

## Der Mehrwert des hausinternen Sprachdienstes

Anregungen zur Argumentation  
für Sprachendienstleiter/-innen  
und deren Teams



Dort, wo Unternehmen in der freien Wirtschaft, Institutionen, Behörden und zivilgesellschaftliche Organisationen über hauseigene Sprachendienste verfügen, sind sie immer wieder herausgefordert, zu belegen, dass der eigene Sprachendienst Vorteile bietet und Leistungen erbringt, die von hoher Bedeutung für die Zielsetzung des Hauses sind und die externe Dienstleister nicht in demselben Umfang und derselben Qualität erbringen können.

Der Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer (BDÜ) möchte einige dieser Leistungen und Vorteile kurz zusammengefasst in Erinnerung rufen, um Sprachendienste in Unternehmen und Institutionen bei der hausinternen Profilierung des eigenen Sprachendienstes und der Darstellung seines Mehrwertes zu unterstützen.

## Große Bandbreite an Leistungen

Für viele (auch kleine) hausinterne Sprachendienste ist kennzeichnend, dass sie ein breit gefächertes Portfolio an Leistungen erbringen, das folgende Tätigkeiten umfassen kann:

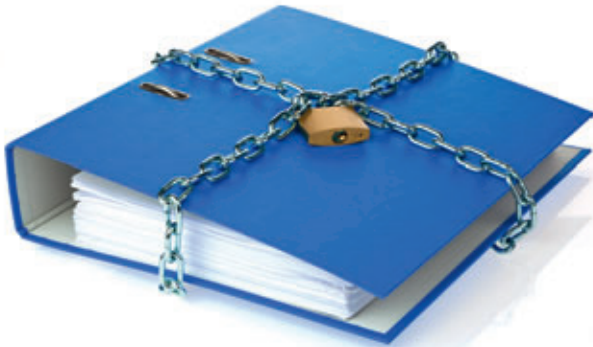
- ✓ **Qualitativ hochwertige Übersetzungen** der unterschiedlichsten Textsorten (z. B. Imagebroschüren, Jahresberichte, Verträge, Schulungsunterlagen) in verschiedenen Sprachrichtungen, z. T. mit Feedback zum Ausgangstext.
- ✓ **Dolmetschleistungen** der unterschiedlichsten Verdolmetschungsarten (z. B. Simultandolmetschen von Konferenzen oder Konsekutivdolmetschen von bilateralen Verhandlungen) in verschiedenen Sprachrichtungen, z. T. auch die Organisation des Dolmetschdienstes bei Veranstaltungen.
- ✓ **Projektmanagement der Externvergaben**
- ✓ **Überprüfung und Qualitätssicherung** von extern eingekauften sprachmittlerischen Leistungen; **Lokalisierung** z. B. von Softwareprodukten.
- ✓ **Mitarbeit bei der Festlegung der Unternehmenssprache als Teil der Corporate Identity** in den Fremdsprachen (und ggfs. im Deutschen), u. a. durch professionelle **Terminologiearbeit**.
- ✓ **Sicherstellung der fremdsprachlichen Qualität des Internet- und Intranetauftritts**
- ✓ **Lektorat**, z. B. Prüfung und Überarbeitung fremdsprachlicher Texte, die von Nicht-muttersprachlern erstellt wurden, Korrekturlesen übersetzter fremdsprachlicher oder deutscher Texte.

