, kommunikative und marktorientierte Relevanz der DA-Komponenten eingegangen.

Merkblatt: „Translatorisches Handeln“ (Hans J. Vermeer)⁵²

was ein translator als
konsultant, dolmetscher und übersetzer
für seine arbeitsgebiete
(regionen, kulturen, sprachen, fächer)
an theorie kennen und an praxis können muss:
zielbewusst handeln,
mit anderen kulturbewusst interagieren und
kooperieren,
dabei verbal
und nonverbal kommunizieren,
das heißt,
jeden schritt evaluierend –
einen auftrag argumentativ spezifizieren
und aushandeln,
nicht-gewußtes recherchieren,
[gewußtes exemplifizieren
auf andere fälle hin generalisieren],
als rezipient
texte aus einer ausgangskultur rezipieren
(hören/lesen),
analysieren und interpretieren
und
als produzent
texte in einer zielkultur produzieren
(sprechen/schreiben).

4. Kulturkompetenz. Translationskultur

„Professionelles translatorisches Handeln erfordert eine zumindest potentiell bewusste Kulturkompetenz“. (Witte 2003:346)

Kultur, Problematik der Eigen- und Fremdkultur, Kulturwissenschaft, Interkulturalität, interkulturelle Kommunikation und landeskundliche/interkulturelle/internationale Kompetenz spielen heute eine wichtigere Rolle als je zuvor. Wie in Teil II, Kapitel 2.2.2. bereits erwähnt fand auch in der TW der 80er-90er Jahre der s.g. *cultural turn* statt (vgl. Holzer in Lee-Jahnke (Hg.) 2010:53). Seitdem herrscht in der Translatorenausbildung die Vorstellung von einer Kulturkompetenz und folglich auch

⁵² Zitiert nach Ammann, Margret (1995): Kommunikation und Kultur. Dolmetschen und Übersetzen heute. Eine Einführung für Studierende. Frankfurt a.M.: IKO

eine interkulturellen Kompetenz vor⁵³. Die Sensibilität für kulturelle Brechung der sozialen und kommunikativen Kompetenzen kann somit als Schlüsselqualifikation aufgefasst werden und ist insb. für Translatoren, die transkulturell vermitteln, unabdingbar. Eben auf diese Weise wird die Kulturkompetenz in der vorliegenden Arbeit ziemlich universell gefasst.

Definitiv bereitet das Thema viele Probleme und die Benennungspalette ist reich (auch *internationale Kompetenz* (vgl. Keup 2010)). D.Vf. ist der Meinung, dass die eigene Kultur insb. von einem Translator relativiert wird. Aber auch für Menschen, die der eigenen Kultur durchaus kritisch gegenüberstehen, ist sie ein Maßstab. Sonst wäre die Selbstverständlichkeit der eigenen Kultur bedroht, wenn man nicht die eigenen Normen, Wertvorstellungen usw. auf das Fremde projizieren könnte (vgl. Witte 2000:87f). Laut Göhring gehört zur Kultur all das, „*was man wissen, beherrschen und empfinden können muss, um beurteilen zu können, wo sich Einheimische in ihren verschiedenen Rollen erwartungskonform oder abweichend verhalten, und um sich selbst in der betreffenden Gesellschaft erwartungskonform verhalten zu können, sofern man nicht will und nicht etwa bereit ist, die jeweils aus erwartungswidrigem Verhalten entstehenden Konsequenzen zu tragen*“ (Göhring 1978: 10). Göhring fordert vom Translator also die Fähigkeiten eines „Mini-Ethnologen“, der sich vollständig in die andere Kultur eindenken und einleben soll. Margret Amman hingegen ist der Ansicht, dass eine so weitreichende Identifikation im Falle des Translators nicht nötig sei (Amman 1995:43). Ihrer Meinung nach dürfte „eine gewisse Distanz für die Bewältigung seiner Aufgabe oft hilfreicher sein als eine zu große emotionale Nähe. Laut Amman (vgl. 1995) bedeutet das, die „*Fähigkeit, von der eigenen Kultur zu abstrahieren, die fremde Kultur in ihrer Besonderheit und im Vergleich zu der eigenen zu betrachten und die dabei gemachten Beobachtungen und Annahmen in einer bestimmten (kulturspezifischen) Situation ziel- und kulturgerecht anwenden zu können*“ (Amman 1995:79). Witte (vgl. 2000:147-150) nennt folgende Problemkomplexe als Ursachen für eine kultur- und situationsinadäquate (Selbst-) Einschätzung:

- 1) Eingeschränkter Kommunikationsbegriff: Damit sind die vorrangige Konzentration auf Sprache und die unzureichende Berücksichtigung der Interaktionsebenen in der Kommunikation gemeint.
- 2) Eingeschränkte Fähigkeit, Kulturunterschiede adäquat wahrzunehmen: häufig wird aufgrund der äußeren Form von Phänomenen entschieden, ob ihre Funktion bzw. ihr Wert als gleich oder verschieden angenommen wird.
- 3) Bereits vorhandenes Fremdkultur'wissen': Erwartungen von Andersartigkeit können zu Verallgemeinerungen und Fehleinschätzungen führen, wenn die andere Kultur sich bereits weiterentwickelt bzw. gewandelt hat.

Die Entwicklung der translatorischen Kulturkompetenz erfolgt dementsprechend in folgenden Schritten: Zuerst muss ein Bewusstsein für kulturbedingte Unterschiede und ihre möglichen Ausprägungen geschaffen werden. Erst wenn man diese Unterschiede sowie die eigene Kulturgebundenheit akzeptiert, kann man versuchen, sich die eigene Wahrnehmung bez. der eigenen

⁵³ Standardwerke zum Thema sind z.B. die *Kulturkompetenz des Translators* von Heidrum Witte (2000), *Kommunikation und Kultur: Dolmetschen und Übersetzen heute. Eine Einführung für Studierende* von Margret Ammann (1995) oder *Lingvostranovedčeskaâ kompetenciâ perevodčika: teoriâ i praktika* von Ä.B. Emel'anova (2010) usw.

und fremden Kulturen bewusst zu machen und gegebenenfalls zu modifizieren, was seinerseits eine weitere Bewusstmachung bzw. Modifikation des eigenen Verhaltens voraussetzt. Der Schlussakkord besteht darin, Verhalten für den Bedarf anderer zur Herstellung von Kommunikation zwischen ihnen ziel- und situationsadäquat zu produzieren (vgl. Witte 2000:175f). Die *Kulturkompetenz* des Translators lässt sich dann in Anlehnung an Witte (2000:198) wie eine bewusste Kenntnis von Eigen- und Fremdkultur sowie ihr skopos- und situationsadäquates Implementieren mit dem Zweck, Kommunikation zwischen zwei Aktanten aus unterschiedlichen Kulturen herzustellen, definieren.

Die in Teil I Kapitel 1.1. und 1.2. vorgestellten funktionalen Translationstheorien haben die Idee von der Sprache als einer der möglichen Erscheinungsformen von Kultur und somit als eingebettet in menschliches Gesamtverhalten dankbar aufgegriffen und betonen z.B., dass *„Translation ein ganzheitlicher Vorgang ist, bei dem durchaus nicht nur Sprachzeichen transkodiert und Sprachzeichen nicht nur transkodiert werden.“* (Reiß+Vermeer 1984:64f). I.d.Z. ist wichtig, dass der Dolmetscher nicht *interkulturell* sondern, um es mit Worten von Erich Prunc zu sagen, *transkulturell* agiert: *„Durch die Verwendung des Adjektivums transkulturell soll unterstrichen werden, dass sich Translation von der interkulturellen Kommunikation v.a. durch ihren Mittelbarkeitscharakter unterscheidet. Während interkulturelle Kommunikation im unmittelbaren Kontakt zwischen Vertretern zweier oder mehrerer Kulturen stattfindet, tritt bei der Translation zwischen beide die - nach Möglichkeit professionelle - Vermittlungshandlung des Translators.“* (Prunc 1997 in *TEXTconTEXT*:108). Deshalb und der Einfachheit halber wird in der vorliegenden Arbeit auch von der Kulturkompetenz gesprochen. Sigrid Kupsch-Losereit⁵⁴ versteht darunter folgendes Spektrum an Wissen und Können:

- Sprachkulturspezifisches Wissen (kulturell geprägtes Sach-/ Denotatswissen, kulturspezifische Realia und Sachverhalte, Symbolbedeutungen und symbolische Ausdrucksformen)
- Kommunikativ-prozedurales Wissen (Interaktionswissen, Kommunikationsformen und Verbalisierungsgrad)
- AT-Wissen (Sorten, Gebrauchsnormen)
- Prognostische Annahmen des Translators und kognitive Strategien (Verstehensvoraussetzungen und Erwartung, Projektion und Konstruktion des Fremden – Antizipieren, Empathie)

Bez. des DA kommen v.a. die Aspekte der Kultur⁵⁵ in Frage, die sich auf die Phänomene wie Höflichkeit, der erste Eindruck usw. unmittelbar auswirken. Gesehen wird die Kultur somit als die Gesamtheit der Verhaltenskonventionen:

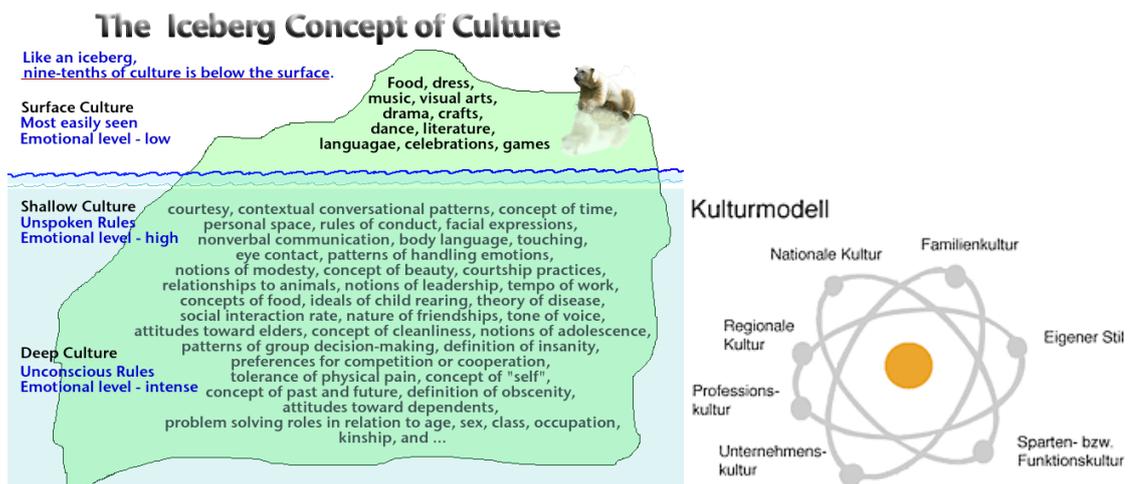
„Societies are made of humans with similar modes of behavior. By culture I understand the system of rules (conventions) and laws (norms) which regulate the behavior of the members of a given society. I also include the results of the rule- and law-governed behavior in my concept of culture. Members of

⁵⁴ www.fask.uni-mainz.de/user/kupsch/kompetenzkulturell.html

⁵⁵ Ursprünglich bedeutete das lateinische Wort *cultura* „Landbau, Pflege (des Körpers und des Geistes)“. Im Laufe der Zeit füllte sich der Begriff mit weiteren Inhalten und zwar Kultur als etwas vom Menschen Geschaffenes im Gegensatz zur vorgegebenen Natur, als immaterielle Seite menschlichen Daseins im Gegensatz zur (materiellen) Zivilisation, als Hochkultur, also Kunst, Literatur, usw. als Bezeichnung für eine durch eine gemeinsame Lebensweise gekennzeichnete Gruppe und als Verhaltens- und Handlungskonzepte und –szenarien (vgl. Maletzke 1996:15f).

different cultures differ in their behavior and its results.” (Vermeer 1996:42)

Meletzke (1996:16) sieht Kultur ebenfalls als „System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen, Wertorientierungen, die sowohl im Verhalten und Handeln der Menschen als auch in ihren geistigen und materiellen Produkten sichtbar werden“ (Kulturanthropologie). Diese Definition erleichtert nicht die Abgrenzung einzelner Kulturen voneinander. Es besteht auch ein weiterer Kritikpunkt, nämlich, dass die genannten Faktoren nicht auf Anhieb zu erkennen sind. Deswegen werden als Anhaltspunkte folgende Strukturmerkmale hinzugezogen, auch als „Kategorien, in denen sich Kulturen voneinander abheben und die in ihrer strukturierten Gesamtheit das spezielle Profil einer Kultur bilden“, d.h. nicht autonom sondern in ihrem Zusammenspiel zu betrachten sind (Maletzke 1996:42): Nationalcharakter, Wahrnehmung, Zeiterleben, Raumerleben, Denken, Sprache, Nichtverbale Kommunikation, Wertorientierungen, Verhaltensmuster: Sitten, Normen, Rollen, Soziale Gruppierungen und Beziehungen.



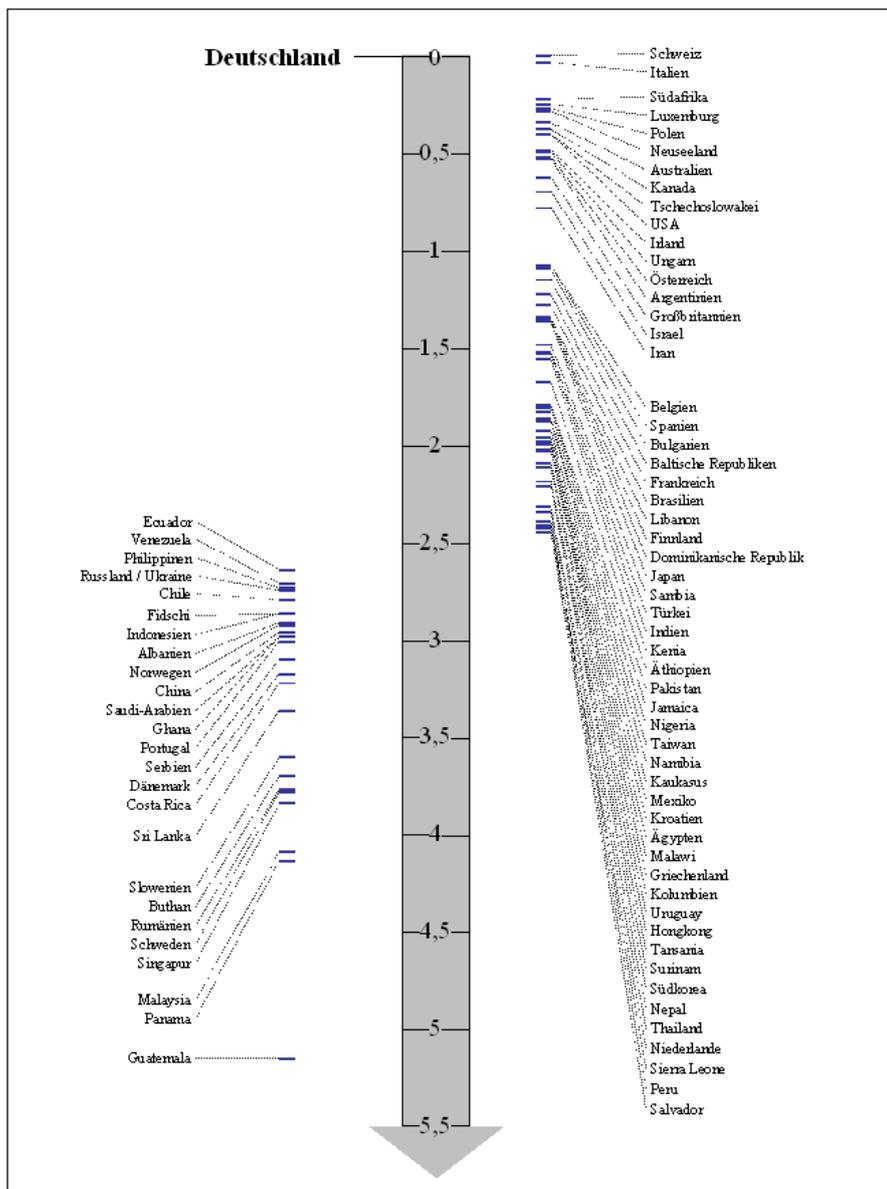
Hofstede vertritt eine eher kognitive Auffassung von Kultur und nennt sie „the collective programming of the mind which distinguishes the members of one group or category of people from another“ (2010:5) oder auch als “software of the mind”. Er differenziert eine Kultur des Weiteren u.a. anhand folgender Aspekte: regionale, ethnische, religiöse, sprachliche, geschlechtsspezifische, generationenspezifische, soziale, usw.

Els Oksaar untersucht und systematisiert i.d.Z. Kommunikationsverhalten im Rahmen einer *Kulturemtheorie* mit einem „individuumzentrierten Forschungsansatz“ und der „Integration von kommunikativen Komponenten“ (Oksaar 1988:5). Denn die gesprochene Sprache ist ein komplexes soziales Phänomen. Die Forscherin geht von vier Prinzipien aus (ebd.:21f):

- 1) Das Prinzip der Kulturalität der Sprache – die Sprache ist einerseits ein Teil der Kultur, andererseits aber auch ein Mittel für ihre Betrachtung und Beschreibung;
- 2) Das Prinzip der Ganzheit und des Teilganzen – sprachlichen Einheiten sind nur in ihrer Relation zum Sprecher/Hörer und dem soziokulturellen Kontext und mitsamt para-, nonverbaler und verbaler Elemente zu sehen;

- 3) Das Prinzip der Dynamik und der Variation – der Sprachgebrauch und die sozialen Strukturen unterlaufen stetiger Veränderung (das abweichende Verhalten muss aber auch unter dem Aspekt der Kreativität betrachtet werden);
- 4) Das Prinzip der Heterogenität – es gibt keine homogenen Gruppen und die individuellen Unterschiede im Sprachverhalten sind dabei am dynamischsten.

Als mögliche Kritikpunkte in der Auffassung der Kulturkompetenz von Witte erscheinen folgende Fragen: wie kann ein Dolmetscher einer mehrere Kulturen vertretenden Sprache gerecht werden? (z.B. Englisch) oder welche Rolle spielt die kulturelle Distanz (wie auf der Abbildung bez. Deutschland dargestellt)⁵⁶ bei der Translation? Inwieweit subjektiv die eigene Einschätzung der kulturellen Besonderheiten ist?



Der Translator soll über Kompetenz in seinen Arbeitskulturen⁵⁷ verfügen, er muss einschätzen

⁵⁶ Vgl. http://www.marktstudie.de/interkulturelles_Marketing/Grafiken/Abbildungen.html

⁵⁷ Kulturen der Arbeitssprachen

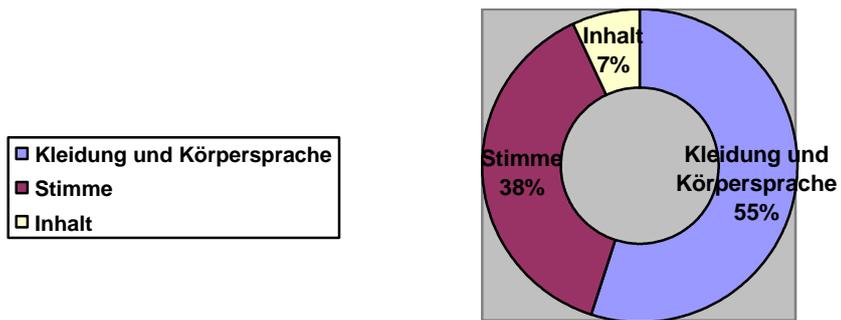
können, wie die Mitglieder der beiden Kulturen sich selbst im Verhältnis zu der jeweils anderen Kultur sehen, über welches Bild der anderen Kultur sie verfügen und wie sie glauben, von der anderen Kultur gesehen zu werden. Diese Kompetenz befähigt den Translator, das Verhalten der Interaktionspartner zu antizipieren und ggf. zu kompensieren oder zu korrigieren. Laut Witte (2000) führt die Angst vor einer gewissen Freiheit des Translators oder gar vor translatorischer Willkür immer wieder zur Einbettung translatorischen Handelns in einen restriktiv-normativen Kontext⁵⁸. Ihrer Ansicht nach wurde und wird dem Translator nur selten eine gewisse, seinen „zu fordernden“ Kompetenzen entsprechende Eigenverantwortung zugesprochen und zugetraut. Dies gelte gleichermaßen für die TW als auch für die Qualitätswahrnehmung in der Praxis (Witte 2000:143).

Manche Autoren (Baumann in Fleischmann (Hg.) 2004:25-43) betrachten soziale und interkulturelle Kompetenz als Teilkompetenzen der TK. Auch Latyshev formuliert seine Definition der TK ziemlich umfassend als die Gesamtheit von Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, die es einem Translator ermöglichen, seine beruflichen Aufgaben erfolgreich zu bewältigen (vgl. Latyshev 2005:12). Daraus lässt sich schließen, dass er die zusätzlichen Kompetenzen in den Begriff TK auch mit einschließt. In der vorliegenden Arbeit wird der Standpunkt vertreten, dass man in den meisten Fällen doch zuerst den Menschen als Person und erst dann ihn in seiner Rolle als Dolmetscher wahrnimmt und die Sozial- bzw. Kulturkompetenz somit als größeres Gebilde aufgefasst wird.

I.d.Z. ist eine Auseinandersetzung mit dem Phänomen des - oben bereits erwähnten - s.g. „ersten Eindrucks“ angebracht. Es ist die Sache von wenigen Sekunden, die aber viel zählen. Die Annahme, dass, wenn man im Falle des s.g. ersten Eindruckes von den berühmten drei Sekunden spricht, dann soll diese Formel doch bei der Wahrnehmung eines Dolmetschers funktionieren. Und wenn man schon als Mensch überzeugt, dann ist es auch leichter in der Rolle eines Dolmetschers zu überzeugen. Diese Wahrnehmungsfrage ist aber sehr komplex. Sozialpsychologen und Ethikforscher betonen den chaotischen unlogischen Charakter des Wahrnehmungsprozesses. Es gibt jedoch eine Reihe Studien, die gewisse Gesetzmäßigkeiten bei diesem Prozess belegen (insb. bez. Werbung, Massenbeeinflussung durch NLP-, Manipulationstechniken u.ä.), die i.d.R. unbewussten Charakter haben. Der Dolmetscher ist angeregt, diese Informationen für sich zu erschließen und zu nutzen. Es ist viel einfacher den ersten Eindruck zu manipulieren, als einen bereits entstandenen, negativen Ersten Eindruck zu löschen. Der erste Eindruck entsteht nämlich so schnell, dass man ihn oft nur aus Bewegungsdynamik und Kleidung bezieht. Es ist nicht zwingend notwendig etwas zu sagen, um einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Es gibt viele Studien zu diesem Thema und d.Vf. erscheint die Gewichtung⁵⁹ plausibel, dass die Wirkung des Ersten Eindrucks zu 55 Prozent von Körpersprache (wobei die Kleidung hier dazugehört), zu 38 Prozent von der Stimme und nur zu 7 Prozent vom Inhalt abhängt:

⁵⁸ vgl. auch Problematik der Qualifikation und Professionalisierung im Kontext *Dolmetscher und Macht* bei Andres 2008:363-428 oder *Translation und Macht* bei Prunč in Schippel (Hg.) 2008:27-29

⁵⁹ <http://www.ankewillberg.de/download/der-erste-eindruck.pdf>



Diese Faktoren kann und muss man beeinflussen. Wir können bewusst an unserer Bewegungsdynamik arbeiten und bewusst unsere Kleidung wählen. Das Vertrauen wird viel schneller aufgebaut und das impliziert, dass man sich viel eher einen Fehler leisten kann, wenn man seinem Gegenüber sympathisch ist.

Folglich wird auf die in diesem Sinne geforderten sozialen Kompetenzen näher eingegangen.

5. Sozialkompetenz

Sprachlich betrachtet setzt sich der Begriff "soziale Kompetenz" aus den Begriffen "sozial" (auf das Zwischenmenschliche, das Gemeinschaftliche bezogen) und "Kompetenz" (Vermögen, Fähigkeit, Zuständigkeit, Befugnis) zusammen. Hat man im 19. Jahrhundert einerseits von Höflichkeit und andererseits von Takt gesprochen, kann man dies im 21. Jahrhundert unter dem oben genannten Begriff zusammenfassen⁶⁰. Dieser Terminus steht demzufolge für das richtige Benehmen, das nicht unbedingt den Vorschriften einer Etikette entsprechen muss.

Vereinfacht dargestellt entwickelt sich die SK aus der elementaren Selbstkommunikation nach außen, über Beobachtung und Wahrnehmung von und folglich die kooperative und konstruktive Interaktion mit der unmittelbaren Umgebung bis hin zur selektiven, selbstbewussten, respektvollen Anpassung und Selbstbehauptung in der betroffenen Gruppe. Diese Grundelemente werden in vielen Auseinandersetzungen mit dem Konstrukt der SK angesprochen und fallen im Prinzip, aus der Sicht d.Vf., mit den Sozialisationsstufen eines Menschen zusammen⁶¹.

