

No. 04 | 2019 des unregelmässig erscheinenden Textmagazins mit Bild

diction

all

Gastspiel

**SCHICKE(-R) KOLUMNE:
GEYST**



Backstage

**BRUNO CIOLA –
LAUFMASCHINE**

Besserwisser

**MASCHINELLE ÜBERSETZUNG:
FIRMENSPEZIFISCHE ADAPTIERUNG**

Tiefgang

AUTOKORREKT



- 03 EDITORIAL**
Intro
- 04 BACKSTAGE**
Bruno Ciola – Laufmaschine
- 06 BESSERWISSE**
Maschinelle Übersetzung:
Firmenspezifische Adaptierung
- 07 GASTSPIEL**
Schicke(-r) Kolumne: Geyst
- 08 DIALOG**
Individuelle Schnittstellen
- 10 KREATIVDENKER**
BERNEXPOnenziell
- 12 MYTHOS**
Maschinelle Übersetzung klappt
auch ohne Post-Editing
- 14 TIEFGANG**
AUTOkorrekt
- 16 SPURENLESER**
15 Jahre Diction

IMPRESSUM

Im «Dictionary» plaudern wir ein bisschen aus dem Lektoren-, Übersetzer- und Texteralltag. Aber auch den einen oder anderen Kunden lassen wir natürlich zu Wort kommen.

HERAUSGEBER

Diction AG
Bahnhofstrasse 32
9471 Buchs SG

AUFLAGE

4250 Exemplare

LEKTORAT

Diction AG
Annina Spinelli
Isabelle Schlatter
Isabelle Krapf
Tilo Voltz
Christine Traber

TEXTE

Diction AG
Elisabeth Rettelbach
Sabine Bauer
Bruno Ciola
Patrick Fassbender

MvH Industries
Mark van Huisseling

REDAKTION UND GESTALTUNG

Diction AG
Elisabeth Rettelbach
Christine Fassbender

FOTOGRAFIE

Diction AG
Andreas Rissi

DRUCK

www.printlink.ch
Printlink AG

DICTION-PARTNER

Die Wiedergabe von Artikeln und Bildern ist, auch auszugsweise oder in Ausschnitten, nur nach Rücksprache mit Diction gestattet.

**DANKE FÜR 15 JAHRE**

Diction wird dieses Jahr 15 Jahre jung. Danke an unsere Kunden, Mitarbeitenden und Partner. Wir sind stolz und auch dankbar für das Erreichte – nehmen uns aber dabei nicht zu ernst. Deshalb widmen wir diese Ausgabe vor allem der Zukunft und nicht der Vergangenheit. Wir haben hoffentlich wieder spannende Themen für Sie zusammengestellt und plaudern wie gewohnt auch ein wenig aus dem Nähkästchen.

DIGITAL IN BEWEGUNG

Im Mittelpunkt stehen Sie, liebe Kundinnen und Kunden! Ihre Bedürfnisse und Ideen waren und sind unser Antrieb, uns immer wieder ein bisschen neu zu erfinden. Begonnen hat bei Diction vor 15 Jahren alles noch mit handschriftlichen Korrekturen und Übersetzungen ohne CAT-Tools – wie Ihnen ein paar Diction-Veteraninnen in diesem Magazin erzählen. Im Laufe der Zeit haben wir die Technik-Trickkiste aber immer weiter geöffnet und sind daher jetzt ziemlich gut gerüstet: vom Kundenportal über Machine-Translation mit Post-Editing bis hin zur API-Schnittstelle für eine optimale Prozessgestaltung unterstützen uns verschiedenste technische Lösungen. Klingt ganz schön digital! Das ist es auch. Dennoch möchten wir nicht mit der Technik beginnen oder uns nur darüber definieren. Am Anfang stehen immer Ihre Prozesse, menschliche Kommunikation und individuelle Zusammenarbeit, aber auch die vielen Möglichkeiten zur Standardisierung. Kurz: Digitalisierung wird zwar nicht überschätzt, ist aber manchmal vielleicht der falsche Zugang. *Solutions looking for a problem!?* Bei uns bleibt es umgekehrt: Nennen Sie uns Ihr Problem, und wir finden die passende Lösung.



Patrick Fassbender
und sein Diction-Team

Laufmaschine BRUNO CIOLA

MENSCHEN UND MASCHINEN

Unser Leiter Terminologie und Übersetzungstechnologien findet, diese zwei M ergänzen sich hervorragend. Beim Laufen setzt er aber doch lieber auf Eigenantrieb.

Wie bist du zum Laufen gekommen?

