

# Professionalität & Rechnungsgrundlagen am Beispiel des Übersetzerberufes

Wie die Professionalität durch perverse  
Abrechnungssusanzien unterwandert wird

Wie die Honorare anders zu gestalten und  
kontrollieren wären

An dem einen Ende des Bogens, den ich spannen will, steht die Frage nach einer nachvollziehbaren Rechnungsgrundlage für Übersetzungen. An dem anderen Ende geht es um einen präzisen Begriff der Professionalität, fernab von gängigen Vorstellungen. Es handelt sich letztlich um althergebrachte Selbstverständlichkeiten: Man mag sich aber heute wundern, was alles nicht mehr selbstverständlich ist.

I. (Textmengen und *spurious precision*)

Die Praxis kennen wir zur Genüge: die Übersetzungen werden nach Anzahl der Zeilen oder Wörter abgerechnet, als ob Übersetzer Schreibkräfte wären, die Wörter auszutauschen hätten. So macht es sich der Einkauf bequem. Die Preise lassen sich scheinbar vergleichen. Die Qualität der Leistung bleibt zwar außen vor, aber damit muss sich der Einkauf wenig beschäftigen, denn die Leidtragenden sitzen abseits. Ist die

[www.language-for-clarity.de](http://www.language-for-clarity.de)

© 2012 Paul Gregory

Leistung nicht zweckgerecht, so fällt dies nur indirekt auf, denn es werden keine zwei Übersetzungen des gleichen Textes – etwa billig & bunt einerseits und preiswert & hilfreich andererseits – angefertigt und verglichen. Es ist in anderen Bereichen des Lebens freilich wenig anders: so die kurze Schulung, bei der man alles versteht, und die lange, durch die man sich quält, da der Unterrichtende das Pferd von der falschen Seite aufzäumt. Manchmal, so hat man den Eindruck, absichtlich.

Auch wenn Goethe einmal gemeint hat, sein Brief sei deshalb so lang geraten, weil ihm die Zeit fehlte, sich kurz zu fassen, versteht es sich, dass ein sehr langer Text doch mehr Aufwand als ein kurzer erfordert.

Die Grundwahrheit

" lang =gleich= mehr, und kurz =gleich= weniger " lässt sich aber nicht ewig skalieren: Durch die Änderung der Verhältnisse gleichen sich die Längen der Texte an, und es kommen andere Maßeinheiten zur Geltung. Sonst begeht man den Fehler der

*spurious precision*,

wie es auf Englisch heißt: entgleiste Präzision. (fadenscheinig, abwegig, fehl am Platze).

Dieser Grundfehler der *spurious precision* ist zwar überall in der Geschäftswelt und weit darüber hinaus anzutreffen, es handelt sich nichtsdesto weniger um einen Irrtum, den kein gebildeter Mensch sich leisten dürfte.

Wenn die leicht festzustellende Länge eines Textes bei der Schätzung des Arbeitsaufwandes nur ein Element unter anderen darstellen kann, so müssen andere Aspekte herangezogen werden. Ein Element mag die terminologische

Dichte sein, wobei diese unterschiedlich auszulegen ist je nach dem Kontext des Auftrags. So mag z.B. in einem Vertrag das Wort *Stickstoff* für den Übersetzer von juristischen Texten einen terminologischen Aufwand bedeuten, für den technischen Übersetzer in einem Fachtext zur Chemie kaum noch.

Auch die Termini, die anhand (bezahlter!) elektronischer Wörterbücher oder übers Internet leicht festzustellen sind, erfordern einen kleinen Arbeitsaufwand. Man muss erkennen können, ob die vorgefundenen Entsprechungen zuverlässig sind; man muss außerdem seine Systeme pflegen. Zwei Minuten sind in Nullkommanix weg, und auch bei einem bescheidenen Stundenlohn von z.B. € 60 sind ein paar Euro dafür anzusetzen. Zeitaufwendiger wird es bei den Termini, die im Ausgangstext nicht fachgerecht benutzt wurden, oder wo man vor Alternativen oder Auslegungsfragen steht. Man muss womöglich einen zweiten, auch einen dritten Gang auf sich nehmen, und husch, husch sind fünf, nein gleich zehn Minuten vorbei. Wertmäßig sind wir somit schnell bei fünf, zehn Euro pro Terminus. Dass einige auch noch die Kenntnisse der Kollegen gratis anzapfen, wollen wir hier gar nicht mit berücksichtigen.