Die für die vorliegende Masterarbeit gewählte interdisziplinäre Herangehensweise ermöglicht eine philosophische Auseinandersetzung mit dem Begriff Kompetenz im allgemeinen und dem Begriff der SK im Besonderen. I.d.Z. nähert sich dieses Verständnis der Auffassung von Gardner⁶², der von einem umfassenden Intelligenzbegriff ausgeht, in den auch die Komponente des sozial intelligenten Verhaltens eingeordnet werden kann. Für Gardner gibt es keine allgemein messbare, singuläre Intelligenz, sondern nur vielfache Intelligenzen. Darunter fällt auch die aus drei Elementen (intrapersonelle (Selbstreflexion), interpersonale (den Mitmenschen konstruktives Feedback zu geben und selbst Feedback und v.a. Kritik anzunehmen) und spirituell-existenzielle (Sensibilität für Grund- und Granzfragen des Lebens) Intelligenzen) bestehende soziale Intelligenz. Der nichtintellektuelle Aspekt der sozialen Kompetenz besteht aus den Persönlichkeitsmerkmalen Temperament und Charakter.

Da in der modernen Welt das soziale Leben eines Menschen einen unabdingbaren Teil seiner Existenz bildet, ist jedes Individuum auch mehr oder weniger sozial kompetent und wird aufgrund dessen als mehr oder minder „guter“ Mensch von seiner Umgebung (und erst dann – wie oben angesprochen - als guter oder schlechter Spezialist) wahrgenommen. Und weil diese Umgebung kulturelle und sonstige Besonderheiten aufweist, kann es durchaus passieren, dass sich der „Gütigkeits“-Status des Betroffenen in einer anderwärtigen Umgebung entsprechend verändert.

⁶⁰ Theoretisch stehen in direktem Zusammenhang mit dem Begriff SK die Pragmatik (umfasst sowohl Worte als auch alle nichtverbale Elemente), die Sprechaktheorie von Austin (1962) und Searle (1969, 1979) sowie das Kooperationsprinzip von Grice (1975) und die soziologischen Betrachtungen von Goffman (1967).

⁶¹ Bei den s.g. Wolfskindern z.B. fallen einige dieser Stufen gänzlich aus, folglich können sie in einer menschlichen Gesellschaft auch nur bedingt oder gar nicht mehr leben.

⁶² Gardner, Howard (1991): *Abschied vom IQ: die Rahmen-Theorie der vielfachen Intelligenzen*. Stuttgart: Klett-Cotta

Sensibilität für diese Wahrnehmungsveränderung kommt nicht von selbst und kann ihrerseits als Kompetenz konzipiert werden. So verwendet Golemann⁶³ in diesem Zusammenhang den Begriff „emotionale Intelligenz“ oder EQ, der eine Art Gegenpol zur rationalen Intelligenz bildet, denn Menschen nur kognitiv (unabhängig von den Gefühlen) zu verstehen erscheint utopisch. Der Begriff EQ ist auch für die vorliegende Arbeit relevant. Dolmetscher fungieren innerhalb diverser Kulturen⁶⁴ und arbeiten mit unterschiedlichsten Menschen zusammen. Ihre vermittelnde Funktion erfordert ein gewisses Feingefühl in Bezug auf multiple Faktoren und Erscheinungen.

Nach Golemann setzt sich Emotionale Intelligenz aus fünf Teilkonstrukten zusammen:

- Selbstbewusstheit als Fähigkeit eines Menschen, seine Stimmungen, Gefühle und Bedürfnisse zu akzeptieren und zu verstehen, und die Fähigkeit, deren Wirkung auf andere einzuschätzen;
- Selbstmotivation - Begeisterungsfähigkeit für die Arbeit - sich selbst unabhängig von finanziellen Anreizen oder Status anfeuern zu können;
- Selbststeuerung als planvolles Handeln in Bezug auf Zeit und Ressourcen;
- Soziale Kompetenz als Fähigkeit, Kontakte zu knüpfen und tragfähige Beziehungen aufzubauen, gutes Beziehungsmanagement und Netzwerkpflege;
- Empathie als die Fähigkeit, emotionale Befindlichkeiten anderer Menschen zu verstehen und angemessen darauf zu reagieren.

Diese Kompetenzen bauen aufeinander auf und können von jedem gesunden Menschen jeden Alters erlernt bzw. ausgebaut werden. Nicht das Vorhandensein von Gefühlen, Emotionen, Stimmungen und Affekten, sondern der bewusste Umgang mit ihnen macht eine hohe emotionale Intelligenz aus. Darüber hinaus zählen hierzu Eigenschaften wie Vertrauenswürdigkeit, Innovationsfreude, Motivationsfähigkeit und v.a. das Vermögen, Gefühle und Bedürfnisse anderer wahrzunehmen. Dabei werden Befähigungen wie Teamführung, Selbstvertrauen und die Fähigkeit, sich selbst und andere aufzubauen sowie politisches Bewusstsein betrachtet⁶⁵.

Ein wichtiger Kritikpunkt der Theorie von Golemann ist, dass der Begriff EQ für eine Vielzahl von Phänomenen verwendet wird, die nur bedingt als eine Einheit angesehen werden können. Somit ist die EQ ein sehr ausgedehntes, von Psychologen leicht anfechtbares Konstrukt. Weil es aber sprachlich bequem und eingängig ist, hat sich diese Bezeichnung im Alltag als eine Art Patentrezept durchgesetzt.

An dieser Stelle ist eine nähere Betrachtung des Phänomens *Empathie* angebracht. Diese Fähigkeit wird in der TW z.B. als Grundelement in einer Reihe von Übersetzungsmodellen behandelt. Bernhard Plé⁶⁶ z.B. sieht das Übersetzen als Moment kultureller Austauschprozesse, sieht aber die Möglichkeiten für empathische Bezüge intertextuell – in der Beziehung zwischen (Kon-)Texten: vorausgegangene und nachfolgende Übersetzungen verdeutlichen sich gegenseitig. Einen kognitiven

⁶³ Golemann, Daniel (2007). Emotionale Intelligenz. München: Dt. Taschenbuch-Verl

⁶⁴ Siehe Teil II, Kapitel 2

⁶⁵ vgl. auch http://www.wimmer-partner.at/emotional_thesen.html

⁶⁶ S. 259-270 in Zingerle, Arnold (Hg.) 2003: *Sozialwissenschaftliches Übersetzen als interkulturelle Hermeneutik*. Berlin: Duncker & Humblot

Ansatz vertritt V. Gusev (2003 in *Vestnik MGLU*, S.26-41). Er befasst sich mit der Entwicklung von Übersetzungsstrategien und plädiert dafür, dass dabei das alte Schema „AT→ZT“ durch das Schema „(AT-Produzent+AT) → (Translator+ZT)“ ersetzt werden soll, weil es psychologische Gesetzmässigkeiten der Translation widerspiegelt und den aktuellen funktionalen Modellen Rechnung trägt: nur so kann die kommunikative Intention des AT-Rezipienten adäquat interpretiert und wiedergegeben werden. Produktiv erscheint d.Vf. die Differenzierung von zweierlei Aspekten der Empathie: die emotionale (sich in die Person des AT-Produzenten hineinfühlen) und die kognitive (sich weitgehend mit dem Perzeptionsobjekt psychologisch identifizieren, um seinen Motiven auf den Grund zu gehen) (ebd.:39). Aber auch Gusev bezieht diese empathischen Mechanismen (auch Projektion und Intraspektion) in erster Linie auf das literarische Übersetzen und leitet daraus konstruktive didaktische Empfehlungen ab. Diese Aspekte (Einfühlungsvermögen+(Welt-)Wissen) sind aus der Sicht d.Vf. auch im Falle von Konferenzdolmetschen sehr wichtig, sie bilden die Basis für eine angemessene probabilistische Prognostizierung (vgl. Širâev 1979:12f, 69) und Antizipation (vgl. z.B. Gerver 1975:196). Die Empathie hilft dem Dolmetscher folglich unmittelbar beim Dolmetschen: sie entlastet oft sein Gedächtnis und setzt - im Sinne von Daniel Gile - Kapazitäten frei, ist aber auch außerhalb der konkreten Dolmetschsituation bei der Interaktion mit Kunden, Kollegen usw. unabdingbar. I.d.Z. könnte aus der Sicht d.Vf. das Empathievermögen eines Dolmetschers auch folgendermassen Anwendung finden: Die TW- bzw. DW-Kenntnisse und die Translations- bzw. Dolmetschkompetenz und ihr kontinuierlicher Ausbau lässt einen Dolmetscher mit der Zeit zu einem echten Virtuosen werden. Da aber nur wenige Menschen eine richtige Vorstellung von diesem Beruf haben, sollte man in jedem Fall Nachsicht gegenüber diesen „Laien“ walten lassen, indem man sich das vereinfachte aber stark verbreitete Bild vom eigenen Beruf vor Augen führt, um auf die bessere Kontakte zu den potenziellen Bedarfsträgern bzw. Kunden aufbauen zu können. Andererseits soll sich der Dolmetscher - wie bereits angesprochen - in die Person des Redners hineinversetzen können, was wiederum sehr viel Einfühlungsvermögen bedarf, nicht aber zu einer vollen „Selbstvergessenheit“⁶⁷ führen darf. Der Dolmetscher muss sich selbst treu bleiben, seiner Stimme, seiner Person - seinem Stil, was aber nicht bedeutet, dass er die eigenen Einstellungen und Überzeugungen in das Translat einbringt. So hilft die Empathie folglich an Aufträge zu kommen und sich gut zu verkaufen: man weiß was der Kunde erwartet, man klärt ihn dann aber auch vorsichtig auf und bereitet ihn somit richtig auf die Verdolmetschung vor. Und man versucht, immer ein bisschen mehr zu bieten, als die Kunden erwarten.

Auf das Dolmetschen projiziert sind folgende Komponenten der SK für die vorliegende Masterarbeit relevant:

⁶⁷ Zur Problematik „Dolmetschen und Identität“ siehe Dörte Andres (2008): *Dolmetscher als literarische Figuren: Von Identitätsverlust, Dilettantismus und Verrat*. München: Meidenbauer. 429-490.

1. *Selbstreflexion*: Dolmetscher sind immer in einer zweifachen Situation, einerseits als Mitgestaltende, aber auch gleichzeitig als relativ neutrale Vermittelnde (handeln und sich dabei zugleich beobachten);
2. *Soziale Antizipation*: alle Beteiligten und v.a. ihre Intentionen richtig einschätzen zu können, mögliche Interessenskonflikte vorauszuahnen und auf subtile Signale zu achten (bei Tabuthemen besonders sensibel sein);
3. *Kommunikative Kompetenzen* (einschließlich der Kompetenz in der Kommunikation mit neuen Medien);
4. *Teamfähigkeit*: sich mit Dolmetscherkollegen inhaltlich und kreativ auszutauschen, Hilfestellung leisten, kooperativ, konstruktiv und solidarisch (z.B. Aufträge mit Dumping-Honorar ablehnen) auftreten.

Und da die SK von d.Vf. so allgemein aufgefasst wird und der vorliegenden Arbeit in vielerlei Aspekten immanent ist, wird im Folgenden auch anderen bedeutenden Teilkompetenzen in ihrer Relation mit dem Konferenzdolmetschen gebührende Aufmerksamkeit geschenkt.

6. Kommunikationskompetenz

Ihren besonderen Stellenwert haben natürlich in dem Bereich rund um die Sprache und Kommunikation auch die kommunikativen Kompetenzen: linguistische, extralinguistische, mediale. Diese helfen einer Person, ihre Persönlichkeit nach außen zu kommunizieren.

Die Kommunikationswissenschaft (die historisch gesehen der Rhetorik entspringt) ist ein integratives Wissensgebiet und beschäftigt sich mit der Kommunikation - als einem Spektrum der sozialen Phänomene wie Interaktion, kommunikatives und sprachliches Handeln usw. - und den einhergehenden Elementen und Instrumenten. Das Objekt selbst – die Kommunikation und ihre Abgrenzung von korrelierenden Begriffen – ist umstritten, sowie die Abgrenzung von den Disziplinen wie Soziologie, soziale Psychologie, anthropologische Kulturologie oder Psycholinguistik (vgl. Kulikova 2006:13-14). Theoretiker unterscheiden zwischen Kommunikation (Generalmetapher), Interaktion (Teil der Kommunikation, sozial oder psychologisch), sie zeigen Schnittstellen dieser Phänomene und differenzieren folglich Kontexte, Aktanten, ihre Rollen usw. Für die vorliegende Arbeit erscheint d.Vf. i.d.Z. folgende Abgrenzung sinnvoll: *Kommunikation* hat eher einen informativen und interessenorientierten Charakter (kompetentes und souveränes Auftreten: Rhetorik, Prosodie, Pragmatik, Körpersprache) und bei der Interaktion wird die emotionale Seite (Humor, Smalltalk, Persönlichkeit und Stil) betont.

Da es sich beim Dolmetschen um die Gegebenheiten einer interkulturellen Kommunikation handelt, ist dieses Teilgebiet der Kommunikationswissenschaft für die vorliegende Arbeit von besonderer Relevanz. Interkulturelle Kommunikation wird beim Dolmetschen (wie bereits angesprochen) zu einer *transkulturellen Kommunikation*, die Aufgabe des Dolmetschers ist ja die Schnittmenge der kontaktierenden Kulturen zu erweitern, um einen positiven kommunikativen Effekt zu erzielen (vgl. Pöchhacker 2001:413). Deshalb ist die Kenntnis der Kommunikationsmechanismen und insb. die daraus resultierende kommunikative Kompetenz für den erfolgreichen DA essentiell.

Es existieren viele Kommunikationsmodelle (entsprechend der vielfältigen Auffassung der Kommunikation), deren detaillierte Darstellung in der vorliegenden Arbeit aus naheliegenden Gründen nicht zur Sprache kommt. In Teil I Kapitel 1.1 der vorliegenden Arbeit wurde bereits das Modell von Hymes kurz vorgestellt. In seinen Interaktionen mit Kunden und Kollegen in der Zeit zwischen den Einsätzen zieht sich der Dolmetscher in seiner Mediatoren/Vermittler-Rolle zurück. Diese Konstellationen können dann wieder anhand von klassischen dialogischen Sprechaktmustern beschrieben werden. Im Folgenden wird auf bestimmte Gesetzmäßigkeiten eingegangen, die eine Kommunikation erfolgreich verlaufen lassen, eine konkrete detaillierte Analyse möglicher kommunikativer Sprechakte mit ihren pragmatischen Implikaturen wird aber an dieser Stelle erspart.

Die pragmatischen Axiome nach Watzlawick (1974) bieten eine Grundlage für eine umfassende

Kommunikationstheorie und weitere s.g. Dialog-Modelle⁶⁸):

1. Man kann nicht *nicht* kommunizieren
 2. Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt. Kommunikationsabläufe werden unterschiedlich strukturiert. Kommunikation bedient sich sprachlicher und nicht - sprachlicher Modalitäten
 5. Kommunikation basiert entweder auf Gleichheit oder Ungleichheit
- Bewusste oder unbewusste Anwendung von den genannten Maximen hängt mit einem gewissen

Entwicklungsgrad von Empathie zusammen und fällt somit in den emotionalen Bereich.

Ein weiterer Klassiker in der Kommunikationswissenschaft ist das sogenannte 4-Seiten-Modell von Schulz von Thun (Kommunikationsquadrat). Es veranschaulicht die Komplexität von Kommunikation (gut auf den interkulturellen Kontext übertragbar).



„Eine Botschaft hat potenziell diese vier Seiten, ausgesprochen oder unausgesprochen, bewusst oder unbewusst. Wenn jemand etwas sagt, schwingen immer mehrere dieser Aspekte mit. Eine Seite dominiert in der Regel, allerdings ist das nicht immer die Sachaussage, also der „reine Inhalt“, wie wir oft irrtümlich annehmen.“ (Keup 2010: 50-51)

Die vorgestellten Modelle zeigen Wege (rhetorische, prosodische und körpersprachliche) zum positiven pragmatischen Effekt auf: die Dolmetscher werden somit dazu angeregt, ihre eigene kommunikative Performanz kontinuierlich auszubauen, auch weil sie immer mehr oder weniger publik sind (auch eben weil sie öffentliche Vorträge und Reden dolmetschen). Die rhetorische Ausdruckskraft eines hochwissenschaftlichen Vortrags sei dahingestellt, aber auch in diesem Fall muss sich der Dolmetscher um adäquate Gestaltung des ZT bemühen. Im Bereich Diplomatie oder Rechtswissenschaft sind nicht nur Kenntnisse der klassischen Rhetorik (Kompetenz) gefragt, sondern auch eigene rhetorische Beschlagenheit (Performanz) und dazu noch ihre aktive Umsetzung in mehreren Sprachen. Es sei abermals betont, dass es nicht das Ziel dieser Masterarbeit ist, präzise pragmatische Techniken zu entwickeln oder zu beschreiben, vielmehr sollen die angeführten Beispiele als Anregungen für weitere Recherche, Ermittlung und praktische Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse in der tagtäglichen Kommunikation verstanden werden. Deshalb würden in Detail gehende Darlegungen bez. der Sprechakttheorie, Pragmalinguistik,

⁶⁸ Die Interaktionspartner (Sender, Empfänger) und die jeweilige kommunikative Situation stehen im Mittelpunkt, wobei die Bedeutung einer Mitteilung/Nachricht erst im Prozess der Kommunikation erzeugt wird und sie ist nur im Kontext einer Kommunikation verständlich und interpretierbar.

kontrastiver Pragmatik, usw. den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Der Begriff kommunikative Kompetenz wurde von Dell Hymes eingeführt. Er hat sie aus dem von Noam Chomsky definierten Begriff der sprachlichen Kompetenz abgeleitet und als inhärentes Wissen der situativen Angemessenheit der Sprache oder - mit anderen Worten - als ein gewisses Sprachbewusstsein definiert (vgl. Hymes in Pride+Holmes (Hg.) 1972:269-293).

Relevante didaktische Standardwerke (Bachman 1990, Millford 2003, Bim 2004 usw.) enthalten keine einheitliche Vorstellung über die Schlüsselemente der kommunikativen Kompetenz. So listet Hymes grammatische, soziolinguistische, strategische und diskursive Subkompetenzen auf (Hymes in Pride+Holmes (Hg.) 1972:269-293).

Kommunikation umfasst nicht nur Worte, sondern jede Art von interpretierbarem Verhalten, wie Gesten, Körperhaltung etc. Dabei kommt es sehr häufig vor, dass dieses Verhalten missinterpretiert wird. Kommunikationsprobleme entstehen also vorwiegend dann, „wenn zwei, die dasselbe sagen, nicht unbedingt das gleiche damit meinen“ (Holz-Mänttari 1985:469). So gibt es beispielsweise im Bereich der nonverbalen Kommunikation viele Gesten, Körperhaltungen und Handzeichen, die kulturell unterschiedliche Bedeutung haben. Kulturelle Unterschiede machen sich auch in der Bedeutung eines Lächelns⁶⁹, des Augenkontaktes oder beim Händeschütteln bemerkbar. Im Bereich der paraverbalen Kommunikationsmuster, wie beispielsweise der Stimme, kann es ebenso zu falschen Annahmen kommen, wenn diese ausschließlich nach bekannten Mustern interpretiert werden.

Zu paraverbalen Komponenten der Kommunikation gehört Prosodie. Sie ist der Oberbegriff für tonale, dynamische und durationale Einzelphänomene und hilft, das akustische Kontinuum in Sinneinheiten zu strukturieren, wichtige Elemente zu betonen, andere Kommunikationskanäle (z.B. visuell) zu komplimentieren bzw. zu kompensieren, aber auch Alter, Geschlecht, Persönlichkeit, Beruf (z.B. Priester) oder Gefühlszustand des Sprechenden zu identifizieren (vgl. Ahrens 2004). Prosodie ist essentiell für Simultandolmetscher, da ihre Stimme der einzige ZT-Kanal ist. Sie dient dann in erster Linie der Strukturierung und Hervorhebung und wurde bereits in ihren Aspekten (Pausen, Geschwindigkeit und Segmentierung, Akzentsetzung und Betonung, Stimmführung und Grundfrequenz) erforscht (ebd.). Deshalb sollen Dolmetscher von dem allgemeinen Erkenntnisstand auf dem Gebiet der Prosodieforschung Gebrauch machen und auf die prosodischen Elemente in ihrem gesamten Auftreten besonders achten, denn diese sind das akustische Gewand ihres Hauptinstrumentes – ihrer Stimme.

In diesem Kapitel wurde gezeigt, dass es sich bei Kommunikation um Mitteilungen handelt, die verbal, nonverbal oder paraverbal übermittelt werden können. Wichtig ist hierbei zu beachten, dass es zwar möglich ist, nur nonverbal zu kommunizieren, dass es aber nicht möglich ist ausschließlich verbal zu kommunizieren.

⁶⁹ Zur kommunikativen Funktion des Lächelns in der russischen Kultur siehe z.B. Sternin I.A. (2000): *Russkoe i finskoe kommunikativnoe povedenie*. Voronež: VGTU. 53-61 (<http://commbehavior.narod.ru/RusFin/RusFin2000/Sternin4.htm>)

7. Vermarktungskompetenz

„Der Köder an der Angel muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“

Dale Carnegie

7.1. Persönlichkeits- und Tätigkeitsprofil des Dolmetschers und der Markteintritt

Im folgenden wird näher auf die praktische Anwendung der oben dargestellten Kompetenzen eingegangen, und zwar unter dem im Sinne von Pöchhacker „*institutionellen*“ Aspekt (Pöchhacker in Schippel (Hg.) 2008:65). Der Markt tritt i.d.Z. als Institution auf und es kommen Dolmetsch-, Kommunikations-, Sozial-, Kulturkompetenzen in ihrer von der jeweiligen dolmetschenden Person entwickelten Relation und Gewichtung mit der Berücksichtigung des eigenen Charakters, Temperaments, Stils usw. zur Sprache. Die damit einhergehende Reflexion bedarf gewisser Selbstevaluationskompetenzen, die zusätzlich ausgebaut werden können.

Aus den Darlegungen in Teil I ist es ersichtlich, dass das Dolmetschen Talent, Kenntnisse und gründliche Vorbereitung erfordert. Ein Dolmetscher benötigt ein exzellentes Lang- und Kurzzeitgedächtnis und ein solides Improvisationsvermögen. Er muss aber auch Konzentrationfähigkeit, Ausdauer, Intuition, und einen scharfen Sinn für rhetorische und prosodische Nuancen (z.B. Ironie, Wut, Sympathie usw.) und den Stil des Redners besitzen. Dabei soll er mit seiner eigenen Meinung eher zurückhaltend sein. Fundierte Allgemeinbildung, politische und gesellschaftliche Informiertheit und Vertrautheit auf unterschiedlichsten Wissensgebieten (Naturwissenschaften, Technik, Politik, Medizin usw.) sind unerlässlich. Dazu kommen noch diverse Techniken und Strategien des Dolmetschens (Strategien der ZT-Produktion, Transformation, Kompression, Inversion, Notstrategien, Monitoring usw. vgl. Kalina 1998) die seine Fachkompetenz bilden und zum Ziel haben, den AT ohne Sinnesverlust zu komprimieren und in der ZS neu zu formulieren.

Ein jeder Translator ist aufgerufen, seine persönlichen und fachlichen Voraussetzungen für einen evt. Markteintritt zu reflektieren. Folgende Ausgangspunkte wären dabei essentiell⁷⁰:

| Vorüberlegungen | Fachliche Voraussetzungen | Persönliche Voraussetzungen |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Fachliche Voraussetzungen▪ Persönliche Voraussetzungen▪ Geschäftsmodell: Was will ich anbieten?▪ Unternehmensform: Wie will ich arbeiten?▪ Rechtsgrundlagen der Berufsausübung▪ Steuern und Buchhaltung | <ul style="list-style-type: none">• Qualifizierte Ausbildung• Sehr gute Sprachkenntnisse• Vertiefte Kenntnisse in einem Fachgebiet• Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse• Kostenbewusstsein / | <ul style="list-style-type: none">▪ Gesundheit▪ Belastbarkeit▪ Bereitschaft zu vorübergehendem Verzicht auf Erholungsurlaub▪ Bereitschaft zur Arbeit an Wochenenden und Feiertagen▪ Fähigkeit zum Abschalten (Trennung Beruf / Privatleben)▪ Unterstützung durch Partner / Familie |

⁷⁰ vgl. Handout für das Blockseminar (WS 2010/11): *Existenzgründung für Übersetzer und Dolmetscher - Unternehmerische Basiskompetenz* (Dozentin Dipl.-Übers. Frau Isa Höflich).

