



From the Selected Works of Uwe Muegge

January 26, 2023

Nicht aller Anfang ist schwer

Uwe Muegge



This work is licensed under a [Creative Commons CC BY-NC-ND International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



Available at: https://works.bepress.com/uwe_muegge/146/



ILLUSTRATION CSH / Adobe Stock

Nicht aller Anfang ist schwer

Ein Terminologieprojekt kann mit kleinem Budget und ohne großen Ressourceneinsatz gelingen. Entscheidend dafür ist vielmehr, wie eine Technische Redaktion das Projekt plant, welche Partner beteiligt sind und wie sie es kommuniziert.

TEXT *Uwe Muegge*

Die Empfehlungen in diesem Artikel sind vorrangig für Personen gedacht, die sich erste Gedanken über die Terminologieverwaltung in ihrem Unternehmen machen. Sie er-

fahren, wie sie eine qualitativ hochwertige Terminologiedatenbank erstellen, ohne dabei typische Anfängerfehler zu machen.

Das gehört in die Datenbank

Begriffe, die eng mit Produkten und Dienstleistungen eines Unternehmens verbunden sind, zählen zum Kernbestand einer Terminologiedatenbank. Das muss nicht erst erklärt werden. Genauso wichtig ist es, die (Wort-) Marken des Unternehmens in der Datenbank zu erfassen, und zwar aus folgenden Gründen: Marken sind ein wichtiger Bestandteil des geistigen Eigentums eines Unternehmens und stellen einen Wettbewerbsvorteil dar. Deshalb sollte eine Technische Redaktion Markennamen konsequent >



Uwe Muegge ist ein international bekannter Experte für übersetzungsorientierte Terminologiearbeit. Er hat in zahlreichen Großunternehmen die Terminologieverwaltung aufgebaut und geleitet, zuletzt bei Facebook in Kalifornien. Daneben hat er über viele Jahre Führungsaufgaben in Übersetzungsunternehmen wahrgenommen, einen Masterstudiengang in Übersetzungs- und Lokalisierungsmanagement geleitet und an verschiedenen internationalen Normungsprojekten im Übersetzungs- und Terminologiebereich mitgearbeitet.

info@muegge.cc

https://works.bepress.com/uwe_muegge/

ABB. 01 Diese Arten von Einträgen sollten in keiner Terminologiedatenbank fehlen.
 QUELLE Uwe Muegge



> in registrierter Form und Schreibweise verwenden. Eine Terminologiedatenbank, die in die Autorenumgebung integriert ist, vereinfacht die Sache. Außerdem sollten Marken nicht nur in einer Terminologiedatenbank verwaltet, sondern auch mit Übersetzungsdienstleistern geteilt werden. So lässt sich vermeiden, dass ein Dienstleister eine Marke versehentlich übersetzt – was ohne durchgängiges Terminologiemanagement leider vorkommt.

Eine weitere Art von Einträgen, die in keiner Terminologiedatenbank eines Unternehmens fehlen sollte, sind Mottos und Slogans. Auch hier steht der Kern der Marke im Mittelpunkt. Deshalb sollten sowohl langlebige Slogans in die Datenbank aufgenommen werden als auch solche, die nur einmalig verwendet wurden, etwa für eine Messe.

Schließlich noch eine Eintragsart, die einen großen Effekt auf die Textqualität hat. Gemeint sind unerwünschte (abgelehnte bzw. veraltete) Begriffe. Fehlen diese Einträge und werden sie daher bei der Suche nicht angezeigt, dann kann sie die Technische Redaktion fälschlicherweise als erlaubt einstufen.

Abbildung 01 fasst die drei Eintragsarten zusammen, auf die es ankommt.

Ein weiterer Grund, unerwünschte Begriffe in die Datenbank aufzunehmen, ist die automatische Terminologie- und Stilprüfung. Mit diesen Einträgen funktioniert die Prüfung effektiver. Beim Einsatz eines Programms zur Sprachprüfung bzw. Autorenunterstützung (etwa Acrolinx, Congree oder HyperSTE) entfällt nämlich das manuelle und zeitintensive Suchen in der Terminologiedatenbank. Stattdessen werden Texte wie gewohnt erstellt und dann automatisch auf Einhaltung der terminolo-

gischen Vorgaben geprüft. Die Software findet und markiert unerwünschte Begriffe und schlägt automatisch den bevorzugten Begriff vor. So können nicht nur neue Texte schneller erstellt und redaktionell bearbeitet werden. Es lassen sich auch bestehende Inhalte schnell und effizient auf den neuesten Stand bringen.

Hilfe bei der Terminologieextraktion

Niemand möchte die eigene knappe Zeit und schon gar nicht die von anderen Personen im Unternehmen verschwenden. Etwa mit dem Erstellen terminologischer Einträge, die nichts mit den aktuellen Inhalten zu tun haben.

