

Terminologiemanagement

als Fundament für effektives Wissensmanagement

Von Dr.-Ing. Wolfgang Sturz

Vor allem, wenn es um Terminologiemanagement geht, trifft Mark Twains Bemerkung sicher zu: Es reicht nicht, das fast richtige Wort zu verwenden, denn im schlimmsten Fall ist das fast richtige Wort das ganz falsche. Gerade bei sensibler Produkt- oder Firmenkommunikation kann eine fehlerhafte Terminologie weitreichende Folgen haben: Von der fehlerhaften Dokumentation und damit fehlerhaftem Produkt bis hin zu Schäden an Leib und Leben der Verbraucher. Und auch ein ansonsten vorbildliches Wissensmanagement ist ohne Terminologiemanagement nur die Hälfte wert: Die meisten Unternehmensprozesse können nur dann einwandfrei funktionieren, wenn ihnen eine konsequent eingehaltene Terminologie zugrunde liegt.

Schlagwörter

Technische Dokumentation, Linguistik

Wenn man sich mit Terminologiemanagement auf der einen und Wissensmanagement auf der anderen Seite beschäftigt, taucht früher oder später die Frage auf, wie sich die beiden „Management“-Konzepte gegenseitig bedingen. Ist ein funktionierendes Terminologiemanagement die Voraussetzung für die Einführung eines Wissensmanagements? Für diesen Ansatz spricht, dass Sprache und Begriffe die Grundlage von Kommunikation und Handeln sind. Oder verhält es sich genau umgekehrt und ist ein bereits bestehendes Wissensmanagement die Grundlage für ein effektives Terminologiemanagement? Hierfür würde sprechen, dass Terminologie nur dann effektiv Verwendung finden kann, wenn sie Teil des Wissens in einem Unternehmen ist und die Mitarbeiter richtig mit ihr umgehen können. Oder ist Terminologiemanagement gar Wissensmanagement? Oder ist Wissensmanagement Terminologiemanagement? Und was ist eigentlich Management?

Management-Konzepte

Der Begriff „Management“ wird gerade im deutschen Sprachgebrauch unscharf verwendet. „Management“ kommt vom Lateinischen „manum agere“, was so viel wie „an der Hand führen“ bedeutet.

Das wäre die typische Aufgabe eines Vorgesetzten oder eines Geschäftsführers eines Unternehmens. Umgangssprachlich wird der Begriff „managen“ heute jedoch für das „Erledigen einer Aufgabe oder Anweisung“ verwendet. Ein Fuhrpark, ein Wahlkampf, eine Produkteinführung usw. werden gemanagt. Daraus ergibt sich die Frage, die sowohl auf das Wissensmanagement als auch auf das Terminologiemanagement zutrifft: Ist bei diesen beiden Konzepten das Wort Management als Führungsaufgabe zu verstehen? Oder geht es dabei um eine Auf-

gabe, die erledigt werden muss? Aus der praktischen Erfahrung heraus kann diese Frage nur wie folgt beantwortet werden: Mitarbeiter, die mit Wissens- und/oder mit Terminologiemanagement befasst sind, müssen eigenverantwortlich arbeiten. Der Vorgesetzte muss die Mitarbeiter loslassen und ihnen gewisse Freiräume geben. Der Grund hierfür liegt in der Natur der Aufgaben: Terminologie wird in enger Absprache mit dem jeweiligen Kunden erarbeitet und es muss individuell und flexibel entschieden werden, was in die Terminologie aufgenommen wird und was nicht. Vorgaben von „oben“ machen keinen Sinn. Noch deutlicher wird die Anforderung an die Mitarbeiter bei der Aufgabe Wissensmanagement: Wissensmanagement kann nur dann erfolgreich sein, wenn es von den Mitarbeitern getragen wird. Mitarbeiter müssen bereit sein, ihr Wissen zu teilen, transparent und für andere zugänglich zu machen. Eben das kann nicht von „oben“ verordnet werden, sondern für Wissensmanagement muss eine offene, angstfreie Unternehmenskultur geschaffen werden. Das beste IT-Wissensmanagement-System wird leer und sinnlos sein, wenn die Mitarbeiter es nicht mit Leben – also mit ihrem Wissen – füllen.

Praktische Anwendung

Auch wenn die Bereitschaft zu einer offenen Wissenskultur vorhanden ist, stehen Unternehmen bei der Einführung eines Wissensmanagements meist vor typischen Problemen. Denn wenn Wissensmanagement richtig angegangen wird, zeigt sich oft, dass erhebliche Probleme bei der Anwendung und Pflege der Terminologie bestehen. Unternehmensspezifische Terminologie entsteht nicht von heute auf morgen, sie wächst organisch über Jahre und Jahrzehnte und

wird selten strukturiert. So können unter Umständen Bezeichnungen entstehen, die es so in der deutschen Sprache gar nicht gibt, die als Produktnamen aber einprägsam sind und manchmal sogar in die Umgangssprache Eingang finden.