- Versicherungen und Altersvorsorge
 - Fördermöglichkeiten
 - Marketing
- wirtschaftliches Denken
- Flexibilität
 - Risikobereitschaft
 - Kontaktfreudigkeit
 - Sicheres Auftreten
 - Gute Selbstorganisation
 - Fähigkeit zur Selbstmotivation

Als Eckpunkte dieser Bestandsaufnahme verstehen sich dann folgende wesentlichen Fragen:

- ? Wer bin ich und was biete ich an?
- ? Welches sind meine Arbeitsschwerpunkte?
- ? Welches sind meine Stärken?
- ? Was macht mir Spaß?
- ? Was mache ich besser als andere oder könnte ich besser machen als andere?
- ? Was macht mein Angebot „besonders“?
- ? Welchen Nutzen könnte ich Kunden bieten?
- ? Wer sind meine Kunden? (aktuelle Kunden oder Wunschkunden)

7.2. Marktauftritt des Dolmetschers

An dieser Stelle wird auf die grundlegenden Fragen des Marktgeschehens eingegangen, die ein Translator immer im Auge behalten muss um wettbewerbsfähig zu sein, insb. wenn er auf dem freien Markt aktiv ist. Es wird davon ausgegangen, dass die Betroffenen bereits den Entschluss gefasst haben, sich in die Selbständigkeit zu wagen und zuvor ihre persönlichen und fachlichen Voraussetzungen analysiert und ein Tätigkeitsprofil erstellt haben. Man muss sich stets für die Situation und Tendenzen auf dem Markt für Sprachdienstleistungen aber auch für die spezifischen Fachbereiche interessieren, entsprechende Marketingstrategien erarbeiten und seine Vermarktungskompetenz ständig weiterentwickeln. Der zukünftige freiberufliche Translator ist gut beraten, sich Empfehlungen von versierten Marketingberatern und von erfahrenen Kollegen einzuholen, um die Bedürfnisse und Erwartungen von zukünftigen, potentiellen Auftraggebern kennenzulernen.

Im Folgenden werden bestimmte Werkzeuge dargestellt, anhand derer man die eigene Position auf dem Markt formen und festigen kann. Wichtige Eigenschaften für den Erfolg sind sehr gute Kommunikationsfähigkeiten, geistige Wendigkeit, die Fähigkeit sich auf veränderte Situationen schnell einzustellen, gute Umgangsformen, Aufgeschlossenheit gegenüber fremden Kulturen und die Fähigkeit sich selbst gut zu verkaufen.

In ihren Überlegungen stützt sich d.Vf. u.a. auf die während des Studiums in Russland und Deutschland erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen, sowie auf Aussagen von Kollegen und Dozenten in privaten Gesprächen und auf Internetplattformen und schließt daher nicht aus, dass ihr Standpunkt relativiert und ergänzt werden kann. Die beleuchteten Punkte verstehen sich auch als Anregungen und Orientierung für weitere Recherche und Forschung.

Aus den Darlegungen im Teil I. über das Wesen des Dolmetschers und die Vorgehensweise

bei der Vorbereitung auf einen Einsatz wird ersichtlich, dass die Dolmetscher stets mit ganz unterschiedlichen Themenbereichen konfrontiert werden, interdisziplinäre Denkweise entwickeln und einen scharfen Sinn für Zusammenhänge haben müssen. Flexibilität und Erfindergeist sind für eine erfolgreiche Laufbahn unentbehrlich. Eine betriebswirtschaftliche Denkweise ist für einen Dolmetscher sowohl für die Vermarktung der eigenen Dienstleistungen notwendig, als auch für das Verständnis betriebswirtschaftlicher Belange seiner Kundschaft. Marketing an sich ist ein sehr umfangreiches und faszinierendes Fach. Es ist dabei auch klar, dass, wie bei anderen Wissensbereichen, die ein Dolmetscher sich aufgrund seiner Tätigkeit (auch wenn oft vom ganz best. Blickpunkt betrachtet) erschließt, die Vermarktung nur ein Weg zum Ziel und nicht das Ziel selbst ist. Und da sich Marketing im Grunde genommen aus solchen Wissensdisziplinen wie Wirtschaftswissenschaften und nicht zuletzt aus Soziologie, Psychologie, Kulturologie usw. speist, befindet sich der Dolmetscher mit seiner interdisziplinären Ausrichtung, seinem interkulturellen Wissen und seiner gepflogenen Rhetorik in einer sehr guten Position.

Bei der Entwicklung einer reifen Vermarktungskompetenz sollte der Dolmetscher auch interkulturelle Belange im Fokus haben, die bereits thematisiert wurden. Verschiedene Kulturen haben unterschiedliche Präferenzen und erwarten vom Dienstleister spezifische Lösungsangebote für alle Bereiche des Unternehmens. Der Anbieter für Übersetzungsdienstleistungen sollte deshalb einen guten Sinn für Marketingskills wie Corporate Identity, Unternehmenskommunikation, Internetauftritt, Social Media (Xing, Facebook, LinkedIn etc.) haben.

Im Prinzip kann beim Marketing von einem Dolmetscher auch wie im Falle eines Auftrages⁷¹ vorgegangen werden, und dies bedeutet dann in erster Linie Recherche, Analyse, Austausch mit Kollegen usw. Ein Unterschied ist dabei, dass diese Arbeit sich nicht auf einen bestimmten Auftrag (z.B. eine Konferenz) bezieht sondern grundlagebildend ist und somit eine langfristige Investition darstellt. Das erfordert dann wie beim Aufbau der autodidaktischen Kompetenz (autonomes Lernen) ein hohes Maß an Motivation, bringt aber mit der Zeit die entsprechende Belohnung.

Es sei noch bemerkt, dass es besonders den Menschen aus dem postsowjetischen Raum schwer fällt, sich in den marktwirtschaftlichen Gegebenheiten zurechtzufinden und sich gut zu verkaufen, insb. wenn man es intuitiv eben nicht kann oder aus der eigenen Kultur anders kennt. Deshalb sollte man sich ggf. noch mehr damit befassen und mit erfahrenen Kollegen austauschen.

Der Markteintritt lohnt sich. Die gesamte Sprachenindustrie in Europa wächst jährlich um mindestens 10%. Bis 2015 soll allein der Sektor Sprachdienstleistungen, d.h. Übersetzungen, Verdolmetschung, Softwarelokalisierung und „Websiteglobalisierung“ ein Marktvolumen von 11,06

⁷¹ Siehe Teil I. Abschnitt 3.2. und Anhang.

Milliarden Euro in Europa erreichen⁷². Das Volumen des Gesamtmarkts beträgt ein Vielfaches davon, und die Tendenz ist steigend, auch wenn das Kostenbewusstsein weiterhin immanent bleibt und somit für die veränderten Arbeitsbedingungen (z.B. Remotedolmetschen) und größere Konkurrenz sorgt (was einige Absolventen von Dolmetschinstututen, die gerade auch im Studium gelernt haben, sich schnell in neue Fachgebiete einzuarbeiten und unter konstantem Druck und ständiger negativen Kritik leistungsfähig zu bleiben, in andere Branchen abwandern lässt) wenn er schrieb:

„Insgesamt scheint aber klar, daß die Simultandolmetscher einem Prozeß der Anonymisierung und Technisierung unterliegen, der sie im Lauf von fünf Jahrzehnten sozusagen von bewunderten Akrobaten zu notwendigen Technokraten der internationalen Kommunikation hat werden lassen“ (in: Snell-Hornby et al. (Hg.) 1998:303).

Wolfram Wilss ist dagegen optimistisch: Translatoren sind nicht mehr wegzudenken aus der heutigen globalisierten Welt, denn sie tragen zur Verarbeitung von Informationen bei, fazitätieren Verhandlungen und Gespräche. Ihre Zukunft wird entscheiden, ob es ihnen gelingt, *„sich als wichtige „Bedingungsgröße“ im „Human-Resources-Management“ von Politik und Wirtschaft zu etablieren“* (Wilss 1999:211).

Es werden folglich qualifizierte wettbewerbsfähige Translatoren gebraucht, die aber einer klugen Strategie bedürfen, um sich den wachsenden Markt nutzbar zu machen.

Der Begriff Marketing hat sich in den letzten Jahren fest etabliert. Man verwendet ihn praktisch in jedem Tätigkeitsbereich, aber oft ohne gründliche Überlegung, was er eigentlich genau bezeichnet. Aus den Diskussionen auf Foren und in Blogs⁷³ ist jedenfalls ersichtlich, dass viele Translatoren ihr Marketing auf Initialbewerbungen und Tarifverhandlungen beschränken. Marketing umfasst aber alle Maßnahmen, die den Absatz von Dienstleistungen fördern, wie z.B. Entwicklung eines Corporate Designs, Positionierung auf dem Markt, Entwicklung der Marke „Ich“ (Personal Brand), Werbung usw.. Zielgerichtetes Marketing soll helfen, die Kunden (und folglich die Aufträge) zu gewinnen, die zum eigenen Profil passen. Um es vorwegzunehmen: es gibt kein Patentrezept. Die meisten Definitionen von Marketing enthalten zweierlei Aspekte: Marktforschung sowie Marktbeeinflussung mit dem Ziel eigene Waren und Dienstleistungen zu verkaufen und maximalen Profit/Umsatz zu erzielen.

Im Folgenden werden aus der Sicht d.Vf. für einen Dolmetscher relevante Marketingaspekte näher betrachtet.

⁷² Vgl. Pressemitteilung des BDÜ vom 21.10.2010 (nach Erhebungen einer EU-Studie aus dem Jahr 2009)

⁷³ <http://forum.lingvo.ru/actualforum.aspx>, <http://www.transforum.de/>, <http://utr-ural.ru/index.php>, <http://www.trworkshop.net/>, <http://www.geocities.com/Athens/7110/lantra.htm>, <http://ermolovich-di.ucoz.ru/board/>, <http://pavelpal.ru/forum/1>, <http://forum.study.ru/>

7.2.1 Marktforschung

Zunächst muss von einem angehenden Dolmetscher der Markt für seine Dienstleistungen erforscht werden. Im besten Fall sollte dies bereits vor dem Studium bzw. anderen fachlichen Ausbildung geschehen, denn die klassische Marktwirtschaft⁷⁴ geht im Allgemeinen davon aus, dass die Nachfrage das Angebot schafft. Der Dienstleister sollte sich für eine marktrelevante Sprachkombination entscheiden: er muss bei der Entwicklung seiner Dienstleistungsprodukte Sprachkombination, Fachgebiet und Dolmetschart auf den jeweiligen Markt abstimmen und darauf achten, dass der Markt noch nicht gesättigt ist und Neulinge willkommen sind.

Wilss (1999) weist darauf hin, dass die quantitative Nachfrage für Dolmetscher nicht so genau prognostizierbar ist, als für andere Berufe (dort hängt sie i.d.R. von berechenbaren Größen ab). Der Berufsstand der Translatoren müsse auf politische, militärische, soziokulturelle und technologische Ereignisse und Entwicklungen reagieren sowie auf den Bedarf, der sich aus der weltpolitischen Situation ergibt. Auf dem momentanen wettbewerbsstarken Markt ist „der Kunde von heute nicht auch unbedingt der Kunde von morgen“ (Wilss 1999:208).

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass es für einen Dolmetscher sehr schwierig ist, an allgemein zugängliche, verlässliche Statistiken zu gelangen, die aussagen, wie viel insgesamt pro Jahr gedolmetscht wird und wie viele Dolmetscher es mit der jeweiligen Sprachkombinationen gibt. Die Angaben unterscheiden sich noch deutlicher, wenn man unterschiedliche Länder wie z.B. Russland und Deutschland miteinander vergleicht. Gewisse Probleme bereitet auch die entmutigende Tatsache, dass die Berufsbezeichnung nicht unter rechtlichem Schutz steht, dass sich also quasi jeder Sprachkundige als Dolmetscher bezeichnen kann. Ausschlaggebend ist, ob man vereidigt, staatlich geprüft oder diplomiert und ob er evt. Mitglied eines Verbandes (AIIC, BDÜ, NLP usw.) ist.

Zu detaillierte Zahlen sind aber nicht unbedingt aussagekräftiger als generelle Tendenzen auf dem Markt, die indirekt ermittelt werden kann. So können z.B. Listen und Verzeichnisse von relevanten in der Zukunft (aber auch in der Vergangenheit) liegenden Konferenzen, Tagungen, Messen, Besuchen, Delegationen o.ä. leicht mit Google gefunden werden und einzeln oder z.B. in den Kategorien Wirtschaft, Medizin, Forschung usw. abgearbeitet werden. Ähnlich kann man auch in Bezug auf andere Anwendungsbereiche vorgehen, denn angehende Dolmetscher müssen und sollen auch schriftlich übersetzen. Zum Einen aus Gründen der Sprachpflege (Vgl. Stähle 2009), aber auch

⁷⁴ Die modernen Großunternehmen - wie Facebook oder Apple - scheinen imstande zu sein, diesen Stereotyp zu durchbrechen. In diesem Fall könnte d.Vf. aus sozialpsychologischer Sicht von einer (Massen-)Manipulation sprechen: die PR-Branche bedient sich für ihre Zwecke unterschiedlicher Methoden, auch NLP u.ä. Techniken gehören dazu. Dabei werden bestimmte Phänomene den Menschen nicht nur *kommuniziert* sondern auch *aufgezwungen*, und des Weiteren noch *synthetisiert* statt *kultiviert*. In diesem Hinblick wäre die Frage der Kultur, philosophisch gesehen, umstritten: geht es um kulturelle Entwicklung oder Suggestion? Betrifft das nur Popkultur? Und generell: leitet sich das Angebotene aus den Bedürfnissen der Menschen ab, oder werden bestimmte Bedürfnisse auch geschaffen? Oder stellen diese Produkte Unikate dar, und deshalb können nun die Konditionen diktiert werden? Eine genaue Analyse dieser Fragen wird aber aus naheliegenden Gründen an dieser Stelle erspart.

um evt. den eigenen Lebensunterhalt zu bestreiten. Es gibt auch Firmen und Organisationen, die sich der Vermittlerrolle zwischen den deutschen und russischen Unternehmen verschrieben haben und auf ihren Internetseiten wichtige Informationen über bereits international tätige oder daran interessierte Firmen, verschiedene Projekte, Veranstaltungen usw. zur Verfügung stellen⁷⁵. Sinnvoll ist es auch die Internetseiten der Handelskammern und Vertretungen der jeweiligen Länder anzuschauen, aber auch Branchenverzeichnisse, Gelbe Seiten, Fachzeitschriften, Ausstellungskataloge von Fachmessen usw. auf relevante Informationen (z.B. Adressen, Tätigkeitsprofil u.ä.) zu durchsuchen. In dieser Hinsicht spielt auch der Wohnsitz des jeweiligen Dolmetschers eine wesentliche Rolle: wenn man in einer Großstadt wohnt, hat man mehr Chancen auf Erfolg. An dieser Stelle sei noch bemerkt, dass die Zahl der in der jeweiligen Stadt tätigen AIIC-Dolmetscher ein wesentlicher Standortfaktor sein kann.

Auch andere Informationsquellen wie relevante Foren, Arbeitsverbände, aber auch die Reaktion von Sprachdienstleistungsagenturen und Unternehmen, denen man seine Initialbewerbung zusendet, Berichte und Unterlagen in Bezug auf Marktkonjunktur usw. können als Indikatoren der Marktsituation gelten.

Das oberste Gebot bei dieser Recherche sollte „update“ lauten, oder um es mit anderen Worten auszudrücken: alle erhobenen Daten sollten nie als endgültig betrachtet und immer wieder quellenbezogen überprüft werden. Der Dolmetscher muss sich dessen bewusst sein, dass jeder Marktakteur dazu neigt, seine Situation als typisch für den gesamten Bereich anzusehen. Diese subjektive Einstellung ist umso mehr für einzelne Translatoren charakteristisch: jeder bezieht unbewusst seine persönliche Erfahrung, positiv wie negativ, auf die gesamte Branche. Deshalb sollte ein angehender Dolmetscher solche Aussagen eher skeptisch betrachten, wie überzeugend sie auch klingen mögen. Im übrigen besteht keine große Notwendigkeit den Markt intensiv und global zu erforschen, sondern eher auf die eigene Situation bezogen zu analysieren um dann Eroberungsstrategien für die entdeckte Nische zu entwickeln. Dabei soll man die Marktsituation immer im Auge behalten und Marktforschung weiterhin aktiv betreiben. Aus diesem Grund ist die Rede in diesem Abschnitt von der s.g. *Vermarktungskompetenz*, der Fähigkeit sich auf dem jeweiligen Markt zu etablieren und die eigene Position konsequent festigen zu können.

Und wenn schon Recherche einem einzelnen Translator gewisse Probleme bereitet, scheint die *Marktbeeinflussung* seitens jedes Einzelnen eine kaum zu bewältigende Aufgabe zu sein. Das stimmt aber nicht ganz. Denn Dolmetschleistungen zu verkaufen, bedeutet im Grunde genommen, nur intellektuelle Dienstleistungen so wie alle anderen Dienstleistungen auch zu verkaufen. Erfolg kann in diesem Fall durch bestimmte Strategien gesichert werden (wie z.B. dem Kunden bereits im Vorfeld den Effekt der konsumierten Leistungen schmackhaft zu machen, wobei die Frage nach Qualitätskriterien in den Vordergrund tritt). Es gibt genug Marktstudien zu den Themen

⁷⁵ z.B. <http://www.german-business-center.com> oder <http://www.ost-ausschuss.de> usw.

Kundenkategorien und –Verhaltensmuster, Aufmerksamkeitslenkung, Beeinflussung und weitere psychologische Tricks in Verhandlungen mit Auftraggebern, Preispolitik usw. Das Problem ist eher der Überfluss an einigermaßen relevanten Informationen. Der Translator muss schnell entscheiden können, ob die erhobenen Daten für ihn und seine Situation wichtig sind.

In dieser Hinsicht sei angemerkt, dass in der letzten Zeit viele Weiterbildungsseminare⁷⁶ aber auch Marketingseminare für Translatoren angeboten werden. Im Studium bekommt man einen ersten Einblick durch Veranstaltungen wie z.B. die unter dem Titel *Existenzgründung für Übersetzer und Dolmetscher - Unternehmerische Basiskompetenz* oder *Young Professionals - Professionalisierung und Berufsethik* des Seminars für Übersetzen und Dolmetschen (SÜD) der Universität Heidelberg.

Für Dolmetscher im Beruf sind solche Fortbildungsmöglichkeiten⁷⁷ meistens ziemlich kostenintensiv, aber diese Investition lohnt sich, denn die angebotenen Informationen sind bereits evaluiert und filtriert. Ein anderer wichtiger Faktor ist die Möglichkeit mit Kollegen Erfahrungen auszutauschen. Zu bevorzugen sind allerdings Seminare, die von einem Marketingspezialisten und nicht von einem erfahrenen und erfolgreichen Translator durchgeführt werden, auch wenn sie dann zu fachspezifisch und präzise sind. Aber die gewonnenen Erkenntnisse können unmittelbar praktisch umgesetzt werden.

So weist man z.B. auf folgende Besonderheiten im Verkauf von intellektuellen Dienstleistungen im Vergleich zum Vertrieb von Waren hin (vgl. Pankruchin 2005:503):

- Kunden haben Schwierigkeiten bei der Wahl (oft verfügen sie über kein spezielles Wissen und keine angemessenen Evaluationskriterien);
- Breit gefächertes Angebot (viele Translatoren, keine ausreichenden Qualitätskriterien);
- Eine Dienstleistung wird gleichzeitig erbracht und konsumiert - sie beginnt unmittelbar nach der Auftragsakquise, der Auftraggeber ist am Gesamtprozess beteiligt;
- Hohes Risiko (Translat ist kaum reklamationsfähig).

Der Auftraggeber kann nur schwer die Professionalität eines Translators bewerten, bevor die Leistung erbracht wird. In der Regel beherrschen die Bedarfsträger die ZS nicht und kennen sich wenig in den notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten eines Translators aus. Wen soll man dann auch bevorzugen: Einen Absolventen eines angesehenen Sprachinstitutes mit passender Kombination und aussagekräftigen Referenzen, einen ehemaligen erfahrenen Ingenieur mit viel Fachkenntnissen und hinreichend Sprachenkompetenz in der jeweiligen Fremdsprache oder einen energischen Vertriebler mit einer soliden Erfahrung auf internationalen Märkten? In diesem Falle sollen die

⁷⁶ z.B. http://eao-otzenhausen.de/index.php?option=com_eventlist&view=eventlist&Itemid=89&lang=en

⁷⁷ z.B. unter seminare@adue-nord.de können weitere Informationen erfragt oder unter <http://www.bdue.de/de/081000.php?niv=bw> auch direkt gebucht werden.

Kunden auf die von den Arbeitsverbänden (AIIC, BDÜ usw.) entwickelten Qualitätsstandards achten. Viele Dolmetscher stellen aber auch relevante Informationen auf ihren Webseiten zur Verfügung⁷⁸. Auf die Fragen der Qualität wurde bereits in Teil I Kapitel 2.2.2. eingegangen.

Ein Büro kann dagegen die jeweiligen Charakteristiken und Kompetenzen eines Translators relativieren und den passenden für die geforderten Aufgaben selektieren. Allerdings gehen auch die Sprachdienstleistungsbüros ein höheres Risiko als beim Verkauf von Waren ein.

Zusammenfassend sei bemerkt, dass die meisten Auftraggeber (Direktkunde oder Büros) von eigener Erfahrung mit Übersetzern und Dolmetschern ausgehen und - was nicht weniger wichtig ist - von eigenen Gefühlen (Sympathie, Vertrauen u.Ä.) in jedem konkreten Fall. Hier sollte jeder Translator seine Bemühungen ansetzen. Man muss diese Gefühlsebene für sich arbeiten lassen, auch wenn das schwierig ist. Aber einmal gewonnen fördert das Vertrauen diese Beziehungen, denn die Investition lohnt sich auch für den Kunden, der Zeit und Kraft dafür aufgewendet hat, den geeigneten Auftragnehmer zu finden.

Das Gesagte macht deutlich, warum sich die Versendung von Initialbewerbungen so wenig lohnt. Ein Auftraggeber braucht mehr vertrauensvolle Informationen wie z.B. Referenzen von Bekannten, einen persönlichen Eindruck von einem Gespräch mit dem Dolmetscher usw. Die gefragte kommunikative Kompetenz steht also unmittelbar mit der Vermarktung in Verbindung und soll, wenn nicht ausreichend entwickelt, ausgebaut bzw. an die jeweilige kulturelle Situation angepasst werden.

7.2.2. Auftritt gegenüber verschiedenen Kunden

Des Weiteren ist es wichtig, mögliche Auftraggeber oder bereits gewonnene Kunden einigermaßen einzusortieren. Dazu gibt es verschiedene Werkzeuge wie z.B. Kundenklassifikationen⁷⁹, die aber immer auf die eigene Situation bezogen angewendet werden sollten. Denn es gibt in dieser Hinsicht unterschiedliche Herangehensweisen mit Hinblick auf Alter, Geschlecht, Bildungsniveau, Einkommen, sozialen und beruflichen Status, Vorlieben, Reaktion auf Innovationen, Treue und Loyalität, Persönlichkeit, individuellen Stil, usw.. Alle diese Faktoren und Motivationen beeinflussen letztendlich das Verbraucherverhalten und können in 3 Gruppen eingeteilt werden: individuelle, psychologische und soziokulturelle (Pankruhin 2005: 122f).

Ein Werkzeug, das für einen Translator hilfreich sein kann ist FCB-Grid⁸⁰ (kurz für Foote, Cone & Belding Grid) oder FCB-Gitter der Konsumforschung. Es ist ein von der Werbeagentur Foote,

⁷⁸ Wie z.B. unter http://www.ihre-dolmetscherin.de/Der_richtige_Dolmetscher-Ein_kleiner_Leitfaden.pdf, <http://www.transforum.de/download/Anforderungen.pdf>, usw., oder aber auch humorvolle *Produktschnellinformation* unter <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>

⁷⁹ vgl. z.B. <http://www.marketing.ch/wissen/crm/kubewert.pdf>

⁸⁰ vgl. auch http://www.usq.edu.au/course/material/mkt2001/foote_cone_belding_grid.htm oder <http://www.businessteacher.org.uk/free-marketing-essays/marketing-dissertation-literature-review/>

Cone & Belding entwickeltes, in den USA verbreitetes Instrument zur Analyse von Konsumenten und Produkten. Das Gitter teilt Produkte in zwei Gruppen ein, je nachdem, ob es die Konsumenten als „think“ oder „feel products“ einschätzen, ob sie ihnen also eher rational-funktionale oder emotionale Eigenschaften zuschreiben.

Den Grundstein dafür lieferte Vaughn mit der Entwicklung eines Planungsmodells für Werbung, in dem Kaufentscheidungen in zwei Basisdimensionen klassifiziert werden können. In der Vertikalen wird der Grad des Involvement eingetragen, und in der Horizontalen, wie stark eine Entscheidung vom Denken oder Fühlen beeinflusst wird (Vaughn, 1980: 27 f).