Zuerst wollte ich nur beim Turnlehrer punkten. Dann stellte sich lustigerweise heraus, dass ich tatsächlich schnell war. Über italienische Schulmeisterschaften kam ich in die Juniorenklasse mit Wettkämpfen, Sponsoren usw. Meine Spezialität waren Mittelstrecken sowie Cross- und Strassenläufe bis 10 km. An der Uni änderten sich dann aber meine Prioritäten.

Keine Wettbewerbe mehr?

Kaum. Aber wenn ich laufe, dann richtig, und zwar bei jedem Wetter. Lockerer Joggen mit Musik liegt mir nicht. Die GPS-Uhr gibt den Takt an, und nur wenn ich richtig erschöpft bin, wars gut. Das mit den Glückshormonen stimmt! Mein bester Lauf in letzter Zeit war ein Volkslauf im Zentrum von Rom mit meiner Tochter. Auch der B2Run mit dem Diction-Team ist immer schön.

Was magst du an deinem Job als Leiter Terminologie und Übersetzungstechnologien?

Die Vielfalt! Ich verwalte Translation-Memories und Styleguides. Zudem lerne ich neue Übersetzungstechnologien aus, analysiere Ideen und entwickle Lösungen, etwa für komplexe Dateiformate. Das ist wie beim Laufen: Es braucht immer auch eine kluge Strategie. Für unsere Branche heisst das: Man darf Entwicklungen nicht verschlafen, aber auch nichts überstürzen.

Spielt Terminologie-management bei Diction eine grosse Rolle?

Ja! Für viele ist die Relevanz des Themas schwer nachzuvollziehen, es wird oft stiefmütterlich behandelt. Bei Diction ist es ein zentraler Punkt, der in alle Überlegungen einfliesst. Für die Kunden liegt der Vorteil des prozessübergreifenden Terminologiemanagements klar auf der Hand: weniger Aufwand für Recherchen oder Anpassungen sowie Unterstützung der Corporate Language.

Was hältst du von Machine-Translation (MT)?

Künstliche Intelligenz wird bald alle Bereiche unseres Lebens erreichen, auch die Sprachindustrie. Reine Humanübersetzungen sind in der globalisierten, digitalisierten Welt auf Dauer keine Lösung, auch weil neuronale MT immer besser wird. Einige Kunden nehmen unser MT-Angebot mit Post-Editing auch schon in Anspruch.

Man munkelt, du magst auch andere Maschinen?

Gehts um Synthesizer? Stimmt, ich bin ein grosser Fan. Dabei spiele ich nicht mit der Keyboard-Variante herum, sondern nutze richtig gute Software, bei der man mit Klangfarben und -kombinationen experimentiert oder Notenmuster schafft. Eigentlich ist das ein wenig wie bei der MT, denn Synthesizer können inzwischen ein «Gespür» für Harmonie entwickeln und selbst Musikstücke kreieren. Ich bin wohl einfach gerne ein Maschinen-Alchemist.



DIPLOM-ÜBERSETZER, AKKREDITIERUNGEN ALS TRADOS-STUDIO- UND MULTITERM-TRAINER FÜR SDL

- # Übersetzerstudium an der Universität Innsbruck und Berufserfahrung im Terminologiebereich am Bozner Forschungsinstitut EURAC
- # Knapp 20 Jahre als freier Übersetzer und Trainer für Übersetzungstechnologien
- # Leiter Terminologie und Übersetzungstechnologien bei Diction



Mehr online unter
www.diction.ch/terminologie/
#highlight

Maschinelle Übersetzung (MT) kann heute jeder nutzen: In den meisten Fällen sind es Systeme, die schon betriebsbereit zur Verfügung stehen. Bei manchen Textarten (Rechtstexte, EU-Texte usw.) liefern sie bereits recht gute Ergebnisse, bei anderen bleibt das Resultat noch sehr hinter den Erwartungen.

Die Qualität der maschinellen Übersetzung hängt von mehreren Faktoren ab. Werbeslogans oder literarische Texte bewältigt die Maschine nur schwer. Auch das Übertragen von Inhalten in Sprachen mit komplett anderen grammatikalischen Strukturen (etwa von Deutsch auf Japanisch) stellt eine Herausforderung dar. Ebenso hängt das Ergebnis von den Fachwörtern (Produktnamen, Dienstleistungen, Abteilungen, Funktionsbezeichnungen usw.) ab, die meist sehr unternehmensspezifisch sind und von der Maschine vielleicht sogar komplett falsch übersetzt werden.

