



## In dieser Ausgabe

Kraut und Rüben	3
¡Hola presidenta!	4
Leitfaden Mitglieder-Websites	6
25 Jahre Dolmetschen	7
Ergebnisse Umfrage Korrekturlesen	8
Übersetzer als PR- und Werbetexter	10
Rezensionen	14
Verbandsmitteilungen	21
Das Gruselkabinett	23
Das Letzte	24

Mitglied der Fédération Internationale des Traducteurs

# Universitas

ÖSTERREICHISCHER ÜBERSETZER- UND DOLMETSCHERVERBAND

## EDITORIAL



*Dagmar Jenner,  
Redaktion*

### Die EM kann kommen!

Liebe Kolleginnen und liebe Kollegen,

fußballbegeistert oder nicht: kein Weg führt derzeit an der Fußball-EM vorbei, die ab 7. Juni in Österreich und in der Schweiz ausgetragen wird. Auch in scheinbar völlig fußballfernen Texten und Gesprächen, die wir übersetzen oder dolmetschen, tauchen wie selbstverständlich Begriffe wie Anpfiff, Schwalbe, Strafraum etc. auf. Wenn hier das notwendige Vokabular nicht abrufbar ist, ist oft guter Rat teuer – völlig kostenlos war hingegen die Weiterbildung zu ebendiesem Thema, die UNIVERSITAS am 4. April angeboten hat. Dabei setzten die engagierten Vortragenden Eva Holzmaier-Ronge, Sabine Schmidt und Thomas Musyil alles daran, den Unkundigen z.B. die Abseits-Regeln nahezubringen und die wichtigsten Fußballbegriffe auf Deutsch, Englisch und Französisch zu erläutern. Diejenigen, die nicht dabei sein konnten, werden sich über die Rezension von Eva Holzmaier-Ronge über das von Langenscheidt/UEFA herausgegebene Wörterbuch freuen.

Wer online am Ball bleiben möchte, dem seien unsere beliebten Mitglieder-Websites empfoh-

len, wobei es sich dabei um Unterseiten der Verbands-Website [www.universitas.org](http://www.universitas.org) handelt. Sie können dort kinderleicht Ihre eigene Unterseite einrichten. Auf Seite 6 erklärt Margit Hengsberger nochmals, wie es geht. Ein spannendes Thema hat Nina Sattler-Hovdar in ihrem Gastbeitrag aufgegriffen. Im Gegensatz zu Justa Holz-Mänttari, die den Satz „Wir sind Texter von Beruf“ geprägt hat, ist für sie das Texten eine besondere Fähigkeit, die nicht jede oder jeder beherrscht. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 10.

Das neue Mitteilungsblatt erreicht Sie kurz vor der EM und bietet hoffentlich auch diesmal anregende Lektüre – wahlweise als Pausengestaltung zwischen den Fußballübertragungen oder als Alternativprogramm.

Einen schönen Start in den Sommer wünscht Ihnen  
Dagmar Jenner  
[office@dagmarjenner.com](mailto:office@dagmarjenner.com)

*PS: Das Titelfoto ist diesmal selbstgemacht und stammt aus La Rochelle an der französischen Atlantikküste.*

## IMPRESSUM

Das Mitteilungsblatt des Österreichischen Übersetzer- und Dolmetscherverbands UNIVERSITAS dient dem Informationsaustausch zwischen den Verbandsmitgliedern.  
ISSN 1996-3505

Herausgeber: Österreichischer Übersetzer- und Dolmetscherverband UNIVERSITAS,  
Gymnasiumstraße 50, A – 1190 Wien, Tel. + Fax: + 43 1 368 60 60 , [info@universitas.org](mailto:info@universitas.org)

*Sekretariat: Martha Böhm • Redaktion: Dagmar Jenner, Tel.: + 43 1 913 10 76, [office@dagmarjenner.com](mailto:office@dagmarjenner.com), [presse@uebersetzen-dolmetschen.at](mailto:presse@uebersetzen-dolmetschen.at) • Ständige Mitarbeit: Vera Ribarich • Koordination Rezensionen: Andrea Bernardini*

Beiträge, Wünsche, Anregungen, LeserInnenbriefe bitte an eine der oben stehenden E-Mail-Adressen senden – danke!

Das Mitteilungsblatt erscheint vierteljährlich. Redaktionsschluss der nächsten Ausgabe: 1. August 2008.

*Grafik und Layout: Sabina Kargl-Faustenhammer*

# KRAUT UND RÜBEN

## Hälfte aller Sprachen vom Aussterben bedroht

Der 21. Februar war der „Internationale Tag der Muttersprache“. Rund die Hälfte der weltweit 6.000 gesprochenen Sprachen ist laut UNESCO vom Aussterben bedroht und 96 Prozent aller Sprachen werden von nur vier Prozent der Menschheit gesprochen. Im Durchschnitt stirbt alle zwei Wochen eine Sprache aus. Der „Tag der Muttersprache“ war den bedrohten Minderheitensprachen gewidmet, er soll aber auch den Wert der Mehrsprachigkeit betonen. Der Tag der Muttersprache fand heuer in einem besonderen Kontext statt: Das Jahr 2008 wurde von den Vereinten Nationen zum „Internationalen Jahr der Sprachen“ erklärt. Die UNESCO hat alle UN-Mitgliedstaaten aufgefordert, Schwerpunkte im

Sprachbereich zu setzen.

In der EU ist Mehrsprachigkeit spätestens seit Beginn der Kommissionspräsidentschaft von Jose Manuel Barroso eine klare Priorität: Barroso hat eine eigene Kommissionsdirektion für Mehrsprachigkeit geschaffen, die vom Rumänen Leonard Oban geleitet wird. Ziel des Kommissärs ist, dass jede/r EU-BürgerIn zusätzlich zur eigenen Muttersprache noch zwei Fremdsprachen erlernt. Die meistgesprochene Fremdsprache ist Englisch, das von 34 Prozent aller Europäer zusätzlich zur Muttersprache beherrscht wird, gefolgt von Deutsch mit zwölf Prozent und Französisch mit elf Prozent.

## Neue Plattform für misslungene Übersetzungen

Seit kurzem gibt es eine neue deutschsprachige Website, auf der misslungenen Übersetzungen ein Denkmal gesetzt wird: [www.uebelsetzungen.com](http://www.uebelsetzungen.com) ist ein privates Projekt von Dagmar Jenner, an dem jede und jeder eingeladen ist,

mitzumachen. Einfach Foto, witzigen Text und Namen mailen an [uebelsetzungen@gmail.com](mailto:uebelsetzungen@gmail.com) und Ihr Foto wird online gestellt – und wird dort wechselweise zum Lachen und zum Weinen einladen.

## Das schönste deutsche Wort in Buchform

Über 20.000 deutschsprachige Menschen folgten dem Aufruf des Deutschen Sprachrats, das „schönste deutsche Wort“ zu küren und zu erklären, warum. Nun ist das Buch dazu erschienen. Während die meistgenannten Wörter, wenig originell, *Liebe* und *Gemütlichkeit* waren, enthält dieses großformatige Buch leidenschaftliche Plädoyers für Adjektive, Interjektionen und vor allem Substantive. Mit dabei: *Sollbruchstelle*, *Streicheleinheiten*, *eigentlich*, *mäandern*, *Geistesblitz*, *Pusteblyume*, die derzeit in Österreich

sehr aktuelle *Plaudertasche*, *Weltschmerz*, *Tausendsassa*, *Wonnepropfen*, *halbwegs*, *menscheln* etc. – jeweils mit mehr oder weniger poetischen und philosophischen Begleittexten. Das Rennen gemacht hat übrigens *Habseligkeiten*, dicht gefolgt von *Geborgenheit*, *lieben*, *Augenblick* und *Rhabarbermarmelade*. Bei der Kinderwertung belegte *Libelle* den ersten Platz. Derzeit läuft übrigens die Suche nach dem „schönsten eingewanderten Wort“. Mitmachen unter: [www.deutscher-sprachrat.de](http://www.deutscher-sprachrat.de)

# ¡HOLA PRESIDENTA!

Eva Holzmair-Ronge



Eva Holzmair-Ronge ist Übersetzerin und Konferenzdolmetscherin für Englisch und Französisch und Präsidentin von UNIVERSITAS

## Für den Verband auf Achse

Diesmal möchte ich kurz davon berichten, dass Vorstand und Ausschüsse nicht nur regelmäßig tagen, sondern deren Mitglieder auch zu Veranstaltungen geladen werden bzw. selbst welche organisieren, um über unseren Verband und Berufsstand zu sprechen, Erfahrungen auszutauschen und von anderen zu lernen.

Gerade in diesen Wochen findet eine rege Reisetätigkeit statt. Am 18. April vertrat uns Ilse Kratochvil bei einem Übungskongress in Innsbruck (siehe ihren Beitrag in dieser Ausgabe des Mitteilungsblattes). Nach Redaktionsschluss am 8. Mai werde ich nach Graz fahren, um den Studierenden am ITAT die UNIVERSITAS vorzustellen. Diesem Termin folgt am 30. 5. ein Workshop des Übersetzerausschusses in Innsbruck. Florika Grießner wiederum wird unseren Verband in Eisenstadt bei der von BMUKK und UNESCO organisierten Konferenz zum Internationalen Jahr der Sprachen vertreten. Diese Veranstaltung trägt den Titel „Lebensweltliche Mehrsprachigkeit“ und findet vom 13.-15. Juni statt. Außerdem sind die Mitglieder des Übersetzerausschusses am Wiener ZTW sehr präsent: Am 2. Juni werden sie im Rahmen der Berufskundevorlesung von Daniela Beuren (Master-Programm) Berufsbilder vorstellen und am 4. Juni für Studierende und BerufseinsteigerInnen einen Workshop abhalten. Neu mit dabei ist Dominique Sanders, die nach dem berufsbedingten Ausscheiden von Paulina Klotz in den Übersetzerausschuss kooptiert wurde. Ich freue mich, dass sie sich nach nur einer „Schnupperstunde“ sofort zur Mitarbeit bereit erklärte. Vom 1. bis 7. August findet dann noch der Weltkongress der FIT in Shanghai statt, für den Dagmar Sanjath und Margit Hengsberger eine sehr weite Reise antreten werden, um mit dabei zu sein.

Es ist einfach schön, dass im Vorstand und in den Ausschüssen so viele engagierte Kolleginnen und Kollegen sitzen, die bereit sind, neben der sonstigen Verbandsarbeit zahlreiche Reisetage abzuspuhlen. Wir alle sehen aber auch, dass es sich lohnt. Mit jeder derartigen Fahrt oder

Veranstaltung gewinnen wir neue Mitglieder bzw. können wertvolle Kontakte knüpfen und interessante Anregungen mit nach Hause nehmen. Es ist wichtig, als Berufsverband möglichst viele ÜbersetzerInnen und DolmetscherInnen (und nicht nur diese) zu erreichen, zum einen, um mit Fug und Recht behaupten zu können, dass wir sie vertreten und daher auch offizielle Ansprechpartner sind, zum anderen, um in einem möglichst großen Kreis die sprachmittlerischen Qualitätsstandards zu heben.

Letzteres versuchen wir u.a. durch unsere Fortbildungsveranstaltungen zu erreichen, bei denen wir uns noch größeren Zuspruch wünschen würden, denn gerade unsere Berufsgruppe ist dazu angehalten, ständig am Ball zu bleiben und nicht den Anschluss an neue Entwicklungen zu verpassen. Es sollte eigentlich selbstverständlich sein, dass unsere Kolleginnen und Kollegen ihre aktive Berufsausübung auch durch den Besuch von Weiterbildungsseminaren dokumentieren. Der Vorstand ist bemüht, hier immer wieder aktuelle Wissensgebiete anzusprechen und gute Vortragende zu gewinnen. Dagmar Sanjath etwa besucht regelmäßig Veranstaltungen des britischen Schwesterverbandes, so auch in den kommenden Wochen, und zwar nicht nur, um sich selbst fortzubilden, sondern auch, um für uns interessante Möglichkeiten zu erkunden. In diesem Fall profitiert der Verband sozusagen von den Spinoffs ihres beruflichen Fortbildungseingagements.

