

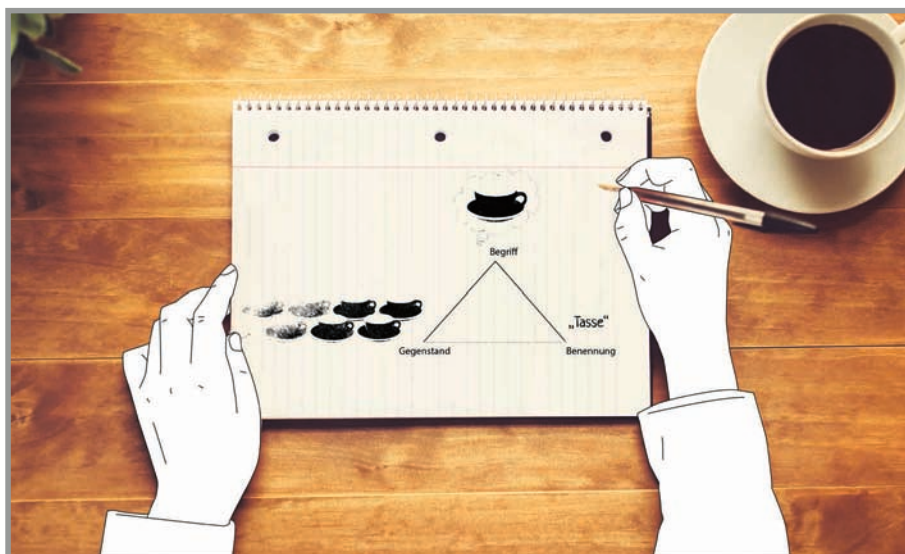


ILLUSTRATION CSH / Adobe Stock

Jonglieren und netzwerken

Welche Kompetenzen zeichnen eine Terminologin oder einen Terminologen aus? Im Termcafé Anfang Oktober 2021 zeichnete sich im Rahmen des Themas „Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen“ ab, dass es nicht nur auf die terminologischen Fachkenntnisse ankommt.

TEXT David Bodensohn, Beate Fröh und Markus Nickl

Will man unternehmensweite Terminologieprozesse einführen, dann bringt die Terminologie oft Abteilungen an den Tisch, die vorher nichts miteinander zu tun hatten. Und plötzlich sitzen Leute in (virtuellen) Besprechungen, die bisher noch nie zusammengearbeitet haben. Denn Terminologiemanagement im Unternehmen ist in der Regel ein interdisziplinäres Thema.

Wer hätte gedacht, dass die Arbeit als Terminologe oder als Terminologiemanager ein Job sein kann, der im Laufe der Zeit unternehmens- bzw. bei entsprechend großen Unternehmen ein konzernweites Netzwerk der Zusammenarbeit nach sich zieht und die Terminologie somit bestens mit den verschiedensten Abteilungen und Firmenbereichen vernetzt. Warum ist die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen so wichtig? Warum kann man Terminologie nicht für sich allein im stillen Kämmerlein abstimmen?

Es gibt verschiedene Gründe bei der Terminologiearbeit, warum Ansprechpartner in anderen Abteilungen bzw. Geschäftsbereichen notwendig sind. Zumindest anfangs ist der Terminologe nicht so fachlich bewandert wie ein Fachexperte, und es bedarf daher bei bestimmten Begriffen und fachlichen Klärungen an Expertenwissen, das der Terminologe einholen muss. Oder die Workflows sind so konzipiert, dass Definitionen und Begriffe designierter Fachexperten geprüft und freigegeben werden müssen. Diese Personen müssen allerdings gefunden und geschult werden.

In Bewegung bleiben

Damit wird auch mit der Mär aufgeräumt, dass Terminologen Einzelkämpfer seien. Nein, Terminologen und insbesondere Fachleute für Terminologiemanagement sind wie Projektleiter mit Jongleuren zu vergleichen: Sie können mehrere Bälle gleich-

zeitig in der Luft halten. Zwischendurch geben sie einen Ball an einen Partner ab und nehmen ihn dann wieder zurück, mancher Ball fällt auch auf den Boden.

Um diese Aufgaben zu erfüllen, müssen Terminologen viele Fähigkeiten haben. Dazu gehören neben den fachlichen Kompetenzen und Sprachkenntnissen Soft Skills, insbesondere soziale Kompetenzen wie Team-, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit. Somit entsprechen die Anforderungen an Terminologen auch denen an Berater bzw. Projektleiter. Allerdings mit dem Unterschied, dass das Produkt, das entwickelt und bereitgestellt wird, eben ein wenig anders aussieht. Sehen wir uns in den folgenden Abschnitten drei Anwendungsfälle an, die auf eine Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen angewiesen sind:

- Einführung Terminologiemanagement
- Nutzung der Terminologiedatenbank erwirken
- Terminologieabstimmung

Ein System einführen

Will man Terminologiearbeit nachhaltig und unternehmensweit ausrollen, benötigt man neben einem langen Atem ein ausreichendes Budget. Denn Terminologiearbeit – richtig gemacht – ist, wie viele bestätigen können, kein günstiges Unterfangen. Am besten holt man sich die Verbündeten bzw. wichtige Projektpartner mit ins Boot, um die Kosten auf eine breite Basis zu verteilen. Um die richtigen Partner zu gewinnen, kann man sich zum Beispiel der Stakeholder-Analyse bedienen, ein Instrument aus dem Projektmanagement.