So war zum Beispiel der Föhn mit h ein Warenzeichen, das sich bewusst vom natürlichen Wind (Fön ohne h) absetzte. Dieser „Fön“ wurde aber bald zum allgemeinen Ausdruck für einen Haartrockner. Für den Markeninhaber ist dieser Fall eine Katastrophe, da seine Marke damit keine Marke mehr ist. Inzwischen schreibt man den Haarföhn sogar offiziell mit h.

Zu der Tendenz, dass sich „falsche“ Begriffe verselbstständigen können, kommt, dass Terminologie gegenüber den Produkten stiefmütterlich behandelt wird. Die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren in der Industrie gehen üblicherweise aber einher mit zahlreichen unterschiedlichen neuen Produkt- und Verfahrensbezeichnungen, also mit der Schaffung einer neuen Terminologie. Doch entweder wird der Umgang mit dieser Terminologie komplett vernachlässigt, sodass es zwar neue Produktbezeichnungen gibt, diese aber weder dokumentiert noch sinnvoll geordnet werden. Oder es entsteht ein Wildwuchs an Terminologie mit unzähligen Tabellen, Datenbanken und Glossaren, in denen die neue Terminologie dokumentiert wird. Die Gefahr, dass die Terminologie zunächst zu einem Informationsdschungel wird, um dann später als Kompost zu enden, ist groß. Dieser Wildwuchs erschwert in der Regel sogar die Einführung von simplen Wissensmanagement-Systemen erheblich. Ein einfaches System wäre z. B. die Verwaltung von Wissen in einem Tabellenprogramm. Doch je umfangreicher der Inhalt eines solchen Programms wird, desto wichtiger wird die Schaffung

und Einhaltung einer exakten Terminologie. Wenn dies nicht berücksichtigt wird, gehen wertvolle Informationen verloren. Z. B. sucht der Mitarbeiter nach dem Begriff „Handy“ und kann nichts finden, weil die dazugehörige Information unter dem Begriff „Mobiltelefon“ abgelegt ist. Einfache Wissensmanagement-Systeme können nur dann funktionieren, wenn ihnen eine einheitliche Terminologie zugrunde liegt, die unnötige Synonyme vermeidet. In diesem Sinne ist das Wort eben nur fast richtig – und ganz falsch, weil Synonyme eine eindeutige Systematisierung unterlaufen und ein Wissensmanagement unmöglich machen.

Hierarchisierung und Recherchierbarkeit von Informationen

Damit Informationen gefunden und zu Wissen werden können, muss man sich veranschaulichen, nach was und mit welchen Mitteln gesucht wird. Wenn eine bestimmte Information von einer Internet-Suchmaschine wie z. B. Google gefunden werden soll, muss dafür gesorgt werden, dass die Suchmaschine diese Information auch verstehen kann. Für Unternehmen ist es deshalb unerlässlich, sich mit Suchmaschinen-Optimierung zu beschäftigen. Die eigene „Sprache“ der Suchmaschinen gibt die Regeln vor, nach denen sich Wissens- und Terminologiemanagement richten müssen, um im Web erfolgreich zu sein. Wenn ein User im Web nach „Übersetzungen“ sucht, müssen Synonym-Konzepte aufgebaut werden, die es ermöglichen bei der Suche nach diesem Begriff auch Seiten zu den Themen „Translation“ oder „Fachübersetzen“ zu finden.

Umgekehrt gibt es genauso die Möglichkeit und Notwendigkeit, gezielt Informationen durch Terminologie- und Wissensmanagement zu verschlüsseln. Bei sensiblen Produktdaten wie Patenten – vor allem bei Patenten, die noch nicht registriert und veröffentlicht sind, sich also noch in der Vorbereitung befinden – soll die Information eben nicht für jeden schnell recherchierbar und zugänglich sein. Hier muss durch ein Wissensmanagementsystem die Recherchierbarkeit der Terminologie verwaltet werden.