Es gibt eine einfache Methode, sich bei knappen Ressourcen auf die wichtigsten Begriffe zu konzentrieren: die Analyse von Verkaufs-/Umsatzzahlen. Diese helfen, die Bestseller im Unternehmen zu ermitteln und darauf basierend eine Sammlung von Texten zu erstellen, aus denen dann Terminologie extrahiert wird.

Ein ebenso effektiver wie unkomplizierter Ansatz ist der, anhand der Web-Analytics-Daten der Unternehmenswebsite die populärsten Seiten zu ermitteln und dann die Priorität bei der Terminologieextraktion entsprechend dem Analytics-Rang der Seiten festzulegen. Mit beiden Verfahren können Sie sicherstellen, dass zuerst die Begriffe extrahiert werden, die für Kundinnen und Kunden am wichtigsten sind.

Dabei sollten Sie auch sicherstellen, dass Sie alle Textsorten abdecken, die für das jeweilige Produkt oder Projekt wichtig sind. Das bedeutet, dass Sie Terminologie etwa aus Produktbeschreibungen, Online-Hilfen, E-Learning-Kursen, Software-Strings extrahieren sollten.

Unter dem Gesichtspunkt der Relevanz ist es wichtig, dass Sie Terminologie aus aktuellen Texten und Dokumenten extrahieren. Wo genau die Grenze zwischen aktuellem und veraltetem Material liegt, ist eine Ermessensfrage. Je nach Branchenzugehörigkeit unterscheiden sich die Antworten. In Unternehmen der Informationstechnik, wo kurze bzw. kontinuierliche Entwicklungszyklen heute die Norm sind, sind sechs Monate ein guter Richtwert für die Textaktualität. Im Maschinenbau, wo Produkte eine längere Lebensdauer haben, können Dokumente relevant sein, die ein Jahr oder älter sind.

Das Erstellen von Textsammlungen für die Terminologieextraktion ist dann in der Regel relativ einfach. Vorausgesetzt, im Unternehmen wird ein Content-Management-System oder ein Digital-Asset-Management-System verwendet. Dann müssen Sie lediglich Filter für Textsorte und Erstellungszeitraum festlegen. Die entsprechenden Dokumente können Sie dann in einen Ordner exportieren.

Je nach Umfang der Textsammlung wird die Methodik für die Terminologieextraktion gewählt. Kleine Textbestände lassen sich manuell bearbeiten; sind jedoch Hunderte oder gar Tausende Dokumente vorhanden, führt an der softwaregestützten Terminologieextraktion kein Weg vorbei. Besonders leistungsfähig sind in dieser Beziehung ebenfalls Systeme zur Autorenunterstützung (wie Acrolinx und Congree).

Arbeiten im Team

Es kann genauso schwer sein, die Frage zu beantworten, wer die eigentliche Arbeit beim Aufbau einer Terminologiedatenbank leisten soll, wie die Problematik von Inhalten und Prozessen zu lösen. Um es klar zu sagen: Der Aufbau einer Terminologiedatenbank ist ein strategisches Projekt, das ein Team von Mitarbeitenden für Wochen und Monate in Anspruch nehmen kann.

Welche Optionen gibt es, wenn intern die entsprechenden Ressourcen fehlen? Wenn die hausinterne Technische Redaktion mit einem Dienstleister für Technische Kommunikation zusammenarbeitet, könnte dieser ein guter Kandidat für den Aufbau der Datenbank sein. Bei einer derartigen Partnerschaft müsste keine Zeit investiert werden, Produkte zu erklären. Außerdem dürften der Zugang zu den für den Aufbau der Terminologiedatenbank benötigten Texten und andere Ressourcen bereits bestehen. Und das Beste: Häufig haben Unternehmen, die Technische Dokumentation als Dienstleistung anbieten, für ihre Kunden bereits ein internes Glossar erstellt. Es kann als

Grundlage für die Datenbank dienen und die Aufbauphase des Projekts mit ziemlicher Sicherheit erheblich verkürzen.

Ähnliches gilt, wenn über Jahre hinweg mit denselben Übersetzungsdienstleistern zusammengearbeitet wird. Denn Übersetzerinnen und Übersetzer, die kontinuierlich an Übersetzungsprojekten arbeiten, sollten ebenfalls über gute Produktkenntnisse verfügen. Außerdem bestehen zwei große Vorteile, wenn ein Übersetzungsdienstleister in den Aufbau der Datenbank eingebunden wird: Erstens sind Übersetzungsfachleute mit Terminologiedatenbanken bestens vertraut, da sie diese täglich verwenden. Und zweitens können Übersetzungsdienstleister eine Terminologiedatenbank von Anfang an mehrsprachig erstellen. Genau wie ein Dienstleister für Technische Kommunikation verfügt eine Übersetzungsagentur möglicherweise bereits über ein einfaches Wörterbuch für die Kunden, auf dem sich aufbauen lässt.