Ist der erste Schritt geschafft, dann muss man bei einer erfolgreichen Einführung von Terminologiearbeit für Aufmerksamkeit sorgen bzw. die Terminologie sichtbar und zugänglich machen. Dies kann in verschiedener Weise erfolgen: Gespräche mit Zielgruppen, Überzeugung der Geschäftsleitung oder Feedback durch Code-Review mit der Software-Entwicklung. Auch das Thema „Gamification“ kann zum Zauberwort werden: Man nutzt das Intranet für Suchspiele, verlost Preise, veröffentlicht die Benennung der Woche und erzeugt damit Aufmerksamkeit und damit möglicherweise auch Nachfrage bei potenziellen internen Neukunden von Terminologiearbeit.

Beziehungen flechten

Die Terminologieabstimmung bzw. die Freigabe von Begriffen und ihren Benennungen finden oft im Rahmen eines Terminologiezirkels statt (in manchen Unternehmen auch als Terminologiekreis bezeichnet). Da- >

> bei handelt es sich um eine Gruppe ausgewählter Experten (Fach- oder Sprachexperten), mit denen bestimmte Schlüsselbegriffe oder strittige Begriffe und ihre Benennungen oder auch Benennungsbildungsregeln abgestimmt werden und die an der Freigabe beteiligt sind.

Wichtig sind für Terminologinnen und Terminologen neben den internen auch externe Fach- und Sprachexperten. Und so kommt es, dass sie nicht nur am Standort selbst gut vernetzt sind, sondern teilweise weltweit innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Zu den internen Experten, mit denen Fachfragen geklärt werden, gehören neben Produktmanagern auch Projektleiter dazu sowie Fachleute für Terminologie, etwa

aus Bereichen wie Produktentwicklung, Elektronikentwicklung und Werkstoffforschung. Hinzu kommen Praktiker wie Anwendungs- oder Servicetechniker. Allein schon, um dafür die entsprechenden Fachleute zu gewinnen, sind im Vorfeld viel Überzeugungsarbeit und Lobbying notwendig.

International aufbauen

Nicht zu vergessen sind die in der Terminologie als fremdsprachige Äquivalente bezeichneten Übersetzungen der gangssprachigen Benennungen. Fachlich geeignete Sprachexperten, zumeist Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausländischer Vertriebsgesellschaften oder externe Übersetzer, werden in die Bereitstellung und/

oder Freigabe von Übersetzungen eingebunden. Dieses Netzwerk an nationalen und internationalen Fach- und Sprachexperten muss nach und nach aufgebaut werden, und es ist die Aufgabe des Terminologen oder des Terminologiemasters (je nach Größe der Organisation), die richtigen Personen zu versammeln, sie zu schulen und in die Prozesse einzubinden.

Weiterhin gehören zum Terminologienetzwerk alle Antragsteller und Auftraggeber. Damit gemeint sind Mitarbeitende, die entweder Wert auf abgestimmte Terminologie legen, wie zum Beispiel das Stammdatenmanagement, oder alle Personen, die auf eine abgestimmte Terminologie zurückgreifen müssen. Dazu zählen die Technische Redaktion und die Übersetzung. Und nachdem in vielen Unternehmen das Wissensmanagement und damit verbundene Technologien an Bedeutung gewinnen, kommen weitere Auftraggeber, Sparringspartner und Zielgruppen von Terminologearbeit hinzu. Kaum ein Bereich oder auch eine Abteilung, die bei unternehmensweiter Terminologearbeit letztlich nicht zum Netzwerk von Terminologinnen und Terminologen gehört. Eine Menge Bälle also, die es zu jonglieren gilt. 🏀

Terminologie für Anfänger und Experten

Das Termcafé ist eine kostenfreie Veranstaltungsreihe für Terminologie-Interessierte aller Richtungen, insbesondere auch für Technische Redakteure und Redakteurinnen. Sie wurde im September 2020 von Beate Fröh (Büro b3), Markus Nickl (doctima GmbH) und David Bodensohn (itl AG) ins Leben gerufen. In lockerer Kaffeehausatmosphäre wird gemeinsam über Fragen aus der Terminologiepraxis gesprochen. Derzeit finden die Veranstaltungen digital statt. <https://www.termcafe.de/>



Mal was Ordentliches einheimsen?

Einreichen. Gewinnen. Profitieren.



Anmeldeschluss:
29. April 2022

www.dokupreis.de