Maschinelle Übersetzung: Firmenspezifische Adaptierung

Es gibt daher Systeme, die mit eigenen Daten gefüttert werden können, damit sie firmenspezifische Texte besser «verstehen» und somit auch besser übertragen können.

Meist werden in das MT-System zweisprachige Daten eingespeist, etwa in Form von Beispielübersetzungen, also Texten in der Ausgangssprache und dem Pendant in der Zielsprache. Daneben nutzt man Glossare, das heisst Verzeichnisse von Benennungspaaren für die betreffenden Sprachen. Aktuell ist deren Einsatz bei den neuen neuronalen Übersetzungssystemen jedoch teilweise noch gar nicht möglich.

Je nachdem, in welcher Form das MT-System die Daten aufnehmen kann, ist gute Vorbereitung notwendig. Warum? Je «besser» das Material, desto besser das Ergebnis der MT. Je «schlechter» das Material, desto mehr Fehler wird die Maschine produzieren. Ganz nach dem Motto *garbage in, garbage out*. Was sind denn «gute» Daten? Einerseits gehts um die Technik: Das Dateiformat muss eine einfache Zuordnung der vollständigen und korrekten

Satzpaare in den beiden Sprachen ermöglichen, da sonst die Maschine mit falschen Übersetzungen gefüttert wird. Wer kennt nicht das Ergebnis, wenn eine PDF-Datei in ein Word-Dokument kopiert wird und sich dann nach jeder Zeile ein Absatz befindet, auch wenn der Satz dort nicht endet. Mit solchen Datenschnipseln kann die Maschine wenig anfangen. Andererseits gehts um sprachliche Aspekte: Diese betreffen die Inhalte der meist grossen Datenmengen (meist Tausende von Satzpaaren), die ja nicht systematisch einzeln geprüft werden können. Nicht mehr aktuelle Übersetzungen sollten zum Beispiel ausgemustert werden. Oder solche, in denen die Fachbegriffe nicht (mehr) der Firmenterminologie entsprechen. In

beiden Fällen würde man sonst die Maschine mit falschen Daten füttern, was zu ungenauen oder falschen Ergebnissen bei der Rohübersetzung führen würde.

Nicht ganz trivial ist die Vorbereitung der

Glossare. Sind nämlich noch keine Listen verfügbar, müssen diese erst erarbeitet werden. Selbst wenn auch hier maschinengestützte Systeme zur Erfassung der Benennungen verwendet werden, ist das Auslesen, Prüfen und möglicherweise Kategorisieren der Benennungspaare meist eine manuelle Aufgabe, die verschiedene Fragen aufwirft. Wie sollen bei flektierten Sprachen die Benennungen erfasst werden? Nur in der Grundform? Oder müssen vielleicht auch grammatikalische Kategorien erfasst werden? Und wie sieht es aus bei produktspezifischen Terminologien, die je nach Unternehmensbereich oder Sparte oder je nach Marke variieren können?

Computer werden auch in diesem Bereich die Arbeit immer mehr automatisieren und rationalisieren. Und dennoch braucht es weiterhin Sprachspezialisten, ohne die eine entsprechende Vorbereitung und effiziente Nutzung dieser Systeme nicht möglich wäre. Und es wird weiterhin immer noch viele Texte geben, die eine Maschine nicht gut übersetzen kann.

Schicke(-r) Kolumne: Geyst

Technik und Systeme regieren die Welt? Für eine Kolumne genau das richtige Thema. Nicht! Oder doch? Im (Agentur-)Alltag komme ich eben weder um Technik noch um Systeme herum: Vollsynchronwendegetriebe, UFGFX, Abgasturboaufladung, All-SSD-based Storage Infrastructure, Hochdruck-Direkteinspritzung «Common Rail», Sekundär-Wasser-Retarder, Distributed-Ledger-Technologie, vierzellige Arbeits- bzw. Kommunalhydraulik, highly scalable Swiss-based Object Storage Platform, Hydraulikkreisläufe, IoT, Druckbegrenzungs- oder Druckregelventile, Keyframing ...

All systems go! Macht Spass! Aber bei diesen kryptischen Begriffen und verheissungsvollen Innovationen freue ich mich manchmal doch wieder über gute alte Slogans, bei denen nur eine Art der Technik zählt: nämlich die Schreibtechnik. Da kommen die ZVV wie gerufen, wenn es heisst: *Das checkt jede – sogar min Vater*. Oder die SBB: *So einfach, das merkt sich sogar...* Abgesehen von dieser schier unmöglichen Ähnlichkeit freut es mich, wenn sich Mobilität und Simplizität die Hand reichen. Kommt erfreulich dazu: Die beworbene App lässt sich, O-Ton ZVV, problemlos einhändig bedienen. Ich kann mich also ungeniert noch husch, husch am Kopf kratzen. Übrigens sind diese zwei Mobilitätskrösusse nicht unsere Kunden. Ihr werbetechnischer Gleichklang ist so oder so *Alles ausser gewöhnlich*.