Tabelle Nr.2 „FCB-Grid-Klassifikation der Kaufentscheidungen“:

| | | |
|-----------------------|--|--|
| Hohes Involvement | <p>Quadrant 1: informativ</p> <p>Diese Entscheidungen sind durch hohes Involvement und rationale Entscheidungskriterien charakterisiert.</p> | <p>Quadrant 2: affektiv</p> <p>Diese Entscheidungen sind durch hohes Involvement und emotionale Entscheidungskriterien charakterisiert.</p> |
| Niedriges Involvement | <p>Quadrant 3: gewohnheitsmäßig</p> <p>Diese Entscheidungen sind durch niedriges Involvement, wenig Affekt und eher routiniertes Verhalten charakterisiert.</p> | <p>Quadrant 4: Selbstzufriedenheit</p> <p>Diese Entscheidungen sind durch geringes Involvement und emotionale Entscheidungskriterien charakterisiert.</p> |
| | Denken | Fühlen |

Jede Kundengruppe folgt dementsprechend einem Algorithmus: Ein Auftraggeber mit einem hohen Involvement und Bedarf agiert infolge dessen annähernd wie im folgenden Modell: „Recherche – Entscheidung – Aktion“. Dieser Kunde braucht von Anfang an viele Informationen, man muss ihm bis ins Detail den Translationsprozess und Preisbildungskriterien erklären, gewisse Garantie gewähren, weil er einem Translator eben auf Grund des Faktenvergleichs Vorrang gibt. Rationale Tatsachen beeinflussen seine Entscheidung. Dieser Kunde muss auch weiterhin entsprechend betreut, informiert und involviert werden. Nicht weniger wichtig ist dabei, dass der Translator sich seiner Verantwortung bewusst ist, denn diese Art Kunden beauftragen einen Dolmetscher oder Übersetzer nur, wenn es wirklich wichtig ist (Werbung, essentielle Geschäftsverhandlungen und –Korrespondenz u.ä.)

Ein anderes Muster tritt ein, wenn der Kunde Translation als Routine, fast wie ein notwendiges Übel ansieht (niedriges Involvement, rationale Entscheidungskriterien). Detaillierte Erklärungen wirken dann belästigend. „Aktion - Recherche – Entscheidung“ ist sein Algorithmus. Anfänglich beauftragt er einen Translator, weil die Notwendigkeit dies verlangt. Wenn das Translat ihn anschließend befriedigt, bleibt er bei dem Auftragnehmer, wenn nicht – sucht er einen anderen. Das Positive ist, dass diese Art Kunden wenig Probleme schafft, relativ passiv und nicht so anspruchsvoll ist. Andererseits ist diesen Kunden im Grunde egal mit wem sie arbeiten – Hauptsache alles läuft reibungslos. Diese Auftraggeber zu halten, bedeutet das Endprodukt immer im Auge zu

behalten und seine Dienstleistung autonom zu erbringen, d.h. den Kunden so gut wie möglich in Ruhe zu lassen, „unsichtbar“ bleiben, indem man u.a. auch für gute Qualität sorgt⁸¹. In Bezug auf Dolmetschen kann man z.B. internationale Organisationen, Gerichte, Behörden in diese Kategorie einordnen.

Diese Klassifikation trifft auch auf die meisten Sprachdienstleistungsagenturen zu. Außerdem tendieren sie dazu, erst entsprechend der ersten Vorgehensweise zu agieren und dann mit sich einstellender Routine in die zweite zu verfallen. Dann wird es für den Translator, der mit dieser Kategorie Agentur arbeitet, ernst: Auftraggeber vom Typ 1 sehnen sich nach eifrigen innovativen Lösungen und die vom Typ 2 können günstigere Konkurrenten bevorzugen. Idealerweise sollte ein Translator einen Klientenmix haben, um Vor- und Nachteile beider Gruppen aber auch eigene Auf- und Abs bei der Arbeit auszubalancieren.

Zu erwähnen ist auch eine Reihe Auftraggeber, die um des Ansehens willen Translatoren beauftragen (hohes Involvement, relativ niedriger Bedarf), die weniger von Logik als von eigenen Gefühlen geleitet werden. Der Translator muss einfach ins Bild der Firma passen. Der Algorithmus lautet: Entscheidung – Recherche – Aktion. Ihr Interesse weckt man durch Emotionen, Tatsachen sind nebensächlich. Beeindrucken können sie gute Referenzen, Teilnahme an großen angesehenen Projekten, kreative Lösungen (zu viel Sorgfältigkeit grenzt bei ihnen an Trägheit). Einen solchen Kunden zu gewinnen, stellt sich als schwierig heraus, wenn man nicht genau weiß, was er als mit Prestige behaftet ansieht: Diplom einer bestimmten Universität, Auslandsaufenthalte und –praktika, bisherige Aufträge seitens großer Unternehmen, einen besonderen Auftritt, Manieren, usw. Diesen Auftraggeber zu halten ist einfacher: emotional einmal entschieden, bleibt er lange bei dieser Wahl. Ein Beispiel hierfür wäre, wenn Dolmetscher zu einer Veranstaltung bestellt werden, nur um ihr mehr Glanz zu verleihen und der Firma eventuell mehr Ansehen zu bringen. Oft verfügen die Teilnehmer selbst über genug Fremdsprachenkenntnisse oder schenken den vorgetragenen Reden nur scheinbares Interesse.

Die vierte Gruppe zeichnet sich durch ein niedriges Involvement und überwiegend emotionale Entscheidungskriterien. Gekauft werden in diesem Fall günstige Waren und Dienstleistungen, an denen wenig Bedarf besteht, die aber Spaß machen. In dem uns interessierenden Bereich sind solche Kunden kaum möglich.

Natürlich wird die angeführte Klassifikation nicht alle möglichen Varianten, die in der Realität vorkommen, abdecken können, gibt aber evt eine Orientierung und einen Anstoß für weitere Recherche. Anhand von diesem o.ä. Einsortieren von Kunden kann man die 20% der Kunden

⁸¹ Insbes. trifft das auf das Übersetzen von Bedienungsanleitungen, Informationsunterlagen zu, die selten gelesen werden aber immer - laut Vertrag - mitgeliefert werden müssen.

ermitteln, die nach dem Paretoprinzip⁸², auch Pareto-Effekt, 80-zu-20-Regel oder ABC-Analyse genannt, 80% des Gesamtumsatzes eines Translators ausmachen. Dementsprechend soll diesen Auftraggebern (den A-Kunden) die höchste Priorität gelten.

Es sei noch ein wichtiges Element zu erwähnen, das Marketingspezialisten gerne betonen, und zwar dass der Anbieter latente Bedürfnisse von Bedarfsträgern genauso berücksichtigen soll wie solche, die direkt ausgesprochen werden.

I.d.Z. kann auch der s.g. CLV (Customer Lifetime Value, auch Kundenwert genannt)⁸³ herangezogen werden. Das ist allgemein der Deckungsbeitrag, den ein Kunde während seines gesamten „Kundenlebens“ realisiert, diskontiert auf den heutigen Tag. Es liegt auf der Hand, dass der Auftraggeber, der einen Dolmetscher regelmäßig beauftragt, sich mehr für ihn lohnt, als derjenige, der einmal im Jahr etwas anbietet. Da der größte Aufwand eben immer auf die Phase der Geschäftsanbahnung entfällt, sind die Anfangsinvestitionen bei Stammkunden lohnenswerter als bei den einmaligen. Es ist wichtig, die Zusammenarbeit zeitlich einzuschätzen: Firmen haben unterschiedliche Lebenszyklen, und davon hängt jeweils deren stabile Lage und ihr Bedarf an Sprachdienstleistenden ab⁸⁴.

Parallel zu Marketingstrategien können von einem Translator auch weitere Verfahren und Instrumente verwendet werden, um gesetzte Ziele zu erreichen. Eines davon ist die *Initialbewerbung* oder aber auch der *Lebenslauf* an sich (vgl. Ruisinger 2011:114-151). Diese müssen immer an eine bestimmte Zielgruppe angepasst werden und das erfassen, was ein möglicher Auftraggeber unbedingt wissen muss und nicht das, was ein Dolmetscher über sich selbst erzählen will. Wenn es viele Zielgruppen gibt, so sollten jeweils modifizierte Unterlagen erstellt werden, denn so kann sich der Translator für bestimmte Auftraggeber attraktiver machen, indem er z.B. gewisse Teilkompetenzen oder Informationen betont oder unterlässt. Ein Beispiel hierfür wäre die Information über den Familienstand oder ggf. Kinder wenn es sich z.B. um eine Position handelt, bei der viel gereist werden soll. Berücksichtigt werden sollen auch die rechtlichen Aspekte, und zwar dass Werbebriefe an Geschäftsleute (an die Geschäftsadresse) erlaubt, E-Mail-Werbung ohne die ausdrückliche Zustimmung des Empfängers dagegen nicht erlaubt ist. In der Regel halten Marketingberater Initialbewerbungen bei der Vermarktung intellektueller Dienstleistungen für äußerst unproduktiv. Denn solche Konsumenten wollen den Dienstleister persönlich kennenlernen. Deswegen soll stets eine Möglichkeit dafür gesucht werden, seien es Werbebriefe, Telefonakquise, E-Mails, Networking,

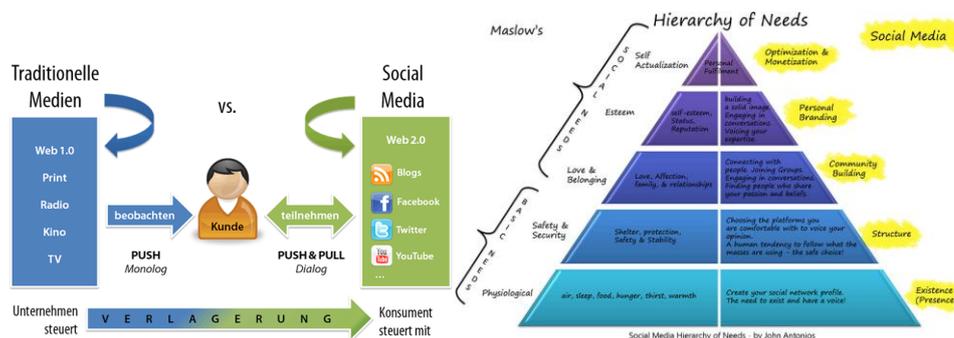
⁸² Vilfredo Pareto untersuchte die Verteilung des Volksvermögens in Italien und fand heraus, dass ca. 20 % der Familien ca. 80 % des Vermögens besitzen. Banken sollten sich also vornehmlich um diese 20 % der Menschen kümmern und ein Großteil ihrer Auftragslage wäre gesichert.

⁸³ vgl. http://www.marketingscout.ru/2009/05/blog-post_22.html

⁸⁴ Handelshäuser, Werbeagenturen, Vertriebsabteilungen schließen oft bereits in den ersten fünf Jahren, oder sie wechseln plötzlich ihren Tätigkeitsbereich: gestern waren es Kleider aus Frankreich oder Werbung für Volkswagen und für morgen sind Schuhe aus Italien und Handywerbung angesagt; dementsprechend benötigen sie nun nicht mehr Translatoren mit Französisch und Deutsch, sondern für Italienisch und Englisch. Daher lohnen sich in dieser Hinsicht eher Industrieunternehmen, die langlebiger und stabiler sind.

Fortbildungen, Besuche auf Fachmessen, Visitenkartenparties⁸⁵ usw.

Networking ist eines der Erfolgsfaktoren für Selbstständige im allgemeinen und ist ein langfristig effektives Instrument des Selbstmarketings und der Kundengewinnung mit dem Ziel, Beziehungen aufzubauen und Kontakte zu pflegen. Denn solche Kontakte genießen oft einen Vertrauensvorschuss und passen deshalb besonders gut zum eigenen Angebot. Netzwerke aufzubauen gilt deshalb als eine der Prioritäten für den beruflichen Erfolg: ein Auftraggeber trifft seine Entscheidung oft nur aufgrund der Empfehlung von Bekannten: Kunden motivieren Kunden am meisten. Bewerbungen gehen offensichtlich zu Dutzenden ein, sind aber nicht sehr erfolgsversprechend (oder nur bei sehr seltenen Sprachen, wenn in kürzester Zeit jemand gefunden werden muss). Aktive Kommunikation mit Kollegen und potenziellen Kunden hilft dabei besonders: bei Seminaren, Konferenzen, Präsentationen, auf Fachmessen und Internetplattformen haben auch die Auftraggeber die Gelegenheit, mögliche Auftragnehmer besser kennen zu lernen und so das Risiko einer falschen Entscheidung zu minimieren, was bei dieser Art von Dienstleistungen durchaus der Fall sein kann. Einen besonderen Stellenwert i.d.Z. gewinnt zunehmend die Interaktion in den sozialen Medien mit ihren spezifischen Instrumenten. Sie ermöglicht, ein direktes Feedback zu eigenen Services zu bekommen, indem man Nutzer untereinander und mit sich vernetzt, Votings bzw. Rankings anlegt, Blogs, Foren et al. verfolgt und selbst führt.



„Man muss sich mit dem Kunden befassen und flexibel sein. Und hier kommt der Mensch wieder ins Spiel: Die Entscheidung für ein Produkt oder eine Dienstleistung fällt heute, wenn viele gleiche oder ähnliche Angebote vorliegen, zugunsten des Anbieters oder Geschäftspartners, der uns (emotional) überzeugt, uns sympathisch ist, uns respektiert und/oder - und das ist nicht zu unterschätzen! - dem man vertraut, weil man ihn gut kennt... Natürlich sind auch andere Entscheidungskriterien wie Konditionen, Flexibilität, Serviceleistungen usw. nicht zu unterschätzen. Aber selbst wenn all diese Kriterien berücksichtigt sind, gibt der Mensch den Ausschlag. Es lohnt sich also, sein Augenmerk mehr auf ihn als auf Zahlen zu richten. ... Auch da wird die Fähigkeit zum Smalltalk, zu Beziehungsaufbau und -pflege und damit zum Eingehen auf Kundenbedürfnisse immer wichtiger... Die Parole „Es geht um die Sache, nicht um Personen oder Befindlichkeiten!“ hat längst ausgedient.“ (Keup 2010:50)

Und so wird sich ein scharfsinniger Translator dessen bewusst sein, dass bei der ersten Begegnung nicht unbedingt seine Fachkompetenzen gefordert werden. Bewertet wird seine freundliche und ehrliche, klare und deutliche, nüchterne und vernünftige, aufmerksame und energische Art, seine Bereitschaft zuzuhören, bestimmte Regeln einzuhalten, usw. Denn die Auftraggeber sind

⁸⁵ Anbieter von Visitenkartenparties: www.visitenkartenparty.biz/start.php, IHKs/Gründerinnenvereinigungen

nicht bloß an einem Sprach-Automaten interessiert, sie wollen lieber mit einem Menschen zu tun haben, der bei ihnen positive Emotionen weckt. Diesem Wunsch liegt das Bedürfnis nach Empathie zugrunde und sie muss auch befriedigt werden, wenn der Translator nach voller Zufriedenheit des Kunden sucht. Dieser Aspekt wird u.a. auch bei der s.g. *Gap-Analyse* in Betracht gezogen, bei der die Divergenz zwischen den anfänglichen Erwartungen und der darauffolgenden Wahrnehmung von Kunden in Bezug auf die betroffene Dienstleistung ermittelt wird. So werden von den Versprechungen abweichende Handlungen (neben weiteren Bezugsgrößen wie etwa der Einhaltung von bestimmten Qualitätskriterien) registriert. Aus dieser Sicht wird z.B. der Ruf eines Dolmetschers nicht nur allein durch schlechte Verdolmetschung beeinträchtigt, sondern auch durch falsche Angaben in Bezug auf die Arbeitssprachen oder Fachgebiete: der Auftraggeber macht sich eine falsche Vorstellung von den angebotenen Dienstleistungen und, wenn dann seine erhöhten Erwartungen nicht eingehalten werden, entsteht der s.g. Gap.

Außerdem soll die zu erbringende Dienstleistung nicht nur den Bedürfnissen sondern auch den Erwartungen von Kunden entsprechen. Marketingspezialisten sind sich darin einig, dass der jeweilige Kunde sich dann regelrecht befriedigt fühlt, wenn die konsumierten Leistungen stets etwas über seinen Erwartungen liegen. Andererseits wird von den Fachleuten empfohlen, damit nicht zu übertreiben, denn die Kunden werden sonst immer und immer anspruchsvoller werden, und das einmal gezeigte Niveau als gegeben wahrnehmen⁸⁶.

7.2.3. Preisbildungsstrategie

Eine andere Marketingmaßnahme ist die eigene Preisstrategie: obwohl man alleine den Markt kaum beeinflussen kann, hat man doch einen gewissen Spielraum. Wenn man seinen Preis kalkuliert und die eigenen Standardbedingungen festlegt, soll man sich dessen bewusst sein, dass auf diese Weise einige Kundensegmente angelockt und andere abgeschreckt werden. Man muss auch die eigenen Mitwettbewerber stets im Auge behalten und sich vor diesem Hintergrund folgende Fragen stellen: welche Wettbewerbsvorteile habe ich, welchen Nutzen kann ich meinen Kunden anbieten und wie kann ich diesen Nutzen meinen Kunden kommunizieren. Es können z.B. Rabatte angeboten werden: im Falle eines ersten Auftrages, um neue Kunden anzuwerben, oder aber im Falle eines weiteren Auftrages mit dem Ziel, bestehende Kunden zu erhalten. Kleine unvorteilhafte Aufträge können ihrerseits helfen, um eigenes Netzwerk zu erweitern – die erlittenen Einbußen werden dann durch die Arbeit für größere gewinnbringende Projekte ausgeglichen. Das Wichtige ist immer die Jahresbilanz im Auge zu behalten: die aufgewendete Zeit und das verdiente Geld müssen stimmen.

So viele Parameter und Aspekte gleichzeitig unter Kontrolle zu halten und für eigene Zwecke

⁸⁶ Im Falle von Übersetzungen bedeutet das z.B., dass die Übersetzung gerne ein paar Stunden vor der gesetzten Frist eingereicht werden kann, nie aber Tage zuvor. Denn so wird der Auftraggeber wahrscheinlich denken, dass der Translator eigentlich auch schneller arbeiten kann. Und, wenn dann aber etwas dazwischen kommt, hat der Translator keine Pufferzeit mehr.

dienstbar zu machen, kann abschreckend schwierig erscheinen und die Aneignung spezieller Kenntnisse verlangen. Diese Bemühungen lohnen sich insb. wenn es konsequent betrieben wird und zu dem s.g. *Customer-Relationship-Management* (CRM - Kundenbeziehungsmanagement oder Kundenpflege) weiterentwickelt wird. CRM bezeichnet:

„die konsequente Ausrichtung einer Unternehmung auf ihre Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungs-Prozesse. Die dazu gehörende Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen ist ein wichtiger Baustein und ermöglicht ein vertieftes Beziehungsmarketing. In vielen Branchen (z.B. Telekommunikation, Versandhandel, Dienstleistungsunternehmen) sind Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden langfristig ausgerichtet. Mittels CRM werden diese Kundenbeziehungen gepflegt, was sich maßgeblich auf den Unternehmenserfolg auswirken kann.“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Customer-Relationship-Management>)

An dieser Stelle wäre noch einmal zu betonen, dass fundierte kommunikative und soziale Kompetenzen vom Translator grundlegend für jegliches Marketing und Erfolg im Leben und Beruf sind. Das sind wichtige Bausteine eines guten DA.

Im Bereich Translation dreht sich alles um Sprache und Kommunikation. Die Kommunikation im Netz z.B. läuft nach ihren eigenen Regeln⁸⁷ ab, die aber im Wesentlichen doch in das bereits beschriebene Musterschema des kommunikativen Aktes passen und dann folgendermaßen ausfallen: a) Hören und Verstehen von Mitteilung des Kommunikationspartners; b) Bestätigung über den Empfang der Mitteilung des Kommunikationspartners; c) Gegenmitteilung an den Kommunikationspartner; d) Empfang der Bestätigung über den Empfang der Gegenmitteilung seitens des Kommunikationspartners. Viele befolgen dieses einfache Schema intuitiv oder konventionell. In der Interaktion mit den Kunden sieht das wie folgt aus:

- Hören Sie dem Auftraggeber genau zu, um sowohl explizite als auch unausgesprochene Bedürfnisse zu ermitteln;
- Bestätigen Sie von Zeit zu Zeit Ihre Aufmerksamkeit durch Kopfnicken, kurzes Aufschreiben von Stichpunkten oder Phrasen wie „Ja“, „Gut“ usw.;
- Bei Ihrer Antwort sollten Sie alle für den Auftraggeber nötigen Informationen noch einmal auflisten, irrelevante dagegen unterlassen;
- Vergewissern Sie sich, dass der Kunde Sie verstanden hat.

Wenn dieses simple Schema angewendet wird, können viele Fragen vorweggenommen und Unannehmlichkeiten aus dem Weg geräumt werden.

Im Folgenden wird näher auf die Frage Internet-Präsenz eingegangen, weil sie von d.Vf. als ein essenzieller Bestandteil eines erfolgreichen DA angesehen wird.

⁸⁷ in diesem Fall spricht man oft von der s.g. Netiquette (Ruisinger 2011:123-124) oder auch „dem ultimativen Knigge für Social Media“ (vgl. Weinberg, Tamar (2009): *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. Cambridge et al.: O'Reilly

8. Dolmetschauftritt im Internet und neue Medien

Das Internet steigt heute zu dem wichtigsten, effizientesten und zugänglichsten Kommunikationsmittel auf und darf deswegen auch in der vorliegenden Abhandlung nicht fehlen. Ein kompetenter Umgang mit neuen Medien unterstützt und begleitet den Dolmetscher in allen Lebensbereichen, v.a. ist er aber für den erfolgreichen Werdegang förderlich. An dieser Stelle wird auf technische Fragen, wie die Beschreibung konkreter Software-Programme und Anwendungen verzichtet und mehr Aufmerksamkeit dem eigentlichen Auftritt eines Dolmetschers in der neuen medialen Umgebung geschenkt. Gemeint werden sowohl allgemeine Computerkenntnisse und Erfahrung im Einsatz von diversen Anwendungen zum Zwecke der Auftragsakquirierung, Vermarktung, Kommunikation⁸⁸ mit Kunden und Kollegen, Recherche, Vorbereitung⁸⁹, Anbieterstellung, Übung⁹⁰ usw. als auch das Sich-Zurecht-Finden und Sich-Vermarkten-Können im WWW mit dem Ziel, die eigene Marktpräsenz auszubauen. Eine der modernen Tendenzen lautet: im Alleingang kann man nicht so viel erreichen wie, wenn man gemeinsam mit Gleichgesinnten auftritt. Im deutschen Kontext würde das bedeuten, dass man unternehmerisch aktiver wird, indem man z.B. zusätzliche Leistungen wie Dolmetschkabinenbeschaffung und sonstiges im Rahmen des jeweiligen Auftrages übernimmt, dem Kunden somit einen Teil der organisatorischen Arbeit abnimmt und gleichzeitig sichergeht, dass erforderliche konstellationsbedingte Arbeitsbedingungen geschaffen werden. Oder man schließt sich mit Kollegen zusammen und eröffnet eine Dolmetscheragentur. Dabei ermöglichen moderne Technologien bei der entsprechenden technischen Unterstützung ganz neue Dolmetschformate. Ein Beispiel dafür ist das Konzept von *Webinterpret*⁹¹. Es bietet eine neue Online-Lösung für internationale Konferenzen. Die Idee besteht darin, dass die Endnutzer (Kunden) über herkömmliche Telefone miteinander kommunizieren, während der Dolmetscher über die Browser-basierte Internetseite eine virtuelle Kabine bedient, die im Großen und Ganzen in vereinfachter Form die gleichen Funktionen wie eine Dolmetschkabine bietet. Die WebInterpret-Plattform kann das Application-Sharing (überträgt sichtbare Bildschirminhalte an verschiedene teilnehmende Computer). Diese und andere innovative Lösungen werden in der Zukunft weiterhin den Dolmetschalltag prägen. Kosteneinsparung und Umweltschutz sind die Imperative der Moderne und bei einer Online-Konferenz entfallen Reisemüdigkeit, Anreisezeit (auch einen Beitrag zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes) und Hotelkosten, außerdem besteht kein Gesundheitsrisiko in Grippezeiten. Ein weiterer Vorteil ist, dass ein Dolmetscher mit weniger Einsatz schneller Stammkunden gewinnt, da es sich oft um häufigere, wenn auch kürzere Einsätze handelt. Dabei unterlaufen die Bewerber einer strengen Auswahl und werden weiterhin nach bestimmten Kriterien (reine Dolmetschertätigkeit, Kundenzufriedenheit, WebInterpret-System-Freundlichkeit) sowohl während als auch zwischen den

⁸⁸ z.B. Skype u.ä. Instant Messenger, E-Mail- und sonstige Verwaltungsprogramme.

⁸⁹ Z.B. Microsoft Terminologie-Sammlung, SDL Trados, Dolterm, LookUp usw.

⁹⁰ z.B. Digilab, Langenscheidt Vokabeltrainer, MemoryXL2, Lingafon, Rhetorik-Trainer auf CD-ROM und Video-Tools usw.

⁹¹ <http://www.webinterpret.com/>

Einsätzen bewertet. Die Ergebnisse fließen in ein internes für die Kunden einsehbares Rating-System. Kritischer wäre der Umstand, dass kein Blickkontakt vorhanden ist, aber da es sich um Telefonate handelt, setzt man intuitiv weniger visuelle Kommunikationselemente ein (vgl. Lang 2009 in *TransRelations BDÜ:3-5*).

Das angeführte Beispiel zeigt, welche Möglichkeiten und Herausforderungen dank den neuen Technologien weltweit entstehen. Es sei angemerkt, dass die Dolmetschfachverbände sich aktiv empirisch wie analytisch mit dem Thema beschäftigen und durch entsprechende Vorschriften⁹² und andere Maßnahmen angemessene Rahmenbedingungen schaffen wollen.

