



Faire Wortabrechnung

Heutzutage rechnen fairnessbewusste Agenturen und Übersetzer ihre Leistung auf Wortbasis ab und verwenden dazu CAT-Tools zur Qualitätsverbesserung und Kostensenkung für den Kunden. Bis in die 90er Jahre war die Abrechnung nach übersetzten Zeilen die gängige Methode.

Auftraggeber vereinbaren mit ihren Agenturen Preise für die Wörter der Ausgangssprache und Abschläge für die Nutzung von Übersetzungen aus dem Translation-Memory (TM). Der Vorteil: Die Kosten sind bereits zu Beginn der Übersetzung bekannt.

Für die genaue Ermittlung der unterschiedlichen Wortkategorien verfügen die CAT-Tools über Analysefunktionen, die jedes Segment (i.d.R. ein Satz) mit den Segmenten aus dem TM vergleichen.

Kategorien

Bei einer Analyse ergeben sich vereinfacht folgende Kategorien:

No Matches:	Komplett neue Segmente. Das Wort "Match" steht für Treffer aus dem TM. Als „kein Treffer“ wird auch eine Übereinstimmung von 0-84% angesehen.
Fuzzy Matches:	Ähnliche Übersetzungen mit einer Übereinstimmung von 85-94% bzw. 95-99%
Repetitions:	Segmente, die sich innerhalb des Dokuments / der Dokumente wiederholen.
100%-Matches:	Exakte Treffer aus dem TM.

Nun könnte man annehmen, dass die Analyse immer gleich ist, egal welches CAT-System und welche Version eingesetzt wird. Dem ist verständlicherweise nicht so, denn nicht nur die Algorithmen sind unterschiedlich programmiert, auch die umfangreichen Einstellmöglichkeiten des Anwenders sorgen für Abweichungen.

Der Anwender kann die Importart und das Format der eingelesenen Tags auswählen.

Importart auswählen

- Als RTF importieren
- Als DOCX importieren

Markup

- Markup als Inline-Tags importieren
- Markup als memoQ {tags} importieren



Es können unterschiedlichste Dokumenteninhalte aus- oder eingeschlossen oder bestimmte Formatvorlagen außen vor gelassen werden.

Wurden beim Anlegen des TM hinsichtlich Steuerzeichen andere Vorgaben verwendet als beim Einlesen des „neuen“ Dokuments, so kann es auch dann zu Nichtübereinstimmungen kommen, wenn die „neue“ Datei mit der „alten“ identisch ist. Auch die Doppelpunkt-Definition kann zu Abweichungen führen.

Hier kann bestimmt werden, wie weiche Umbrüche und Tabulatoren behandelt werden sollen. Entweder beenden diese Steuerzeichen das Segment **oder** sie beenden das Segment und markieren dies mit einem Tag **oder** sie markieren dies mit einem Tag und das Segment wird fortgeführt.

In der Praxis sind Worterkennungsalgorithmen aber vergleichbar und es gibt (bei gleichen Vorgaben) maximal 2-3% Abweichungen zwischen den Systemen, was akzeptabel ist, denn die Erfahrung zeigt: Mal gewinnt der Kunde, Mal der Übersetzer.

Oftmals sind es auch 99%-Treffer, die die Kosten nach oben treiben. In Hinblick auf die Qualität macht es aber eventuell Sinn, sich diese Segmente einmal genauer anzuschauen.

10.	Dabei werden auch kulturelle und sprachliche Gepflogenheiten, auf die eine Transkreation abzielt, berücksichtigt.		0%		
11.	Werbetexte		0%		
12.	Ein Werbetexter muss immer wissen, was mit der Werbung erreicht werden soll.	An advertisement writer must always know what is to be achieved with the advertisement.	100%		
13.	Hierzu muss er schon vorab festlegen, mit welcher Werbemaßnahme seines Unternehmens oder seines Kunden welche Zielgruppen angesprochen werden sollen.	To do this, he must establish in advance the advertising with which his company or client intends to attract the attention of which target groups.	92%		
14.	Denn die Interessen jeder Zielgruppe können unterschiedlich sein, was dann bereits beim Festlegen einer Werbestrategie zu berücksichtigen ist.	This is because the interests of each target group may be different, which must then be considered when deciding on an advertising strategy.	100%		
15.	Um Werbetexte erst einmal erfolgreich für den Heimatmarkt umzusetzen, sind genaueste Kenntnisse über das Produkt und die Marke erforderlich.		0%		

Bei Segment #13 wird dem Übersetzer im CAT-System rechts die Ursache für die 92% angezeigt: Im TM heißt es „im Vorherein“, im aktuellen Dokument „vorab“. In diesem Fall ergeben sich keine Auswirkungen auf das Zielsegment, da es im Englischen unverändert bleibt.



