



Interview

AUF DIE RICHTIGEN WORTE KOMMT ES AN!

Aus der Arbeit eines Übersetzungsbüros und welchen Nutzen deren Auftraggeber davon haben

// ADRIAN PETER, INHABER, USG ÜBERSETZUNGS-SERVICE AG, ITTINGEN (BERN), SCHWEIZ

„Ohne Mensch und das menschliche Hirn wird es nie eine wirklich gute maschinelle Übersetzung geben.“

// „Wenn Texte zum Übersetzen Maschinen überlassen werden, kann das Ergebnis fatal sein“, so die Meinung von Adrian Peter, Inhaber der renommierten USG Übersetzungs-Service AG mit 100 Übersetzern für 33 Weltsprachen. Indukom erfuhr von dem ehemaligen Werbetexter und Creativ Director einer großen, internationalen Agentur, welche Vorteile die 'manuelle' Übersetzung für Texte aus dem Businessbereich mit sich bringt. Hier geht es um viel mehr als um den Transfer von Wörtern in eine andere Sprache!

Indukom Elektronische Übersetzungssysteme gibt es heute sogar bei Lebensmittel-discountern zu Schleuderpreisen zu kaufen. Der kostenlose Online-Übersetzungsservice von Google übersetzt sofort Texte und Webseiten in über 40 Sprachen von Albanisch, Hindi, Tagalog bis hin zu Vietnamesisch. Ist da ein Übersetzungsbüro, wie Sie es betreiben, nicht überflüssig?

Peter Aber nein doch. Elektronische Übersetzungsmaschinen produzieren meistens nur Unsinn. Jeder von uns hat doch sicherlich schon einmal eine Bedienungs-

anleitung in der Hand gehalten, bei der der ins Deutsche übersetzte Text zum Teil total unverständlich war. Und denken Sie an die vielen lustigen Übersetzungssirrtümer (siehe angeführte Beispiele). Sicher wird uns irgendwann einmal der Computer auf dem Gebiet des Übersetzens mehr abnehmen können als heute. Eine 'korrekte' Übersetzung braucht immer Mensch und Maschine in Interaktion. Übersetzen heißt, Sprache und Kontexte umfassend verstehen und nicht einfach nur so im Wörterbuch nachschlagen. Unsere Übersetzer kennen die Tücken der maschinellen Übersetzung

und haben für Sprachtüdelidü und Gagsprache kein Gehör.

Indukom Ihr Übersetzungsbüro arbeitet ohne elektronische Unterstützung?

Peter Seit 30 Jahren schon arbeiten wir mit 100 Übersetzern. Wir sind in der Lage, Übersetzungsaufträge für 33 Welt-sprachen anzunehmen – ohne Maschinen, dafür mit Esprit und einem CAT-Tool (Computer Aided Translation). Dieses Tool erkennt vor allem, was wir für welchen Kunden schon einmal übersetzt haben und welche Vorlieben dieser hat – ob es 'Innenliegende Sechskantschraube', 'Madenschraube' oder 'Inbusschraube' heißen muss.

Indukom Es gibt Texte, die man manchmal auch dann nicht versteht, wenn sie in der Muttersprache verfasst sind. Wie gehen Sie mit solchen Aufträgen um?

Peter Gerade für Übersetzungen aus dem Technologiesektor, dem Banken- und Versicherungswesen setzen wir Übersetzer ein, die zusätzlich Kenntnisse über die entsprechende Branche haben. Den Wert eines Textes erkennt man oft erst, wenn dieser übersetzt werden soll. Hier wird ersichtlich, wie unsorgfältig die meisten Menschen denken und schreiben. Unsere Aufgabe besteht u.a. darin, die Originaltexte zu verbessern. Unser grundsätzliches Ziel ist es, mit der Übersetzung besser zu sein als das Original.

Stellengesuch

Senior-Marketing-Profi

mit signifikanten Erfahrungen und Erfolgen
im Marketing und in der Marken-Positionierung

Diplom-Wirtschafts-Ingenieur / Anfang 40 / Kommunikativer Teamplayer / 15 Jahre Erfahrung im strategischen und operativen B2B-Marketing / Belastbar und stressresistent / Stark in der Koordination zwischen Produktmanagement, Vertrieb und Marketing / Zuletzt Bereichsleitung Internationales Marketing bei einem inhabergeführten Großunternehmen im Bereich Elektrotechnik und IT / Fünf Jahre Marketingführungsfunktion in der Bauzulieferindustrie bei namhaftem, weltweit tätigem Unternehmen / Spezialist für die operative Steuerung weltweiter Kampagnen in den Zielgruppen

Industrie, Handel, Handwerk, Direktgeschäft / Budgetverantwortung im zweistelligen Millionen-Bereich / Führungsverantwortung, Motivation und Coaching von 50+ Mitarbeitern fachlich und disziplinarisch lokal und international / Sehr qualifiziert für die Implementierung von Branding und CD-Konzepten / EDV: MS-Office; Lotus Notes, Outlook / Sprachen: Englisch – verhandlungssicher, Spanisch – Schulkenntnisse / Mobil im deutschsprachigen Raum / In Vollzeit, als freier Berater oder Interim

Angebote unter Chiffre Indukom 090301

Indukom Sie zerpfücken also erst einmal die Texte? Wie reagieren da Ihre Kunden?