Ähnliche Überlegungen betreffen die ungrammatikalischen Stellen, die verfehlte Logik; die Monstersätze (zu lang und verschachtelt); die Schreibfehler – z.B. ein fehlendes "nicht" – das wir hinzuzudenken haben; und nicht zuletzt die Zeit für eine höfliche oder zurückhaltende Berichterstattung in einer Begleitmail bei Lieferung. Wer nicht gerade mit einer Stoppuhr Protokoll führt, weiß nachher nur annähernd, wie viel Zeit auf jeden Stolperstein gegangen ist.

Die Alternative zu Preisen nach Menge wäre demnach eine Rechnung nach Zeit mit Stunden und Stundensätzen, wobei diese eher psychologisch als sachlich gestaltet sind. Auch hier kann die *spurious precision* mitspielen. (Der Meistersatiriker der *spurious precision* ist übrigens Eric Satie, mit seiner minutengenauen Darstellung seines Tagesablaufs, einschließlich planmäßiger Inspirationsminuten.)

## II. (Stolpersteine)

Richtig nachvollziehbar wäre aber eine andere Handhabung. Für einige mag das utopisch anmuten: Wir werden in der Branche und darüber hinaus aber erst dann Fortschritte machen, wenn wir wissen, wo wir auch hinwollen. Mit einem "weiter so" wird keine Kehrtwende erreicht.

Im Prinzip ahnen wir alle, wo die Zeit bleibt: sie bleibt hängen an den verzwickten Stellen, wo wir nachdenken oder auf – manchmal vergebliche – Suche gehen müssen. Das kommt je nach der Vorlage (und auch je nach unserer Erfahrung und Fertigkeit) alle drei oder sieben oder siebzehn Zeilen vor.

Man kann die Stellen im Ausgangstext markieren. Somit weiß man nachher, dass der zehnsseitige Text z.B. um die vierzig "Stellen" oder "Stolpersteine" oder – geschäftsmäßiger – "Kostenpunkte" beinhaltet hat. Dieser Geldwert muss in die Rechnung mit einfließen. Das heißt, er soll gerne neben der Anzahl der Zeilen als unabhängige Größe stehen. Er soll nicht – nicht! – in einem höheren Zeilenpreis versteckt werden. Denn jedes Mal, wenn wir von uns aus nur Zeilen und Preis auf eine Rechnung schreiben, schlagen wir noch einen Nagel in den Sarg der sinnvollen Kundenkommunikation.

Indem wir – und das tun viele freiwillig – die Fixierung auf Zeilen oder Wörter pflegen, fördern wir eine Geringschätzung unserer Arbeit. Und tatsächlich entziehen wir uns auf Dauer die Möglichkeit, professionell zu arbeiten, denn mit der Geringschätzung und der falschen Vergleichbarkeit – der *commoditisation* – kommen auch die niedrigen Tarife, die uns nachher die Hände binden und somit auf kurz oder lang uns nicht nur die Freude an der Arbeit nehmen, sondern es uns unmöglich machen, ausgereifte Übersetzungen anzufertigen und auf diese Weise die eigenen Fertigkeiten zu erhalten oder auszubauen.

### III. (Der Anspruch der Professionalität)

Damit wende ich mich dem anderen Ende des Bogens zu, dem Begriff der Professionalität. Das Wort ist inzwischen in aller Munde, aber richtig begriffen wird die Professionalität eigentlich kaum noch: Es gilt, dem Konzept wieder zu Ehren zu verhelfen.