Ansonsten ist noch zu berichten, dass ich in Begleitung unseres Rechtsanwalts, Herrn Dr. Meyenburg, mit der WKO ein erstes Gespräch zum Thema Gewerbeschein geführt habe. Die WKO war vertreten durch Kollegin Eva-Maria Leitner, der Vorsitzenden des Arbeitskreises Sprachdienstleister (Fachverband Druck), und Herrn Mag. Karl Herzberger, dem Geschäftsführer des Fachverbandes Druck. Das Gespräch verlief in einer recht entspannten Atmosphäre, jedoch vorerst ohne konkrete Ergebnisse. Der Fachverband Druck hatte im Vorfeld ein Papier



© maximolly/flickr.com

vorgelegt, wie er sich eine einheitliche Regelung vorstellen könnte, die, wie ohnedies bekannt ist, im Prinzip DolmetscherInnen und literarische ÜbersetzerInnen von der Gewerbeschein„pflicht“ ausnehmen würde. Da aber auch eine solche Regelung viel zu viele Unklarheiten in sich birgt (wer von uns wäre dann mehr DolmetscherIn, wer ÜbersetzerIn, und wenn ÜbersetzerIn, wo beginnt „literarisches“ Übersetzen, wo hört es auf?) und für uns keine wirklich befriedigende Lösung darstellt, sind wir vorerst so verblieben, dass auch der Verband ein Positionspapier erarbeiten und mit der WKÖ in Kontakt bleiben wird.

Ja, und dann ist da noch unsere Suche nach einem neuen Verbandsnamen. Bei der Vollversammlung wurde kein Beschluss darüber gefasst. Vielmehr wurde der Vorstand beauftragt, noch weiter nachzudenken und über das Ergebnis unseres Nachdenkens möglichst alle Mitglieder per Rundschreiben bzw. per Mail abstimmen zu lassen. Deshalb war auch ein Großteil unserer letzten Vorstandssitzung diesem Thema gewidmet. Es war wie bei den besonders kniffligen

Sudokus, bei denen am Ende stets irgendwo eine falsche Zahlenreihe herauskommt. Wir brüteten über mögliche Bezeichnungs- und Abkürzungsvarianten, besprachen Vorschläge aus der Kollegenschaft (danke an alle, die uns welche geschickt haben!!), doch die wirklich überzeugenden Optionen blieben aus, entweder weil besonders hitverdächtige Namen bereits vergeben sind oder weil wir uns aus anderen Gründen nicht entscheiden konnten. Da aber vom Namen auch unsere zukünftige PR-Arbeit und Außenwirkung abhängt, werden wir uns bemühen, noch vor dem Sommer eine derartige Abstimmung und ein baldiges Ergebnis zustande zu bringen. Wir werden aber auch den bestehenden Namen erneut zur Abstimmung vorlegen, damit wirklich alle Möglichkeiten abgeklopft werden und wir eine von der Mehrheit der Mitglieder getragene langfristige Lösung haben. Denn gerade etwas derart Identitätsstiftendes wie ein Verbandsname bedarf einer breiten Zustimmung. In diesem Sinne:

**¡Hasta luego!**  
**Bis zum nächsten Mal!**

# MITGLIEDER-WEBSITE AUF UNIVERSITAS.ORG

Margit Hengsberger

Eine kurze Anleitung zur Anlegung einer Internetvisitenkarte auf der UNIVERSITAS Website – es ist ganz einfach!

- 1) Bitte zahlen Sie die einmalige Gebühr von EUR 50,- auf das UNIVERSITAS-Konto ein (Kto Nr. 48-37290, BLZ 20111) und schicken Sie eine E-Mail an den Administrator ([margit@hengsberger.at](mailto:margit@hengsberger.at)).

Es entstehen Ihnen keine weiteren laufenden Domain- oder Webspaces-Gebühren und Sie sind mit Ihren beruflichen Grunddaten und einer toll verwertbaren URL ([www.universitas.org/IhrVorname.IhrNachname](http://www.universitas.org/IhrVorname.IhrNachname)) im Internet!

- 2) Ihr Konto wird angelegt und Sie erhalten Ihr Passwort per E-Mail zugesandt (siehe Screenshot 1).
- 3) Loggen Sie sich unter <http://www.universitas.org/member/admin/> mit Ihren Zugangsdaten ein – und in 10 min sind Sie schon online!
- 4) Dazu sind die folgenden 6 Schritte erforderlich:

## Schritt 1: Persönliche Daten

(siehe Screenshot 2)

- a) Die Felder „Name“ und „E-Mail“ sind nur durch den Administrator änderbar. Sollten sich diese ändern, bitte einfach eine Mail an [margit@hengsberger.at](mailto:margit@hengsberger.at) schicken.
- b) Tragen Sie in das Feld „Adresse“ sowohl Straße, als auch PLZ und Ort ein.
- c) Das Feld „Website“ brauchen Sie nur auszufüllen, wenn Sie eine eigene Website haben, andernfalls hier automatisch Ihre UNIVERSITAS-URL eingefügt.
- c) Die Angabe von „Sie sind UNIVERSITAS-Mitglied seit“ ist optional.
- d) Dokumentieren Sie Ihre „Verzeichniszugehörigkeit“ zum Dolmetscherverzeichnis und/oder Übersetzerverzeichnis durch Anhaken des entsprechenden Feldes.

## Schritt 2: Tätigkeiten

- a) Wählen Sie aus der vorgegebenen Liste Ihre Tätigkeiten durch Anhaken aus bzw.
- b) geben Sie „weitere Zusatzdienste“ in das darunter liegende freie Feld ein.

## Schritt 3: Sprachen auswählen

## Schritt 4: Zusatzinfo

Ist ein freies Textfeld, das Sie beliebig mit Ihren persönlichen Informationen befüllen können.

## Schritt 5: Ihr Profilbild

(siehe Screenshot 3)

Wie Ihnen auch die Information anzeigt, darf die Bildgröße 300 x 300 Pixel bzw. die Dateigröße 2 MB nicht übersteigen. Sollten Sie bei der Bildbearbeitung Hilfe benötigen, können Sie sich gerne an den Administrator wenden. Es empfiehlt sich, dieses Feature auch zu nutzen und ein professionelles Bild einzufügen (von Urlaubsfotos o.dgl. ist abzuraten).

## Schritt 6: Aktivieren und speichern

Und zuletzt nicht auf dieses letzte Häkchen vergessen, damit sich der Status von Offline auf „Ihre Webseite ist derzeit: Online“ ändert.

Und fertig ist Ihre persönliche Internetvisitenkarte – herzlichen Glückwunsch!

Änderungen können Sie jederzeit durch ein erneutes Login selbst durchführen, sodass Ihre Daten immer aktuell sind.

Auf Wunsch können die Mitglieder-URLs auch in der Datenbank-Abfrage bei den Kontaktinformationen unter „Web“ aufscheinen, sofern keine externe Website vorhanden ist (und Frau Böhm bekannt gegeben wurde).

Für Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung:

<http://www.universitas.org/Margit.Hengsberger>

Screenshot 1



Screenshot 3



Screenshot 2



## 25 JAHRE DOLMETSCHEN – UND KEIN BISSCHEN LANGEWEILE...

Ilse Kratochvil

So lautete der Titel des Vortrags, den ich am 18. April anlässlich eines Übungskongresses am Institut für Translationswissenschaft in Innsbruck halten durfte. Zum ersten Mal wurde ich selbst gedolmetscht, ein Erlebnis der besonderen Art. Ich war in meiner Funktion als Vorstandsmitglied eingeladen worden und bin daher einleitend auf die Bedeutung unseres Verbandes für die Vertretung der Interessen unseres Berufsstandes eingegangen. Vor allem war es mir Anliegen, den „Dolmetschnachwuchs“ mit meinem Erfahrungsbericht zu ermutigen und für unseren so spannenden Beruf zu begeistern. Ich konnte mir dabei zuhören, wie mein Vortrag zu einem wirklichen Plädoyer für das Dolmetschen wurde – ich hatte mir nur die wesentlichen Punkte aufgeschrieben und frei geredet, damit der Vortrag lebendig ist. Ich musste natürlich schmunzeln, als man mich im Vorfeld nach Unterlagen fragte (diese Frage kennen wir doch zu gut...) und ich

diese eben nicht liefern konnte. Lustig war es auch insofern, einmal in die Rolle der Rednerin zu schlüpfen, weil es mir dadurch möglich war zu beobachten, wie schwer es doch ist, im Schwall der Begeisterung noch auf die Redegeschwindigkeit oder gar auf die Dauer der Rede zu achten.

Vielleicht könnte man einen solchen Rollentausch als kleines Experiment in die Ausbildung einbauen, es würde im späteren Berufsleben unser Verständnis für die Vortragenden sicher erhöhen.

Ich durfte im Anschluss an meinen Beitrag noch zwei äußerst amüsanten Vorträgen beiwohnen und dabei in die verschiedenen Kabinen hineinhören und kann den Studentinnen für ihre Leistung nur gratulieren.

Insgesamt also eine erfüllende Erfahrung zur Feier meiner 25 Jahre Dolmetschabenteuer...

## Vortrag beim Übungskongress in Innsbruck



Ilse Kratochvil ist Übersetzerin Dolmetscherin für Französisch und Italienisch, Vorstandsmitglied von UNIVERSITAS und lebt in Wien.

# KORREKTURLESEN VON ÜBERSETZUNGEN

Ergebnisse der ~~Mai~~April-Umfrage des Übersetzerausschusses

Ingrid Haussteiner



## Beteiligung

63 Personen nahmen an der Umfrage teil, was 18,6% der Mitglieder der Universitas-Mailbox entspricht (Mitgliederstand per 3. 5. 2008: 339). Nur zwei der Befragten gaben an, über keine Erfahrung mit Korrekturlesen zu verfügen. Es haben also – erwartungsgemäß – fast ausschließlich ÜbersetzerInnen teilgenommen, deren Übersetzungen Korrektur gelesen werden bzw. die selbst Übersetzungen Korrektur lesen. Zur Relativierung der Beteiligung sei noch anzuführen, dass laut Bericht der Generalsekretärin der Verband per 31.12.2007 112 Jungmitglieder zählte. Die Vermutung liegt nahe, dass Jungmitglieder verhältnismäßig stärker in der Mailbox vertreten sind als ordentliche Mitglieder.

## Korrekturlesen von Übersetzungen bei Drittel der Befragten Standardfall

Für mehr als ein Drittel der UmfrageteilnehmerInnen ist es der Standardfall, dass ihre Übersetzungen Korrektur gelesen werden, bei etwas weniger als einem Drittel ist es häufig, bei einem weiteren knappen Drittel ab und zu der Fall. 41,0% der Befragten lesen selbst häufig Übersetzungen Korrektur. Korrekturlesen geschieht bei 93,3% der Befragten auf Eigeninitiative, ein Kundenwunsch liegt nur bei 15% vor (Mehrfachantworten waren möglich).

Die Qualität von ihren Übersetzungen in die Fremdsprache lassen 37,7%, von allen Übersetzungen 34,4% und nur von bestimmten Übersetzungen 34,4% der befragten ÜbersetzerInnen auf diese Weise sichern. „Bestimmte Übersetzungen“ werden mehrheitlich als sehr fachliche und/oder zur Veröffentlichung bestimmte Texte spezifiziert. Zum Korrekturlesen herangezogen werden im Gros der Fälle ÜbersetzerkollegInnen.

