

# Wozu ein eigener Leitfaden?

Kaum eine Technische Redaktion verzichtet auf einen Redaktionsleitfaden. Neben Gestaltungsvorgaben enthält dieser Anhaltspunkte für Schreibweisen, die erlaubt oder verboten sind. Ist es daher sinnvoll, einen weiteren Leitfaden einzuführen, etwa für Terminologie?

TEXT *David Bodensohn, Beate Früh* UND *Markus Nickl*

Leitfäden sind so eine Sache: Gebraucht werden sie immer nur dann, wenn die anderen sich nicht daran halten. Denn selbst macht man ja immer alles richtig – meistens zumindest. Und für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Team wäre der Leitfaden ebenfalls sinnvoll, wenn halt einer da wäre.

Als wir vor einiger Zeit im TermCafé ganz offen über die ungeliebten Leitfäden gesprochen haben, war eines schnell klar: Terminologie-Leitfäden sind eine wichtige Säule der Terminologiearbeit. Ohne Leitfaden herrscht schnell Chaos im Terminologieprozess. Mal abgesehen davon, dass ein guter Leitfaden auch eine Menge Zeit spart, zum Beispiel wenn es um die Abstimmung von verschiedenen Termkandidaten geht.

## Was heißt das konkret?

Was also macht einen guten Terminologie-Leitfaden aus? Zunächst ähnelt er den gängigen Leitfäden, die wir aus der Technischen Redaktion kennen. In einigen Bereichen, zum Beispiel bei den Wortregeln und Schreibweisen, gibt es sogar deutliche inhaltliche Überlappungen. Denn letztlich regelt der Terminologie-Leitfaden, wie ein Unternehmen

mit standardisierten Wörtern umgeht. Das beginnt bei der Schreibung der Produktnamen, geht weiter über Benennungsmuster für neu erstellte Begriffe und endet noch lange nicht bei den Kriterien für die Auswahl einer Vorzugsbenennung. Ein Leitfaden sollte den Nutzerinnen und Nutzern eine Idee davon geben, wie der Terminologieprozess im Unternehmen aussieht, welche Quellen für die Normierung von Begriffen relevant sind (zum Beispiel DIN-Normen, Branchen-Taxonomien, tekomp-Leitlinien) und aus welchen Texten die Termkandidaten gewonnen werden.

## Wie funktioniert die Umsetzung?

Vielleicht denken Sie sich bereits, dass das eine ganze Menge Information ist und dass sich das im Alltag kaum umsetzen lässt. Sicherlich haben Sie recht. Wichtig ist, dass der Terminologie-Leitfaden einer Technischen Redaktion auch wirklich hilft, ihre Arbeit zu erledigen. Statt eines Maximalleitfadens ist es deshalb allemal besser, mit einer schlanken Version anzufangen, die die wichtigsten Problemfälle abdeckt. Dieser Leitfaden sollte dann aber wirklich helfen, die wesentlichen Entscheidungen einfach zu treffen. Denn mit

der Erstellung des Leitfadens ist nur die halbe Arbeit getan. Er muss auch bei seinen zukünftigen Nutzerinnen und Nutzern bekannt gemacht und auch gelebt werden.

Es ist allemal besser, mit einem schlanken Leitfaden anzufangen.

Dazu muss zunächst klar sein, an wen sich der Styleguide bzw. Leitfaden richtet: Nur an terminologische Fachleute oder an alle Autorinnen und Autoren oder vielleicht sogar an Fachleute, die keine eigenen Texte schreiben. Danach spielt die Form der Veröffentlichung eine wichtige Rolle. Ein kleines Handbuch lässt sich auf dem Heimweg im Bus lesen, als eigene Rubrik auf Sharepoint kann man die Information im Leitfaden aber vielleicht leichter auffinden. Die Frage nach der Publikation lässt sich daher nicht pauschal beantworten. Je nach Nutzergruppen und Verwendungssituation ist eine andere Publikationsform vorzuziehen. Zum Schluss ist auch das interne Marketing für den Terminologie-Leitfaden (wie auch für den ganzen Terminologie-Prozess) wichtig. Auf welchen Plattformen und mit welchen Veranstaltungen kann man dafür sorgen, dass der Leitfaden im Unternehmen bekannt wird?

Wenn der Leitfaden dann bei seiner Zielgruppe bekannt ist, im Alltag verwendet wird und seinen Nutzen bewiesen hat, lässt er sich immer noch erweitern. Als Fazit gilt: Ohne Leitfaden mit der präskriptiven Terminologiearbeit zu beginnen, ist wenig erfolgversprechend. Aber lange auf den großen Wurf zu warten ebenso. ☹

## 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 Früh (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/>

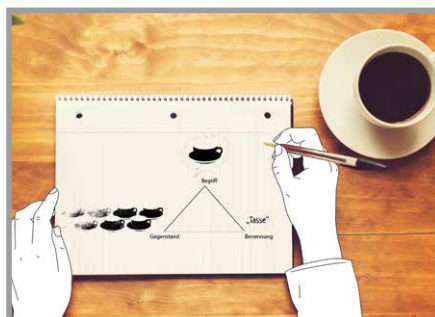


ILLUSTRATION CSH / istock