Einige Anmerkungen vorweg zu dem, was *professionell* nicht bedeuten soll. So ist der Professionelle nebenbei zwar auch Geschäftsmann – Geschäftsfrau – aber eben erst an zweiter Stelle. Demzufolge wird die Bedeutung von *professionell* nicht durch *geschäftsmäßig* erschöpft: nichts gegen Tüchtigkeit bei der Angebotserstellung, der Termineinhaltung, auch der rechtzeitigen Ankündigung, dass ein Termin nicht ganz eingehalten wird; auch nichts gegen Tüchtigkeit bei der Gestaltung der Lieferung, oder gegen die Freundlichkeit am Telefon oder in der Begleitmail. Das sind die Tugenden des Geschäftslebens (und anderswo) überhaupt. Es handelt sich aber um Nebenleistungen, weitgehend sogar um Selbstverständlichkeiten.

Zur Professionalität gehört wohl etwas mehr als Konformität beim Geschäftsgebaren, denn das hilft alles nicht, wenn die gelieferte Arbeit mangelhaft ist. Dies gilt auch, wenn die Mängel der Arbeit dem Auftraggeber niemals auffallen, denn an anderer Stelle leidet normalerweise jemand darunter, dass die Übersetzung nicht stimmt, wenn es auch nur der verdutzte Verbraucher vor seiner Bedienungsanleitung ist, oder der Unterlegene im Rechtsstreit. Die Professionalität ist auch nicht mit der Normeinhaltung erschöpft, denn die Normen müssen ausgelegt und deren Schwächen ausgeglichen werden.

Professionalität ist daher an erster Stelle Engagement, und zwar Engagement für die Nutznießer: Diese stellen meistens eine andere Zielgruppe als die Auftraggeber dar. Insbesondere wenn die Aufträge nicht vom zuständigen Ingenieur oder Anwalt und auch nicht vom firmeneigenen Sprachendienst vergeben werden, besteht eine große Gefahr, dass auf Bequemlichkeit und vordergründiges Einsparen abgestellt wird. Die Einkaufsabteilungen, die mit BWL-Abschlüssen protzend sich selbstverständlich für professionell wähen, sind dies meistens am wenigsten.

Bei uns als Sprachmittlern kommt noch einiges hinzu: Unter anderem sind wir der Pflege der Sprache verpflichtet. Die Sprache ist ständig der Erneuerung ausgesetzt, und das ist gut so: Es gibt keine Reinheit, die es zu erhalten gilt. Es gilt aber doch, wichtige Unterscheidungen beizubehalten, auch zu fördern, und dem Verschleiß an Klarheit entgegenzuwirken. Bei der Politik und Werbung mag diese Haltung auf verlorenem Posten stehen, obwohl auch hier es eine Präzision bei der Schwammigkeit gibt, bei der man seine Ehre noch retten kann. In vielen Bereichen aber haben wir mehr Freiraum, als wir uns

manchmal zugestehen; und da, wo uns der Freiraum wegzurutschen droht, sollten wir doch ein paar Rückzugsgefechte liefern.

Der Begriff der Professionalität erstreckt sich über viele Berufe, aber nicht über alle. Die Definition, die hier vorgestellt und verteidigt wird, besagt, dass die Zielgruppe einer echten Profession sich grundsätzlich von dem Zahlenden unterscheiden lässt.

#### IV. (*Beispiele*)

Kaufe ich mir einen Sakko billig vom Händler am Wochenmarkt, liegt es allein an mir, zu wissen, ob er mir passt. Gehe ich zum Herrenausstatter oder gar zum Schneider, sollte ich mich auf dessen Urteil zumindest teilweise verlassen können. Beim Optiker noch mehr – es handelt sich zunehmend um eine Partnerschaft. Beim Augenarzt erst recht. Der professionell agierende Arzt macht keine Geschäfte im herkömmlichen Sinne: Er führt eine erforderliche Behandlung aus und erhält dafür ein Honorar. Wenn aber ich als Patient/Kunde Antibiotika von meinem Hausarzt verlange (bin ich doch schließlich Privatpatient!), so dürfte er als Mitglied seiner Profession diese mir in dem Fall verweigern, wo die Verbreitung der besagten Antibiotika längerfristig deren Wirksamkeit in der weiteren Bevölkerung beeinträchtigen kann und ich die Antibiotika eigentlich doch nicht brauche. Begründung: der (professionelle) Arzt ist der Sache der Gesundheit verpflichtet, und nicht nur seinen Patienten, und auch nicht allein der Krankenkasse als Zahlende.