- **Korrekturlesen von Übersetzungen bei Drittel der Befragten Standardfall**
- **Korrekturlesen geschieht bei über 90% der Befragten auf Eigenwunsch**
- **Beinahe 75% der Befragten lesen ohne expliziten Kriterienkatalog Korrektur**

## Hintergrund und Motivation

Im April 2008 führte der Übersetzerausschuss (ÜA) der UNIVERSITAS eine **Internetumfrage zum Thema Korrekturlesen von Übersetzungen** durch. Anhand von zehn Fragen wollte sich der ÜA einen ersten Überblick über die Erfahrungswerte von ÜbersetzerInnen, hauptsächlich UNIVERSITAS-Mitgliedern, zu diesem wichtigen Thema der Qualitätssicherung von Übersetzungen verschaffen. Nicht zuletzt durch die Europäische Norm EN 15038 über Übersetzungsleistungen aus dem Jahr 2006, die das Korrekturlesen von Übersetzungen zwingend vorsieht, wurde dieses Thema ins Rampenlicht gerückt.

Die Ergebnisse der Umfrage fließen in das diesjährige Arbeitsprogramm des ÜA ein, wobei Korrekturlesen 2008 ein Schwerpunktthema darstellt. Der Zeitrahmen für die Umfrage, die mithilfe der Gratisfunktionalität von [www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com) erstellt wurde, war knapp. Die Einladung zur Beteiligung erfolgte über die Universitas-Mailbox.

## Freundschaftsdienst oder Verdienstmöglichkeit?

Wie wird der Korrekturleseaufwand abgegolten? Zur Auswahl standen folgende Optionen (Mehrfachnennungen waren möglich): a) Prozentsatz des Zeilenhonorars (22,0%), b) Zeilenpreis (11,9%), c) auf Stundenbasis (33,9%), d) Aufbau von Zeitguthaben/Gegenseitigkeitsprinzip (33,9%) und e) auf andere Weise (23,7%). Die Bandbreite des bezahlten Stundenhonorars beträgt 20 EUR bis 50 EUR, wobei 50 EUR ein klarer Ausreißer ist. Die Bandbreite der Angaben zum Prozentsatz des Zeilenhonorars macht 10 % bis 50 % aus. Gerade die Frage zur Bezahlung muss noch näher untersucht werden. Eine Person traf z. B. die Unterscheidung „Überprüfung der Übersetzung“ (definiert als Vergleich zwischen Ausgangs- und Zieltext) und „Durchlesen des Zieltextes“, wobei die Abgeltung letzterer Leistung um die Hälfte geringer ausfällt. Aufgeworfen wurde auch die Frage, ob Korrekturlesen-Lassen überhaupt leistbar ist. Aus den Anmerkungen geht hervor, dass Korrekturlesen oft als zeitaufwendig und teilweise als mühsam und undankbar empfunden wird, dass Verhältnis und Interaktion zwischen KorrektorIn und ÜbersetzerIn wichtig sind, dass es als KorrektorIn mitunter schwierig ist, seinen eigenen Stil hintanzustellen und dass man als ÜbersetzerIn vom Feedback bzw. von der Vier-Augen-Kontrolle profitiert.

## Auftrags- bzw. Leistungsumfang

Welche Aspekte versteht denn jede/r einzelne von uns unter Korrekturlesen von Übersetzungen? Gibt es einen kleinsten gemeinsamen Nenner? Was die TeilnehmerInnen an der Umfrage dazu meinten, findet sich in der untenstehenden Tabelle.

## Auftrag an den Übersetzerausschuss/an UNIVERSITAS

Mit der Umfrage sollte natürlich auch ermittelt werden, wie der Verband seine Mitglieder zu diesem Thema unterstützen kann und soll. Von den 14 angeführten Vorschlägen wurden von den Befragten folgende als am wichtigsten bewertet: 1) Kriterienkatalog zum Korrekturlesen (65,5%), 2) Tipps zu Verrechnungsmöglichkeiten (62,1%), 3) Best Practices (Standard in der Übersetzungsbranche in Österreich; 62,1%), 4) Vernetzungsmöglichkeiten (um geeignete KorrektorInnen zu finden oder sich selbst als KorrektorIn anzubieten; 55,2%) und 5) Vorlage für Vereinbarungen zwischen ÜbersetzerIn und KorrektorIn (48,3%).

Der ÜA wird sich in den nächsten Monaten mit den Prioritätsbereichen auseinandersetzen. Anregungen und Hinweise sind willkommen. Falls Sie aktiv an diesem Thema mitarbeiten möchten, dann melden Sie sich bitte (vor allem, wenn Sie kein Universitas-Mailbox-Mitglied sind).



*ingrid.haussteiner@  
utanet.at ist Vorsitzende  
des Übersetzerausschusses*

### Umfrageergebnis zum Leistungsumfang Korrekturlesen

Grammatik	88,5%
Rechtschreibung und Zeichensetzung	85,2%
Inhaltliche Übereinstimmung AT und ZT (Sinn)	82,0%
Lexik	78,7%
Stil	72,1%
Idiomatik	70,5%
Vergleich AT und ZT	68,9%
Fachterminologie	65,6%
Skoposübereinstimmung (d.h. die Übersetzung ist zweckgerecht)	59,0%
Einhaltung von Style-Guide-Vorgaben	34,4%
Überprüfung von Recherchen	21,3%

Danke an alle, die sich an der Umfrage beteiligten!

# ÜBERSETZER ALS PR- UND WERBETEXTER

Nina Sattler-Hovdar

## Nicht jeder Übersetzer ist auch ein Texter

*Dieser Artikel basiert auf dem Vortrag „Translators Hired as Copywriters“, den die Autorin Nina Sattler-Hovdar aus Salzburg (www.sattler-hovdar.com) auf der Jahreskonferenz der American Translators Association (ATA) im November 2006 in New Orleans, USA, gehalten hat. Er ist im Infoblatt 1/2007 des ADÜ Nord erschienen. Nachdruck mit freundlicher Genehmigung der Autorin und des ADÜ Nord (www.adue-nord.de).*

Immer mehr Unternehmen, die sich Globalisierung groß auf die Fahnen schreiben, werden sich der Notwendigkeit bewusst, ihre fremdsprachigen Zielgruppen in den jeweiligen Sprachen zu erreichen. So kommt es, dass Übersetzer zunehmend mit der „Übersetzung“ von Anzeigen, Broschüren, Slogans, Claims und sonstigem „Marketingmaterial“ konfrontiert werden. Eine durchaus sehr spannende, aber auch herausfordernde Aufgabe.

Allerdings kommt es nur selten vor, dass Auftraggeber tatsächlich vom „Texten“ oder „Copywriting“ sprechen. In der Regel lautet der Auftrag schlicht „bitte übersetzen“ oder „könnten Sie das mal Korrektur lesen?“. Häufig sehen die Anfragen auch so aus:

- Ein Übersetzungsbüro schickt eine (recht wörtliche) Übersetzung einer Pressemitteilung und fragt, ob ich sie so ändern kann, dass sie „idiomatischer“ klingt, der Kunde sei mit der Übersetzung unglücklich.
- Es soll eine Anzeige für ein Hochglanzmagazin „übersetzt“ werden (für die Mindestpauschale, versteht sich, es sind ja nur 200 Wörter).
- Ein Auftrag für „Korrekturlesen“ entpuppt sich als umfassendes Um- und Neuschreiben der Übersetzung.
- E-Mail eines Übersetzungsbüros: Dem Kunden seien die Ideen ausgegangen, er brauche innerhalb der nächsten Stunden einen kreativen Claim. Honorar: 20 USD.
- Ein desperater Anrufer bittet mich, ihm mal schnell übers Telefon einen Werbeslogan rüberzuschicken.

### Handhabung von Anfragen

Wie reagiert man am besten auf solche Anfragen? In der Regel ist eine gründliche Aufklärung des Kunden vonnöten, da viele Kunden (und nicht zuletzt auch Übersetzer) die Arbeit und das Know-how unterschätzen, die für einen gut getexteten Auftrag erforderlich sind.

Bevor ich auf die Argumente eingehe, die sich bei Verhandlungen mit Kunden als erfolgreich erwiesen haben, möchte ich zunächst einige weit verbreitete Annahmen widerlegen (ich nenne sie provokativ „Gerüchte“):

**Gerücht: Jeder Übersetzer kann Kreativtexte adäquat wiedergeben.**

Nein, nicht jeder Übersetzer ist automatisch auch ein Texter. Kreatives Texten (Copywriting) erfordert eine gewisse Begabung sowie Spaß am Spiel mit der Sprache, geschult durch entsprechende Ausbildung und/oder Erfahrung.

**Gerücht: Wer „Marketing“ als Fachgebiet angibt, ist automatisch in der Lage, Werbetexte zu produzieren.**

Das trifft bei weitem nicht immer zu. Eine Übersetzerin mit Marketing als Spezialgebiet kennt die Marketingterminologie und das Instrumentarium des Produktmanagements sowie Marktmechanismen, Marktforschung, Konsumentenverhalten und dergleichen mehr, muss aber keineswegs eine Kreativtexterin sein oder eine sein wollen. Marketing ist ein Fachgebiet wie jede andere Disziplin, die spezielles oder themenbezogenes Fachwissen und eigene Terminologien erfordert, sei es Wirtschaftsrecht, Zahnmedizin, Buchhaltung, IT etc. Kreativtexten ist daher als zusätzliche Fertigkeit und Dienstleistung zu behandeln.

Exkurs am Rande: Ich hoffe in diesem Zusammenhang, dass die Übersetzer- und Dolmetscherverbände, die Online-Datenbanken ihrer Mitglieder betreiben, eine neue Kategorie für Texter einrichten, zusätzlich zu den bereits vorhandenen Kategorien Übersetzer, Dolmetscher, Desktop-Publishing und ähnlichen Dienstleistungen, die zunehmend von uns erwartet werden. In meinen Augen wäre dies ein attraktiver Mehrwert für Kunden wie Übersetzer, denn die Suchfreundlichkeit dieser Datenbanken würde damit für Werbe- und PR-Kunden erheblich steigen.

So wäre beispielsweise jemand, der in der Kategorie Texter aufscheint und in seinen Fachgebieten Medizin anführt, ein hervorragender Kandidat für die Übersetzung und Adaption der Hochglanzbroschüre über ein neues Produkt eines Pharmaunternehmens. Der Kunde müsste dann nicht eine ganze Liste von medizinischen Übersetzern kontaktieren, die gar nicht in der Lage oder willens sind, eine Broschüre zu texten, und diesen Übersetzern blieben Anfragen erspart, die für sie nicht relevant und somit lediglich Zeitverschwendung sind.

**Gerücht: Ein auf PR- und Werbetexte spezialisierter Übersetzer kann kreative Texte produzieren so wie jede andere Übersetzung auch.**

Auch das ist kaum der Fall. Die Wiedergabe formulierungsintensiver Texte in einer anderen Sprache kann nicht mit einer Übersetzung gleichgesetzt werden, auch wenn man darauf spezialisiert ist, da eine Reihe von Überarbeitungsschritten zusätzlich zur Übersetzung erforderlich ist. In der Agenturszene hat sich für diese Tätigkeit der Name „kreative Adaption“ eingebürgert, und dieser wird in der Regel zu Tagessätzen (!) berechnet, wobei ein Tagessatz durchaus als mindestens 4-stelliger Eurobetrag verstanden werden darf.

Somit dürfte klar sein, dass Texten nicht mit Marketingwissen gleichzusetzen ist und die Herstellung eines verkaufs- oder imagefördernden Zieltextes ein zeitaufwändiges Unterfangen zusätzlich zur eigentlichen Übersetzung darstellt. Daraus ergibt sich auch, dass ein normales Übersetzungshonorar pro Wort oder Zeile dem zusätzlichen Know-how und zusätzlichen Arbeitsaufwand nicht gerecht wird. Hier sollte daher sinnvollerweise nach Zeit (Stunden oder Halb- bzw. Ganztagesätzen) abgerechnet werden.

