

ns »publish»

INSIDE

November 2009

PRODUCING
BUSINESS REPORTS
THE EASY WAY



THEMENSCHWERPUNKT

FINANZSCHNITTSTELLE

FINANCE PLUS II

Kosten sparen und ein positives Image aufbauen mit einem Online-Firmenwörterbuch

Der Wert von Investitionen in Firmenterminologie ist grösser als allgemein bekannt. Es handelt sich um gut angelegtes Geld, denn so lassen sich Kosten sparen und das Image fördern.

CLS COMMUNICATION

CLS Communication

Sprachdienstleisterin und Kooperationspartnerin von Multimedia Solutions AG

CLS Communication ist eine international tätige Sprachen- und Technologiedienstleisterin für mehrsprachige Kommunikation (Erstellen und Übersetzen von mehrsprachigen Texten) in den Fokusbereichen Finance, Life Science, Versicherung und Telekommunikation mit Hauptsitz in der Schweiz.



Zusammenarbeit CLS Communication und Multimedia Solutions AG

CLS Communication und Multimedia Solutions AG sind eine Technologiepartnerschaft eingegangen.

Die Kunden von CLS Communication und MMS werden von dieser Partnerschaft gleich mehrfach profitieren, denn komplexe, mehrsprachige Geschäftsberichte, Analystenreports oder andere mehrsprachige Publikationen können dank einer integrierten, systembasierten Abwicklung effizienter produziert werden: Zeitaufwändiges manuelles Nachvollziehen von Änderungen entfällt, die Arbeiten werden rationalisiert und damit profitieren die Kunden von einem Zeit- und Effizienzgewinn.

Während der Stellenwert von mehrsprachiger Kommunikation anerkannt ist und die Texte für Unternehmensmedien von ausgewählten Redaktoren geschrieben werden, hat die mehrsprachige Firmenterminologie einen unklaren Stellenwert. Doch Investitionen lohnen sich! Weshalb?

Eingängige Firmensprache

Es ist eine Binsenwahrheit, dass nur derjenige erfolgreich kommuniziert, der auf die Bedürfnisse seiner Leserinnen und Leser eingeht. Die Botschaft soll das Zielpublikum erreichen und es sollen mehr und zufriedene Kunden gewonnen werden. Aber wie? Meist wird der Hebel bei Stil und Sprache sowie bei Gestaltung und Layout angesetzt. Lesbarkeit und Verständlichkeit zu verbessern ist grundsätzlich der richtige Ansatz. Aber Sprache besteht aus Wörtern. Deshalb trägt eine systematische und konsequente Pflege und Wahl des treffenden Wortes zu einer eingängigen Sprache bei. Was für kurze, einsprachige und durch eine überschaubare Anzahl von Autoren verfasste Publikationen relativ einfach zu bewerkstelligen ist, wird im Bereich von komplexen, mehrsprachigen Publikationen, deren Autoren über alle Kontinente verstreut sind, zur Sisyphusarbeit. Stellen wir uns den Geschäftsbericht eines global tätigen Unternehmens vor: Die Inhalte werden in mehreren Sprachen durch viele Abteilungen und Fachstellen in vielen Ländern geschrieben. Wie ist es möglich, dass trotzdem eine Publikation aus einem Guss entsteht, dass Fachbegriffe durchgängig verwendet und kapitelübergreifend wiedererkannt werden? Indem eine Firma konsequent vorgängig definierte Wörter und Begriffe verwendet und sie ihren Mitarbeitenden zur Verfügung stellt, arbeitet sie aktiv an ihrem einheitlichen Erscheinungsbild und beeinflusst die Wirkung der Kommunikation positiv.

Kosten sparen und etwas für das Image tun

Die Lösung ist ein elektronisches Wörterbuch, das genau auf die Bedürfnisse der Firma abgestimmt ist. Dabei werden zuerst die Anforderungen definiert: Einerseits muss diese Datenbank das Branchenvokabular reflektieren, andererseits ist eine firmenweite Konsistenz unabdingbar.

Es lohnt sich daher, wenn interne oder externe Spezialisten ein elektronisches Wörterbuch erstellen und pflegen. So können Begriffe aus dem Unternehmen wie Organisationseinheiten, Funktionen, Produkte und firmenspezifische Abkürzungen ebenso definiert, übersetzt und mit Erklärungen versehen werden wie die Branchen- und Fachterminologie. Vom Moment an, wo alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Konzerns auf ein solches elektronisches Wörterbuch zugreifen können, können mit wenig Aufwand eine einheitliche und durchgängige Begriffswelt sichergestellt und ein einheitlicher Gebrauch ermöglicht werden.



Autoren

Dr. Elisabeth Maier, Chief Technology Officer von CLS Communication AG in Basel, und Edwin Stähli, Head Business Unit Switzerland von CLS Communication in Zürich



Kontaktdaten

Dr. Elisabeth Maier
CLS Communication AG
Basel, Schweiz
Telefon +41 61 205 27 49
mediarelations@cls-communication.com

Substanzielle Einsparungen

Der Nutzen eines solchen Projekts erhöht sich mit der Komplexität und Vielzahl der Produkte einer Firma sowie mit der Anzahl der Regionen und Sprachen, in denen ein Unternehmen aktiv ist. Ein Firmenwörterbuch kann zum Beispiel länderspezifische Gepflogenheiten berücksichtigen. Unterschiede im Sprachgebrauch von Ländern wie Schweiz, Deutschland und Österreich werden damit ebenso vordefiniert wie der Gebrauch des Englischen in Grossbritannien oder in den USA. Es muss aber sehr konsequent angelegt und gepflegt werden. Deshalb lohnt sich der Einbezug von Fachleuten. Diese Spezialisten müssen nicht nur das sprachliche Rüstzeug mitbringen, sondern sie sollten auch im jeweiligen Fachgebiet über ein sehr gutes Wissen verfügen. Der grösste Nutzen ergibt sich für eine Firma, wenn bereits bei der Erstellung eines Dokuments mit Hilfe der elektronischen Wörterbücher die richtigen Fachtermini verwendet werden, denn je später ein Terminologiefehler korrigiert wird, desto aufwändiger ist dies. Muss beispielsweise eine Korrektur in einem mehrsprachigen Dokument vorgenommen werden, ist das aufwändiger, als wenn schon im Quelldokument die richtigen Begriffe verwendet werden. Zusätzlicher Aufwand entsteht wiederum, wenn der Text schon gelayoutet oder gar gedruckt ist.

Mit einem Online-Firmenwörterbuch lassen sich also kostspielige Missverständnisse bei der Verwendung von Begriffen vermeiden und die Terminologie wird durchgängig und einheitlich. Gerade bei komplexen Projekten, die stark beachtet werden, wie zum Beispiel bei Geschäftsberichten, ist der Nutzen besonders hoch.



Mit jedem Schritt im Lebenszyklus eines Textes steigen die Kosten der Fehlerbehebung exponentiell an. Idealerweise werden Terminologiefehler daher bereits im Ausgangstext vermieden.