Ähnlich steht es – idealerweise, versteht sich – beim Architekten, beim Anwalt und sogar beim Softwaredesigner

sowie auch bei unzähligen anderen Berufen, wo so viel abstruses Können, Freiraum zur Manipulation und verdeckte Folgen im Spiel sind, dass der Außenseiter diese nicht mehr so richtig beurteilen kann.

Es ist richtig, dass der Begriff *professionell* landläufig allmählich wenig mehr als gehobene Fachkraft bedeutet: Wo aber nehmen wir ein Wort sonst her, das diese wichtige Unterscheidung verkörpert, die vorher gemacht wurde?

#### V. (Lösungen)

Es reicht nicht, dass wir allein uns bemühen, professionell zu arbeiten. Wir brauchen kompetente Partner, die bereit sind, sich auf unsere Professionalität einzulassen. Zum Teil heißt das, dass sie unsere Fragen – und Hinweise – gern entgegennehmen und diese nicht als Belästigung auffassen. Es heißt aber auch, dass ein sinnvoller Umgang mit Angeboten und Preisen gepflegt wird.

Die Aufträge, von denen die meisten unter uns unseren Lebensunterhalt bestreiten, stammen von einer übersichtlichen Gruppe von Kunden, die immer wieder zu uns kommen. Es geht meistens um ähnliche Fachthemen, mit denen wir uns nach und nach vertraut machen. Das ist Wissen, das wir uns zeitaufwendig aneignen, ohne dass zu Beginn dieser Aufwand voll in Rechnung gestellt wird. Wir hegen die Hoffnung, dass der Kunde lange bei uns bleibt und wir zu einem späteren Zeitpunkt gewandt auf einen guten Stundenlohn kommen. Manchmal geht die Rechnung auf. Mit jedem Personalwechsel – bei jeder noch so kleinen Umstrukturierung – steht diese Hoffungsrechnung aber auf dem Spiel.



Eigentlich besitzen unsere Auftraggeber – um hier ein Streitbares Wort zu benutzen – in unserer Gestalt *Humankapital*. Dieses Wort kann denen wie kein anderes vermitteln, es handle sich um eine Ressource, die man lieber nicht wegschütten soll. Sie erscheint zwar in diesem Jahr nicht in der Bilanz, dafür wirkt ihr Fehlen später in den Bilanzen doch, wenn auch unerkannt. Für uns ist es allerdings dann unter Umständen zu spät.

Ein damit verbundenes Problem ist ja überhaupt, dass viele Unternehmen kein Gedächtnis pflegen. Die guten Leistungen, die wir – unter Zeitdruck – mal erbracht haben, sind schnell vergessen oder, wenn doch noch nachgeschaut wird, so fällt vielleicht nur unangenehm die doch angebrachte Rechnung auf, die die wenigsten von uns in voller Höhe gewagt haben. Bei uns stimmt der Gemeinplatz selten, dass man sich an die Qualität noch erinnert, wenn der Preis nicht mehr präsent ist. Denn wir liefern meistens keine bleibenden Sachgegenstände (auch die Broschüren sind schnell Makulatur), sondern immaterielle Werte, die schnell verbraucht werden. Und ist es ein Trost, wenn manchmal unsere Kreativität und Können (ohne unser Einverständnis, versteht sich) doch recycelt werden?

An dieser Stelle der Argumentation betone ich erneut, dass wir nur Fortschritte machen können, wenn wir wissen, wo wir hinwollen. Es ist kein Einwand, dass – aufgrund der derzeitigen Ideologien bzw. Denkgewohnheiten – wir weit davon entfernt sind. Auf kurz oder lang kommt eine Wende. Sie kommt allerdings nicht, solange sich niemand gegen den derzeitigen Verfall auflehnt.

Ich darf davon ausgehen, dass dort, wo ich hin will, auch ungefähr der Ort liegt, wo so gut wie alle Freiberufler hin wollen.

Und wo will ich hin?