14.	Denn die Interessen jeder Zielgruppe können unterschiedlich sein, was dann bereits beim Festlegen einer Werbestrategie zu berücksichtigen ist.	This is because the interests of each target group may be different, which must then be considered when deciding on an advertising strategy.	100%		
15.	Um Werbetexte erst einmal erfolgreich für den Heimatmarkt umzusetzen, sind genaueste Kenntnisse über das Produkt und die Marke erforderlich.		0%		
16.	Zu berücksichtigen sind hierbei auch die Philosophie des Unternehmens , das Image, das CI und die Alleinstellungsmerkmale .	Also to be considered in this process are the corporate philosophy, image, CI [Corporate Identity] and unique selling points.	99%		Zu berücksichtigen sind hierbei auch die Philosophie des Unternehmens, das Image, das CI und die Alleinstellungsmerkmale.
17.	Ideal wäre die Implementierung in das Produktmarketing des Unternehmens oder ein Platz direkt neben dem Produktmanager des jeweiligen zu vermarktenden Produkts.	Ideally, this job would be done in the company's Product Marketing or a place directly beside the Product Manager of the product to be marketed.	100%		Also to be considered in this process are the corporate philosophy, image, CI [Corporate Identity] and unique selling points.

Beim Segment #16 sieht man rechts unten den Hinweis auf den Formatunterschied „Fett“ (**Bold**), weshalb dies ein 99%iger Treffer ist.

Was wird wie bewertet?

- **Datum bzw. Zahlen** wie "11. Juni 2014" werden von den einzelnen Algorithmen unterschiedlich erkannt. Einige CAT-Tools werten diese Segmente wie normale Wörter, andere als vom Übersetzungsprogramm austauschbare Einheiten. Wenn beispielsweise im TM das gleiche Segment mit „6. Mai 2012“ steht, kann das System dies eigenständig austauschen und betrachtet es als 100er-Match.
- **Wörter mit Bindestrichen oder Schrägstrichen** werden als ein Wort oder zwei Wörter gezählt.
- **Aufzählungspunkte (●)** sollten nicht mitgezählt werden, außer sie sind manuell erstellt.
- **Felder und Hyperlinks** werden normalerweise, wenn richtig eingestellt, als austauschbare Segmentteile ("placeables") behandelt und im CAT-System am Bildschirm grau hinterlegt, da sie nicht übersetzt werden. Diese werden aber gezählt – was wiederum nicht richtig ist.

Um „falschen“ Zählweisen entgegenzuwirken, wendet TTS häufig selbst entwickelte Methoden an. Bei einer hohen Anzahl von Feldern, NonTranslatables (nicht zu übersetzende Worte) und Terms (Kundenterminologie) gehen wir beispielsweise folgendermaßen vor:

1. Wir nutzen eine Datei, die „NonTranslatables und Terms“ des Kunden enthält, und zählen die Häufigkeit der enthaltenen Wörter im Ausgangstext. Im Beispiel unten kommt das Wort "START" 44-mal vor, wobei das CAT-System bei der Analyse dies einmal als NoMatch und 43-mal als Wiederholung (repetition) zählt.

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Worte aus NonTranslatables	#1	NoMatch	Rep	Worte aus Terminologie (ENGLISCH)	#2	NoMatch	Rep
1	START	44	1	43	Import	3	1	2
2	program	44	1	43	Export	3	1	2
3	parameters	27	1	26	Permissions	0	0	0

2. Die **Summe der abzugsfähigen Wörter** der Spalten „NoMatch“ und „Repetitions“ für „NonTranslatables“ und „Terminologie“ des Tabellenblattes entnehmen wir und **berücksichtigen diese im Projekt**.



	NoMatch	Rep
Analyse CAT-System	3623	16373
- Worte aus NonTranslatables	173	1703
- Worte aus Terminologie	162	949
Ergebnis für Angebot	3288	13721
Ersparnis für den Kunden	335	2652

} Wörter

So kompensieren wir „Zählfehler“ des CAT-Systems und ersparen zusätzlichen Aufwand und unnötige Kosten. Im Beispiel zuvor sind dies immerhin 335 Wörter NoMatch und 2.652 Wörter Wiederholungen. Die Unterschiede bei Analysen sind sicherlich nicht immer dramatisch, ab 50-seitigen Handbüchern bei mehrfachen Updates und mehreren Sprachen aber bereits von Gewicht und kostenrelevant.

Wenn Sie die Hintergründe verstehen, erkennen Sie auch eine faire Abrechnung.

Fragen zu diesem Thema beantworten wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch, sei es telefonisch oder vor Ort.

Ihr TTS Team

+49 (0) 40 409 409

www.ttsnet.de