- ✓ **Erstellen von Glossaren** zur Unternehmenssprache bzw. zu bestimmten Fachsprachen und Fachgebieten, die z. B. allen Mitarbeitern an allen Standorten über Intranet zugänglich sind und damit Sicherstellung der **konsistenten Übersetzung** von Fachtermini.
- ✓ Erarbeitung und Bereitstellung von **Style Guides, Tipps für die Redaktion deutscher und fremdsprachlicher Texte** sowie zur **Formatierung** (u. a. im Hinblick auf den Einsatz so genannter „Translation Environment Tools“ (TEt)) bei interner oder externer Übersetzung).
- ✓ **Interkulturelle Beratung** für das gesamte Haus inkl. der Geschäftsführung.
- ✓ **Ad-hoc-Sprachberatung zu allgemeinen fremdsprachlichen Fragen** (zentrale Anlaufstelle)
- ✓ Erstellung und Durchführung von **Sprachtests**, z. B. für die Personalabteilung bei Neueinstellungen oder Stellenwechsel.
- ✓ Durchführung oder Organisation von hausinternen **Sprachkursen** und individuellem **Coaching**.
- ✓ Mitwirkung bei der **Ausstattung des Hauses mit fremdsprachlichen Arbeitsmitteln** (z. B. Online-Wörterbücher über Intranet, Wörterbuch-Apps für Mitarbeiter/-innen auf Reisen/im Außendienst).
- ✓ **Untertitelung** und **Voice-over**
- ✓ **Ghostwriting** für die Geschäftsführung usw.
- ✓ **Fremdsprachliche Sachbearbeitungsleistungen** für andere Abteilungen



## Alleinstellungsmerkmale interner Sprachdienste

- ✓ Das erste, zentrale Alleinstellungsmerkmal besteht in der **Bandbreite** der für das Haus erbrachten Leistungen. Externe Dienstleister können in der Regel nur Teile davon abdecken.
- ✓ Ein weiteres, wesentliches Alleinstellungsmerkmal sind die **Insiderkenntnisse** eines hauseigenen Sprachendienstes. Mitglieder des Sprachendienstes kennen Strategie, Inhalte, Produkte, laufende und geplante Aktivitäten, Unternehmenskultur und -sprache des eigenen Hauses sehr viel besser, als dies bei einem externen Dienstleister der Fall sein kann. Darüber hinaus haben sie den Vorteil der **kurzen Wege** und können z. B. bei Fragen zum Text mit dem Autor im Haus persönlich Rücksprache halten.
- ✓ Weiterhin **identifiziert sich der eigene Sprachendienst mit dem Haus** weit mehr, als dies von einem externen Dienstleister im Normalfall erwartet werden kann.
- ✓ Alleinstellungsmerkmale des hauseigenen Sprachendienstes sind auch seine direkte **Verfügbarkeit**, die intern einfacher sicherzustellende Vertraulichkeit und - heute in vielen Fällen von entscheidender Bedeutung - die größere **Datensicherheit**.



## Weitere Vorteile interner Sprachdienste gegenüber externen Anbietern

- ✓ Vorteile eines internen Sprachendienstes ergeben sich auch aus der oft jahrelangen, **vertrauensvollen Zusammenarbeit mit externen Sprachdienstleistern**, die vom Sprachendienst über regelmäßige Weitergabe aktueller Informationen und qualifizierte Rückmeldungen (von Profi zu Profi) als „verlängerte Werkbank“ des Unternehmens aufgebaut und betreut werden.

- ✓ Ein weiterer Vorteil ergibt sich durch den **regelmäßigen Austausch** mit anderen Sprachendiensten (Benchmarking, Synergiegewinn).
- ✓ Der hauseigene Sprachendienst unterliegt als interne Organisationseinheit denselben strukturellen Gegebenheiten, Denkweisen, Verfahrensregeln etc. wie andere Einheiten, d. h. **erbrachte Leistungen sind den Rahmenbedingungen des Hauses bereits angepasst**, ohne dass diese mühsam im Einzelnen einem externen Dienstleister kommuniziert werden müssen.
- ✓ Der interne Sprachendienst ist zuverlässig in der **Termin-treue, Qualität, Konsistenz und Professionalität** seiner Arbeit. Er sollte möglichst früh in die Workflow-Planung und ebenso in strategische marktbezogene Überlegungen eingebunden werden.
- ✓ Der Sprachendienst besitzt die fachliche Qualifikation, extern eingekaufte sprachmittlerische **Dienstleistungen zu beurteilen** und ihre **Preiswürdigkeit sicherzustellen**.
- ✓ Die regelmäßige professionelle **Fortbildung** seiner Mitarbeiter ist eine bekannte und überschaubare Größe.
- ✓ Indem er einen **entscheidenden Beitrag zum internationalen Image des Hauses** leistet, nimmt der Sprachendienst eine zentrale Schlüsselrolle ein.