Ich möchte echte Rahmenverträge abschließen: Das heißt, Langzeitverträge mit Verpflichtungen auf beiden Seiten. Wenn wir uns schon in die Materie einarbeiten müssen; wenn wir schon Beziehungen zu den zuständigen Ingenieuren, Sachbearbeitern, Anwälten, Pharmakologen – auch Geschäftsführern – aufbauen sollen: so muss dies auf Dauer sein. Wir sollen uns nicht täglich bewähren oder immer von vorne neu beweisen müssen: Das macht krank. Auch wir übrigens haben ein Recht auf einen schlechten Tag.

Wie sieht ein echter Rahmenvertrag aus? Er beinhaltet eine Mindestabnahme. Zum Beispiel € 10.000 oder € 20.000 über drei oder vier Jahre. Die Preise werden nicht nur nach Mengen berechnet: die – durchaus nachvollziehbaren aber nicht vorausschaubaren – Kostenpunkte/Stolpersteine sind getrennt zu beziffern und zu berechnen. Die Terminologearbeit dürfte im Rahmenvertrag getrennt laufen. Regeln über Lieferzeiten sind zu erstellen, mit Aufschlägen bei definierten Eilaufträgen und Abschlägen bei Verspätungen, die wir zu verantworten haben. Auch die Abstimmung über Urlaubszeiten und Vertretungen ist zu berücksichtigen. Nach zwei oder drei Jahren kann dann eine Bestandsaufnahme der Erfahrungen gemacht werden und ein neuer Mehrjahresvertrag ausgehandelt werden.

Was nicht geht – und das ist es, was immer häufiger geschieht – ist die Risikoabwälzung auf die schwächsten Parteien. Deshalb müssen Rahmenverträge unbedingt Mindestabnahmen beinhalten. Dafür – gesetzt den Fall, dass die Laufzeit nicht zu kurz ist – können Rabatte auf sonst gängige Preise gewährt werden. Aber immer mit Berücksichtigung der nicht vorausschaubaren Sonder-Kostenpunkte, also der zeitaufwendigen Stolpersteine, die zum Alltag eines Übersetzers gehören.

Es liegt im Ermessen des Übersetzers, ob nun ein Stolperstein vorliegt oder doch nur ein momentanes Übertragungs-Unvermögen, das er zu verantworten hat. Legt der Übersetzer diesen Ermessensspielraum immer zu seinen Gunsten aus, so muss er damit rechnen, dass bei der Neuverhandlung ihm Fragen gestellt werden, deren unbefriedigende Antwort die Verlängerung des Vertrags gefährden. Intelligente Kontrolle muss sein; aber auch die Möglichkeit, gegenseitiges Vertrauen und Verständnis aufzubauen. Soweit die Ausgangstexte vom Auftraggeber erstellt werden – das ist der Fall, den ich hier vorwiegend anspreche – kann der Lerneffekt einer Bestandsaufnahme der Erfahrungen beider Parteien zu gute kommen. Wir sind ja auch Spezialisten für die Sprache und die Feinformulierung überhaupt, wie es andere Verfasser selten sind.

## VI. *(Auswege und Notlösungen)*

Bei der derzeitigen Praxis – der Autor hat in den letzten Jahren einen Verfall beobachtet – wird eben kaum noch realer Wert auf Vertrauen gesetzt (d.h. ungeachtet anders lautender Erklärungen). Es werden im Voraus Festpreise verlangt, wo diese sachlich unmöglich sind. Und – es versteht sich – geht

diese Handhabung nicht in die Richtung (die der Autor noch in den neunziger Jahren erlebt hat), dass der Kunde einem überhöhten Preis zustimmt, den man bei Lieferung von sich aus aus Kulanzgründen reduziert, sondern eben in Richtung einer Risikoabwälzung auf den sogenannten Dienstleister.