Proteste in Hinblick auf die erschwerten Dolmetschbedingungen im Falle von Videokonferenzen⁹³ entstehen aus der Sicht d.Vf. von dem ewigen Wiederstreben einiger Individuen gegenüber jedweder - auch wenn fortschrittlichen - Form der Veränderung. Diesem Bestreben sei folgendes entgegengesetzt:

Insgesamt bestätigen die Untersuchungsergebnisse nachdrücklich, dass unsere (menschliche) Kommunikationsfähigkeit die Fähigkeit zur Bewältigung von Kommunikationsproblemen sowie zur Anpassung an neue Formen der Kommunikation einschließt. Somit lässt sich die in bezug auf die technisch vermittelte Kommunikation prävalente "Restriktionshypothese" weitgehend entkräften. Ihr kann entgegengesetzt werden, dass Kommunikation immer unter bestimmten situativen, thematischen und eben technischen Bedingungen stattfindet – durch die sie stets auch geprägt ist, aber an die wir uns in der Regel anpassen können. (Braun 2004:337)

Auch die geschichtliche Entwicklung von Konferenzdolmetschen war anfänglich bereits eng mit der Approbation von fortschrittlichen Technologien verbunden⁹⁴. Und dies schreibt sich auch weiter. Ideale Arbeitsbedingungen existieren nur im Labor und in theoretischen Modellen. Vor Problemen wegen unbrauchbarer Technologien sollte man nicht zurückschrecken sondern sie in Gesprächen mit Auftraggebern und Bedarfsträgern verbalisieren und konstruktiv angehen. Sonst würde diese Verweigerungshaltung der historischen Natur von Konferenzdolmetschen als einer faszinierenden Disziplin am Schnittpunkt zwischen Mensch und Technik widersprechen.

8.1. Webauftritt

Internet ermöglicht einen operativen, interaktiven und i.d.R. kostenlosen Zugang zu Informationen und schafft eine neue Umgebung für Kommunikation. „*Das Internet wird zum globalen Schaufenster für Personal Brands.*“ (Huh 2010, in Beißwenger (Hg.):125)

⁹² z.B. Kodex für den Einsatz neuer Technologien auf dem Gebiet des Konferenzdolmetschens **unter** <http://www.tradulex.org/Regles/CODED.htm> oder das Gleiche auf Englisch **unter** <http://www.aiic.net/ViewPage.cfm/page120.htm>.

⁹³ Auch bei der Dolmetscherausbildung am SUEB der Universität Heidelberg werden Videokonferenzen zu didaktischen Zwecken verwendet. Und erst im Praktikum bei der Montagskonferenz erfahren die Studierenden das viel beschworene Gefühl des Involviert-Seins der Dolmetscher bei einer Konferenz.

⁹⁴ siehe z.B. Rumprecht K. Die Nürnberger Prozesse und ihre Bedeutung für die Entwicklung des modernen Konferenzdolmetschens in Kalverkämper, Hartwig (Hg.) 2008: Simultandolmetschen in Erstbewährung: der Nürnberger Prozess 1945. – Berlin: Frank&Timme. – S. 151 – 336

„Was bislang nur wenigen Auserwählten durch die Vermittlung der klassischen Medien, Print, Hörfunk und TV vorbehalten blieb, steht nun jedem Internetnutzer offen – die weltweite Veröffentlichung eigener Meinungen, aber auch Kenntnisse, Qualifikationen und Talente und damit die Chance auf eine weitreichende öffentlich Wahrnehmung der eigenen Person – 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, rund um den Globus.“ (ebd.:123)

Wer sich ernsthaft damit befassen will und eine solide Internetpräsenz aufbauen möchte, soll diverse Faktoren berücksichtigen und nach Möglichkeit folgende Schritte nicht unterlassen.

- Bestandsaufnahme & Konzepterstellung (Zielgruppe ermitteln, Profil erstellen);
- Umsetzung & Webdesign;
- Update & Promotion.

Zunächst sollte aber der zentrale Begriff - Webauftritt – definiert werden:

„Mit Webauftritt (auch Internetauftritt, Webpräsenz, Webangebot, Website (das englische Wort site bedeutet Ort, Standort, Platz, Stelle – nicht etwa Seite) wird ein ganzes Projekt in World Wide Web (Teil des Internets) bezeichnet, das meist aus mehreren Dokumenten, Bildern und Dateien besteht, die durch eine einheitliche Navigation zusammengefasst und verknüpft werden. Der Webauftritt steht also für die Gesamtheit aller Webseiten (Dokumente im World Wide Web) Ihrer Webpräsenz. Webpräsenzen werden vorwiegend in der speziellen Sprache HTML (Hyper Text Markup Language) beschrieben, um zu gewährleisten, dass sie auf möglichst allen Computern dargestellt werden können.“ (Reinhardt 2005 in *TransRelations BDÜ*:3)

Dabei wird an dieser Stelle auf detaillierte Erklärung relevanter Begriffe wie Homepage, Domain, Provider, Webdesign, Webhosting usw. verzichtet, auch mit dem Bewusstsein, dass, obwohl die abgenutzte Internetterminologie vielen geläufig ist, wenige Menschen sich kundig machen, was hinter jedem einzelnen Begriff aus professioneller Sicht verstanden wird. Im Folgenden geht es aus naheliegenden Gründen lediglich um allgemeine Anregungen zur Entwicklung einer Medienkompetenz bei Dolmetschern, die auch im vorigen Abschnitt angesprochen wurde, mit besonderer Betonung des Internetmarketings. Denn die eigene Webseite kann parallel zur aktiven Präsenz auf Businessportalen, in sozialen Netzwerken (z.B. XING, LinkedIn, Facebook usw.⁹⁵) und Arbeitsverbänden (z.B. BDÜ, AIC, NLP usw.), in Blogs und Foren als effizientes Marketing-Werkzeug genutzt und folglich ein integraler Teil des gesamten DA werden.

Jeder muss einmal für sich entscheiden, ob er eine eigene Webseite braucht, und wenn ja, dann zu welchen Zwecken (Akquise-, Präsentation-, Katalogfunktion usw.), und wenn Akquise das Imperativ ist, dann soll auch in diesem Fall der Satz: Sie bekommen niemals eine zweite Chance, einen ersten Eindruck zu hinterlassen!“ nicht vergessen werden. In erster Linie betrifft das wahrscheinlich diejenigen Dolmetscher, die auf dem freien Markt aktiv sind und entsprechen viel für Marketing und Akquise aufbringen. Angestellte Dolmetscher agieren i.d.R. auf einer betriebsinternen Plattform (*Intranet*), verwalten dort ihre Korrespondenz und Terminologie und brauchen sich im

⁹⁵ Siehe dazu z.B. die Weltkarte der populärsten Sozialnetzwerke unter <http://techcrunch.com/2009/06/07/a-map-of-social-network-dominance/>

Moment, wenn sie mit der Entlohnung ihres Arbeitsaufwandes zufrieden sind, keine großen Gedanken in Bezug auf ihren fehlenden *Internetauftritt* zu verlieren.

Selbstständige Translatoren dürfen aber auf Online-Marketing nicht verzichten. Deswegen werden auch vom SÜD der Universität Heidelberg relevante Veranstaltungen wie z.B. *Webpublishing für Übersetzer und Dolmetscher: Web-Design, eine Einführung in HTML* angeboten D.Vf. hat ihrerseits im Wintersemester 2010/11 u.a. das Blockseminar *Existenzgründung für Übersetzer und Dolmetscher - Unternehmerische Basiskompetenz* besucht und sich über andere Angebote mit den Kollegen ausgetauscht. Bez. einer Internetpräsenz wurden von der Dozentin Frau Isa Höflich (Dipl.-Übers.) die rechtlichen Aspekte besonders hervorgehoben. So braucht eine Webseite unbedingt ein rechtssicheres Impressum, das folgende Informationen enthalten muss:

- den vollständigen bürgerlichen Namen des Betreibers;
- die vollständige Anschrift (keine Postfachadresse);
- Telefonnummer;
- Faxnummer (wenn vorhanden);
- E-Mail-Adresse;
- Steuernummer oder Umsatzsteuer-Identifikationsnummer;
- Bei Websites mit redaktionellen Beiträgen: den presserechtlich Verantwortlichen (eine natürliche Person mit ständigem Aufenthalt im Inland).

Ein weiterer im Falle von Verlinkungen mit anderen Webseiten (z.B. bei Referenzen und nur mit Erlaubnis dieser Kunden) wichtiger Hinweis ist der s.g. Disclaimer oder Haftungsausschluss⁹⁶, der einen kurzen Text darstellt, mit dem sich der Betreiber der Webseite von den Inhalten externer Links distanziert, ansonsten wird man die Inhalte auf den verlinkten Seiten mitverantworten müssen. Eine regelmäßige Prüfung der verlinkten Internetseiten bleibt jedoch empfehlenswert. Es sollen auch länderspezifische rechtliche Rahmenbedingungen⁹⁷ bei der Wahl eines richtigen Domainnamens (aussagekräftig, zielführend, prägnant – die Webseite soll auch leicht zu finden und zu merken sein) berücksichtigt werden. Allgemein gilt auch, dass die Inhalte immer der Wahrheit entsprechen sollten, Sprache nicht werblich sondern informativ sein sollte, keine Texte, Grafiken, u.Ä. aus Büchern oder Internet ohne Erlaubnis des Autors verwendet werden (und wenn schon dann als Zitat mit Quellenangabe).

In Bezug auf den Inhalt von Webseiten wären folgende Rubriken als Mindestmaß zu erwähnen:

- Startseite („Homepage“)
- Tätigkeits-, Persönlichkeitsprofil („Über mich“ / „Zur Person“)
- Leistungen („Angebot“)
- Referenzen („Kunden“)

⁹⁶ Kostenloser Muster-Disclaimer unter www.e-recht24.de/muster-disclaimer.htm

⁹⁷ siehe z.B. Schirnbacher, Martin (2011): *Online-Marketing und Recht*. 1. Aufl. Heidelberg et al.: Mitp oder *Verordnung über Informationspflichten für Dienstleistungserbringer* (Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung - DL-InfoV) V. v. 12.03.2010 BGBl. I S. 267; Geltung ab 18.05.2010. unter: <http://dl-infov.de/> oder <http://www.techwriter.de/thema/urheherr.htm>

- Kontakt
- Impressum

Diese Punkte sind aber nur das Gerüst. Damit die Webseite ihre Marketingfunktion erfüllt, bedarf sie aber einer entsprechenden Ausrüstung und weiterer Tools. Dazu gehören: RSS-Feeds, Podcasts oder Weblogs (dies ist sehr arbeitsintensiv) zur regelmäßigen Aktualisierung und Pflege, Keywords⁹⁸ (eigentliche Suchbegriffe, aber auch Synonyme und verwandte Begriffe, typische oder häufige Tippfehler) und Verlinkungen zu Autoritätsseiten⁹⁹ (z.B. der Präsenz des ADÜ Nord, AIIC, NLP), die Streuung der eigenen URL über Verzeichnisse, Beiträge und Artikel auf Foren, Maschinen-Anzeigen (z.B. GoogleAdWords¹⁰⁰), soziale und berufliche Netzwerke (z. B. XING, LinkedIn, Facebook) für Page Ranking oder Suchmaschinenoptimierung (SEO)¹⁰¹ usw. Zu bedenken wäre auch, dass in verschiedenen Ländern diverse Suchmaschinenpräferenzen gibt (siehe nachfolgend *Internationales Ranking der 3 meistgenutzten Suchmaschinen in verschiedenen Ländern 2009*)

| Land | Suchmaschine | #1 | #2 | #3 |
|----------------|--------------|---------|-------------|------------|
| Bulgarien | | Google | MSN | Yahoo! |
| China | | Baidu | Google | Yahoo! |
| Tschechien | | Seznam | Google | Centrum.cz |
| Dänemark | | Google | Jubii.dk | MSN |
| Estland | | Neti.ee | Google | Yahoo! |
| Island | | Google | Leit.is | Embia.is |
| Israel | | Google | Walla.co.il | MSN |
| Italien | | Google | MSN | Virgilo |
| Japan | | Yahoo! | Google | Rakuten |
| Portugal | | Google | Sapo | Clix |
| Russland | | Yandex | Google | Rambler |
| Slowakei | | Google | Zoznam | Zoohoo |
| Südkorea | | Naver | Daum | Yahoo! |
| Spanien | | Google | Yahoo! | MSN |
| Niederlande | | Google | Ilse | n.a. |
| Ukraine | | Google | Yandex | Rambler |
| Großbritannien | | Google | Ask | Yahoo! |

Quelle: <http://www.luna-park.de/home/internet-fakten/suchmaschinen-marktanteile.html>

Bei allen diesen Maßnahmen gilt aber die regelmäßige Aktualisierung als das oberste Gebot (vgl. auch Ruisinger 2011:51-55).

Bei einer ansprechenden Gestaltung müssen auch kulturelle Aspekte nicht vergessen (u.a. auch die s.g. international wirkende visuelle Rhetorik), schnelle Navigation ermöglicht und eine überzeugende Wirkung erzielt werden. Im Wesentlichen soll dabei also der beste Kompromiss zwischen Vorstellungen und Wünschen des Betreibers, den Ansprüchen der Besucher und den technischen Möglichkeiten des Webdesigns gefunden werden (ebd.:40-41).

Aus dieser Fülle an Möglichkeiten und Wegen für einen erfolgreichen Webauftritt soll man nach eigenem Ermessen diejenigen herausgreifen und anwenden, die in das jeweilige globale Konzept passen. Das richtige, gut durchdachte und realistische Konzept ist somit die Grundlage für das gesamte

⁹⁸ siehe z.B.

https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__c=1000000000&__u=1000000000&__o=kt&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS#search:none

⁹⁹ gelten als führend und gewichtig in ihrem Sektor

¹⁰⁰ <http://www.akademie.de/marketing-pr-vertrieb/marketing/kurse/mit-google-adwords-effektiv-werben/>

¹⁰¹ Beispiele von Validatoren unter <http://www.websiteoutlook.com>, <http://www.aboutus.org>

Online-Marketing, das seinerseits ein integraler Bestandteil der ganzen Bemühungen um die gewünschten Kunden ist. Denn ein guter Webauftritt demonstriert, dass der Betreiber qualifiziert und kompetent, strukturiert, konsequent und sorgfältig in seiner Arbeitsweise ist und technisch und anderweitig mit der Zeit mithält. Als Ausgangspunkt können dabei, wenn vorhanden, auch die aktuelle Bestandsaufnahme und entwickelten Vermarktungsstrategien dienen.

Michael Reinhardt (2005 in TransRelations:4) schlägt in dem bereits erwähnten Artikel folgende Ausgangspunkte für die Konzepterstellung vor:

1. Was möchte ich mit meiner Präsentation im Internet überhaupt erreichen?
2. Unter welcher Domain (Internetadresse) soll mich meine Zielgruppe im Internet finden können?
3. Möchte ich eine Umlaut-Domain oder einen klassischen Domainnamen?
4. Mit welchen Inhalten kann ich die Erwartungen meiner Zielgruppe erfüllen?
5. Welche Informationen möchte ich bzw. müssen ins Internet gestellt werden und welche sollten lieber in einem persönlichen Gespräch besprochen werden?
6. Wie soll der Erwartungsunterschied zwischen bestehenden Kunden und Interessenten inhaltlich berücksichtigt werden?
7. Wie können Besucher direkten Kontakt mit mir aufnehmen? Denken Sie daran, wer Ihre Website besucht, will auch Fragen stellen, Dienstleistungen bestellen und/oder Angebote einholen.
8. Reicht eine Sprache für die Präsentation im Internet oder sollte von vornherein eine englischsprachige Version der Website berücksichtigt werden?
9. Was machen die anderen? Ein Blick auf die Mitbewerber ist durchaus gestattet!
10. Gibt es ein Corporate Design, das berücksichtigt werden muss? (z.B. Ihr Briefpapier bzw. Ihre Visitenkarten).
11. Wo hinterlasse ich meine Adresse (Domainnamen) im Internet? (Google, Yahoo, Meine Stadt.de, Regionale und Überregionale Branchenverzeichnisse)
12. Was passiert nach der ersten Veröffentlichung im Internet:
 - Welche Inhalte müssen aktuell gehalten werden?
 - Wer übernimmt die Aktualisierungen: Sie oder ein externer Dienstleister?
 - Haben Sie dazu die notwendigen Kenntnisse bzw. Werkzeuge?
13. Denken Sie auch daran, bestehendes Geschäftspapier und Visitenkarten mit Ihrem Domainnamen zu aktualisieren.(Reinhardt 2005: 3 – 5)

In dieser Hinsicht wäre wiederholt das CRM zu erwähnen. Eine Checkliste mit dem Titel *Website Customer Relationship Management* (Abu Alafia 2011, E-Mail) könnte in diesem Fall hilfreich sein (siehe Anhang 3).

8.2. Webseiten im Vergleich

Pankruchin (2005:459-460) beschreibt einige wichtige Maßnahmen, die Besucherzahlen einer Webseite steigern sollen. Anhand von diesen u.ä. Parametern (siehe auch Heumann (2005:24-27), Ruisinger (2011:58) oder WebAnalytics-Plattformen und -blogs¹⁰²) hat d.Vf. zwei Webseiten verglichen. Es handelt sich um einen deutschen (Johannes Hampel) und einen russischen (Vyacheslav Mazurov) Dolmetscher, die jeweils in Berlin und Moskau auf dem freien Markt arbeiten (siehe Bildschirmaufnahmen/Screenshots im Anhang 4). Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

¹⁰² <http://www.kaushik.net/avinash/>, <http://www.clickz.com/>, <http://blog.jjg.net/> usw. oder auch russische: <http://www.optimization.ru/>, <http://www.searchengines.ru/>, <http://forum.searchengines.ru/>

Tabelle Nr.3 „Vergleich von Webseiten auf Rankingfreundlichkeit oder Vorhandensein von Faktoren für eine gute Platzierung in Suchmaschinen“:

| | | |
|---|---|--|
| <i>Faktoren, die Besucherzahlen erhöhen</i> | http://www.simultandolmetscher-berlin.de/ | http://moscow-translator.ru/ |
| <i>einprägsamer Domainname</i> | eindeutig | eindeutig |
| <i>Mehrsprachigkeit</i> | Beide sind v.a. auf die Kunden vor Ort orientiert, daher ist Sprachwahl nicht möglich, nur einige Informationen in jeweiligen Arbeitssprachen | |
| <i>Kernaussage</i> | Dolmetschen mit Persönlichkeit | Der Betreiber ist eine Einzelperson mit zwölfjähriger Lebens-, Berufs- und Geschäftserfahrung in den USA |
| <i>Fachbeiträge und -artikel (auch im Internet)</i> | Etliche Titelverweise in der Rubrik „Schriften“, wobei bei einigen die Links „tot“ sind | Vielfältig, umfangreich, zu unterschiedlichen translationsrelevanten Themen und als Text verfügbar |
| <i>Verlinkungsdichte</i> | mittelmäßig | hoch |
| <i>Nützliche kostenlose Informationen und Ratschläge, auch direkte Konsultationen möglich</i> | Knapp, spezifisch auf einen evt. Dolmetschauftrag bezogen | Sehr einladend |
| <i>Nützliche kostenlose Links und Tools</i> | - | Umfangreich, auch separat unter den Rubriken „Nützliches“, „Interessantes“, „Verschiedenes“ in Kategorien: Äquivalenz- und Linklisten für Translatoren, eingebettete Videonews auf Russisch und Englisch, Geschichte der USA, thematische Wörterbücher, Humor, nützliche Tools wie Webseitenübersetzer, koreanische, japanische, arabische Display-Tastatur usw. |
| <i>Benutzerfreundlichkeit</i> | Übersichtlich, strukturiert | Viele kostenlose Informationen und Tools machen die Seite beim ersten Besuch nur schwer übersichtlich |
| <i>Regelmäßige Aktualisierung, Pflege</i> | Fehlerhaft da „tote“ Links vorhanden | Nicht fehlerhaft aber bei dem Umfang fallen die Fehler nicht sofort auf |

Als weiteren Analyseschritt haben wurde die Suche mit Google per Suchanfrage „simultandolmetscher“ bzw. „синхронный переводчик“ gewählt mit dem anhand von der oben angeführten Tabelle voraussagbaren Ergebnis, und zwar steht die Webseite von Johannes Hampel auf der siebzehnten Position bei Google.de und die von Vyacheslav Mazurov auf der achten Position bei Google.ru.

Des weiteren kann man Besucherzahlen und andere Statistiken, Webhosten, IP-Adresse, Pageranking und indexierte Seiten, die meisten Suchanfragen aber auch diverse Fehler einer Webseite mit verschiedenen Validatoren und Tools¹⁰³ ermitteln. So lieferten die Valoidatoren <http://www.alex.com> und <http://www.websiteoutlook.com> folgende kostenlose Ergebnisse:

Tabelle Nr.4 „Webseiten-Validatoren-Ergebnisse für <http://www.simultandolmetscher-berlin.de> und <http://moscow-translator.ru>“

¹⁰³ z.B. <http://www.google.com/intl/de/analytics/>, <http://statsie.com/>, <http://website-analysis.net/free-website-analysis/>, <http://www.seoscores.com/>, <http://www.be1.ru/stat/>, oder nach Kategorien: für HTML: <http://validator.w3.org>; für CSS: <http://jigsaw.w3.org/css-validator>, für mobile Seiten: http://validator.w3.org/mobile_für Links: <http://validator.w3.org/checklink>

| | http://www.simultandolmetscher-berlin.de | http://moscow-translator.ru |
|---|---|---|
| http://www.alexa.com | We don't have enough data to display the traffic metrics for simultandolmetscher-berlin.de | has a three-month global Alexa traffic rank of 2,514,206. The time spent in a typical visit to this site is roughly three minutes, with two minutes spent on each pageview, and approximately 29% of visits to the site are referred by search engines. Approximately 57% of visits to Moscow-translator.ru consist of only one pageview (i.e., are bounces), and visitors to the site view an average of 2.4 unique pages per day. |
| http://www.websiteoutlook.com | has 12655689 traffic rank in world by alexa. simultandolmetscher-berlin.de is getting 86 pageviews per day and making USD 1.26 daily. simultandolmetscher-berlin.de has 0 backlinks according to yahoo and currently not listed in Dmoz directory. simultandolmetscher-berlin.de is hosted in Germany at 1&1 Internet AG data center. Estimated worth of simultandolmetscher-berlin.de is USD 919.8 according to websiteoutlook | has 1581414 traffic rank in world by alexa. moscow-translator.ru is getting 695 pageviews per day and making USD 3.5 daily. moscow-translator.ru has 9 backlinks according to yahoo and currently not listed in Dmoz directory. moscow-translator.ru is hosted in Russian Federation at MasterHost data center. Estimated worth of moscow-translator.ru is USD 2555 according to websiteoutlook |

Das oben Gesagte macht deutlich, dass die gewählten Webseiten im Großen und Ganzen als Beispiele für zwei unterschiedliche Zwecke ins Internet gestellt wurden. Die des deutschen Dolmetschers erfüllt elegant ihre Visitenkarten-Rolle, ist ansprechend und markant, klar strukturiert und übersichtlich. Sie hilft ihrem Besitzer seinen Auftritt in der Dolmetscherrolle vertrauensvoller zu gestalten, weil sie auch einige Details seiner Persönlichkeit offenbart. Diese Faktoren sprechen dafür, dass der Dolmetscher sein Auftraggebernnetzwerk bereits aufgebaut hat, auf gute Referenzen (auch als Audio- und Videodateien verfügbar) verweisen kann und aber auch durchaus bereit ist seinen Kundenstamm zu erweitern.

Die Webseite des russischen Dolmetschers ist zum größten Teil auch auf die Kunden vor Ort (Verweis auf den längeren Aufenthalt in den USA soll beeindrucken) gerichtet und sowohl für Google als auch für die in Russland populärste Suchmaschine Yandex optimiert. Diese Webseite erfüllt ihren Vermarktungszweck ausgesprochen gut, die Persönlichkeit des Betreibers ist auch klar exponiert, auch wenn es an mancher Stelle nach der subjektiven Meinung d.Vf. ein wenig aufdringlich wirkt. Die Ausgestaltung mit vielen Fotos, nützlichen Informationen, Tools usw. sollen die Akquisefunktion intensivieren. Die Webseite schafft durch ihre dichte Verlinkung und Informativität eine Art Umgebung für das ganze Netzwerk dieses Dolmetschers, das seine Kunden, bekannte Dolmetscher und Übersetzer (Vermittlung im Falle von evt. Aufträgen mit anderen als vom Betreiber selbst angebotener Sprachkombination auch bei exotischen Sprachen ausdrücklich vorgeschlagen) und andere Nutzer einschließt. Dabei verleiht die Fülle an diversen Informationen dieser Webseite und ihrem Betreiber einen eigenen charmanten Stil. Den Besucher führt sie - bei genug Interesse und Zeit - ins Labor und Büro eines Translators und gibt eine perfekte Einsicht in seine Arbeit.