Schließlich die naheliegendste Lösung des Personalproblems: die Beauftragung bzw. Beschäftigung von Terminologiefachleuten. Die Zusammenarbeit mit Spezialisten für die Terminologiearbeit hat eine Reihe von Vorteilen. So können Terminologiefachleute die Personen im Unternehmen anleiten und beraten, die direkt mit dem Aufbau der Datenbank zu tun haben. Ebenso wichtig: Terminologinnen und Terminologen können alle Personen im Unternehmen sowie bei externen Dienstleistern so schulen, dass die Terminologiedatenbank nach ihrer Einführung auch zweckmäßig

genutzt wird. Gerade dieser Aspekt macht die Arbeit mit qualifizierten Terminologiefachleuten besonders wertvoll.

Am Anfang ans Ende denken

Eine Frage, die früh bei der Einführung jeder strategischen Ressource gestellt werden sollte, ist: Wie können die Mitarbeitenden im Unternehmen dazu gebracht werden, die neue Technologie nach deren Verfügbarkeit im Berufsalltag tatsächlich anzuwenden?

Im Idealfall wird der Wunsch geweckt, die Terminologiedatenbank möglichst bald selbst einzusetzen.

Einige Strategien helfen, die Akzeptanz von Terminologieressourcen im Unternehmen zu erhöhen.

An erster Stelle steht die Entwicklung eines Kommunikationsplans. Der Plan ist ein Dokument, wie das Projektteam (besser noch: das Unternehmensmanagement) die Technische Redaktion und alle anderen Mitarbeitenden über die Einführung der Terminologiedatenbank informiert.

Der Plan legt fest, was wie wann und von wem kommuniziert wird. Meiner Erfahrung nach ist es am effektivsten, wenn zunächst die Vorteile herausgestellt werden, die die Benutzung einer Terminologiedatenbank mit sich bringt. Die Vorteile können zum Beispiel sein, wie diese Ressource das Erreichen von Unternehmens-, Abteilungs- und individuellen Zielvorgaben (etwa Steigerung der Textkonsistenz/-verständlichkeit, Usability, Reduzierung von (Übersetzungs-) Kosten, Verkürzung von Redaktions-, Übersetzungs- und Markteinführungszeiten) fördert bzw. erleichtert. Später kann dann mit Statusberichten und Erfolgsmeldungen von Pilotprojekten zumindest das Interesse am Terminologieprojekt aufrechterhalten werden. Im Idealfall wird der Wunsch geweckt, die Terminologiedatenbank möglichst bald selbst einzusetzen.

Beim Wort „Kommunikationsplan“ denken viele zunächst an Newsletter und E-Mail-Kampagnen. Einer der effektivsten Kommunikationskanäle ist aber ein ganz anderer: die Präsentation während eines Teammeetings. In dieser Umgebung ist es viel einfacher, die ungeteilte Aufmerksamkeit der Mitarbeitenden zu bekommen. Und auf der Tagesordnung zu stehen, unterstreicht die Tatsache, dass das Terminologieprojekt eine wichtige strategische Angelegenheit ist und bald Realität wird. Bei einer (idealerweise persönlichen) Anwesenheit im Raum ist es viel wahrscheinlicher, dass Fragen gestellt und beantwortet werden können, so dass Vorbehalte gegenüber dem Terminologieprojekt verschwinden. >

ZINDEL
Technische Dokumentation

**Neues Jahr, neuer Job?
Wir stellen ein!**



> Das Gleiche gilt für abteilungs- oder sogar unternehmensweite Veranstaltungen. Eine Präsentation in größerem Rahmen ist besonders hilfreich, wenn die Terminologiedatenbank kurz vor der Einführung steht und es bereits erste Erfolge aus Pilotprojekten zu berichten gibt.

Verbindungen knüpfen

Es empfiehlt sich, die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen auszuloten. Auch außerhalb von Technischer Redaktion und Übersetzungsabteilung sind Fachbereiche vorhanden, insbesondere in großen Organisationen, die Interesse an einer konsistenten Unternehmenssprache haben: Marketing, insbesondere Markenmanagement; Unternehmenskommunikation; Rechtsabteilung, insbesondere Patentrecht; sowie in Unternehmen der Medizin- und Pharmatechnik die Abteilung für Regulatory Affairs – um nur einige Beispiele zu nennen.

Einen Überblick über Strategien, um die Akzeptanz einer Terminologiedatenbank zu erhöhen, zeigt Abbildung 02.