Wenn man unter Druck und aus Not – dieser Umstand kann sich leider zunehmend aufdrängen – sich immer wieder doch auf den zu knapp kalkulierten Festpreis einlässt, darf man es so auslegen: Die Auftraggeberschaft habe somit den stillschweigenden Vertrag der professionellen Handhabung praktisch gekündigt. Irgendwann hören auch unsere professionellen Pflichten auf: Der gekonnte Übersetzer soll – nach mir – dann widerwillig entsprechende Kürzungen vornehmen. Schwierig zu übersetzende Wörter oder Phrasen kann man weglassen, auf Fein formulierungen verzichten, und so weiter. Man kann auch zum eigenen Schutz zwei Angebote erstellen, einmal für die einfache Ausführung und einmal für die Luxusübersetzung. (Es empfiehlt sich ohnehin, bei Angeboten u.U. zwei Preise zu benennen je nach Liefertermin, auch wenn dieser vorgegeben ist, denn so kann man die Botschaft vermitteln, dass die Terminsetzung wesentlich bei den Kosten mitspielt.)

Man soll allerdings für sich notieren, dass auf lange Sicht die Arbeit unter Niveau auf Kosten der Seele geht – und nicht nur auf Kosten der eigenen beruflichen Weiterentwicklung. Auf den guten Ruf, dagegen, wird bei uns m.E. zu viel Gewicht gelegt, so sehr ich mir wünsche, es wäre anders.

## VII. (*Markt mal anders*)

Wir sind es inzwischen gewohnt, dass der Markt immer über die Abgabe von Angeboten durch die Übersetzer läuft. Es wäre anders denkbar.

Wenn bereits wir es machen können sollen, so müssten die gewerblichen Einkäufer ebenfalls imstande sein, im Voraus einen Preis zu bestimmen: aufgrund der Länge, des Schwierigkeitsgrades und der terminologischen Dichte des Textes und nicht zuletzt aufgrund ihrer Erfahrungen, die zwar anders aussehen als die Marktbeobachtungen der einzelnen Anbieter, in vielen Fällen aber kaum weniger umfangreich sind. In bestimmten Fällen kommt hinzu, dass der gewerbliche Einkäufer den Gebrauchswert der Leistung erkennen kann: Wie wichtig ist es, dass der Text übersetzt wird? Muss er vollständig übersetzt werden? Wie geschliffen muss die Übersetzung sein?

Wenn es zur Zeit stimmt, dass viele Einkäufer dazu unwillig oder unfähig sind, so hat es mit deren fehlender Professionalität zu tun, nicht mit unserer. Sinnvoll wäre, dass die Einkäufer – soweit sie selber keine Übersetzer oder technischen Redakteure oder dergleichen sind – einen entsprechend qualifizierten festangestellten Mitarbeiter im Unternehmen heranziehen, der ihnen beratend zur Seite steht. Dann kann der Auftraggeber bei einigen wenigen ausgewählten Übersetzern mit seinem Preisangebot anfragen und den am besten geeigneten beauftragen. Somit könnten wir eine Konkurrenz untereinander erleben, die nach Qualität läuft.

In den Fällen, wo die Einkäufer sich nicht auf ein genaues Preisangebot festlegen wollen, ist es noch immer vorteilhaft, wenn sie eine ungefähre Preisvorstellung bekanntgeben. So ist

es sonst für einen anbietenden Übersetzer (oder auch Dolmetscher) äußerst frustrierend, einen Preis fein abzustimmen auf – zum Beispiel – 1.700 (d.h. nicht 1.500 aber auch nicht 1.800) Euro, wenn sich nachher herausstellt, der Einkäufer hatte von vornherein vor, keine vierstellige Summe auszugeben.

### VIII. (*kostenlose Angebote*)

Solche Missverständnisse hängen auch mit der Erwartung bzw. der Gepflogenheit zusammen, dass Angebote kostenlos erstellt werden; wobei darauf hinzuweisen ist, dass es ohne Kosten nicht geht: Es handelt sich nur darum, wer diese trägt.

In einigen Branchen hat sich die Einsicht durchgesetzt, dass die Erstellung von seriösen Angeboten eine Dienstleistung darstellt, die bezahlt werden muss. Darauf müssen wir auch hinwirken. Dann kann der Auftraggeber sich überlegen, wie viele Angebote er bezahlen möchte. Zur Zeit weiß man als Anbieter häufig nicht einmal, wie viele Mitbewerber angefragt wurden. Es ist schon ein Unterschied, ob wir zu dritt sind oder aber zehn anbieten. Häufig erhält man nicht einmal ein Dankeschön für die Angebotserstellung, wenn man zu stolz ist, um danach zu fragen.