Zusammenfassend sollte noch Folgendes zu den als Beispiel hier angeführten Webseiten gesagt werden. Beide Dolmetscher haben beim Aufbau ihres Webauftritts ihre Zielgruppen

berücksichtigt (jeweils Hauptstadtpublikum) und die Webseiten jeweils in einer Version in der Muttersprache gestaltet, unter Einbau von etlichen Rubriken in den jeweiligen Arbeitssprachen. Erwartungen der Kunden in Bezug auf die Information über die Konditionen eines Auftrages werden teilweise (weil die Kunden meistens in erster Linie der jeweilige Kostenvoranschlag interessiert) mit Hinweis auf individuelle Gestaltung jedes Auftrages erfüllt und Kontaktaufnahme per Kontaktformular oder Email oder direkt per Telefon, Skype und sonstige Messenger angeboten. Dass „ein Blick auf die Mitbewerber“ (Reinhardt 2005 in TransRelations BDÜ:4) geworfen wurde lässt sich u.a. dank dem Hervorheben bestimmter Details annehmen: Johannes Hampel bietet daher das „Dolmetschen mit Persönlichkeit“ und ist auf kurze Vorbereitungszeiten gefasst, da er hauptsächlich für Medien dolmetscht. Vyacheslav Mazurov betont inständig, dass er keine Sprachdienstleistungsagentur ist, sondern als alleiniger Betreiber seiner Webseite agiert und ein erfahrener Konferenzdolmetscher ist (belegt durch mehrere Fotos). Da er aber auch beruflich viele Kontakte geknüpft hat, erklärt er sich nach Bedarf durchaus bereit, „seine Beziehungen spielen zu lassen“ und bei einschlägigen Aufträgen zu vermitteln. Und da die beiden Dolmetscher ihre Webpräsenzen selbst überwachen und die Seiten nach eigenem Ermessen aktualisieren und pflegen, kommt es auch zu Fehlern wie die bereits erwähnten Links, die ins Nirgendwo führen.

Als abschließende Bemerkung möchte d.Vf. abermals auf den folgenden Umstand verweisen:

„Es gab immer wieder technische Entwicklungen, die das Leben der Menschen in einem außergewöhnlichen Maße veränderten, sei es die Erfindung des Buchdrucks, der Dampfmaschine, des Autos, des Radios oder des Fernsehens. Aber keine dieser Erfindungen hat das Zusammenleben der Menschen in den letzten 300 Jahren in nur so kurzer Zeit in einem solchen Maße verändert, wie es das Internet tat“ (Schirrneister in Michelis (Hg.) 2010:Kapitel II)

Mittlerweile stieg Google (die beliebteste Suchmaschine in Deutschland) zu den wichtigsten Unternehmen im Internet-Bereich und beeinflusst folglich auch das Leben im Netz, indem es seine eigenen Gesetzmäßigkeiten kreiert. Es geht ist schon sogar um die s.g. Generation G:

„Bei dieser Generation G handelt es sich um sogenannte *digitale natives*, die anders als *digitale immigrants* die Sozialen Medien des Internet als Kanal verstehen, der ihnen neue, innovative Möglichkeiten der Kommunikation eröffnet.“ (ebd.)

Die Erfolgsprinzipien bzw. Grundwerte (Transparenz, Ehrlichkeit und Offenheit) dieses Internetgiganten können - auch auf andere Lebensbereiche ausgeweitet - für andere Unternehmen bzw. Freiberufler ebenfalls nutzbar gemacht werden. Für freiberufliche Dolmetscher würde das mehr Kooperativität, Teamfreudigkeit, Bereitschaft zum Austausch mit Kollegen und Aufklärung der Öffentlichkeit usw. bedeuten.

Zusammenfassung und Ausblick

In der vorliegenden Masterarbeit hat sich d.Vf. um eine integrative, interdisziplinäre und kreative Herangehensweise bemüht. Die aktuellen Probleme der Translationswissenschaft (TW) und insb. der Dolmetschwissenschaft wurden von verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und analysiert, wobei natürlich die subjektive Auffassung die Wahl dieser Perspektiven beeinflusst hat. Daher erhebt diese Arbeit keinerlei Anspruch auf eine vollständige und detaillierte Darstellung der angesprochenen Problematik. Dass die einen oder die anderen konzeptuellen Aspekte nur verkürzt in Grundzügen skizziert werden, liegt in der interdisziplinären Idee dieser Arbeit begründet. Nicht nur, weil andererseits der rote Faden leicht verloren ginge, sondern auch weil eine umfassende Beschäftigung mit allen thematisierten Theorien und Auffassungen den Rahmen einer Masterarbeit sprengen würde. Jedes einzelne Kapitel enthält genug Aspekte, um Stoff für eine eigenständige Masterarbeit zu bieten.

Formal wurde die Arbeit in zwei Teile geteilt, versteht sich aber als Ganzes und enthält deshalb auch eine durchgehende Kapiteleinteilung. Im ersten Teil wurde auf das Phänomen Translation und die Grundlagen der TW eingegangen (Kapitel 1). Verschiedene Forschungsansätze in diesem Bereich wurden anhand von unterschiedlichen Modellen dargestellt. Besonders wurde die Rolle des Translators als der eines gleichberechtigten Kommunikationspartners anhand von im Zuge der s.g. *soziologischen Hinwendung* entwickelten funktionalen Translationsmodellen diskutiert. Des Weiteren kamen die Dolmetschwissenschaft und die im Rahmen dieser Teildisziplin der TW entwickelten Modelle zur Sprache, wobei Forschungsdefizite in Bezug auf die s.g. *institutionelle Dimension* beim Dolmetschen (funktionale Ansätze) aufgezeigt wurden.

Die Tätigkeit eines Dolmetschers wurde dann in Kapitel 2 unter die Lupe genommen, indem sie mit der eines Übersetzers verglichen wurde, um gewisse Unterschiede in diesen – im Grunde verwandten - translatorischen Tätigkeitsbereichen hervorzuheben. Mögliche Einsatzbereiche, die dabei benötigten Dolmetschtechniken und eine generelle auftragsorientierte Vorgehensweise der Dolmetscher als Sprachdienstleister für die Deckung des aktuellen Dolmetschbedarfs wurden dann skizziert, um nochmals die kennzeichnenden Merkmale der Dolmetschtätigkeit zu illustrieren. Die in Kapitel 1 und 2 zusammengefassten Informationen verstehen sich auch als Grundlage für eine theoretisch fundierte Translations- bzw. Dolmetschkompetenz. Die Problematik der Qualität und Evaluation der Kompetenzen eines Dolmetschers wurde dann abschließend besprochen, indem auf einen uneinheitlichen und subjektiven Charakter der Erwartungen und Anforderungen seitens der Bedarfsträger und Auftraggeber und eine überwiegend linguistische Orientierung der Ausbilder in Evaluationsfragen hingewiesen wurde.

Kapitel 3 wurde einer näheren Betrachtung von und Auseinandersetzung mit dem für die vorliegende Arbeit zentralen Phänomen „Dolmetschauftritt“ (DA) gewidmet. Im Anschluss folgte

dann ein die performative Problematik des Dolmetschberufs thematisierende Exkurs, der eine gewisse Nähe der Berufsgruppen der Dolmetscher (Translatoren), Musiker und Schauspieler aufzeigt und auf diese Weise die Rolle der zusätzlichen sozialen, kommunikativen, kulturellen Kompetenzen für einen erfolgreichen DA betont. Der Exkurs leitet zum Teil II der vorliegenden Masterarbeit über, der sich als Zusammenfassung der aus der Sicht d.Vf. für einen Dolmetscher essentiellen Teilkompetenzen bzw. Schlüsselqualifikationen versteht.

Sensibilität für kulturelle Besonderheiten, ihre aktive Reflexion, Abstraktion von der Eigenkultur und das Bemühen, diese Divergenzen beim Dolmetschen und generell im Umgang mit Kunden und Kollegen auszubalancieren, gehört zum Kompetenz- und Performanzspektrum eines Translators (Kapitel 4), ebenso wie eine hochentwickelte Empathie und die allgemeine emotionale Intelligenz (EQ) als soziale Teilkompetenzen (Kapitel 5). Die soziokulturelle Prägung jeder kommunikativen Situation ist somit dafür ausschlaggebend, wie der Dolmetscher sein kommunikatives Instrumentarium einsetzt, worauf in Kapitel 6 hingewiesen wurde. Unmittelbare praktische Anwendung finden diese Fähigkeiten bei der Vermarktung der eigenen Dolmetschleistungen, die auf eine reflektierte Erstellung des eigenen Persönlichkeits- und Tätigkeitsprofils folgt und sich dann i.d.Z. auch als eine Art *Personal Branding* versteht. Auf diese Fragen so wie auch auf die des Umgangs mit neuen Medien und des Webauftritts wurde in Kapitel 7 und 8 näher eingegangen. Die Analyse der zusätzlichen Kompetenzen bzw. Schlüsselqualifikationen, die für die vorliegende Arbeit vorgenommen wurde, erhebt keinesfalls den Anspruch, allgemein gültige Rezepte zu liefern.

Es soll nicht als Widerspruch aufgefasst werden, dass in der vorliegenden Arbeit auf der einen Seite von Vermarktung, Marketing, usw. die Rede war und auf der anderen Seite für den Ausbau der Translationskultur plädiert wird: es wird vielmehr an die akademisch ausgebildeten Dolmetscher appelliert, den goldenen Mittelweg zu gehen, Qualität ihrer Leistung objektiv einschätzen zu können und entsprechend auf dem Markt aufzutreten.

Es wurde also in der vorliegenden Masterarbeit auf eine integrative und interdisziplinäre Weise dargestellt, wie ein Dolmetscher seine Aussichten auf Erfolg im Beruf aktiv beeinflussen kann und soll, welche Kompetenzen und Qualifikationen es dabei zu entwickeln gilt und welche Techniken und Werkzeuge dafür benötigt werden. Die vorliegende Arbeit versteht sich als Beitrag, den DW-Diskurs durch interdisziplinäre Herangehensweise zu bereichern und das Dolmetschen als Forschungsstand dieser Disziplin noch mehr ins Licht zu rücken.

Aufgrund der rasch voranschreitenden Globalisierung und der ständig neuen Technologien (angetrieben von den Imperativen der Zeit – Kosteneinsparung und Umweltfreundlichkeit) wird es sicherlich auch weiterhin einen großen Bedarf an Dolmetschern geben, die auch in Zukunft Flexibilität und die Bereitschaft zeigen müssen, sich ständig weiterzubilden und keine Angst vor neuen Medien

und Technologien zu haben.

Deswegen wären Untersuchungen in diesem Forschungsbereich, z.B. in Bezug auf die gesundheitlichen Folgen für Dolmetscher, aber auch auf die Anpassung der Studienordnungen an diese Entwicklungen, sowie weiterführende Forschungsarbeiten zum Thema Eignung und Qualifikation von relevanter Bedeutung.

Insb. die jüngste Dolmetschart – SD – unterliegt zunehmender Spezialisierung und Technisierung (z.B. Video- und Telekonferenzen), was aber den Dolmetscher keineswegs zu einem Automaten stilisieren darf. Das Berufsbild der Konferenzdolmetscher hat sich in der letzten Zeit stark verändert: vom geheimnisvollen und angesehenen Sprachvirtuosen und höchstrangigen Mittler hin zu einer „Stimme im Ohr“ im Falle von SD, einer der begleitenden Personen einer Delegation usw. Und auch wenn die Tätigkeit von Dolmetschern in der heutigen Zeit zu Routine wird, darf es bei ihr keine Routine geben: Dolmetschen ist eine Berufung und soll es weiterhin so bleiben: Der Dolmetscher ist im Sinne der Professionalität gebildete und ausgebildete Translator, d.h. er kennt die verschiedenen Theorien und Kriterien der TW und ihrer Teilbereiche, kann sie analysieren und in größere wissenschaftliche Zusammenhänge einbetten, beherrscht ihre jeweiligen Methoden, kann sie als Dolmetscher gegenüber anderen Disziplinen und der Arbeitswelt vertreten. Ist nicht nur Experte für Translation (eine stärkere Beratungstätigkeit der Dolmetscher ist somit nötig und erwünscht), sondern versteht sich auch als solcher er trägt zur Translationskultur bei (Translationskultur soll i.d.S. sowohl weiterentwickelt als auch *gelebt* werden). Deswegen wären Forschungen hinsichtlich der Problematik, welche Rolle die eigene Persönlichkeit und der eigene (kommunikative) Stil des jeweiligen Dolmetschers seinen beruflichen Erfolg beeinflusst, welches Handlungsrepertoire in konkreten Situationen und in unterschiedlichen (Kultur-) Kontexten benötigt wird, usw. von relevanter Bedeutung. Ebenso wichtig ist eine Auseinandersetzung mit der Qualitätsfrage unter dem Aspekt der öffentlichen Anerkennung für die einzelnen Dolmetscher. In diesem Sinne würden mögliche Rankings, Lizenzen oder weitere Auszeichnungen diese Problematik der Öffentlichkeit bewusster gemacht, aber auch evt. Anreize für angehende und bereits im Beruf stehende Dolmetscher in ihrem Bemühen um ein Mehr an Qualität, Professionalität und Virtuosität schaffen.

Die Leitgedanken dieser Arbeit sind die Schaffung von Selbstvertrauen und Professionalität, zum Zwecke der allgemeinen Verbesserung des Berufsstandes und folglich der Konstruktion und dem Ausbau von Translationskulturen. Die Maximen dabei lauten: Übung macht den Meister! Aber Alles in Massen!

Bibliographie

- Abualafia, Ra'ed (2011) HRM-Consultant (MBA Strategisches Management) E-Mail vom 5.03.2011
- Ahrens, Barbara (2004): *Prosodie beim Simultandolmetschen*. Frankfurt a.M. et al.: Lang.
- Ammann, Margret (1995): *Kommunikation und Kultur: Dolmetschen und Übersetzen heute. Eine Einführung für Studierende*. Frankfurt: IKO
- Andres, Dörte (2008): *Dolmetscher als literarische Figuren: Von Identitätsverlust, Diletantismus und Verrat*. München: Meidenbauer
- Andres, Dörte (2011): „Dolmetschwissenschaft zu Beginn des 21. Jahrhunderts: ein integrativ konzipiertes Dolmetschprozessmodell“ In: *Studia Ubb. Philologia*, LVI, 1, 2011. S. 79-104
- Bahadır, Şebnem (2007): *Verknüpfungen und Verschiebungen: Dolmetscherin, Dolmetschforscherin, Dolmetschausbilderin*. Berlin: Frank&Timme.
- Barik, Henri C. (1972): “Interpreters talk a lot among other things”, in: *Babel* 3, 10.
- Benediktov, B. A. (1968): „Osnovy psihologii perevoda“. In *Inostrannye âzyki* 1968/2.
- Best, Joanna+Kalina, Sylvia (Hg.) 2002: *Übersetzen und Dolmetschen: eine Orientierungshilfe*. Tübingen: Francke
- Braun, Sabine (2004). *Kommunikation unter widrigen Umständen? Fallstudien zu einsprachigen gedolmetschten Videokonferenzen*. Tübingen: Narr.
- Bühler, Hildegund (1986): “Linguistic (semantic) and extra-linguistic (pragmatic) criteria for the evaluation of conference interpretation and interpreters” In *Multilingua* 5, 4, 231-235.
- Chernov, Gelij (1979): Semantic aspects of psycholinguistic research in simultaneous interpretation, in: *Language and Speech* 22,3, 277-295.
- Delhees, Karl-Heinz (1994): *Soziale Kommunikation. Psychologische Grundlagen für das Miteinander in der modernen Gesellschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Drescher, Horst W. (Hg.) (1997): *Transfer: Übersetzen - Dolmetschen – Interkulturalität*. Frankfurt a.M. et al.: Lang.
- Eco, Umberto (1994): *Einführung in die Semiotik*. Autorisierte dt. Ausg., 8., unveränd. Aufl. München: Fink.
- Elsagir, Ina M. (2000): „Anforderungen an Dolmetschleistungen im Fernsehen aus Zuschauersicht: Eine Fallstudie“ In Kalina, Silvia (Hg.): *Dolmetschen: Theorie – Praxis – Didaktik*. St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag, S. 107–123.
- Emel'ânova, Â.B. (2010): *Lingvostranovedčeskaâ kompetenziâ perevodčika: teoriâ i praktika*. Nižnij Novgorod: Stimul-ST
- Fischer, Ingeborg (Hg.) (1992): *Sprachdatenverarbeitung für Übersetzer und Dolmetscher: Akten des Symposiums zum Abschluss des Saarbrücker Modellversuchs*. Hildesheim.
- Fleischmann, Eberhard (Hg.) 2004: *Translationskompetenz : Tagungsberichte der LICTRA (Leipzig International Conference on Translation Studies)*. Tübingen: Stauffenburg-Verl.
- Fleischmann, Eberhard et al. (Hg.) (1997): *Translationsdidaktik: Grundlagen der Übersetzungswissenschaft*.

Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Freudenfeld, Regina (Hg.) (2007): *Professionell kommunizieren: Neue Berufsfelder - neue Vermittlungskonzepte*. Hildesheim et al.: Olms.

Fëdorov, A.W. (1958): *Vvedenie v teoriû perevoda*. Moskva: Vysšaja škola.

Gerver, D. (1975) "A Psychological Approach to Simultaneous Interpretation" In *Meta* 20 (2): 119-28.

Gerver, David (Hg.) (1978): *Language interpretation and communication*, New York, Nato Conference

Gerzone, Giuliana (2002): "Quality and norms in interpretation". In Gerzone Giuliana (Hg.) (2002) *Interpreting in the 21st Century. Challenges and Opportunities*. Amsterdam et al.: Benjamins. 107–119.

Gerzymisch-Arbogast+Mudersbach, K. (1998): *Methoden des wissenschaftlichen Übersetzens*. Tübingen: Francke.

Gile, Daniel (1988): « Le partage de l'attention et le modèle d'efforts en interprétation simultanée », *The Interpreter's Newsletter*, 1-4, p. 22.

Gile, Daniel (1991): "The processing capacity issue in conference interpreting," *Babel*, 37-1, pp. 15-27.

Gile, Daniel (1995): *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.

Gile, Daniel (Hg.) (2010): *Why translation studies matters*. Amsterdam et al.. Benjamins.

Gile, Daniel 1999: "Norms in Research on Conference Interpreting. A Response to Theo Hermans and Gideon Toury" In Schäffner C. *Translation and Norms.– Clevedon: Multilingual Matters*. 98–105.

Gile, Daniel. (1994). *Methodological Aspects of Interpretation and Translation*

Göhring, Heinz (1978): „Interkulturelle Kommunikation: Die Überwindung der Trennung von Fremdsprache- und Landeskundeunterricht durch einen integrierten Fremdverhaltensunterricht“ In *Kongressberichte der 8. Jahrestagung der GAL*. Stuttgart, 4.9-14

Golubkov, E. P. (1999): *Osnovj marketinga: Učebnik*. Moskva: Finpress

Göpferich, Susanne (2008) *Translationsprozessforschung. Stand, Methoden, Perspektiven*. Tübingen: Narr

Gouadec, Daniel (Hg.) (2007): *Translation as a profession*. Amsterdam: Benjamins

Gusev, V.V. 2003: *Empatičeskaâ model v formirovanii strategii perevoda in Vestnik MLGU*. 840(2003) : *Perevod kak kognitivnaâ deätelnost*. Moskva: MGLU. S.26-41

Kalverkämper, Hartwig (1999): „Translationswissenschaft als integrative Disziplin“ in H. Gerzymisch-Arbogast et al (Hg.) *Wege der Übersetzungs- und Dolmetschforschung*. Tübingen: Gunter Narr. Jahrbuch Übersetzen und Dolmetschen Bd.1 1999 S. 55-76

Hertel, Dietmar (Hg.) (2008). *Diesseits von Babel: Vom Metier des Übersetzens*. Köln. SH-Verlag.

Heumann, Brian (2005): *Leitfaden Internationalisierung des Internetauftritts*. Bonn: iMOVE beim BIBB

Heymann-Reder, Dorothea (2011): *Social Media Marketing: erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen*. 1. Aufl. München et al.: Addison-Wesley

Hofstede, Geert et al. (Hg.) (2010): *Cultures and organizations : software of the mind ; intercultural*

cooperation and its importance for survival. New York, NY [u.a.]: McGraw-Hill,

Höhnig, Heinz (Hg.) (2002): *Interkulturelle Kommunikation. Anregungen für Sprach- und Kulturmittler*. Tübingen

Holz-Mänttari, Justa (1984) *Translatorisches Handeln. Theorie und Methode*. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.

Holz-Mänttari, Justa (1986) „Translatorisches Handeln – theoretisch fundierte Berufsprofile“, in: Snell-Hornby ed. 1986, 348-374.

Holz-Mänttari, Justa (1993) „Textdesign – verantwortlich und gehirngerecht“, in: Holz-Mänttari + Nord eds. 1993, 301-320.

Holz-Mänttari, Justa + Nord, Christiane (Hg.) (1993) *Traducere navem. Festschrift für Katharina Reiß zum 70. Geburtstag*. Tampere: Tampereen Yliopisto.

Huh, Michael „Personal Brands als Zentrales Element der PR-Kommunikation“. In Achim Beißwenger [Hg.] (2010): *YouTube und seine Kinder : wie Online Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren*. Baden-Baden: Nomos-Verl.

Hung, Eva (2002): *Teaching translation and interpreting 4 building bridges*. Amsterdam et al.: Benjamins.

Hymes (1974): *Foundations in Sociolinguistics. An Ethnographic Approach*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Hymes, D. Communicative Competence. In J. B. Pride and J. Holmes (Hg.): *Sociolinguistics*. Harmondsworth: Penguin, 1972, p. 269-293

Kade, Otto+Cartellieri, Klaus (1971): “Some Methodological Aspects of Simultaneous Interpreting”, *Babel*, 17-2, S. 12-16.

Kalina, Silvia et al.. (Hg.) (2000), *Dolmetschen: Theorie – Praxis – Didaktik*, St. Ingbert

Kalina, Silvia (2002): “Quality in interpreting and its prerequisites: A framework for a comprehensive view.” In Gerzone Giuliana (Hg.): *Interpreting in the 21st Century. Challenges and Opportunities*. – Amsterdam /Philadelphia: J. Benjamins, S. 121–130.

Kalina, Sylvia (1992): “Discourse processing and interpreting strategies - an approach to the teaching of interpreting” in Cay Dollerup+Anne Loddegaard (Hg.): *Teaching translation and interpreting*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 251-258

Kalina, Sylvia (1998): *Strategische Prozesse beim Dolmetschen. Theoretische Grundlagen, empirische Fallstudien, didaktische Konsequenzen*. Tübingen: Narr

Kalina, Sylvia (2000): “Interpreting competences as a basis and a goal for teaching”. In: *The Interpreters' Newsletter* 10 (2000), S. 3-32.

Kapp, Volker (Hg.) (1991): *Übersetzer und Dolmetscher: theoretische Grundlagen, Ausbildung, Berufspraxis*. 3. Aufl. Tübingen: Francke

Kaufhold, Marisa (2006): *Kompetenz und Kompetenzerfassung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Kautz, U. (2002): *Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. München.

Kelletat, Andreas F. (Hg.): *Dolmetschen: Beiträge aus Forschung, Lehre und Praxis*. Frankfurt (Main): Lang.