## Das Briefing

Ein weiterer Punkt ist, dass gute Werbe- und PR-Texte nicht auf Knopfdruck und schon gar nicht ohne dementsprechende Hintergrundinformationen produziert werden können. Auch die begnadetste und erfahrenste Texterin benötigt ein entsprechendes Briefing, um überhaupt erst mit dem Denken anzufangen – und vor allem, um in die richtige Richtung zu denken. In Werbeagenturen erhalten die Kreativen

zu diesem Zweck ein so genanntes Kreativbriefing. Bitten Sie den Kunden unbedingt um so ein Briefing.

Ist ein Kreativbriefing nicht erhältlich, fragen Sie nach der Botschaft, die vermittelt werden soll, der Zielgruppe, wo der Text erscheinen wird, sowie nach dem zugehörigen Bildmaterial („Visuals“). Ich empfehle nachdrücklich, keine Kreativaufträge ohne ein entsprechendes Briefing anzunehmen.

Das hat zwei Gründe: erstens brauchen Sie das Briefing, um in den richtigen Bahnen zu denken, und zweitens dient das Briefing als objektive Grundlage für die spätere Beurteilung Ihrer Arbeit bzw. für etwaige Meinungsverschiedenheiten. Denn woran wollen Sie Ihre Leistung letztlich bemessen wissen – am subjektiven Empfinden des Lektors/Kunden oder im Hinblick auf die (objektiv nachlesbaren) strategischen Vorgaben? Demzufolge gibt es auch kein aus dem Bauchgefühl heraus entstandenes „gefällt mir nicht“, sondern nur objektive Anmerkungen: ob nämlich das Getextete der im Briefing beschriebenen Strategie entspricht oder nicht. Argumente für die Verhandlung mit Kunden

- Texten erfordert eine gewisse Begabung, Ausbildung und Erfahrung zusätzlich zur Fremdsprachen- und Übersetzungskompetenz.
- Um einen image- bzw. verkaufsfördernden Text entwickeln zu können, benötigt man eine ganz klare Vorstellung von der Botschaft, die vermittelt werden soll – das, was ich „the big picture“ nenne.
- Um diese klare Vorstellung vor dem geistigen Auge zu haben, benötigt der Übersetzer bzw. Texter möglichst viele Hintergrundinformationen (Erklärung der zugrunde liegenden Botschaft, Zielgruppe, Textzweck, Bildmaterial, etc.).
- Jeder professionelle Texter würde den Auftrag ohne diese Informationen als unprofessionell ablehnen.

Sollte der Kunde für diese Argumente nicht ausreichend zugänglich sein, empfehle ich folgende Zusammenhänge ganz klar darzustellen:

**Je mehr Informationen**

- desto besser das Ergebnis
- desto zügiger geht die Arbeit vonstatten
- desto niedriger die Kosten.



*Nina Sattler-Hovdar ist als selbständige Übersetzerin aus dem Englischen, Norwegischen und Dänischen ins Deutsche mit den Fachgebieten Marketing, Werbung und Investment-Banking tätig. Nach Abschluss ihres Diplomstudiums an der Karl-Franzens-Universität Graz war sie zunächst als Konferenzdolmetscherin und Übersetzerin vorwiegend in Österreich tätig. Von 1993 bis 1998 arbeitete sie als leitende Marktforscherin und strategische Planerin in diversen lateinamerikanischen Ländern sowie in der US-amerikanischen Karibik. Dem folgte ein vierjähriger Aufenthalt in Frankfurt am Main, wo sie als freiberufliche Übersetzerin unter anderem für Werbeagenturen und Banken tätig war. Die gebürtige Norwegerin lebt seit 2003 mit ihrem Mann und ihren beiden Kindern im österreichischen Salzkammergut nahe der Stadt Salzburg. Sie ist erreichbar unter [office@sattler-hovdar.com](mailto:office@sattler-hovdar.com).*

Im Klartext: Je mehr Visuals, Referenzmaterial und Briefing ich bekomme (mehr Informationen), desto besser bin ich in der Lage, die gewünschte Botschaft zu verstehen und griffig wiederzugeben (besseres Ergebnis). Je weniger Zeit ich für Recherchen und Ratespiele aufwenden muss (zügigere Arbeit), desto weniger Stunden/Zeitaufwand muss ich letztlich in Rechnung stellen (niedrigere Kosten).

## Hinweis zur Arbeit mit Werbeagenturen

Werbeagenturen wissen, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um gute kreative Arbeit zu leisten. Allerdings stehen auch sie zunehmend unter Kostendruck, weshalb bisweilen versucht wird, die Übersetzung und Adaption von Werbetexten bei (naiven oder verhandlungsscheuen) Übersetzern billig einzukaufen. Bestehen Sie auch hier auf einer Abrechnung nach Zeitaufwand oder Tagessätzen. Agenturen sind dies gewohnt und rechnen mit ihren Kunden normalerweise ebenfalls so ab.

Eine Ausnahme stellen Fälle dar, in denen die Agentur tatsächlich „nur“ eine Übersetzung haben möchte, die von den eigenen Kreativen weiter bearbeitet wird. Klären Sie also unbedingt im Vorfeld, ob die Agentur eine fertige Copy benötigt (Zeitaufwandshonorar) oder eine nah am Original gehaltene Übersetzung zur Weiterbearbeitung durch ihre eigenen Kreativen (normales Übersetzungshonorar).

## Die Abwicklung

Wenn Sie sich mit dem Kunden auf die Einzelheiten des Auftrags geeinigt und alle Hintergrundinformationen erhalten haben, finden Sie vielleicht die 10 Schritte hilfreich, die ich mir im Laufe der Zeit für die erfolgreiche Abwicklung von PR- und Werbeübersetzungen zurechtgelegt habe.

### 10 Schritte für die erfolgreiche Abwicklung von PR- und Werbeübersetzungen

1. Stellen Sie vorab klar, wie Sie Ihr Honorar berechnen. Der Branchenstandard ist entweder nach Zeit (Stunden – Minimum 2 Stunden, Tagessatz, Wochensatz) bzw. auf Projektbasis (Festpreis pro Direktmail-Brief, pro Artikelseite, pro Broschüre etc.).
2. Gehen Sie Briefings und Bildmaterial gründlich durch, bis Sie die Kernaussage wirklich erfasst und verinnerlicht haben.

Es ist wichtig, dass Sie wirklich verstanden haben, was der Kunde sagen möchte (wenn nicht, fragen Sie nach!!).

3. Erstellen Sie eine Übersetzung, die möglichst nahe am Original ist, auch wenn sie einen zunächst nicht vom Hocker reißt. Wichtig ist in dieser ersten Phase nur die inhaltliche Vollständigkeit und Richtigkeit.
4. Lesen Sie genau Korrektur, um sich zu vergewissern, dass Sie nichts übersehen oder missverstanden haben.
5. Legen Sie nun sämtliches Material beiseite und lesen Sie relevante zielsprachliche Dokumente im Internet oder sonstiges Referenzmaterial (Broschüren, Kataloge etc.) durch, um sich sprachliche Anregungen zu holen.
6. Nehmen Sie nur den Zieltext (die Übersetzung) zur Hand und beginnen Sie mit der Überarbeitung. Stellen Sie sich dabei vor, Sie sprechen mit jemandem über das Thema, das Produkt, die Firma. Wie würden Sie einen bestimmten Gedanken in Ihrer Sprache ausdrücken? Was klingt natürlich und/oder spontan?
7. Lesen Sie den Text immer wieder von neuem durch, mit mehr oder weniger langen schöpferischen Pausen dazwischen. Bei jedem Durchgang werden Ihnen Formulierungen oder Wörter auffallen, die Sie elegant verkürzen oder streichen können.
8. Vermeiden Sie komplexe Satzstrukturen mit verschachtelten Nebensätzen. Seien Sie konkret und prägnant. Die Botschaft muss eingängig und sofort erfassbar sein.
9. Liefern Sie den Auftrag und machen Sie sich auf Änderungswünsche des Kunden gefasst. Geschmäcker sind eben verschieden, und solange Ihre Formulierungen dem Briefing entsprechen, gibt es keinen Grund zur Beruhigung. Beachten Sie, dass auch diese Zeit in die Abrechnung einfließen sollte.
10. Stellen Sie die Rechnung aus, allerdings zur Sicherheit erst dann, wenn der (End)Kunde den Zieltext genehmigt hat.

Resultierend aus meiner Erfahrung möchte ich Ihnen noch zwei goldene Regeln für gutes Copywriting mit auf den Weg geben:

#### Goldene Regel Nr.1

Versuchen Sie niemals, etwas zu überspielen, was Sie selbst nicht verstanden haben.

#### Goldene Regel Nr.2

Je prägnanter die Formulierung, desto besser kommt sie rüber.

Ich wünsche Ihnen allen viel Erfolg und Spaß mit der intensiven, aber spannenden und abwechslungsreichen Tätigkeit als textender Übersetzer!

Nachfolgend finden Sie eine Sammlung häufig gestellter Fragen und die Antworten auf diese Fragen.

## Häufige Fragen und Antworten

### **Wann gilt ein Auftrag als „Copywriting“ im Gegensatz zu einer reinen Übersetzung zu (d. h. wann ist ein Copywriting-Honorar gerechtfertigt)?**

Die Grenzen sind fließend, aber ich empfehle, alles, was veröffentlicht wird und in irgendeiner Weise dem Image und/oder den Verkaufszahlen eines Unternehmens förderlich sein soll bzw. eine Reaktion der Konsumenten zum Ziel hat, getextet werden muss und daher entsprechend abgewickelt und honoriert werden sollte.

### **Wie kann ich ein Übersetzungsbüro dazu bringen, mir das nötige Briefing bzw. Referenzmaterial zukommen zu lassen? Sie sagen oft, sie hätten es nicht.**

Wenn dem Büro wirklich an guter Arbeit und zufriedenen Kunden liegt, wird es sich bemühen, alles Nötige aufzutreiben und weiterzugeben. Verwenden Sie dieselben Argumente wie bei einem Direktkunden. Leider sind sich viele Projektmanager nicht bewusst, was Texter für eine gute Arbeit benötigen, da müssen also Sie entsprechende Aufklärung betreiben. Wenn kein Argument greift, könnten Sie eventuell darauf hinweisen, dass eine verpatzte Broschürenübersetzung zu kostspieligen Schadenersatzforderungen führen kann.

### **Sind CAT-Tools ein Hindernis für kreatives Texten?**

Ja, in der Tat. Da sich der eigentliche Copywriting-Prozess allein auf den Zieltext konzentriert (siehe die oben beschriebenen 10 Schritte zur erfolgreichen Abwicklung von PR- und Werbeaufträgen), sind Segmentierungen und Tags lästige Störelemente. Man sollte einen Text lesen und beliebig umstellen können, ohne an die Technik denken zu müssen.

### **Sind Sie schon um Backtranslations gebeten wurden und wie gehen Sie damit um?**

Ich habe Kunden, die gelegentlich eine Backtranslation der finalisierten kreativen Vorlage benötigen. Das liegt meist daran, dass die

Muttergesellschaft des lokalen Kunden kein Deutsch versteht, aber trotzdem ungefähr wissen möchte, was der deutsche Text besagt und wie stark er vom englischen Originaltext abweicht. (Sinnvollerweise sollte die Backtranslation daher von jemandem angefertigt werden, der den ursprünglichen Ausgangstext nicht kennt.) Ich denke, die meisten von uns sind sich der Unzulänglichkeit einer Backtranslation bewusst, aber der Kunde hat nicht zwangsläufig unsere Erfahrung. Man sollte daher unbedingt betonen, dass die Backtranslation lediglich der Orientierung dient. In diesen Fällen liefere ich, in Absprache mit dem Kunden, eine eher wörtliche Übersetzung und erkläre Wortspiele und Anspielungen sowie die Gründe dafür, eine ganz andere Formulierung zu wählen als im Original. Dies ist die Lösung, die ich allen empfehle, die um eine Backtranslation gebeten werden. Übrigens sollte auch diese nach Zeitaufwand abgerechnet werden!