I wo, möge der eine und andere nun einwenden und etwas von Bang&Olufsen erzählen. Gefällt mir, denn *Wer was zu sagen hat, sagts*. (Mehr oder minder) *Bunte Meinungen* sind schliesslich jederzeit willkommen. Anders ausgedrückt: *Color your life* bzw. *Feel the difference*, denn *Dahinter steckt immer ein kluger Kopf*. Doch mit Intelligenz alleine ist es nicht getan, wichtig sind auch *Ziemlich starke Klamotten*. Auch wenn wir alle wissen:

Das Leben hat wieder ein kleines bisschen an Härte verloren. Kein Grund aber, sich jetzt ausziehen oder sich wie Kafkas Käfer auf den Rücken zu legen, denn nicht umsonst heisst es *Making the world smile*. Und was diese Kolumne betrifft: *Dafür steh ich mit meinem Namen*. Was denn sonst, ausser *Null Komma null neun Quadratmeter Paris*.

Was also nun? Ab in die Stadt der Liebe? Ungeniert tun! *Fluctuat nec mergitur*. Ich bleibe derweil lieber hier, gilt doch meine Liebe der Technik. Und Slogans, andernfalls bin ich doch etwas gar plan- bzw. systemlos.

Cyril Schicker
Copywriter & Editor, Geyst AG



Das Zürcher Kreativstudio Geyst arbeitet seit 2015 mit Diction zusammen – kein technisches Wunder, aber hat System.

Nah am Kunden sein? Mit unserem Kunden Baloise Group, einer führenden Schweizer Anbieterin von Versicherungslösungen, stehen wir gleich auf zwei Arten in enger Verbindung. Einmal setzen wir auf die ganz persönliche Zusammenarbeit zwischen unseren Inhouse-Übersetzern und dem Sprachendienst der Baloise. Zudem ist unser Auftragsbearbeitungssystem per Schnittstelle direkt mit dem System unseres Kunden verbunden. Wie läuft das Übersetzerleben so zwischen Prozessen, Terminologie und Menschen? Diction-CEO Patrick Fassbender hat den Sprachendienst des Kunden besucht.

Individuelle Schnittstellen

Toll, dass es geklappt hat mit dem Treffen. Gleich die erste Frage: Was sind die Hauptaufgaben Ihres Sprachendienstes?

Di Rosa: Unsere Auftraggeber aus den verschiedenen Abteilungen wenden sich mit all ihren Übersetzungsbedürfnissen an uns. Die Aufträge selbst geben wir über ein Auftragsportal an Diction weiter, wenn wir sie nicht selbst übersetzen. Intern sorgen wir für eine geeignete Infrastruktur und bereiten die Terminologie vor, damit das Wording und die Produktnamen klar sind. Wir revidieren die übersetzten Texte und geben Feedback, denn wir verfügen über internes Wissen, das den Übersetzern bei Diction in einem späteren Auftrag weiterhelfen kann.

Genau das wissen auch wir sehr zu schätzen an der Zusammenarbeit. Warum gab es eigentlich eine Ausschreibung?

Di Rosa: Wir wollten unsere internen Kunden besser bedienen. Es gab eine Umfrage zur Zufriedenheit, und die Ergebnisse fielen nicht optimal aus. Das Bedürfnis nach Schnelligkeit und reibungslosen Prozessen ist gestiegen. Gleichzeitig wird selbstverständlich Top-Qualität verlangt.

Svensson: Das Ziel war also: Die externe Übersetzung muss so gut sein, dass im Sprachendienst kein unverhältnismässiger Korrekturaufwand entsteht. Unser Partner muss flexibel und schnell arbeiten und sich technisch problemlos in unsere Prozesse integrieren können. Ein ebenso wichtiges Kriterium war für uns eine offene und persönliche Zusammenarbeit.

Warum ist das so wichtig?

Steckt nicht alles in den Systemen?