- Keup, Marion 2010: *Internationale Kompetenz : erfolgreich kommunizieren und handeln im Global Business*. Wiesbaden: Gabler
- Kirchhoff, Helene (1975): „Das Simultandolmetschen, Interdependenz der Variablen im Dolmetschprozess, Dolmetschmodelle und Dolmetschstrategien“ in Horst W. Drescher+Signe Scheffzek (Hrg.): *Theorie und Praxis des Übersetzens und Dolmetschens*. Bern: Herbert Lang, 59-71.
- Koller, Werner et al. (Hg.): *Einführung in die Übersetzungswissenschaft / Werner Koller*. Heidelberg et al.: Quelle & Meyer
- Komissarow, W.N. (1990): *Teoriâ perewoda*. Moskva: Vysšaâ škola.
- Kondo, M.+H. Tebble (1997): „Intercultural communication, negotiation and interpreting,“ *Conference Interpreting: Current Trends in Research. Proceedings of the International Conference on Interpreting: What do we know and how? (Turku, Finland. August 25-27, 1994)* (Gambier, Gile+Taylor (Hg.) Amsterdam: Benjamins Publishing. 149-166.
- Krings, Hans (1986): *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht. Beiträge zur Linguistik*, Tübingen
- Kulikova L.B. (2006): *Kommunikativnyj stil v mežkulturnoj paradigme*. Krasnoârsk: GOU VPO „KGPU“.
- Kupsch-Losereit, Sigrid (2003): „Die kulturelle Kompetenz des Translators“. (www.fask.uni-mainz.de/user/kupsch/kompetenzkulturell.html) [04.04.2011]
- Kurz, Ingrid (1996): *Simultandolmetschen als Gegenstand der interdisziplinären Forschung*. Wien: WUV- Univ.-Verl.
- Kurz, Ingrid (2001): „Small projects in interpretation research“ In Gile, Daniel (Hg.): *Getting started in interpreting research*. Amsterdam: Benjamins, S. 101-118.
- Kurz, Ingrid (2001): Conference interpreting: quality in the ears of the user. In: *Meta*, vol. 46, n 2, 2001, S. 394-409
- Kurz, Ingrid+Moisl, Angela (Hg.) (2002): *Berufsbilder für Übersetzer und Dolmetscher. Perspektiven nach dem Studium*. Wien: WUV-Univ.-Verl
- Kutz, Wladimir (2001): „Kommunikative Dolmetschsituation - Dolmetschauftrag - Bewertungsmodus: Wie bewertet man das Konsekutivdolmetschen situationsgerecht?“ In Kalina, Silvia et al. (Hg.): *Dolmetschen: Theorie - Praxis - Didaktik*. Röhrig Universitätsverlag St. Ingbert, 2001, 191-212.
- Kutz, Wladimir (1997) „Gut für wen? Zur Bewertung von Konsekutivdolmetschleistungen“ In Fleischmann Eberhardt (Hg.) *Translationsdidaktik*. Tübingen: Narr. S. 243–254
- Kutz, Wladimir (2005): „Zur Bewertung der Dolmetschqualität in der Ausbildung von Konferenzdolmetschern In *Lebende Sprachen*. – № 1. – 2005. – S. 14–34.
- Lambert, Sylvie+Moser-Mercer, Barbara (Hg.) (1994): *Bridging the gap. Empirical research in simultaneous interpretation*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Lang, Anette (2009): WebInterpret – Dolmetschen übers Internet. In *TransRelations*, Heft 03_09. Seite 3-5.
- Latyšev, L.K. (2005): *Tehnologiâ perevoda*. Moskva
- Lauterbach, Eike (2009): *Sprechfehler und Interferenzprozesse beim Dolmetschen*. Frankfurt a.M.: Lang.
- Le Carre, John (1989): *The Russia House*. London: Hodder&Stoughton (http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/88670/Le_Carre_-_The_Russia_House.html)

- Lebedewa, J. *Mit anderen Worten. Die vollkommene Übersetzung bleibt Utopie* (www.uni-heidelberg.de/presse/ruca/...3/wort.html)
- Lee-Jahnke, Hannelore (Hg.) (2010): *Am Schnittpunkt von Philologie und Translationswissenschaft. Festschrift zu Ehren von Martin Forstner*. Bern et al.: Lang.
- Linell, P. (1994): "Interpreting as communication," In Gambier et al. (Hg.) (1994) *Conference Interpreting: Current Trends in Research. Proceedings of the International Conference on Interpreting: What do we know and how?* (Turku, Finland. August 25-27, 1994) Amsterdam: Benjamins. 49-67.
- Löwe, Barbara (2002): „Translatorische Kulturkompetenz: Inhalte – Erwerb – Besonderheiten“ in: Best, Joanna+Kalina, Sylvia (Hg.): *Übersetzen und Dolmetschen*. Tübingen.
- Mack, Gabrielle (2002): „Die Beurteilung professioneller Dolmetschleistungen“ In Best J.+Kalina S. (Hg.) (2002): *Übersetzen und Dolmetschen. Eine Orientierungshilfe*. Tübingen : Franke. 110–119.
- Maletzke, Gerhard (1996): *Interkulturelle Kommunikation: zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Mann, Igor (2005) *Marketing na 100%: Remix*. Moskva: Mann, Ivanov & Ferber.
- Michelis, Daniel (Hg.) (2010): *Social Media Handbuch : Theorien, Methoden, Modelle*. Baden-Baden: Nomos
- Min'âr-Beloručev, R.K. (1959): *Metodika obučeniâ perevodu na sluh*. Moskva: IMO.
- Min'âr-Beloručev, R.K. (1999): *Kak stat perevodčikom?* Moskva: Gotika.
- Miram G.E. (2006): *Professiâ perevodčik*. Moskva: Nika-Centr. (http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Miram/index.php)
- Munday, Jeremy (2001) *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. London: Routledge.
- Muráth, Judith (Hg.) (2007): *Interdisziplinäre Aspekte des Übersetzens und Dolmetschens*. Wien: Praesens
- NG, B. C. (1992): "End Users' Subjective Reaction to the Performance of Student Interpreters," *The Interpreters' Newsletter*, Special Issue 1. 35-41.
- Nord, Christiane (2004) „Loyalität als ethisches Verhalten im Translationsprozess“, in: Müller, Ina (Hg.) *Und sie bewegt sich doch ... Translationswissenschaft, in Ost und West: Festschrift für Heidemarie Salevsky zum 60. Geburtstag*. New York et al.: Lang, 235-245.
- Oksaar, Els (1988): *Kulturemtheorie*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht
- Pankruhin, A. P. (2005): *Marketing: Učebnik dlâ studentov*. Moskva: Omega-L
- Pelzer, Guido (2011): *Google AdWords Advanced: zielgerichtetes Internet-Marketing mit Google-Anzeigen*. St. Gallen ; Zürich: Midas
- Pöchhacker, Franz (1994): *Simultandolmetschen als komplexes Handeln*. Tübingen: Narr.
- Pöchhacker, Franz (2000): *Dolmetschen*. Tübingen: Narr.
- Pöchhacker, Franz (2000): *Dolmetschen: konzeptuelle Grundlagen und deskriptive Untersuchungen*. Tübingen: Stauffenburg.
- Pöchhacker, Franz (2007): *Simultandolmetschen als komplexes Handeln*. Tübingen: Narr

- Pöchhacker, Franz (2001): Quality assessment in conference and community interpreting. In *Meta*. 2. 2001. 410–425.
- Prunč, Erich (1997): „Translationskultur (Versuch einer konstruktiven Kritik des translatorischen Handelns)“ in *TEXTconTEXT* 11 = NF 1, 1997, 99-127
- Prunc, Erich (2003): *Einführung in die Translationswissenschaft. Band 1. Orientierungsrahmen. 2. Auflage.* Graz: Selbstverlag, Institut für Theoretische und Angewandte Translationswissenschaft.
- Prunč, Erich (2007): *Entwicklungslinien der Translationswissenschaft.* Berlin: Frank & Timme.
- Prunč, Erich (2008) „Zur Konstruktion von Translationskulturen“ in Schippel, Larissa (Hg.) *Translationskultur - ein innovatives und produktives Konzept.* Berlin: Frank & Timme. 19-41.
- Reinhardt, Michael (2005): „Der Weg zum wirkungsvollen Internetauftritt“. In *TransRelations BDÜ* Heft 3/05. Dezember 2005. S 3-5
- Reiß, Katharina + Vermeer, Hans J. (1991) *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie. 2. Auflage.* Tübingen: Niemeyer.
- Reiß, Katharina+Vermeer, Hans J. (1984): *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie.* Tübingen: Niemeyer.
- Rezker, J.I. (1974): *Teoriâ perevoda i perevodčeskaâ praktika.* Moskva: Meždunarodnye otnošenîâ
- Ruisinger, Dominik (2011): *Online Relations: Leitfaden für moderne PR im Netz.* Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Salacuse, Jeswald W. (2004): “Negotiating: The top ten ways that culture can affect your negotiation” In *IVEY MANAGEMENT SERVICES.* September/October 2004
- Salevsky, H. (Hg.) (1996), *Dolmetscher- und Übersetzer Ausbildung – gestern, heute und morgen,* Frankfurt a. M.
- Salevsky, Heidemarie (1987): *Probleme des Simultandolmetschens. Eine Studie zur Handlungsspezifität.* Berlin: Akademie der Wissenschaften.
- Salevsky, Heidemarie (1992): „Dolmetschen - Objekt der Übersetzungs- oder Dolmetschwissenschaft?“ in: Heidemarie Salevsky (Hrg.): *Wissenschaftliche Grundlagen der Sprachmittlung,* Frankfurt: Lang, 85-118.
- Salevsky, Heidemarie (2002): *Translationswissenschaft.* Frankfurt a.M.: Lang.
- Salevsky, Heidemarie (Hg.) (2010): *Die russische Kultur und ihre Vermittlung.* Frankfurt a.M et al.: Lang.
- Schilling, Peter (1994): *Die Praxis des Übersetzers – Profil und Alltag eines Berufes.* Berlin: Frieling
- Schippel, Larisa (Hg.): (2008): *Translationskultur - ein innovatives und produktives Konzept.* Berlin, Frank & Timme.
- Seleskovitch, Danica (1988): *Der Konferenzdolmetscher: Sprache und Kommunikation.* [aus d. Franz. von Inge Haas]. Heidelberg: Groos.
- Seleskovitch, Danica (1999): “The Teaching of Conference Interpreting in the Course of the Last 50 Years” In: *Interpreting,* Volume 4 (1), S. 55-66.
- Semenov, A.L. (2008): *Sovremennye informacionnye tehnologii i perevod.* Moskva: Akademii
- Širâev, A. F. (1979): *Sinhronnyj perevod.* Moskva: Voenizdat.

Snell-Hornby et al. (Hg.) (1999): *Handbuch Translation*. Tübingen

Stähle, Jürgen (2009): *Vom Übersetzen zum Simultandolmetschen. Handwerk und Kunst des zweitältesten Gewerbes der Welt*. Stuttgart. Steiner

Stoll, Christoph (2009): *Jenseits simultanföhiger Terminologiesysteme. Methoden der Vorverlagerung und Fixierung von Kognition im Arbeitsablauf professioneller Konferenzdolmetscher*. Trier. WVT

Stolze Radegundis (1999): *Die Fachübersetzung. Eine Einführung*. Tübingen.

Stolze, Radegundis (2001): *Übersetzungstheorien: Eine Einführung*. Tübingen: Narr

Švejcjer, A. D. *Teoria perevoda: status, problemy, aspekty*. Moskva: Nauka 1988.

Tennent, Martha (Hg.) (2005): *Training for the new millennium: pedagogies for translation and interpreting*. Amsterdam et al.: Benjamins

Thome, Gisela (Hg.) (2002): *Kultur und Übersetzung : methodologische Probleme des Kulturtransfers mit ausgewählten Beiträgen des Saarbrücker Symposiums 1999*. Tübingen: Narr

Vaughn, Richard (1980): "How Advertising Works: A Planning Model", in: *Journal of Advertising Research*, Vol. 20 (5), October.

Vermeer, Hans J. (1996): *A skopos theory of translation : (some arguments for and against)* / Hans J. Vermeer
Heidelberg: TEXTconTEXT

Visson, Lynn (1999): *Sinchronnyj perevod s russkogo na anglijskij*, M.: R.Valent

Watzlawick, Paul (Hg.) (1974): *Lösungen : zur Theorie und Praxis menschlichen Wandels*. Stuttgart et al.: Huber

Weale, Edna (1997): "From Babel to Brussels. Conference interpreting and the art of the impossible." In: *Nonverbal Communication and Translation. New Perspectives and Challenges in Literature, Interpretation and the Media*. Amsterdam: Benjamins, 295-312

Weinlich, Alice (2002): *Körpersprache von Politikern: Machtdemonstration und Selbstdarstellung*. Münster: Agenda

Wills Wolfram. (1996): *Übersetzungsunterricht. Eine Einführung*. Tübingen.

Wills Wolfram (1996): *Knowledge and Skills in Translation Behavior*. Amsterdam: Benjamins.

Wills, W. (1999), *Übersetzen und Dolmetschen im 20. Jahrhundert – Schwerpunkt deutscher Sprachraum*, Saarbrücken

Witte, Heidrun (2000): *Die Kulturkompetenz des Translators. Begriffliche Grundlegung und Didaktisierung*. Tübingen: Stauffenburg

Wolf, Michaela (Hg.) 2007: *Constructing a Sociology of Translation*. Amsterdam et al.: Benjamins.

Zybatow, L. (Hg.) (2002): „Mehrsprachige Fachkommunikation: Wissens- und Kulturtransfer im Zeitalter der Globalisierung“ In *Translation zwischen Theorie und Praxis. Innsbrucker Ringvorlesungen zur Translationswissenschaft I*. Frankfurt am Main: Lang. 395-410.

Internetquellen

AIIC Code of Professional Ethics www.aiic.net/ViewPage.cfm/page54

AIIC Professional Standards www.aiic.net/ViewPage.cfm/page205

Der Ruf des Papageis – Wie Dolmetscher für die Verständigung sorgen, und weshalb sie sich manchmal missverstanden fühlen. URL: <http://www.fask.uni-mainz.de/436.php>

Doempke, Burckhard (2002): AIIC and EU Enlargement: A Private Market Perspective on the New Multilingualism. <http://www.aiic.net/ViewPage.cfm/article518.htm> [Stand: 14.05.11]

Gebhard, Silke (2001): Auf nach Europa – oder zurück nach Babel?
<http://www.aiic.net/ViewPage.cfm/page527.htm> [Stand: 14.05.11]

<http://4p.ru> [Stand: 15.05.11]

<http://adue-nord.de/> Assoziierte Übersetzer und Dolmetscher in Norddeutschland e.V.

<http://aiic.de> Association Internationale des Interprètes de Conférence, Region Deutschland

<http://aiic.net>

<http://aticom.de/> Fachverband der Berufsübersetzer und Berufsdolmetscher

<http://konferenzdolmetscher-bdue.de/de>

<http://rumetrika.rambler.ru/> Statistiken über das Internat in Russland

http://scic.ec.europa.eu/europa/jcms/c_6735/language-combination [Stand: 14.05.11] Sprachenkombinationen der Konferenzdolmetscher

<http://vkd.bdue.de/> Verband der Konferenzdolmetscher im Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e.V.

http://www.aiic.de/beruf_artsimultan.php [Stand: 10.04.11]

<http://www.aiic.net/glossary/> [Stand: 10.04.11]

<http://www.bw.bdue.de/> BDÜ-Landesverband BW

<http://www.erudit.org/>

<http://www.russian-translators.ru/> Die Russische Liga der Dolmetscher und Übersetzer (russisches Kürzel: NLP)

<http://www.translators-union.ru/> Assoziiertete Translatoren in Russland

Foren:

<http://ermolovich-di.ucoz.ru/board/>

<http://forum.lingvo.ru/actualthread.aspx?bid=25&tid=22319&pg=-1>

<http://forum.study.ru/>

<http://pavelpal.ru/forum/1>

<http://www.geocities.com/Athens/7110/lantra.htm>

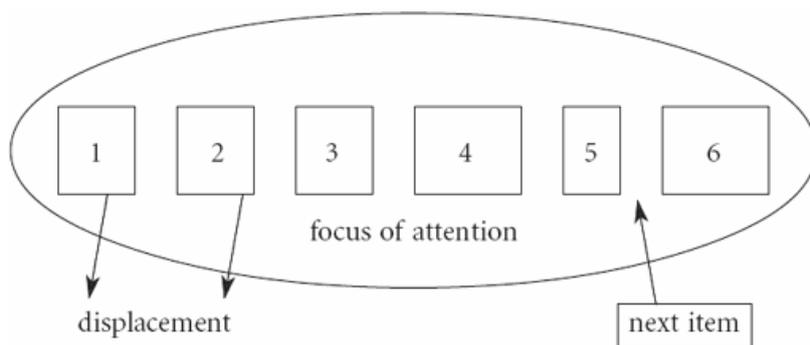
<http://www.trworkshop.net/>

Anhang 1 „Auswahl der Dolmetschmodellen“

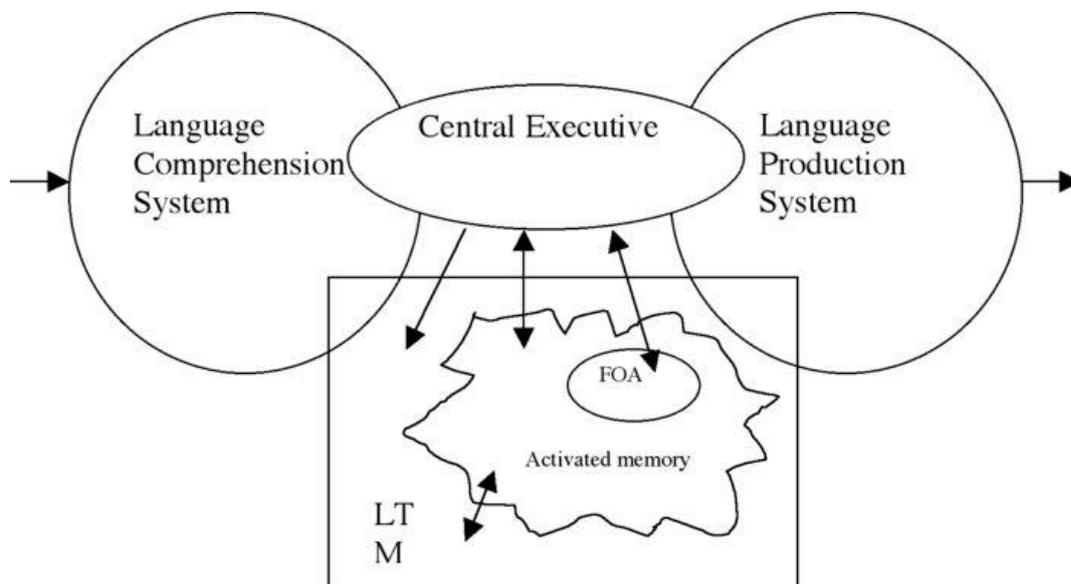
1) Process Model for Simultaneous Interpreting and Working Memory

Mizuno, Akira (2005): Process Model for Simultaneous Interpreting and Working Memory. In Meta 50 Nr.2, April 2005, S. 739-752 URL: <http://id.erudit.org/iderudit/011015ar>

1)

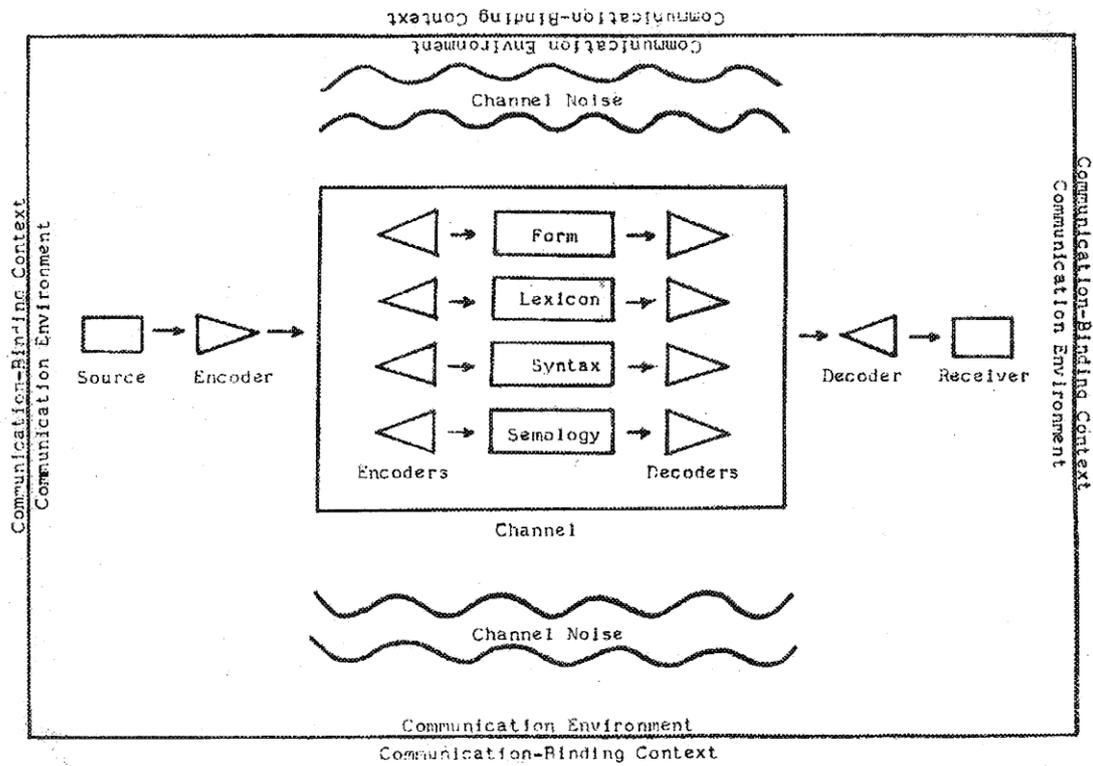


2) FOA: focus of attention LTM: long-term memory



2) Ingrams Kommunikationsmodell vom Dolmetschprozess

Ingram, R. (1974). A communication model of the interpreting process. In: Journal of Rehabilitation of the Deaf, 7, 3-9.



3) Mosers Dolmetschprozessmodell

Moser, B. (1978). Simultaneous interpretation: A hypothetical model and its practical application. In D. Gerver and H. W. Sinaiko (Eds.), Language interpretation and communication. NATO conference series, Series III: Human factors, 353-368. New York: Plenum Press.

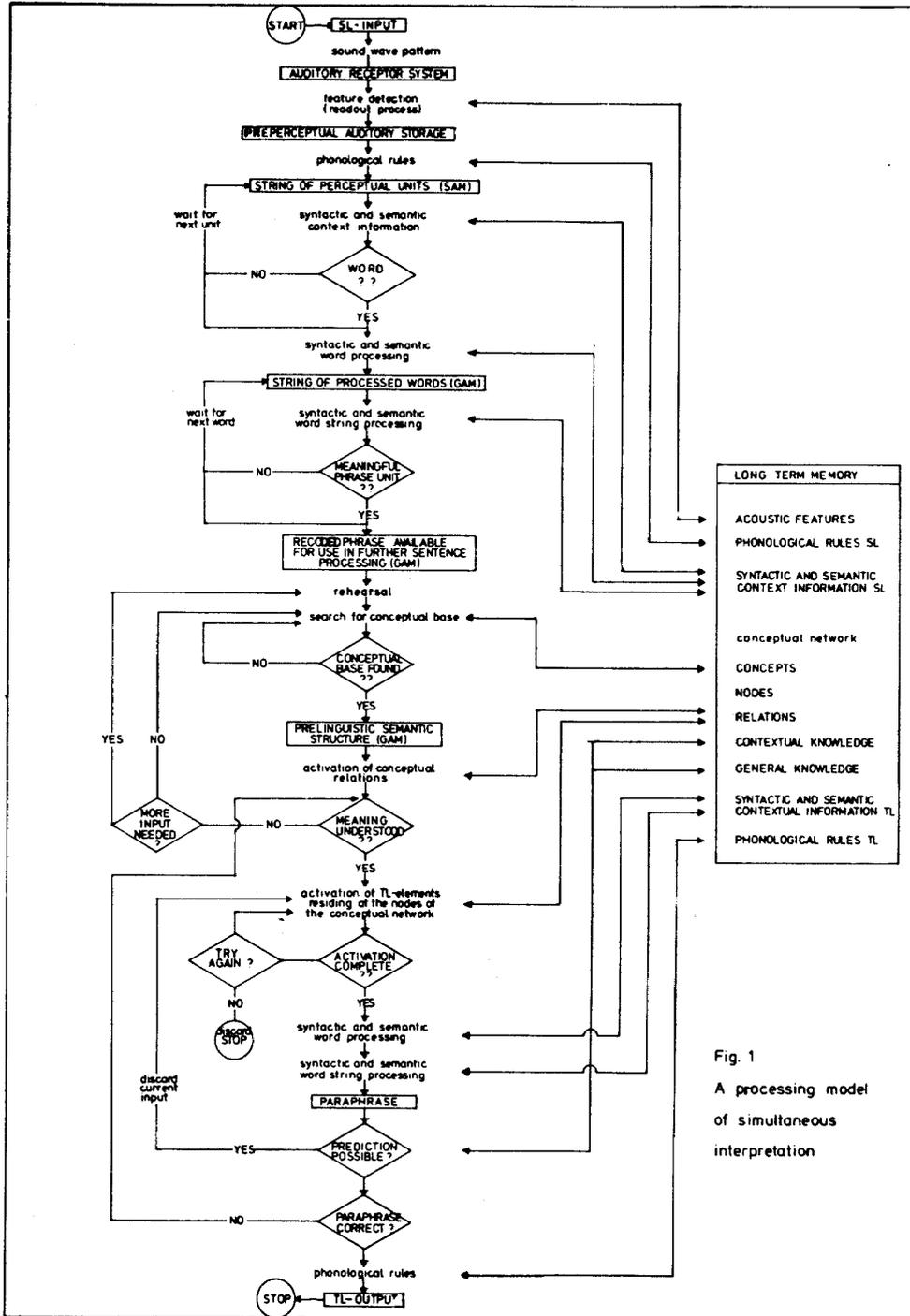
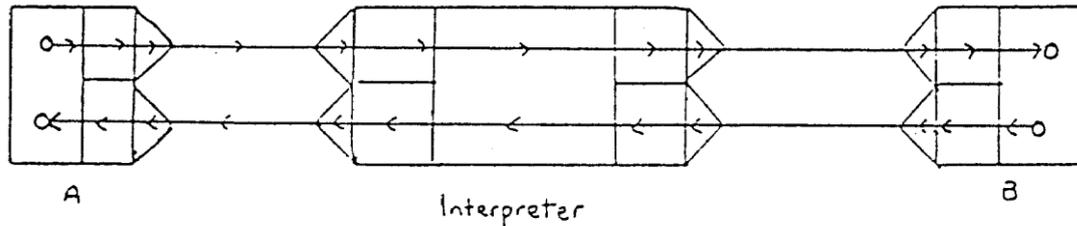


Fig. 1
A processing model
of simultaneous
interpretation

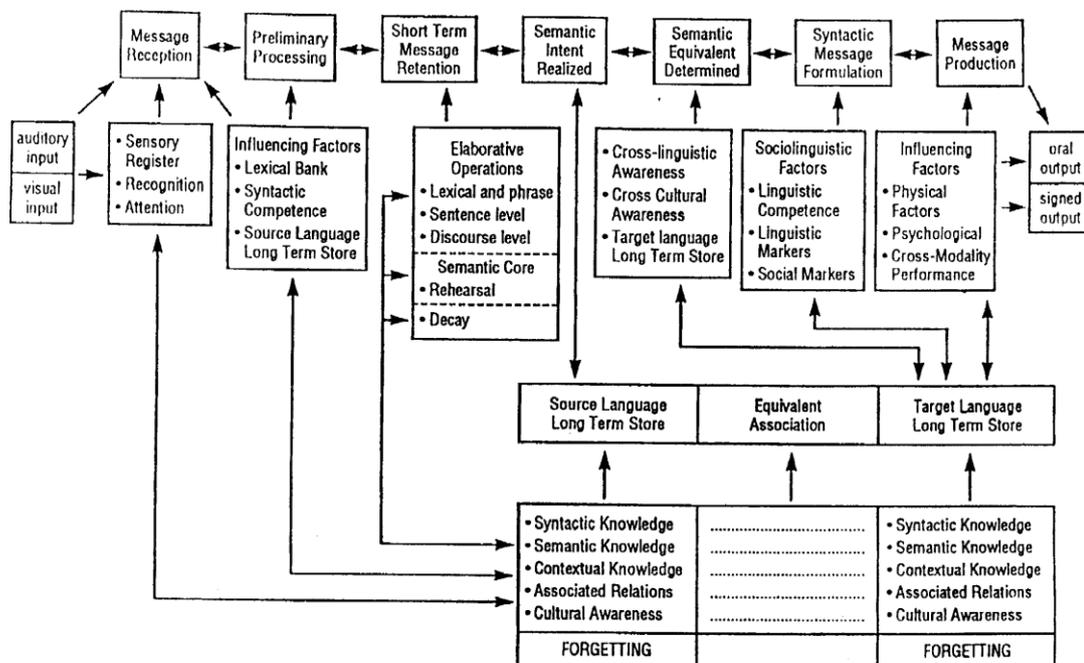
4) Fords Dolmetschprozessmodell

Ford, L. (1982). The interpreter as a communication specialist. The professional and the consumer in interpreting. Proceedings of the third international symposium on interpretation of sign languages (91-99). London: Royal National Institute for the Deaf.