### **Welche Voraussetzungen sollte man als Übersetzer erfüllen, um als Texter tätig zu werden?**

Einen idealen Werdegang gibt es wohl beim Texter genauso wenig wie beim Übersetzer, aber grundsätzlich gilt, dass eine gewisse Begabung und natürlich auch ein entsprechendes Interesse vorhanden sein sollte. Marketingerfahrung ist mit Sicherheit ein Vorteil, aber keine zwingende Voraussetzung. Wer sich als Texter bzw. textender Übersetzer bewirbt, sollte jedoch wissen, was eine gute Copy ausmacht. Dies ist eine Fähigkeit, die man in der Regel mit zunehmender Erfahrung erwirbt, idealerweise durch entsprechende Zusammenarbeit mit Werbe- und/oder PR-Profis. Darüber hinaus sollte man sich durch beständiges Lesen guter journalistischer Texte, Pressemitteilungen und Werbematerialien auf dem Laufenden halten.

## Lesenswerte Websites zum Thema

### **Deutsch**

[www.werbetexter.com](http://www.werbetexter.com)

[www.mediafon.net](http://www.mediafon.net)

[www accurapid.com/journal/24werbung.htm](http://www accurapid.com/journal/24werbung.htm)

### **Englisch**

[www.billfryer.com](http://www.billfryer.com)

[www.excessvoice.com/copyfees.htm](http://www.excessvoice.com/copyfees.htm)

[www.melissadata.com/tips/copywriting.htm](http://www.melissadata.com/tips/copywriting.htm)

[www.worldwidefreelance.com/writing.htm](http://www.worldwidefreelance.com/writing.htm)

# REZENSION

## „PRAXISWÖRTERBUCH FUSSBALL“

Eva Holzmair-Ronge

### Vom runden Leder in mehreren Sprachen

Langenscheidt/UEFA (2008)  
Praxiswörterbuch Fußball  
Deutsch – Englisch –  
Französisch.  
ISBN 3861172909  
€ 16,95



© Langenscheidt

Rechtzeitig vor der EURO 2008 ist laut Presseinformation ein „Volltreffer im Langenscheidt Programm: das offizielle Fußball-Wörterbuch der UEFA“ erschienen. Es enthält über 5.200 aktuelle Fachbegriffe „rund um das Spiel, das für viele die Welt bedeutet.“ Für die Projektleitung, Redaktion, Beratung und Revision wurden durchwegs Fachleute der Fußball- und Translationstheorie bzw. -praxis herangezogen, die auch alle namentlich im Buch genannt sind. Dieses ist in sechs Sachgebiete unterteilt, nämlich „Das Spiel“, „Stadion und Sicherheit“, „Ausrüstung“, „Medizinisches“, „Medien“ und „Management & Administration“ sowie im Anhang mit Abbildungen und einem geschichtlichen Überblick über die UEFA und deren Wettbewerbe versehen. Dieser umfassende Ansatz soll das Praxiswörterbuch Fußball zu einem effizienten Hilfsmittel für alle machen, die „sich jenseits des Platzes mit Fußball beschäftigen“ und den

„Austausch innerhalb der Fußballfamilie und der gesamten fußballinteressierten Gemeinschaft“ fördern.

Da wird die fußballerfahrene Translatorin natürlich neugierig, ob das handliche Taschenbuch auch hält, was die Presseaussendung und sein prominenter Vorwortverfasser Michel Platini versprechen. Gleich einmal vorweg: es tut dies zu etwa 90%, was für ein Wörterbuch eine ausgezeichnete Trefferquote ist.

Das Buch bietet übersichtliche Einträge, die jeweils mit einer ■ Definition versehen sind. Dazu gibt es bei Bedarf noch ► erklärende Anmerkungen, ◆ Anwendungsbeispiele, Synonyme und Verweise. (siehe Abb. 1)

Allein daran ist bereits zu erkennen, dass (auch für Laien) verständliche Definitionen und Er-

25

Das Spiel / The Game / Le jeu

17

#### Abseitsposition *f*

- Position eines Spielers in der gegnerischen Platzhälfte, durch die er im Moment der Ballberührung eines Mitspielers dem gegnerischen Tor näher ist als der Ball und der zweithinterste Spieler der gegnerischen Mannschaft.
  - Ein Spieler wird nur dann für seine Abseitsstellung bestraft, wenn er, wenn der Ball einen seiner Mitspieler berührt oder von einem gespielt wurde, aktiv am Spiel teilnimmt, in welchem Fall der Schiedsrichter einen indirekten Freistoß für die gegnerische Mannschaft verhängt.
- Syn. **Abseitsstellung *f*, Abseits *n***

#### offside position

- Position in which a player is nearer to the opposing team's goal line than both the ball and the second last opposing player at the moment when the ball is played by another player of his own team.
  - An offside position is only considered as an offence when the player in the offside position is involved in active play at the moment when the ball touches or is being played by one of his team, in which case the referee awards the opposing team an indirect free kick.
- ◆ To be in an offside position.

#### position de hors-jeu *f*

- Position d'un joueur qui, au moment où le ballon est touché par un coéquipier, est plus près de la ligne de but adverse que le ballon et l'avant-dernier joueur adverse.
  - Etre en position de hors-jeu n'est une infraction que si le joueur en position de hors-jeu prend une part active au jeu, auquel cas l'arbitre accorde à l'équipe adverse un coup franc indirect.
  - ◆ Etre en position de hors-jeu; se trouver en position de hors-jeu; tirer avantage d'une position de hors-jeu; sanctionner une position de hors-jeu.
- Syn. **hors-jeu *m***

Abb. 1

klärungen geboten werden. Die Anwendungsbeispiele sind für die sprachmittlerische Praxis wirklich brauchbar.

Natürlich gibt es auch kürzere Einträge. (siehe Abb. 2)

Aber auch in diesen Fällen ist alles übersichtlich angeordnet und präzise definiert. Die → Verweise sind leicht als solche zu erkennen und dann auch zu finden. Bei Unsicherheit, welchem Sachgebiet ein Terminus zugeordnet ist, helfen die deutschen, englischen und französischen Indexe. Die letzten beiden auch dort, wo die Suche vom Englischen oder Französischen ausgeht.

Naturgemäß beansprucht „Das Spiel“ mit 735 Einträgen besonders viel Platz. Es bietet neben ein paar wenigen nicht unbedingt fußballspezifischen Termini, wie etwa Nachfolger (*successor, successeur*) oder Rivalität (*rivalry, rivalité*), zahlreiche wissenswerte Informationen und immer wieder Schmankerl, so z.B. die Bananenflanke (*banana kick, centre enroulé*), Notbremse (*professional foul, faute de dernier recours*) oder Torflaute (*goal[scoring] drought, pénurie de buts*), alles natürlich wieder mit Definitio-

nen versehen, damit kein Fußball-Laie falschen Vorstellungen aufsitzt, während der Aufsetzer (*bouncing shot, tir avec rebond*) sowieso angeführt wird.

„Stadion und Sicherheit“ umfasst die Einträge 736-846 und konzentriert sich vor allem auf eine Beschreibung des Spielfelds und Stadions, egal ob es sich nun um die Eckfahne (*corner flag, drapeau de coin*), das Sitzplatzstadion (*all-seater stadium, stade à places assises*) oder den Torpfosten (*goalpost, montant de but*) handelt, sowie auf einige Sicherheitsvorrichtungen wie Drehkreuz (*turnstile, tourniquet*), Notbeleuchtung (*emergency lighting, éclairage de secours*) etc.

Die „Ausrüstung“ ist mit den Einträgen 846-927 ebenfalls bald abgehakt, doch scheint nichts Wesentliches zu fehlen. Sie führt die Hauptspielkleidung (*first-choice kit, tenue principale*) und den Stollenschuh (*studded shoe, [chaussure à] crampons*) genauso an wie gängige Ausdrücke aus der Fußballartikel- und Werbewelt.

Dagegen wurde dem Gebiet „Medizinisches“ offenkundig viel Zeit gewidmet. Wer Spiel- und Trainingsverläufe kennt, weiß auch wa-



*Eva Holzmaier-Ronge ist Übersetzerin und Dolmetscherin mit langjähriger Erfahrung im Bereich Fußball und Präsidentin von UNIVERSITAS.*

56

#### **Annullierung von Verwarnungen** *f*

- Aufhebung von Verwarnungen, die nicht zu einem Feldverweis geführt haben, damit der Saldo aller Spieler für die nächste Wettbewerbsrunde wieder bei Null beginnt.

#### **cancellation of cautions**

- Annulment of cautions that have not resulted in an expulsion, in order to enable all players to start the next phase of a competition with a clean record.

#### **annulation des avertissements** *f*

- Action de déclarer nuls les avertissements n'ayant pas abouti à une expulsion afin de mettre à zéro le solde des avertissements de tous les joueurs pour le prochain tour d'une compétition.

57

#### **Anpiff** *m*

- Anzeige des Beginns eines Spiels durch einen Pfiff des Schiedsrichters.

→ *Anstoß*

#### **whistle for kick-off**

- Indication by the referee signalling the beginning of a match.

→ *kick-off*

#### **coup de sifflet de début du match** *m*

- Coup de sifflet donné par l'arbitre pour indiquer le commencement d'un match.

→ *coup d'envoi*

58

#### **Anschlussstreffer** *m*

- Tor, das einen gegnerischen Zweitorevorsprung auf ein Tor reduziert.

*Syn. Anschlussstor* *n*

#### **goal to get back into the match**

- Goal scored by which a two-goal deficit is reduced to one.

*Syn. goal to close the gap, goal to reduce the deficit, pull a goal back, reduce the arrears*

#### **but qui permet de remonter à la marque** *m*

- But qui réduit à un l'écart entre les buts marqués par chaque équipe.

*Syn. but qui permet de revenir au score* *m*

rum. Einfache, dem Allgemeinwissen zuzuordnende Termini wie Adrenalin (adrenaline, adrénaline) finden sich neben spezifischeren Einträgen wie Glaskörperblutung (vitreous haemorrhage, hémorragie vitreuse) oder medizinischen Tests und Spielerbeurteilungen wie Handlungsschnelligkeit (speed of execution, vitesse d'intervention), was im Französischen mit „capacité d'agir de manière rapide et adéquate dans des situations complexes“ definiert wird. Aber auch ein dolmetscherischer Zungenbrecher wie der Zwillingswadenmuskel (gastrocnemius, muscle gastocnémien) darf offensichtlich nicht fehlen ...

Wer etwas über Tunnelkameras (tunnel cameras, caméras de tunnel) und den Inhalt der Pressemappe (press kit, dossier de presse) erfahren möchte, konsultiert die eher bescheidenen Einträge 1416-1454 im „Medien“-Bereich, wohingegen „Management & Administration“ beachtliche 297 Einträge aufweist und zahlreiche Ausschüsse, Kommissionen und Offizielle samt Definitionen anführt und uns damit viel Recherchenzeit erspart. So ist der Spielortverantwortliche (venue director, directeur de site) mit seinen Aufgaben genauso vertreten wie Disziplinarmaßnahmen, etwa der Zwangsabstieg bzw. die Zwangsrelegation (demotion, rétrogradation).

Bei einem derart umfassenden Ansatz besteht die einzige generelle Kritik darin, dass nicht alles berücksichtigt werden kann und manches auch schlicht übersehen wurde. So sind umgangssprachliche bzw. regionale Ausdrücke nicht immer bzw. überhaupt nicht erfasst. Zwar findet sich der gerne ausgeführte Abstauber (opportunist goal, but opportuniste) und der zur Kerze (up and under, chandelle) aufsteigende Ball, ja sogar die ständig zwischen Spielklassen wechselnde Fahrstuhlmannschaft (yo-yo team, équipe-ascenseur), aber andere durchaus gebräuchliche Ausdrücke fehlen. Als Beispiel sei hier angeführt:

**Strafraum** *m*

*Syn. Sechzehner m (ugs.)*

**penalty area**

**surface de réparation**

Hier vermisst frau das umgangssprachliche englische (penalty) box oder eighteen, gerade weil in der Definition so schön erläutert wird, dass dieser Teil des Spielfelds (im Englischen heißt es sogar “rectangular part of the field of play”) durch die “Torlinie und zwei rechtwinklig zur Torlinie im Abstand von je 16,50 m”, also 18 Yards, von der Innenkante der Torpfosten gezogenen Linien begrenzt ist.