Manche Kunden reagieren auf die Anforderung, die Erstellung von Angeboten zu honorieren, mit dem Argument, sie würden selber für die Ausarbeitung von Angeboten nicht bezahlt bekommen. Beim näheren Hinschauen stellt sich ihre Situation aber anders dar. So arbeiten sie zum Beispiel in einem Bereich, in dem aufgrund des kleinen Anbieterkreises und der gesetzlich geregelten Zulassung ein eigentlicher Wettbewerb nach Preisstellung kaum noch stattfindet. In einem anderen Fall

kann ein Architekt zum Beispiel den Zuschlag erteilt bekommen, weil sein Entwurf in ästhetischer Hinsicht oder sonst überlegen ist. Bei Übersetzern kommt es dagegen kaum vor, dass wir den Auftrag unabhängig vom Preis aufgrund eines besseren Übersetzungsstils erhalten (bei Dolmetschern stellt sich die Situation ein wenig günstiger da). Es geht ja zuletzt auch um die erhältlichen Margen: Wenn man als Einzelunternehmer für einen Dreimonatseinsatz gleich hunderttausende erhalten kann, so kann man es sich spekulativ leisten, bei einigen – gar vielen – Ausschreibungen leer auszugehen.

So könnte man auf die vorhandene Szene in der Übersetzungsbranche spekulativ mit überhöhten Angeboten reagieren, ohne die Vorlagen zeitaufwendig zu überprüfen, oder aber mit niedrigen Angeboten, dann aber bei Zuschlag unter Verweis auf die Formel "freibleibend" die Bearbeitung doch ablehnen, soweit diese nicht mehr interessant erscheint. Damit kann – und vielleicht muss – man sich dem Zeitgeist anpassen. Befriedigend und "professionell" ist es freilich nicht.

Im Zusammenhang mit dem Corporate Governance Kodex kommt – oder kam – eine Formulierung vor, wonach Unternehmen erklärten, keine Leistung erhalten zu haben, ohne eine Gegenleistung erbracht zu haben. Das wäre ein Hebel, an dem man ansetzen könnte, um die Bezahlung von Angeboten durchzusetzen.

### *IX. (Abwälzung von Risiken)*

Die Ausarbeitung von Kostenschätzungen vorab bzw. festen Preisangeboten (diese wesentliche Unterscheidung wird erfahrungsgemäß von vielen gewerblichen Einkäufern in der

Praxis wenig beachtet) ist nicht nur mit mehr Arbeit verbunden als gemeinhin anerkannt: Sie zieht meistens Risiken nach sich.

Ohne Vorlagen oder zumindest Vorlagenmuster geht selbstverständlich nichts. (Aber, wie eingangs gesagt: Man mag sich heute wundern, was alles nicht mehr selbstverständlich ist.) Für eine zuverlässige Preisschätzung muss die Vorlage aufmerksam gelesen werden und dies häufig unter Zeitdruck. Beim Überfliegen dagegen neigt auch der Erfahrene dazu, die schwierigen Stellen zu unterschätzen. Wenn man Angebote halb blind erstellt, läuft man Gefahr, die Katze im Sack zu kaufen. Damit sind wir bei der Risikoabwälzung. Im schlimmsten Fall erhält man nämlich den Zuschlag, und dann doppelt so viel Arbeit als eingeplant, aber ohne Freiraum, den Preis noch anzupassen.

Bei Privatkunden muss man wohl diesen mit festen Preisen entgegenkommen, bei gewerblichen Kunden sieht es anders aus. Es ist überhaupt eine Zeiterscheinung, dass viele Firmen nicht nur ihre Kosten sondern auch ihre Risiken auslagern und dann natürlich auf die schwächsten oder am wenigsten organisierten Parteien. Die Agenturen insbesondere verkaufen gerne nach Festpreisen bzw. festen Tarifen, um somit die Zusammenarbeit der Firmen mit ihnen schmackhaft zu machen, lassen aber die damit verbundenen Risiken gerne von ihren "Dienstleistern" tragen.