## Anregungen zur langfristigen Stärkung von Sprachendiensten

Umfang und Qualität der erbrachten Leistungen sollten nicht nur in Berichten an Vorgesetzte dokumentiert und mit Zahlenmaterial belegt werden, sondern auch **der hausinternen Öffentlichkeit bekannt gemacht** werden (Präsenz und Sichtbarkeit durch Sprachenportal im Intranet, Nutzung von hausinternen Informationsveranstaltungen, Beiträge im Newsletter, Darstellung des Qualitätsmanagements bei Übersetzungen im QS-Handbuch, Hinweise in Einarbeitungsplänen für neue Mitarbeiter/-innen etc.). Ein Sprachendienst muss sich immer wieder im Haus **angemessen profilieren und vermarkten!**

Sprachendienste sollten die Pflege und Entwicklung der **Kundenbeziehung** zu einer bewussten Selbstverständlichkeit machen. Hierzu kann es notwendig sein, eigene „Soft Skills“ wie kommunikative Fertigkeiten oder Konfliktmanagementkompetenzen zu entwickeln. Diese Fertigkeiten sind auch für das effiziente Arbeiten und die Zufriedenheit des Sprachendienstteams wichtig.

Ein interner Sprachendienst ist nicht als untergebener „Dienstleister“ zu verstehen, der Aufträge durchzuführen hat, sondern als **gleichwertiger Partner** in einem Wertschöpfungsprozess, als Teil eines professionellen Teams von Fachleuten, die auf Augenhöhe mit Fachkolleginnen und -kollegen anderer Disziplinen zusammenarbeiten.

Abschließend sei noch einmal unterstrichen, wie wichtig es ist, dass aufgrund der Vielzahl der oben genannten Leistungen und „Aktivposten“ und des permanenten Arbeitsdrucks in Sprachendiensten nicht die Aufgabe vernachlässigt wird, im eigenen Haus **die eigene Schlüsselrolle und Wertigkeit selbstbewusst und angemessen darzustellen.**

### **Auf dem Weg zu einer fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation**

Eine betriebswirtschaftliche Betrachtungsweise sollte die Gesamtheit der von einem Sprachendienst erbrachten Dienstleistungen in ihrer Bedeutung für das Haus in Wert stellen. Leider scheint es bisher noch keine konkreten Ansätze oder Modelle einer solchen betriebswirtschaftlichen Bewertung zu geben. Bei Kostenvergleichen mit externen Dienstleistungen kommt es sehr darauf an, welche Faktoren und Leistungen in der Rechnung berücksichtigt werden und welche nicht. Die Rechnung externer Berater, die möglicherweise für die Abschaffung von Sprachendiensten plädieren, da nach ihrer Einschätzung externe Dienstleister bzw. Agenturen günstiger sind, ist daraufhin zu hinterfragen.

Für viele Sprachendienste ist es selbstverständlich, ausführliche Statistiken zu führen, um ihre Arbeit mit Zahlenmaterial zu belegen. Manche Sprachendienste haben Vollkostenrechnung eingeführt und berichten über eine in der Folge gestiegene hausinterne Wertschätzung. Vor dem Hintergrund des seit Jahren anhaltenden Trends zur Auflösung hauseigener Sprachendienste mit dem Argument einer höheren Kosteneffizienz ausgelagerter Dienstleistungen wäre es sicherlich von Vorteil, wenn Leiterinnen und Leiter von Sprachendiensten (und ggfs. deren Vorgesetzte) Fortbildungsmaßnahmen nutzen könnten, in denen ihre Fähigkeit zur betriebswirtschaftlichen Argumentation auf- und ausgebaut würde. Hier sind die jeweiligen Arbeitgeber gefordert; aber auch der BDÜ hat sich das Ziel gesetzt, auf diesen Fortbildungsbedarf sowie die Problematik des anhaltenden Trends zur Abschaffung von Sprachendiensten in Zukunft verstärkt einzugehen. Dazu ist er jedoch auf die Mitarbeit all jener angewiesen, die an der Thematik interessiert sind.