Der Aufbau strategischer Allianzen und Partnerschaften mit möglichst vielen etablierten und angesehenen Abteilungen kann die Einführung einer Terminologiedatenbank erleichtern. Strategische Partner können zum Beispiel dabei helfen, Teilnehmende an Pilotprojekten zu finden. Bei diesen Projekten, die möglichst frühzeitig während der Einführung stattfinden sollten, setzen einzelne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder besser noch ganz Teams eine auf das jeweilige Projekt zugeschnittene Version der Terminologiedatenbank bei ihrer täglichen Arbeit ein.

Die Projektleitung sollte bei der Betreuung des Pilotprojekts zumindest einzelne

Aspekte ermitteln, die den Nutzen der Terminologiedatenbank verdeutlichen. Etwa dass die Datenbank dabei geholfen hat, Projekt- oder sogar Quartals- und übergeordnete Geschäftsziele zu erreichen. Diese Erfolge im Unternehmen zu kommunizieren, ist eine ausgesprochen effektive Methode, die Mitarbeitenden nicht nur auf die Einführung vorzubereiten, sondern Begeisterung zu wecken. Das Ziel der verschiedenen Pilotprojekte ist, neben der Optimierung von Technologie und Prozessen, dass es am Tag der Einführung mehr Personen im Unternehmen gibt, die der Terminologiedatenbank entweder positiv oder zumindest neutral gegenüberstehen, als Personen, die keine Veränderung ihrer Arbeitsabläufe wünschen.

Der letzte strategische Punkt, der die Einführung und Akzeptanz einer Terminologiedatenbank unterstützen und erleichtern kann, sind Schulungsmaßnahmen. Um es gleich vorwegzunehmen: Eine effiziente Einführung in die Benutzung einer Terminologiedatenbank für die Technische Redaktion kann eine relativ kurze und entspannte Angelegenheit sein. Je nachdem, ob die Kolleginnen und Kollegen nur Texte terminologisch prüfen oder auch Vorschläge für neue Einträge oder auch Vorschläge für neue Definitionen erstellen sollen, ist eine Kurzeinführung von 20 bis 40 Minuten ein guter Richtwert.

Das heißt aber nicht, dass diese Schulungen nebenbei erledigt werden sollten. Im Gegenteil, unterschiedliche Menschen haben unterschiedliche Lernstile. Die Empfehlung lautet, die Lerninhalte diesem Umstand anzupassen und die Angebote zu erweitern: traditioneller Präsenzunterricht, online abrufbar als Schulungsvideo sowie als textbasiertes E-Learning-Modul.

Für Schulungen im Präsenzmodus nochmals der Hinweis auf Teammeetings, denn selbst bei vollen Terminkalendern und knappen Projektplänen kann auf diesem Weg kurzfristig und effektiv geschult werden.

Und was, wenn es nach der Schulung Fragen zur Benutzung der Terminologiedatenbank gibt? Das könnte problematisch sein, denn sobald die Terminologiedatenbank live ist, sind Terminologiefachleute meist voll und ganz damit beschäftigt, neue Einträge zu erstellen. Daher gilt es, den Zeitaufwand zu minimieren, um Supportanfragen zu beantworten. Vorab hilft es:

1. Aus den Schulungsmaterialien eine Wissensdatenbank zu erstellen und diese auf der Website für den Terminologie-Support so zu verlinken, dass sie bei Bedarf leicht gefunden werden kann.
2. Für Mitarbeitende, die ein persönliches Gespräch dem Besuch einer Website vorziehen, empfiehlt es sich, eine regelmäßige Terminologiesprechstunde anzubieten (zum Beispiel eine Stunde pro Woche; Ratsuchende können sich jeweils 15 Minuten reservieren).
3. Tritt ein neuer Supportfall auf, dann sollte auf der Website zur Terminologiedatenbank zügig das Problem und die Lösung dargestellt werden. Eine Wissensdatenbank, die stets auf dem neuesten Stand ist, kann allen Beteiligten viel Zeit (und Kummer) ersparen. ☁

LITERATUR ZUM WEITERLESEN

- [1] Hennig, Jörg; Heuer-James, Jens-Uwe; Tjarks-Sobhani, Marita (2016): *Terminologiarbeit für Technische Dokumentation*. Stuttgart: tcworld GmbH.
- [2] Schmitz, Klaus-Dirk; Straub, Daniela; Michael, Jörg (2016): *Erfolgreiches Terminologiemanagement im Unternehmen: Grundlage, Umsetzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Systemübersicht*. Stuttgart: tcworld GmbH.

ABB. 02 Strategien, die die Einführung einer Terminologiedatenbank erleichtern.

QUELLE Uwe Muegge