Die mit oft großem schauspielerischen Können praktizierte Schwalbe (dive, chiqué) fehlt gänzlich, wohingegen die Kapitänsschleife/-binde oder das österreichische Gurkerl nur diejenigen finden, die wissen, dass dafür in Deutschland (Hilfe!!!) Spielführerbinde (captain's armband, brassard de capitaine) bzw. Tunneln (nutmeg, petit pont) verwendet wird. Die Kapitänsschleife scheint wenigstens als Synonym auf, das Gurkerl können wir, die wir südlich der sprachlichen Demarkationslinie aufgewachsen sind, völlig vergessen.

Doch wie meinte schon Gary Lineker: “Soccer is a game for 22 people that run around, play the ball, and one referee who makes a slew of mistakes, and in the end Germany always wins.” Es ist daher wohl auch sprachlich die richtige Wahl, sich im Deutschen auf den “Marktführer” zu konzentrieren und nur hie und da Umgangssprache und Lokalkolorit einfließen zu lassen. Oder wissen Sie, was die Schweizer für Gurkerl sagen? Eben! Trotz des im Vorwort genannten Anspruchs, Sprachbarrieren überwinden zu wollen, müssen auch Wörterbuchverfasserinnen und -verfasser Grenzen ziehen. Dabei bleiben die Jausengegner, Stanglpässe oder Scheiberlspele im alpenrepublikanischen Abseits. Wer bei Spielanalysen Günter Netzer statt Herbert Prohaska im Ohr hat, findet sich schon zurecht. Die anderen müssen zuweilen etwas länger suchen.

Abgesehen von diesen wenigen Einschränkungen ist dem Verlag Langenscheidt in Kooperation mit der UEFA und zahlreichen ExpertInnen ein aufschlussreiches, informatives, praxisnahes und mit €16,95 auch preiswertes Wörterbuch gelungen, das die Rezensentin allen Fußballbegeisterten ans Herz legen kann. Und nicht nur diesen!



# REZENSION „PROFESSIONELL KOMMUNIZIEREN – NEUE BERUFSFELDER – NEUE VERMITTLUNGSKONZEPTE“

*Eva Holzmair-Ronge*

Der Sammelband entstand aus einer Ringvorlesung zum Thema „Wissenschaftliche Grundlagen der Übersetzung“, die im Wintersemester 2005/2006 am Sprachen & Dolmetscher Institut München (SDI) stattfand. Die darin enthaltenen Beiträge, die von Lehrenden am SDI verfasst wurden, betrachten die Professionalität des Kommunizierens aus äußerst verschiedenen Blickwinkeln.

Inhaltlich wird das Thema in drei Bereiche unterteilt: in die neuen Berufs- und Praxisfelder (vier Beiträge), die Professionalisierung des Fachübersetzerberufs (zwei Beiträge) sowie didaktische Perspektiven (vier Beiträge). Die Rezension eines derart vielfältigen Unterfangens ist naturgemäß nicht einfach, da sich hier verschiedene Personen auf jeweils individuelle Art einzelnen Aspekten bzw. Teilbereichen widmen. Deshalb wird in der Folge versucht, einerseits allen Interessierten einen Überblick über den Inhalt der Artikel zu geben und andererseits auch den Eindruck zu vermitteln, den diese bei der Rezensentin hinterlassen haben.

Bei den **neuen Berufs- und Praxisfeldern** handelt es sich durchwegs um solche, die erst in den letzten zwei Jahrzehnten entstanden sind und auf deren Aufkommen die Ausbildungsstätten mit einem entsprechenden Angebot reagieren mussten. So geht es in Anne Lehrndorfers Beitrag „Wissenschaftlichkeit in der Technischen Kommunikation“ um den Entwicklungs- und (wohl noch immer nicht abgeschlossenen) Reifungsprozess von der Technischen Dokumentation zur Technischen Kommunikation, d.h. zu einer Form der Vermittlung, die über Inhalte und deren Layoutierung hinausgeht und nun „aus einer Vielzahl von Textsorten, Kommunikations- und Arbeitstechniken“ besteht. Curricula für die Ausbildung zum Technischen Redakteur bzw. zur Technischen Redakteurin zeigen, dass hier – parallel zur Berufsauffassung von ÜbersetzerInnen und DolmetscherInnen – ein breites Wissensspektrum abgedeckt wird, das sich auch in einem sehr anschaulichen Beispiel einer Stellenanzeige wiederfindet. Hier geht es

um mehrsprachiges Informationsmanagement und nicht mehr nur um Textproduktion. Die diesem neuen Berufsbild dienlichen Forschungsfelder sind vielfältig und sollten auch – mehr als bisher – genutzt werden, etwa die Testpsychologie (Usability-Testing) oder die Psycholinguistik (Schreibprozessforschung). Dass der Bedarf an umfassend (aus)gebildeten und mit dem entsprechenden wissenschaftlichen Rüstzeug versorgten Technischen RedakteurInnen steigt, wird von der Autorin anhand von globalen Entwicklungen überzeugend belegt.

Marita Tjarks-Sobhani widmet sich ausführlich dem „Wandel in der Professionalität Technischer Redakteure“ und ihrer besonderen Rolle als „Mittler zwischen Technikherstellern und Anwendern“. Dem ist auch in den Ausbildungsinhalten zu entsprechen, die laut Tjarks-Sobhani acht Anforderungen an die Technische Dokumentation abzudecken haben, nämlich textsortenspezifisches, zielgruppengerechtes, didaktisches, rechtssicheres, übersetzungsgerechtes, medien-spezifisches und ökonomisches Schreiben sowie Schreiben für den globalen Markt (also mehrsprachig kommunizieren). Aber auch sie betont, dass diese an die Kernkompetenz Schreiben gestellten Anforderungen durch zahlreiche weitere Kompetenzen zu ergänzen sind, um den Marktbedürfnissen zu entsprechen.

Wer gerne googelt (und wer tut das nicht?), sollte unbedingt Michel Décombes Überlegungen zum „Schreiben und Übersetzen für das Web“ lesen. In seinem kurzweiligen Beitrag verrät er, was Verleihnix und dessen Frau Jellosubmarine aus dem für Römer unbezwingbaren gallischen Dorf mit dem Web zu tun haben. Die Rezensentin wird ab nun bei jedem Ausflug in die www-Weiten an die Kommunikationsstrategie von Verleihnix, an den Aufbau seines Fischstandes sowie an das marktschreierische Anlocken und gesprächige Bedienen der Kunden denken, das in seiner Abfolge so einfach ist wie Web-Auftritte und deren Möglichkeiten, im an sich stummen Web die Ware „lauthals“ anzubieten und mit den hoffentlich Schlange stehenden

Ein um-  
fassender und  
lehrreicher  
Sammelband  
für Lehrende  
und Studie-  
rende der  
Übersetzungs-  
wissenschaft –  
und darüber  
hinaus

Kundinnen und Kunden zu „plaudern“.

Im Beitrag „Ausbildung von Lokalisierungsfachleuten“ widmen sich Michel Décombe und Felix Mayer einem besonders jungen Berufsbild, das erst vor etwa zehn Jahren entstand. Sie besprechen ausführlich die Aufgaben und geforderten Kompetenzen der Softwarelokalisierung. Bei einer dieser Kompetenzen, nämlich der fremdsprachlichen, warnen sie eindringlich davor, diese „als relativ zweitrangig“ zu sehen. „Wer lokalisiert, muss in der Lage sein, den Quelltext zu beurteilen, um ihn stilistisch nachzuahmen. Fehlt daher die fremdsprachliche Kompetenz, werden wichtige Textmerkmale ignoriert. Das Ergebnis sind fade, unattraktive und langweilige Texte.“ Und gerade das sollten Lokalisierungsfachleute wohl vermeiden. Interessant ist auch der Hinweis, dass in der Praxis der Softwarelokalisierung „die Arbeit mit den Translation Memories aus personalpolitischer Sicht nicht unproblematisch“ ist. „Die zu übersetzenden Texte eignen sich zwar in der Regel gut für den Einsatz der marktüblichen Tools. Dies führt allerdings zu einer Verödung des Arbeitsalltages. Deshalb ist in der Branche eine relativ hohe Personalfuktuation zu beobachten, die den durch den Einsatz von Translation Memories erzielten Produktivitätsgewinn zunichte machen kann.“

Der zweite Teil des Buchs über die **Professionalisierung des Fachübersetzerberufs** ist vor allem für GerichtsdolmetscherInnen und all jene höchst interessant, die juristische Texte übersetzen und deren Übersetzung lehren, denn sowohl Corinna Schlüter-Ellner als auch Ulrich Daum widmen sich eingehend diesem Spezialgebiet, das sich in vielerlei Hinsicht von anderen Fachsprachen unterscheidet.

Schlüter-Ellner beleuchtet in ihrem Beitrag „Übersetzen juristischer Texte im Spannungsfeld von fachlicher Genauigkeit und Verständlichkeit“ die Tatsache, dass die meisten dieser Textsorten an NichtjuristInnen wie JuristInnen gerichtet sind und daher in der Übertragung ins Deutsche eine besondere Herangehensweise erfordern. Soll also ein solches Schriftstück einerseits verständlich sein (weil es von Privatpersonen gelesen wird) und andererseits „eine rechtliche Wirkung entfalten“ (weil es von JuristInnen bei Bedarf interpretiert wird), ist dies in der Fachterminologie, sonstigen Wortwahl sowie bei den syntaktischen and grammatikalischen Mitteln zu berücksichtigen. So empfiehlt sie

u.a. Folgendes: möglichst keine lateinischen Fachtermini verwenden, aber andererseits auch nicht krampfhaft Fremdwörter durch deutsche Ausdrücke ersetzen, die ungebräuchlich oder antiquiert sind; komplizierte Negationen (also etwa doppelte Verneinung, die eine positive Aussage ergibt), gehäufte Passivkonstruktionen und übertriebenen Nominalstil vermeiden; dafür aber durchaus die im Juristendeutsch üblichen Partizipial- und Genitivkonstruktionen (z.B. „der vom Kläger beantragte Beschluss“ bzw. „kraft dessen“) einsetzen. Selbst wenn die Autorin von den sprachlichen und juristischen Gegebenheiten in Deutschland ausgeht und etwa bei der verpönt krampfhaften Suche nach deutschen Äquivalenten als Beispiel Eheleute versus Ehepartner zitiert (letzteres wird im österreichischen Deutsch überhaupt nicht mehr als fremdes Wort empfunden), ist dieser Beitrag auch für unsere Breiten aufschlussreich.

Ulrich Daum wiederum unternimmt einen „Sprachvergleich am Beispiel juristischer Textsorten“, bei dem er gleich zu Beginn feststellt, dass die Übersetzung von Rechtstexten und deren Betrachtung nur „im Zusammenwirken von Rechtswissenschaft, kontrastiver Linguistik und Übersetzungswissenschaft, also durch Interdisziplinarität, bewältigt werden kann.“ Rechts- und Sprachwissenschaft müssen hier ineinandergreifen, um zu einem befriedigenden Ergebnis zu gelangen. Wenn er von den „Besonderheiten des Übersetzens von Rechtstexten im Vergleich zu anderen Fachtexten“ spricht, streicht er den hier stattfindenden doppelten Transfer hervor, nämlich sowohl von der Ausgangs- in die Zielsprache als auch von einer Rechtsordnung in die andere. Deshalb seien Rechtstexte nicht mit anderen Fachtexten in einen Korb zu werfen und auch nicht in gleicher Form zu lehren. Er erörtert verschiedene und durchaus auch diskussionswürdige Übersetzungs- und Dolmetschstrategien bei Gerichtsverhandlungen (etwa wann DolmetscherInnen selbst erläuternd in eine solche eingreifen sollen) oder wann eine „verfremdende (an der Ausgangssprache orientierte)“ und wann eine „einbürgernde (an der Zielsprache orientierte)“ Übersetzung angebracht ist.