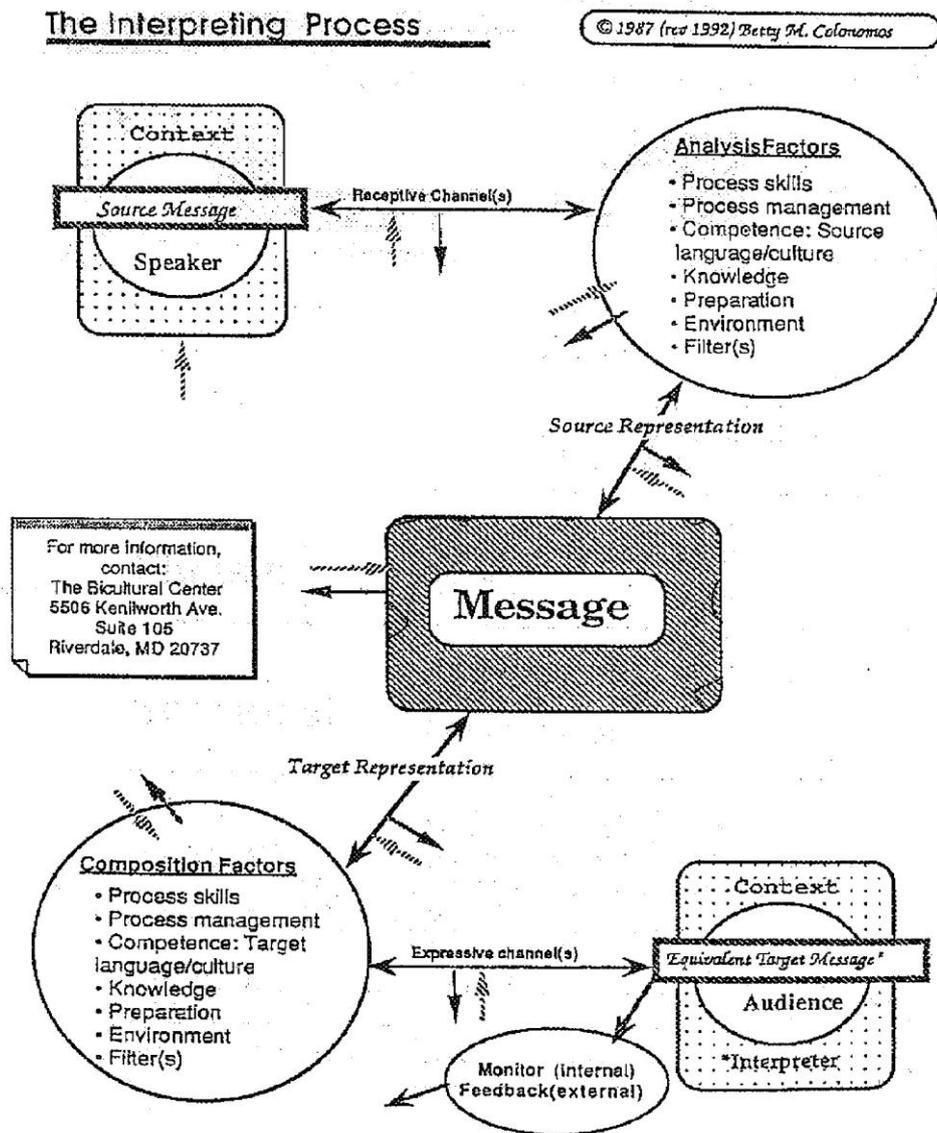
5) Cokleys soziolinguistische Dolmetschprozessmodell

Cokely, D. (1992). Interpretation: A sociolinguistic model. Burtonsville, MD: Linstok Press.



7) Colonomos Dolmetschprozessmodell

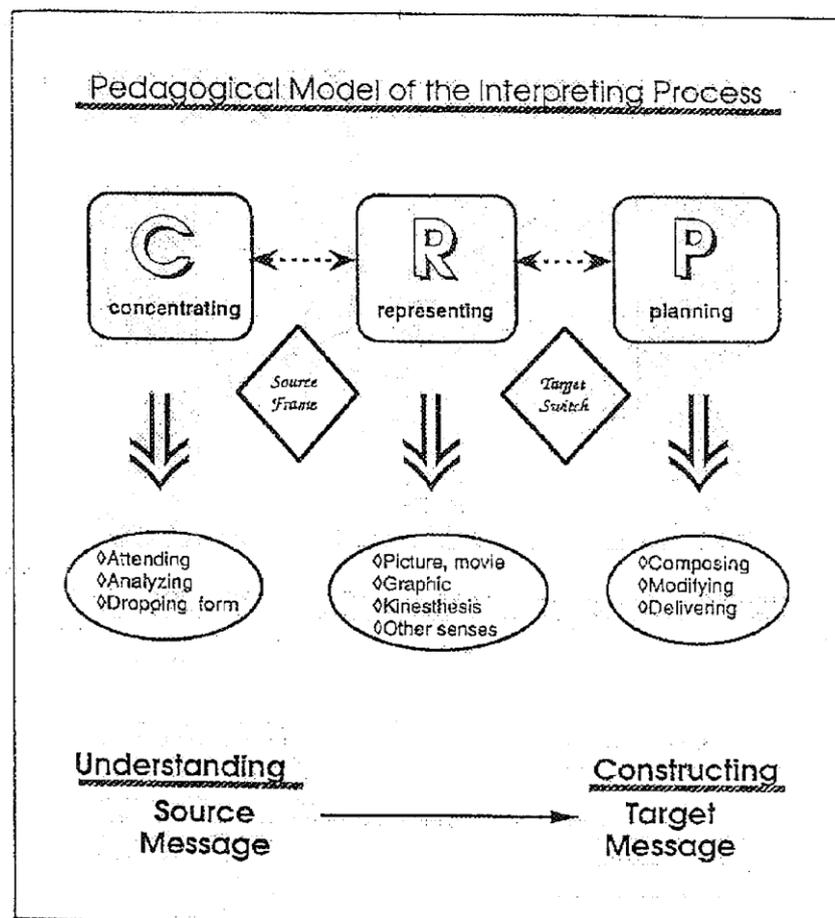
Colonomos, B. (1992). The interpreting process. Unpublished manuscript.



7) Colonomos pädagogische Dolmetschprozessmodell

Colonomos, B. (1992). Pedagogical model of the interpreting process. Unpublished manuscript.

Colonomos's Pedagogical Model of the Interpreting Process (Colonomos, 1992b).

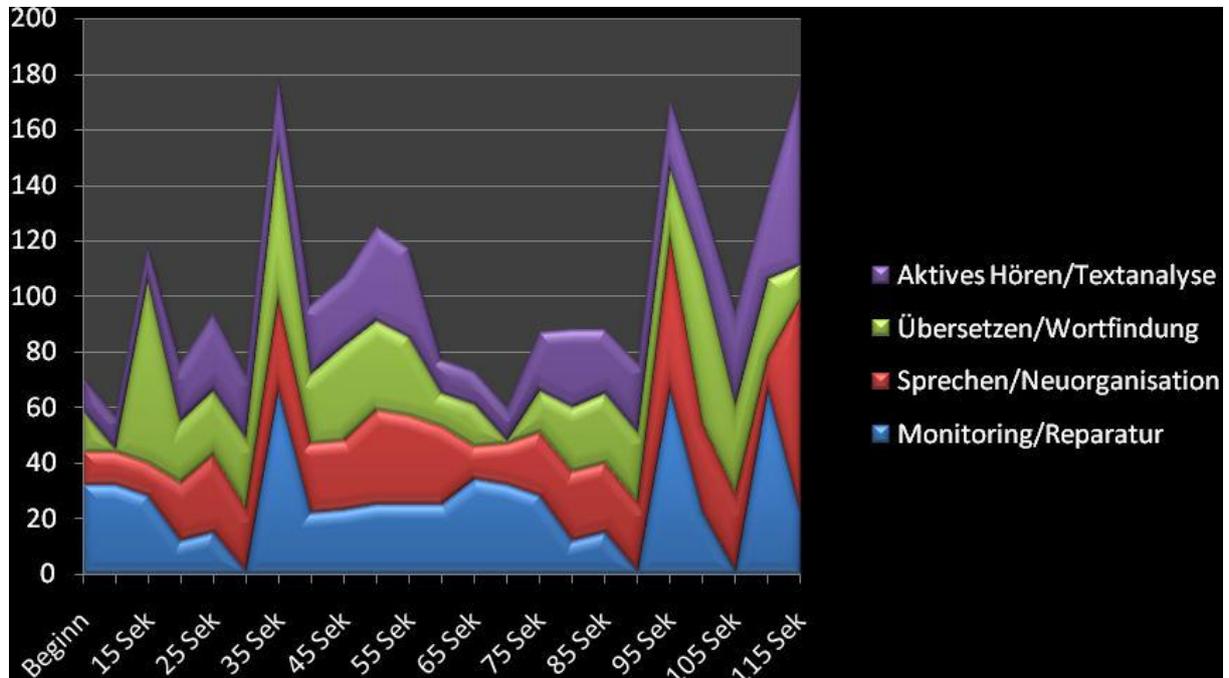


© 1989 (rev. 1992) Betty M. Colonomos

For more information, contact:
The Bicultural Center
5506 Kenilworth Ave.
Suite 105
Riverdale, MD 20737

8) Prozessmodell des Dolmetschens

Kalina, Sylvia (1998): Strategische Prozesse beim Dolmetschen. Theoretische Grundlagen, empirische Fallstudien, didaktische Konsequenzen. Tübingen: Günter Narr



Anhang 2 „Timeline Dolmetschauftrag“

Quelle: Stoll, Christoph (2009): Jenseits simultanfähiger Terminologiesysteme. Trier: WVT. S. 130-131.

| Timeline | Inhaltlich/Fachlich Konzepte | Terminologie | Dolmetsch-Strategie |
|---|---|--|--|
| Allgemeine Voraussetzungen / Infrastruktur / Hintergrund | 1) Grundkenntnisse pflegen: Kultur, Politik, Tagesaktualität, Technik, Wirtschaft, Jura und Bücher / Zeitungen, Economist / Zeit / Faz 2) Favoriten-Baum zur Wissensverwaltung in Scherpunkthemen 3) Enzyklopädien in allen Arbeitssprachen 4) Fischer Weltalma-nach in allen Arbeitssprachen 5) Software: - MindManager - Web Sleuth - VisualThesaurus 6) Fachzeitschriften-Abos / DVDs in Arbeitssprachen wie dem Scientific American / Bild der Wissenschaft | 1) Einsprachige WöBü 2) Thesauri 3) Allgemeinsprachliche WöBü 4) Grundbestand Fach-WöBü Wirt, Technik, Recht, Med, Chem, etc. 5) Favoriten-Baum Web-Ressourcen: Eura-dicautom, Fachzeitschriften Online | Textsortenbasierte Strategie-Alternativen: Chunking, Synonym-Fächer AS, Umstellung / Vorziehen Realien, Textsortenspezifik |
| 1. Anruf des Kunden oder des beratenden Dolmetschers / Optionierung | 1) Fachliteratur bestellen, redaktionell erstellte, einfache Darstellung, Thieme-Bändchen 2) Recherche zum Hintergrund: Thema, Website Tagungsband letzte Konferenz, Kollegen kontaktieren: Ressourcen | 1) Fachwörterbücher bestellen 2) Brainstorming Terminologie in Wortfeldern funktional und sprachlich 3) Recherche bereits vorhandene eigene Glossare zu ähnlichen Themen | Fachzeitschriften: Jargon als Ökonomie |
| 2. Zusendung Vertrag und Programm mit Einteilung | 1) Rednerbiografien 2) Organisationen 3) Publikationen 4) Titel der Diss. 5) Arbeitsbereich 6) Ordnerstruktur oder MS-Word-Doc mit Gliederung: Konferenz - Sitzung - Redner - Redner - Sitzung - Redner - Redner | 1) Namen 2) Organisationen 3) Wortfelder Fachterminologie | |
| 3. Zusendung Vortragsmanuskripte Tagungs-CD | 1. Durchgang: Conceptual Mapping Content Map oder Flow-Chart Terminologie-Extraktion: WordLook.dot Concordance | Voreinstellung Konferenz.Sitzung.Redner / Fachgebiet.Untergebiet - Äquivalenzen eintragen Wortfelder: Cluster bilden funktional und terminologisch, Wortbildungs-Rregeln | |
| | | NDM: Neural Drill Module Glossar - Begriffe in der Reihenfolge wie im Manuskript auf Geschwindigkeit lernen | 2. Durchgang: Vorbereitung des Manuskriptes Sprungpunkte Verben Einstiegspunkte Umstellung Segmentierung Hierarchisierung (Einklammern) Streichung! Makro-Struktur nach Content Map |
| 4. In der Kabine (unmittelbar vor dem Dolmetschen des jeweiligen Redners) | 1) Content Map anschauen 2) Redner-Kurzbiographie 3) Realien Liste 4) Programm in beiden Spr. | 1) Redner-Terminologie 2) Top 10% Haftnotiz | 1) Manuskript querlesen |
| 5. Während des Simultandolmetscher | Kurze Blicke auf Realien-Liste entlasten Realien-Umsetzung Erwartungshaltung Themenprogression: Inferenz TopDown Bottom Up Cloze allgemeinverständlich!) | Müheloses Erinnern der Termini Lückenlose Terminologie durch systematische Terminologie - Arbeit mit Wortfeldern, Fast Search | Manuskript enthält alle Dolmetsch-Strategie-Trigger |
| 6. Nachbearbeitung | Inhalte auf DVD archivieren, Tagungsband-CD und Recherche-Ergebnisse, Stichpunkte zu nützlichen Info-Quellen, Kollegen notieren | Teamkonsens und praktische Ellipsen markieren, z.B. MIL für Warnlampe für Fehlfunktionen Top 10% markieren | Dokumente sauber entsorgen, Vertraulichkeit! Reflexion, welche Information sich bewährt hat |

Anhang 3 „Website Customer Relationship Management (CRM)“

Quelle: Abualafia, Ra'ed (2011) HRM-Consultant (MBA Strategisches Management). E-Mail vom 5.03.2011

- I) Do you know who will visit your site?
 - A) Who will visit your site—existing customers, prospects, suppliers, investors, competitors, employees, industry insiders?
 - B) Anticipation for what each group of visitors expects when getting to the site?
 - C) Did you built the site with visitors in mind?

- II) Can real customers find you?
 - A) What search engines are you registered with—general purpose and industry
 - B) Specific?
 - C) Which sites have links to your site?
 - D) Is your domain name easy to use and remember?
 - E) What online and offline advertising do you use?
 - F) Do you participate in chat groups and forums where your customers are?
 - G) Are you registered with industry portals or marketplace sites?
 - H) Does all print material include your web and e-mail addresses?

- III) Can they find what they want when they get there?
 - A) Do you qualify visitors quickly and easily? For example, if you cannot ship to a particular country because of trade restrictions, is it obvious from the beginning?
 - B) Does your home page load quickly?
 - C) Do your visitors need special software? Are they likely to have it?
 - D) Do they have to go to a page to find out what it contains?
 - E) Do you use “mouse-overs,” button descriptions, and such to help visitors choose the next page to visit?
 - F) Do you have a search function to help find the needed pages or information?
 - G) Do all pages load quickly and are graphics and images manageable?
 - H) Is the language simple or does the visitor need to be an expert already? Got lots of jargon?
 - I) Do you have a site map?
 - J) Do you have a privacy policy and statement?

- IV) Will customers return to your site?
 - A) Can you identify visitors and acknowledge them by name?
 - B) What value do you add to the visitor’s experience? Can you list specific reasons to return? Do you offer industry information and product comparisons?
 - C) Can visitors register on the site? Is there an incentive to register? Is there value in registering?
 - D) Do visitors get to participate in your community—with your experts, service people, other customers, industry leaders?
 - E) Have you anticipated questions that an online visitor may have? Are the answers available on the site?
 - F) Do you make it easy for visitors to contact you by e-mail, phone or fax?
 - G) Do you have a procedure for responding quickly?

- V) Can customers place an order easily?
 - A) Can a visitor go directly to place an order from the home page? Do they need to navigate through other pages before getting to order placement area?
 - B) Are prices and product descriptions clear?
 - C) Is there a FAQ section? Can visitors submit questions online? Can they converse with a service representative online?
 - D) Can a visitor add products to a shopping cart? Can they remove items easily? Is the total value of item in the shopping cart clear?

- E) Are you able to make product suggestions based on selection of other items or purchase history?
 - F) Is the inventory checked to determine availability when order is placed?
 - G) If products are made to order, can a visitor request a quotation easily?
 - H) Do you have a procedure for acknowledging each order or quote request?
 - I) Are all of the costs clearly calculated? Are shipping, taxes, packaging, miscellaneous handling costs included?
 - J) Do customers have a choice of payment options? Can credit cards, checks, purchase orders be used?
 - K) Is the site secure? Can an order be placed without confidential information being displayed?
- VI) Can the order get delivered without hassle?
- A) Do you have clear, predefined shipping processes? Got a reliable shipper?
 - B) Do you acknowledge that the order has been shipped?
 - C) Do you handle backorders and “out of stock” situations to the satisfaction of the customers?
 - D) How do you handle returns? Got a process that protects both the customer and you?
 - E) Do you provide multiple carrier and speed options and pricing alternatives?
 - F) Do you guarantee a delivery window? Will customers need to contact you to track delivery progress?
 - G) Can customers track delivery status?
- VII) Do you provide after-sale service and support?
- A) How do you collect names and email addresses? Do you build customer profiles online? Do you have a privacy and security statement? Can customers opt in and opt out of your communications program?
 - B) Do you have a customer communication plan with e-newsletters and other ways to keep them involved?
 - C) What does your FAQ section look like? Is it comprehensive, can it be updated easily with new customer queries?
 - D) Can customers contact your service department 24 hours per day, seven days per week?
 - E) Do you offer e-mail, phone, and fax inquiries?
 - F) Do you have a procedure for responding in a timely manner?
 - G) Do you track customer purchases and enquiries for later follow-up? Can customers see their account and activity history?
 - H) Can customers find your brick-and-mortar stores? Do your stores support the activity of your web site – handle returns, honor pricing, support the products?
- VIII) What do you know about your customers?
- A) Do you know which customers give you the most business?
 - B) Can you identify your best customers when they arrive at your site?
 - C) Are you alerted when your customers have a problem? Can you tell when customers stop being good customers?
 - D) What level of detail do you know about your customers?
- Do you ask for customer profile information?

Anhang 4 „Webseiten im Vergleich“

Quelle: <<http://www.simultandolmetscher-berlin.de>>

Dolmetschen mit Persönlichkeit

Welcome - Benvenuti - Willkommen!

Get your message across through Johannes Hampel, your conference interpreter and translator in German, English, Italian and French. I am based as a free-lance in Berlin, Germany. I organise interpreter teams in all languages, providing also technical equipment upon request. Learn more about our interpreting and translation [services in English](#). Listen in on various TV and radio programmes with Johannes Hampel as interpreter.

Seit 1998 bietet Johannes Hampel hauptberuflich Dolmetschen und Übersetzen für die Sprachen Deutsch, Englisch, Italienisch und Französisch an. Gerne helfe ich auch Ihnen als Dolmetscher und Übersetzer dabei, das Tor zu anderen Sprachen und Ländern weit zu öffnen. Das Büro in Berlin führe ich als selbständiger Konferenzdolmetscher und Übersetzer. Ich stelle Ihnen gerne für Konferenzen komplette Dolmetscherteams in allen Sprachen zusammen und organisiere auf Wunsch auch die Technik.

Wollen Sie mehr erfahren? Dann klicken Sie auf [Leistungen](#) mit den allgemeinen Auftragsbedingungen oder lesen Sie die [Biographie](#). Unter [Referenzen](#) und Mediathek können Sie verschiedene [Fernseh- und Rundfunksendungen](#) als Audio- und Video-Dateien herunterladen, bei denen Sie Johannes Hampel dolmetschen hören.

Quelle: <<http://moscow-translator.ru/>>

Команда переводчиков Вячеслава Мазурова предлагает качественный устный перевод мероприятий любого уровня. Русскоговорящие носители иностранных языков или россияне, свободно владеющие иностранными языками, выполнят устный перевод на достойном уровне.

[Устный перевод](#) [Письменный перевод](#) [Перевод сайтов](#) [Цены](#) [Интересное](#) [Полезное](#) [Фото](#) [Языки](#) [Клиенты](#) [Контакты](#) [Юмор](#)

Уважаемый посетитель! Приветствую Вас у себя на сайте. Да! Да! Это сайт одного человека.

Ищите исполнителя устного перевода.....

.....на этом сайте ваши поиски можно остановить. Я синхронный и последовательный переводчик. Предлагаю услуги устного перевода, 12-ти летний опыт учебы, работы и бизнес деятельности в США.


Устный перевод речи исполнительного директора ООН в правительстве России


Устный перевод для делегации США и Евросоюза (флаги стоят на столе)

Я говорю на двух языках — английском и русском. Ввиду количества лет, проведенных в английской языковой среде, думать на английском полнее, и даже в обычном разговоре приходится порой переводить собственные мысли на русский. Устный перевод для меня как гимнастика для мозга - стараюсь быть виртуозом.

Предлагаю устный перевод мероприятий любого уровня. Обратитесь к странице "фото" и посмотрите мой уровень работы!

Устный перевод на встречах, обсуждениях договоров, собраниях акционеров, в других городах и странах - это все в моих силах. Работаю устно с 1991 года. Работаю с разными людьми и представителями многих компаний в разных отраслях, а также с членами правительства России, США и стран Евросоюза.

С искренним уважением,
Вячеслав Мазуров.

© 2011 ВЯЧЕСЛАВ МАЗУРОВ — УСТНЫЙ ПЕРЕВОД. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД. СИНХРОННЫЙ ПЕРЕВОД.

Erklärung

Hiermit erkläre ich,

1. dass ich die vorliegende Masterarbeit mit dem Titel

selbst und ohne fremde Hilfe angefertigt habe.

2. dass andere als die angegebene Literatur nicht benutzt worden ist.
3. dass ich alle Übernahmen aus der angegebenen Literatur durch Anführungsstriche und Stellennachweise kenntlich gemacht habe.

Außerdem bestätige ich, dass ich gegen die wissenschaftliche Auswertung meiner Masterarbeit unter der Voraussetzung, dass das Urheberrecht der Verfasserin/des Verfassers sowie die Regeln des wissenschaftlichen Zitierens berücksichtigt werden, nichts einzuwenden habe.

Heidelberg, den

Unterschrift