Peter Viele Kunden sind uns dankbar, dass wir ihre Texte redigieren. Manche verlangen sogar diese Arbeit von uns. Die Texte werden oft von verschiedenen Personen in den Unternehmen 'zusammengeschustert'. Darunter leiden Lesefluss und Verständlichkeit. Ich muss hier auch erwähnen, dass 90 Prozent unserer Texte dem 4-Augen-Prinzip unterliegen, das heißt, von einem Zweitübersetzer oder Lektor wird die Arbeit nochmals kontrolliert: auf Vollständigkeit, Orthografie, Interpunktion und Grammatik.

Indukom Ihre Übersetzer übersetzen nur in ihre eigene Muttersprache, sind mit den kulturellen Gepflogenheiten im Zielmarkt

vertraut. Welche Qualifikation benötigt ein guter Übersetzer noch?

Peter Werbetexte und Slogans stellen eine diffizile Textsorte dar, die häufig mit Wortspielen, Sprichwörtern, Metaphern oder anderen sprachlichen Mitteln bestückt sind, die nur in der Originalsprache funktionieren. Wer diese Texte in eine Fremdsprache übertragen will, braucht neben genauen Kenntnissen der Ausgangs- und Zielsprache viel Fingerspitzengefühl. Einer unserer Kunden wollte mit dem Slogan werben, dass man bei ihm den 'Bärenhunger stillen' kann. Wer daraus im Italienischen einen 'fame di orso' macht, wird feststellen, dass ihn niemand versteht. Italiener kennen nur den 'fame di lupo', den Wolfshunger. Weil es zu teuer gewesen wäre, mit zwei verschiedenen Bildsujets zu arbeiten,

entschied sich der Kunde dann auch im Deutschen mit 'Wolfshunger' zu werben. Wir beschäftigen zudem vier Werbetexter, die statt 'nur' Wörter zu übersetzen, Ideen zwischen Sprachen übertragen.

Indukom Vor 30 Jahren haben Sie die USG in Bern gegründet. Fünf Jahre später eröffneten Sie Zweigstellen Ihres Übersetzungsbüros in Zürich und Genf. Vor kurzem erst gründeten Sie ein neues Büro in der Autostadt Stuttgart. Kein einfaches Unterfangen in dieser Zeit.

Peter Ja, natürlich. Dennoch: 1979 sind wir auch mitten in einer Wirtschaftsdepression gestartet, und es lief gut. Es ist gar nicht so schlecht, dann Vollgas zu geben, wenn alle anderen auf die Bremse treten. (cr)

PARAMETER FÜR MASCHINELLE ÜBERSETZUNGEN

Maschinelle Übersetzung versus 'Handarbeit' durch ein Übersetzungsbüro // Adrian Peter's Parameter für maschinelle Übersetzungen:

1. Schnelligkeit:

Die ist unabdingbar bei den verarbeiteten großen Textmengen. Zugegeben, da ist die Maschine schneller!

2. Präzision oder Korrektheit:

Was nützt aber das schnellste Verfahren, wenn es falsche Ergebnisse liefert?

3. Vollständigkeit:

Grammatik, Orthographie und Interpunktion werden nur am Rande berücksichtigt und oft bleibt der Sinn der Maschinenübersetzung kryptisch.

ÜBERSETZUNGSIRRTÜMER

Tod in Japan: Der Name des berühmten Kaffeerösters Tchibo heißt auf Japanisch 'Tod'! Kein guter Anreiz für die Konsumenten, diese Bohnen zu kaufen.

Ähnlich erging es Persil in Frankreich...

Wie aus Persil 'Le Chat' wurde: Weil 'Persil' auf Französisch schlicht 'Petersilie' heißt, wurde das bekannte Waschmittel in Frankreich umbenannt und unter dem Namen 'Le Chat' vertrieben.

Bleiben wir gleich bei den Gewürzen...

Porsche Cayenne scheiterte – ebenfalls in Frankreich – mit diesem Namen, denn der feurige Cayenne ist Namensvetter des berühmtesten Arbeitslagers Cayenne in Französisch-Guayana.