In dem **mit Didaktischen Perspektiven** überschriebenen Teil kommt als erste Lehrende Regina Freudenfeld zu Wort, die „Von der Operationalisierbarkeit sprachlichen Wissens – Wege für die professionelle Kommunikation“ berichtet. Am

Beispiel der umstrittenen Rechtschreibreform erklärt sie überzeugend, wie sehr die Sprachwissenschaft hier das unreflektierte Laienwissen überschätzt hat, und welche linguistischen Methoden sich für den Fortgeschrittenenunterricht eignen, so etwa die Expertenmodelle „Begriffsumfang (Extension) und „Feld der Bestimmung (Determination).“ Auch auf den professionellen Umgang mit dem lesenden Erlernen einer Sprache und die Vorteile einer Arbeit mit Textmustern in Ergänzung zur Arbeit mit Textsorten geht sie ein. Für all jene, die wie die Rezensentin nicht aus der Lehre kommen, sind die angeführten Beispiele für das Verständnis des theoretischen Ansatzes hilfreich.

Ursula Gross-Dinter wiederum ist die einzige im Reigen der SDI-DozentInnen, die in ihrer „Portfoliodidaktik in der Dolmetschausbildung“ gezielt den Dolmetschunterricht anspricht. Sie propagiert ein „gestuftes Raster an Lernzielen [...] als Kernstück eines Portfolios für den Dolmetschunterricht“ und hier insbesondere für das bilaterale Konsekutivdolmetschen (d.h. durch eine Person in beide Sprachrichtungen). In Anlehnung „an den im Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen entwickelten Gedanken der Bewertung einzelner Fertigkeiten“ und den in der Dolmetschdidaktik bisher verwendeten Evaluierungsschemata sollen Teilkompetenzen wie Gesamteindruck/Dolmetschtechnik, inhaltliche Wiedergabe, sprachliche Realisierung, soziolinguistische und interkulturelle Kompetenz sowie Interaktionskompetenz als Grundlage für die Bewertung von Lernleistungen herangezogen werden. Anhand zahlreicher Beispiele erläutert sie anschaulich, wie ein solches am SDI bereits praktizierte Portfolio funktioniert, aus welchen Teilen es besteht und welche Zielgruppen sich anbieten. Das dürfte auch für österreichische Dolmetschausbildungsstätten ein lesenswerter Ansatz sein.

Mit Britta Nords „Übersetzen im Fremdsprachenunterricht: Überlegungen zu einem „Übersetzungsportfolio““ werden die Portfolioüberlegungen für diesen spezifischen Bereich fortgeführt. Davor aber gibt sie einen Überblick über die wechselvolle Geschichte des Übersetzens „als Methode und Übungsform im Fremdsprachenunterricht“, wobei heute Übersetzen „als Mittel zur Kontrastierung [...] eine neue Daseinsberechtigung“ erhält. Da ohnedies im schulischen Fremdsprachenunterricht nach wie vor auch übersetzt wird, geht sie auf wünschenswerte

Formen der Übersetzungsdidaktik ein, wobei sie dankenswerterweise den Unterschied zwischen didaktischem und professionellem Übersetzen hervorstreicht, um bereits im schulischen Kontext den Grundgedanken zu verankern, dass die dort praktizierten Übersetzungsübungen noch lange keine professionellen ÜbersetzerInnen hervorbringen. Ähnliche Überlegungen verfolgt Britta Nord, wenn sie für die „Beurteilung der Übersetzungskompetenz von Fremdsprachenlernern“ ein Raster vorstellt, das an das Raster zur Selbstbeurteilung des Europäischen Sprachenportfolios angelehnt ist.

Im letzten Beitrag referiert Antonia Happ über „Linguistik und Entwicklung von Sprachkompetenz“ und gibt praktische Tipps zur didaktischen Nutzung linguistischer Konzepte, insbesondere der Prototypensemantik. Die mit vielen Beispielen versehenen Überlegungen, die vom Kerngedanken der Prototypentheorie über ihre Anwendungsbereiche und Charakteristika bis zu ihrem spezifischen Einsatz im Unterricht reichen, sind für ÜbersetzerInnen vor allem im letzten Abschnitt lesenswert, wo die Autorin auf Bedeutungen im Kontext eingeht, d.h. verstehen, interpretieren und letztendlich übersetzen.

Abschließend sei ehrlicherweise festgestellt, dass die Rezensentin sich einer Publikation angenommen hat, die keineswegs an sie, sondern an „Studierende und Lehrende der Sprach-, Kommunikations- und Übersetzungswissenschaft“ gerichtet ist. Als stets praktizierende und nie lehrende Sprachmittlerin fehlt ihr zwar der didaktische und wohl auch theoretische Hintergrund, um die Beiträge im Gesamtkontext von Bezugswissenschaften zu beurteilen, aber gerade der davon völlig „unbelastete“ Zugang hat es auch ermöglicht, sie auf ihre Praxisrelevanz zu prüfen. Die Rezensentin hat also aus beruflicher Neugierde und trotz der im Vorwort spezifizierten Einschränkung des Adressatenkreises weitergelesen und darf nun ergänzen, dass auch reine PraktikerInnen von der Lektüre profitieren können.

*Freudenfeld, Regina/Nord, Britta (2007): Professionell kommunizieren. Neue Berufsfelder - Neue Vermittlungskonzepte. Hildesheim: Olms Verlag. ISBN 3487135272*

# REZENSION

## „VERSTEHEN UND ÜBERSETZEN“

Margit Hengsberger

### Weltwissen, Kreativität und Translationstheorie beim Übersetzen

Paul Kußmaul (2007):  
*Verstehen und Übersetzen.*  
 Tübingen: Narr Francke  
 Attempto Verlag,  
 ISBN 3823363506  
 € 19,90.

Paul Kußmaul, lange Jahre als Lehrender am Fachbereich Allgemeine Sprach- und Kulturwissenschaft in Germersheim ([www.fask.uni-mainz.de](http://www.fask.uni-mainz.de)) tätig, hat ein neues Buch geschrieben: „Verstehen und Übersetzen“. Und der gewählte Titel sagt auch schon viel darüber aus: Klar und verständlich, im Stile der Lehrbücher des anglo-amerikanischen Raums (ohne die Aussagen hinter gekünstelt-formeller Sprache zu verstecken und so den Zugang zu ihnen zu erschweren) wird in acht Kapiteln beschrieben, was einer guten Übersetzung zuallererst zugrunde liegt: Verstehen und Semantik. Die gute Lesbarkeit zieht sich bis ans Ende des Buches durch, wo der Autor ÜbersetzerkollegInnen im letzten Kapitel empfiehlt, ihre Sprache im Umgang mit KundInnen ebenso anzupassen: Professionell (und vor allem auch erfolgreich) argumentiert man nicht, indem man sich hinter Expertensprache versteckt, sondern die Worte so wählt, dass man – translatorische Theorien durchaus im Hinterkopf behaltend – von Laien verstanden wird.

Das Lehrbuch, das auch ein Arbeitsbuch ist, denn jedes Kapitel schließt mit einer Reihe von Aufgaben (Lösungsvorschläge am Ende des Buches), ist diesem Verstehensprozess nach logisch aufgebaut und dreht sich in den ersten beiden Kapiteln um die Wörter („Der Blick auf die Wörter“, „Die Umgebung von Wörtern“), um sich als nächstes der Frage zu widmen, wie genau denn eine Übersetzung sein soll (Kapitel 3). Um „Verstehen, Recherche und Textanalyse“ handelt das 4. Kapitel, wobei in diesem Zusammenhang erwähnenswert ist, dass der Autor sich der Einbeziehung der Google-Suche durchaus nicht verschließt, sondern ganz im Gegenteil in seinen Beispielen immer wieder auch die Häufigkeit von gewählten Lösungen in der bekanntesten Suchmaschine heranzieht, um zu einer adäquaten und gelungenen Übersetzung zu finden. Weiter geht es mit der „Beobachtung von Übersetzungsprozessen“, in der anhand einer

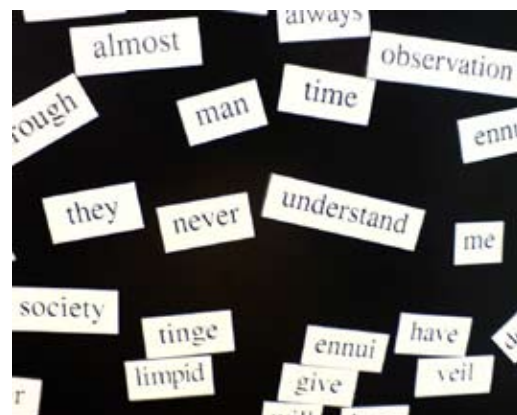
Fallstudie und des Einsatzes eines Tools namens Translog der Frage nachgegangen wird, wie denn nun Profis wirklich übersetzen (inkl. 7 Empfehlungen von Profis, wie man es denn nun richtig macht, darunter die Empfehlung, vom im Buch immer wieder erwähnten persönlichen Weltwissen Gebrauch zu machen). Kapitel 6 widmet sich sodann der Frage „Wie kreativ können Übersetzer sein?“, wobei der Autor einen erwähnenswerten Denkanstoß für die Praxis gibt: Nicht nur im Studienalltag können Lehrende Pluspunkte für kreative Lösungen vergeben, auch bei der Revision von Kollegentexten nicht darauf vergessen! Zuletzt folgen das wichtige Kapitel „Visualisieren“, das anschaulich mit der Frage beginnt „Do you see what I mean“ und überläuft zur (in diesem Kontext adaptierten) Antwort „Yes, I can visualise what you mean“ – und die Grundaussage könnte klarer nicht auf den Punkt gebracht werden. Abschließend folgen mit „Übersetzen als professionelles Problemlösen“ (Kapitel 8) Überlegungen zu übersetzerischer Routine und Reflexion, letzteres ein unerlässlicher Teil von professionellen Übersetzungen.