Wissens- und Terminologiemanagement in der Praxis

Für Übersetzungsunternehmen ist das Zusammenspiel von Terminologie- und Wissensmanagement nicht nur für eine

einzelne Übersetzung, sondern für den gesamten Übersetzungsprozess von Bedeutung. Bei Übersetzungsprojekten großer Unternehmen sind oft Tochtergesellschaften im Ausland in den Workflow eingebunden. In manchen dieser Auslandsniederlassungen fungieren Mitarbeiter als Lektoren für den Zieltext. In anderen werden Texte der Mutterunternehmen übernommen und selbstständig in die jeweilige Zielsprache übersetzt und an die eigenen Anforderungen angepasst. Diese Auslandsniederlassungen werden meistens nicht in die Erarbeitung einer Terminologie eingebunden, haben oftmals nicht einmal Zugriff auf bereits existierende Terminologiedatenbanken und stehen vor der Herausforderung, die Terminologie trotzdem exakt anwenden zu müssen.

Ohne ein Terminologiemanagement, das ihnen die notwendigen Informationen liefert, ist diese Aufgabe nicht zu erfüllen. Dies führt im schlechtesten Fall dazu, dass Auslandsniederlassungen den Überblick verlieren und in verschiedenen Dokumentationen (etwa im Benutzerhandbuch und in den Marketingunterlagen) unterschiedliche Übersetzungen für das gleiche Produkt verwenden. Durch Terminologiemanagement kann Ordnung in das Chaos der Bezeichnungen gebracht werden, Wissensmanagement sorgt dafür, dass alle Betroffenen von der richtigen Terminologie wissen und sie auch anwenden.

Terminologiemanagement und Wissensmanagement sind also weder Aufgaben, bei der die Mitarbeiter „an die Hand genommen“ werden sollen, noch sind sie Fleißaufgaben für übermotivierte oder gar „abgeschobene“ Mitarbeiter. Vielmehr wird ihre Relevanz klar, wenn man sich die weitreichenden Folgen einer fehlerhaften Terminologie etwa in Bedienungsanleitungen verdeutlicht. Eine falsche Anweisung bei großen Industriegeschäften kann durchaus dazu führen, dass Gefahr für den Maschinenbenutzer besteht. Und nicht nur bei Industrieanlagen trifft dies zu: Auch bei Haushaltsgeräten kann eine falsche Dokumentation dazu führen, dass das Gerät falsch benutzt wird und der Verbraucher Schaden davonträgt.

Gerade deutsche Muttersprachler neigen oft dazu, Fachwörter zu verkomplizieren. Mark Twain hatte das in seinem berühmten Essay „Die schreckliche deutsche Sprache“ pointiert beschrieben. Komposita wie „Wiederherstellungsbe-

strebungen“ oder „Stadtverordnetenversammlungen“ beschreibt er wie folgt: „Dies sind keine Wörter, es sind Umzüge sämtlicher Buchstaben des Alphabets.“ Weder Wissensmanagement noch Terminologiemanagement sind Karnevalsveranstaltungen – Komposita erschweren die Systematisierung mindestens ebenso wie Synonyme.

Was war nun zuerst? Wissensmanagement oder Terminologiemanagement? Die Henne oder das Ei? Sicher sind Wissensmanagement und Terminologiemanagement auch völlig unabhängig voneinander sinnvolle Konzepte. Es sind unterschiedliche Aufgaben, die unterschiedliche Vorgehensweise und unterschiedliches Know-how erfordern. Terminologiemanagement kann aber in jedem Fall das Fundament für erfolgreiches Wissensmanagement sein. Denn Heimatkunde macht ohne Deutschunterricht einfach wenig Sinn. Denn Heimatkunde macht ohne Deutschunterricht eben einfach keinen Sinn. Der Prozess von der Bedeutung zur Terminologie, von Terminologie zu Information und von Information zu Wissen ist komplex, kann aber mit einfachen Mitteln bewältigt werden – wenn sorgfältig und exakt gearbeitet wird. Terminologie- und Wissensmanagement ergänzen sich und führen im Ergebnis zu erfolgreicher Unternehmenskommunikation, nach innen und nach außen.

Dr. Wolfgang Sturz

Dr.-Ing. Wolfgang Sturz ist geschäftsführender Gesellschafter der *transline* Gruppe. Mit *transline* Deutschland GmbH, den Tochtergesellschaften in einer Reihe europäischer Länder, der *doculine* Verlags-GmbH sowie dem Steinbeis-Transferzentrum Wissensmanagement & Kommunikation deckt die Gruppe die gesamte Prozesskette der globalen Kommunikation ab – von der technischen Dokumentation über die sprachliche Übersetzung und kulturelle Adaption bis zur druckfertigen Fremdsprachen-Publikation oder dem mehrsprachigen Internetauftritt.



Autorenanschrift

Dr.-Ing. Wolfgang Sturz
sturz@transline-group.com
www.transline.de