Über Ihre Rückmeldungen, Hinweise, Kritik, Vorschläge oder Anregungen würden wir uns freuen:

- Beate Hampel, BDÜ Bundesreferentin für angestellte D/Ü in der Wirtschaft, [hampel@bdue.de](mailto:hampel@bdue.de)
- Michael Dear, BDÜ Bundesreferent für angestellte D/Ü im öffentlichen Dienst, [dear@bdue.de](mailto:dear@bdue.de)

Wir danken Herrn Frank Fleury und allen Teilnehmer(inne)n des vom BDÜ Landesverband NRW und der BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft mbH am 16.11.2011 veranstalteten Seminars „Positionierung und Vermarktung für Sprachendienste“, aus dem heraus die Idee für diesen Text entstand und in dem wesentliche Teile des Inhalts entwickelt wurden.

Weitere Inhalte und Anregungen verdanken wir den Beiträgen von Teilnehmer(inne)n am „Tag der Sprachendienste“, der in regelmäßigen Abständen von der BDÜ Weiterbildungs- und Fachverlagsgesellschaft durchgeführt wird.

## Sieben gute Gründe für eine Mitgliedschaft von angestellten Dolmetschern und Übersetzern im BDÜ

- ✓ Sicherheit in einer großen Gemeinschaft
- ✓ Aktives Netzwerken
- ✓ Professionelle Beratung
- ✓ Berufsrelevante Seminare
- ✓ Günstige Versicherungen
- ✓ Diskussions- und Informationsplattform „MeinBDÜ“
- ✓ Fachzeitschrift *MDÜ*

Weitere Informationen zur Mitgliedschaft im BDÜ für angestellte Dolmetscher und Übersetzer finden Sie in einer separaten Broschüre, die über die Bundesgeschäftsstelle oder die Geschäftsstellen der Mitgliedsverbände angefordert werden kann.





Der Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V. (BDÜ) ist mit über 7.000 Mitgliedern der größte deutsche Berufsverband der Branche. Er repräsentiert etwa 80 Prozent aller organisierten Dolmetscher und Übersetzer in Deutschland und vertritt seit 1955 deren Interessen.

Eine BDÜ-Mitgliedschaft steht für Qualität, denn alle Mitglieder mussten vor Aufnahme in den Verband ihre fachliche Qualifikation für den Beruf nachweisen. Die Mitgliederdatenbank des BDÜ im Internet hilft bei der Suche nach Dolmetschern und Übersetzern für mehr als 80 Sprachen.

[www.bdue.de](http://www.bdue.de)

**Herausgeber: Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V. (BDÜ)**  
Vereinsregister-Nr.: VR 22468 B · AG Berlin-Charlottenburg  
Uhlandstraße 4-5 · 10623 Berlin  
Tel.: 030 88712830 · Fax: 030 88712840  
[www.bdue.de](http://www.bdue.de) · [info@bdue.de](mailto:info@bdue.de)



© 2013 BDÜ e. V. · [info@bdue.de](mailto:info@bdue.de) | Redaktionelle Mitarbeit: Wolfgang Ebner, Petra Rüsche-Artemiev, Beate Hampel, Janet Carter-Sigglow sowie der Vorstand des BDÜ Landesverbandes NRW | Titelbild: Michael Brown/Fotolia | Gestaltung: Thorsten Weddig · [info@weddig24.de](mailto:info@weddig24.de)  
Alle Rechte vorbehalten. Für Druckfehler keine Haftung. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.