#### Conclusio:

**Mit diesem Buch können StudentInnen wirklich professionell übersetzen lernen! Und routinierte ÜbersetzerInnen hervorragend reflektieren.**



Margit Hengsberger ist Übersetzerin für Englisch in Wien und Vorstandsmitglied von UNIVERSITAS. Kontakt: [margit@hengsberger.at](mailto:margit@hengsberger.at)



# VERBANDSMITTEILUNGEN

## Neuaufnahmen

**Sarkhosh-Malamiri Sara JM**  
DE/EN/BO/HR/SR  
Bürgen: Illek, Kaiser-Cooke  
Geblergasse 20/11  
1170 Wien  
Mobil: 0650/777 72 24  
E-Mail:  
sarasarkhosh@hotmail.com

**Fukari Alexandra, Dr.phil OM**  
DE/FR  
Bürgen: H. Fleischmann,  
Griessner  
Gaussplatz 11/18  
1200 Wien  
Tel.+Fax: 01/332 16 00  
Mobil: 0699/117 133 42  
E-Mail:  
alexandra.fukari@utanet.at

**Gwozdz Zdzislaw**  
**St.P., Mag.phil. OM**  
PL/DE  
Bürgen: Ziemska,  
Zykan-Zylberszac  
Taborstraße 53-55/2/21  
1020 Wien  
Tel.+Fax: 01/294 89 04  
Mobil: 0676/350 45 69  
E-Mail: office@eurocosmos.at  
Website: www.eurocosmos.at

**Prantner-Hüttinger**  
**Elisabeth, Mag.phil. OM**  
DE/ES  
Bürgen: Bankhamer, Gallo  
Franz Schalk-Str. 13  
A-5020 Salzburg  
Tel.+Fax: 0662/83 14 18  
Mobil: 0664/764 45 07  
E-Mail:  
elisabeth.prantner@sbg.ac.at

**Semjonowa Jelena, Mag. OM**  
RU/BELARU/DE  
Bürgen: Koderhold, Sanjath  
Hofmannngasse 7/24  
1180 Wien  
Mobil: 0660/735 25 77  
E-Mail: bobcat7@rambler.ru

**Smidth Lise, Cand.phil. OM**  
DK/DE  
Bürgen: Jenner, Reiterer  
Lerchenfelder Str. 121/2  
1070 Wien  
Tel.+Fax: 01/524 31 94  
E-Mail:  
mail@vokabularium.com,  
vokabularium@chello.at  
Website:  
www.vokabularium.com

## Stilllegung der Mitgliedschaft/Austritt

**Stilllegung:**  
Jahns Maria, Mag.

**Austritt:**  
Haybäck Inés,  
Spasova Maria,  
Strommer Waltraud,  
Weber Sandra

## Umwandlung zum OM

**Scholz Christine Vivien,**  
**Mag.phil.**  
DE/EN/IT  
Scherzergasse 8/14  
1020 Wien  
Mobil: 0650/334 82 06  
E-Mail:  
christine\_vivien@gmx.at

**Strzalkowska Olga, Mag.**  
DE/PL/EN  
Ul. Obronców 47/4  
PL-03-927 Warszawa  
Mobil: 0048/698 413 211  
E-Mail: ola\_strzalkowska@yahoo.de

**Pietraszko Anita, Mag.**  
PL/DE/EN  
Rechte Wienzeile 21/14  
1040 Wien  
Mobil: 0650/733 80 32  
E-Mail: anita.p@analogos.at

## Weitere Umwandlungen

**Von JM in Abo:**  
Kospach Paul, Mag.

**Von OM in FdV:**  
Fürlinger Astrid, Mag.phil.

## Aufnahme ins Dolmetscherverzeichnis

Burziwal Andrea, Mag.phil.  
A: DE B: EN  
Böcklinstraße 6/11  
1020 Wien  
Tel.+Fax: 01/728 38 88  
Mobil: 0664/192 07 67  
E-Mail: office@burziwal.at

Jääskeläinen Katja, Mag.phil.  
A: FI/DE  
Dorotheergasse 4/16  
1010 Wien  
Tel.+Fax: 01/512 63 64-23  
Mobil: 0699/105 608 56  
E-Mail: katja@scanlang.at

Kreuer Jill Renee, Mag.  
A:EN C: FR  
Wilhelm-Busch-Gasse 17  
A-2232 Deutsch Wagram  
Tel.+Fax: 02247/510 36  
Mobil: 0699/118 063 52  
E-Mail: office@kreuer.at

## Ergänzung im Dolmetscherverzeichnis

**Žigo Alexander, Mag.phil.**  
C: IT  
Liebhartstalstraße 20-24/D11  
1160 Wien  
Tel.+Fax: 01/419 77 07  
Mobil: 0664/100 58 68  
E-Mail: office@zigo.at  
Website: www.zigo.at

## VERBANDSMITTEILUNGEN

### Adressänderungen

**Bankhamer Doris, Mag.phil.**  
E-Mail: [doris@bankhamer.at](mailto:doris@bankhamer.at)

**Dulova Miroslava,**  
Dipl.Ing.PhD.Ö.  
Tel.: 00421/905 650 100

**Haake Dieter**  
Mobil: 0664/874 07 67  
E-Mail: [futurlingua@gmx.at](mailto:futurlingua@gmx.at)

**Hofecker-van-Slooten  
Madeleine, Mag.**  
Tel.+Fax: 01/914 07 88

**Jenner Dagmar, Mag.**  
Amalie-Seidel-Weg 3/1/7.03  
1120 Wien

**Klos Salka, Mag.**  
Radelmayergasse 1/5/34  
1190 Wien  
Tel.+Fax: 01/923 63 28  
Mobil: 0699/1 923 63 28,  
0039/340/262 11 27

**Leithner Michaela,**  
Mag.phil. MA  
Favoritenstraße 143/2/5  
1100 Wien

**Löckinger Georg, Mag.phil.**  
10, rue des Maraîchers  
L-2124 Luxembourg

**Neuhold Veronika, Mag.phil.**  
E-Mail: [veronika.neuhold@gmx.at](mailto:veronika.neuhold@gmx.at)

**Ripplinger Michaela**  
Mobil: 0650/277 26 28

**Scheidl Heide Marie, Mag.**  
Wiener Gasse 16/9  
1210 Wien  
Mobil: 0664/325 94 14  
E-Mail: [heide-marie.scheidl@chello.at](mailto:heide-marie.scheidl@chello.at)

**Stadlinger-Bischko Silvia,  
Mag.**  
Larochegasse 28  
1130 Wien  
E-Mail: [silvia.stadlinger@chello.at](mailto:silvia.stadlinger@chello.at)

**Strobl Eva Martina, Mag. MSc**  
Schlossgärtnerei 4  
A-2102 Bisamberg  
E-Mail: [e.m.strobl@aon.at](mailto:e.m.strobl@aon.at)

**Sümbültepe-Keegan Nuray**  
Kaiser-Ebersdorferstraße 79/3/2  
1110 Wien

**Ummenhofer Beate, Mmag.**  
Auf der Rauth 127  
A-9074 Keutschach  
Tel.+fax: 04273/222 22

**Zimre Àron, Mag.**  
Rustenschacherallee  
34-36/4/14  
1020 Wien

**Zurawski Alexander, Mag.phil.**  
Website:  
[www.tlumaczekonferencyjni.pl](http://www.tlumaczekonferencyjni.pl)

## OFFENLEGUNG GEMÄSS § 25 MEDIENGESETZ

Vorstand des Österreichischen Übersetzer- und Dolmetscherverbandes UNIVERSITAS

*Präsidentin: Mag. Eva Holzmaier-Ronge, Vizepräsidentin: Anneke Hodel-Onstein, staatl. gepr. Dolm.-Übers.*

*Generalsekretärin: Mag. Dagmar Sanjath, 1. Stellvertreterin: Mag. Margit Hengsberger, 2. Stellvertreterin: Mag. Ilse Kratochvil*

*Redaktion: Mag. Dagmar Jenner*

*Layout: Sabina Kargl-Faustenhammer*

1190 Wien, Gymnasiumstraße 50  
Tel. + Fax: 01/368 60 60  
E-Mail: [info@universitas.org](mailto:info@universitas.org)  
Website: [www.universitas.org](http://www.universitas.org)

Das Mitteilungsblatt dient dem Informationsaustausch zwischen den Verbandsmitgliedern.

# DAS GRUSELKABINETT DER ÜBERSETZUNG



*Umlaut-Überfall in Venedig, gesehen von Vera Ribarich*



*Ein rekordverdächtiger Schnappschuss von Margit Hengsberger in Zell am See: so wenig Platz, so viele Fehler!*



*Die Verbote an dieser kroatischen Wasserrutsche haben sich gewaschen, fand Vera Ribarich*



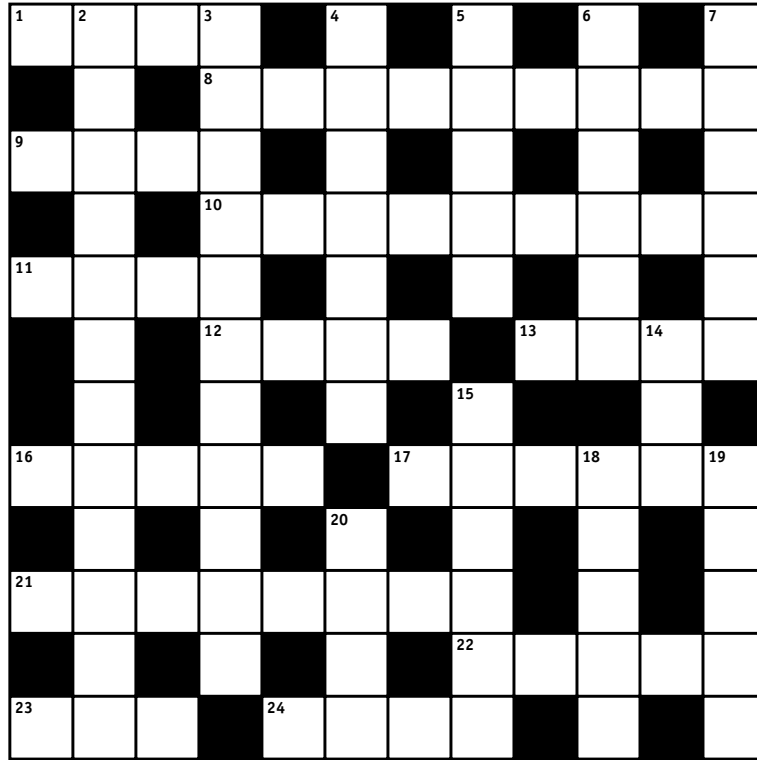
*Das kommt raus, wenn man das Warnschild tunlichst ignoriert...*



*Linguistische Verwirrung: Bekommt man hier Geld oder muss man welches ausgeben? Gesehen beim Riesenrad im Wiener Prater*

# DAS LETZTE

Vera Ribarich



## Waagrecht:

- 1 / Dranbleiben: Faschingsvergnügen, aktuell nur fuß-läufig vorstellbar?
- 8 / Das wird der Leithammel, wenn er „A“ sagt? Oder ein Oberaffe am Anfang vom Schreibkurs?
- 9 / Aus dem Englischen duzenweise verschwundene Anrede
- 10 / ... deck dich: Das Möbel ergänzt Esel und Knüppel einfach märchenhaft
- 11 / Teamchef, rat- und poesielos: „Aufs Ergebnis von dem Heim-/ spiel mach' ich mir kan -“
- 12 / Ein Edenbürtiger, der sich beim Apfelessen wie der erste Mensch anstellte
- 13 / Die Randbemerkung macht der Korrektor zur Selbstkorrektur
- 16 / Gegen-gleich vor spiegeln zu setzen, um Reflexionen zu erreichen
- 17 / In *raetsl*-hafter Manier verschlüsselte Interpretation
- 21 / Was Wiener Weiber traditionell verkauften, sucht auch der Schmähtandler anzubringen
- 22 / Alles hat eines, nur die Wurst hat zwei ...
- 23 / Akr- wie synonyme Verband der Edelfedern
- 24 / Auf spanisch und auch catalán/ tritt er als Nachtmahl auf den Plan

## Senkrecht:

- 2 / Nach Abschluss der Vorrunde: Endspiel um ein Gläschen?
- 3 / Bild mit Ton? Muss zum Œuvre des Onomatopoeeten gehören!
- 4 / Über ihn äußern sich recht Gläubige höchst abfällig(!)
- 5 / Tierisch als frech bekannt, im zweiten Fall Decke
- 6 / For so ein Movie braucht's keine Synchronstimme
- 7 / Waldviertler Weisheit: „Ein Streit in Schrems, der lohnt sich nit,/ denn dort beißt du auf -“
- 14 / Nach opas Abgang ist Geld, was bleibt vom Kontinent
- 15 / Textliche Feinbearbeitung in Ausbrechermanier
- 18 / Anders gesagt, *made in A*: Ihn liebte man nicht nur im Mozartjahr
- 19 / Ein Komplexionsfrage: Den Fond dafür gibts nicht in der Bank?
- 20 / Hier findest du feine Gesellschaft im Musikantenstadel

Lösung des Kreuzworträtsels aus Ausgabe 01/08:



**Redaktionsschluss der nächsten Ausgabe:**

1. August 2008