Di Rosa: Natürlich, Technik ist enorm hilfreich. Durch unsere Terminologiedatenbank und die CAT-Tools sind die Diction-Übersetzer beispielsweise immer auf demselben Stand wie wir. Das spart unnötige Korrekturschlaufen. Zudem klappt die Auftragsübermittlung über unser Workflowtool richtig gut. Dennoch sind diese Systeme nur ein Vehikel für Wissenstransfer und Prozessoptimierung. Den Austausch unter Profis kann keine Software ersetzen. Übersetzer



Stéphanie di Rosa:
Leiterin des internen Sprachendienstes,
Baloise Group



Sehen Sie hier
das gesamte Interview:
[www.diction.ch/
diction-und-basler-die-story-der-ausschreibung](http://www.diction.ch/diction-und-basler-die-story-der-ausschreibung)

müssen hinterfragen, Kontexte beurteilen und miteinander reden. Da sind wir mit Diction auf einer Wellenlänge.

Danke! Wie kam es denn zur Entscheidung für Diction?

Svensson: Wir haben die Dienstleister nach verschiedenen Kriterien evaluiert. Aus der Sicht des Einkaufs kann ich sagen, Diction war vom reinen Zeilenpreis her nicht der günstigste Anbieter. Aber wenn am Ende die Qualität nicht stimmt, wenn die technischen Prozesse holpern oder die Auftragsübermittlung nicht gut klappt, generiert dies ja ebenfalls Kosten. In der Zusammenarbeit mit Diction nutzen wir eine optimale und sichere technische Anbindung, und wir reduzieren Schnittstellen. Das macht die Kooperation effektiv, lohnend und auch von den Kosten her attraktiv.

Wie sieht das der Sprachendienst?

Di Rosa: Uns hat einfach das Gesamtpaket aus Qualität, Prozessen, Technologien und Menschen überzeugt. Ich sehe: Die Leute bei Diction sind mit Leidenschaft dabei und setzen auf echten Dialog. Das war uns wichtig, denn wir geben konsequent Feedbacks und kommentieren die Übersetzungen. Nicht weil wir die besseren Übersetzer sind, sondern weil wir über Insiderwissen verfügen, das wir von Profi zu Profi weitergeben. Auch das Arbeitsmodell von Diction mit den fest angestellten Übersetzern hat uns überzeugt.

Was ist daran für Sie vorteilhaft?

Di Rosa: Wir wissen ganz genau, mit wem wir arbeiten. Austausch und Feedback finden direkt mit der Person statt, die übersetzt. Wir haben Texte, bei denen ein bestimmter Stil sehr wichtig ist, und jeder Übersetzer hat seine ganz eigene Art, sich auszudrücken. Wenn man die Übersetzer gut kennt, weiss man, wer für welche Textsorte passt.

Wie funktioniert der Prozess, über den wir die Aufträge von der Baloise erhalten?

Di Rosa: Wenn wir intern Aufträge unserer Abteilungen erhalten, übermitteln wir via Auftragsportal alle Infos zu Sprachen und Besonderheiten sowie ein Übersetzungspaket fürs CAT-Tool. Diction wiederum loggt sich in dieses Portal ein und findet dort den wartenden Auftrag, der direkt heruntergeladen werden kann. Nach der Bearbeitung erhalten wir den Auftrag über die gleiche Schnittstelle zurück.

Svensson: Ebenfalls von Vorteil ist die Tatsache, dass das Portal ein detailliertes Reporting erlaubt. Das heisst, wir können alle Aufträge aus einer bestimmten Abteilung filtern und zum

Beispiel die bestellten Leistungen und die damit verbundenen Kosten sehen.

Wie haben Sie den Punkt Datensicherheit in der Ausschreibung berücksichtigt?

Svensson: Der Punkt hatte oberste Priorität, und alles andere musste sich daran ausrichten. Unsere IT-, Security- und Compliance-Abteilungen haben hier sehr strenge Kriterien aufgestellt, die wir bei der Beurteilung der Dienstleister zu beachten hatten. Ungenügende Datenschutz- und Geheimhaltungsmechanismen bei den Anbietern waren ein klares Ausschlusskriterium. Wir sind froh, dass bei Diction in diesem Bereich alles wasserdicht ist.



Carina Svensson:
Verantwortliche strategischer Einkauf –
Marketingdienstleistungen, Baloise Group

Wir auch! Danke für das Gespräch.

Di Rosa: Der nächste Auftrag ist unterwegs!

Baloise Group
Im Herzen von Europa mit Sitz in Basel agiert die Baloise Group mit ihren 7300 Mitarbeitenden als Anbieterin von Präventions-, Vorsorge-, Assistance- und Versicherungsleistungen. Im Fokus der Geschäftstätigkeit stehen die sich wandelnden Sicherheits- und Dienstleistungsbedürfnisse der Gesellschaft im digitalen Zeitalter. Diction ist seit Anfang 2019 der Hauptsprachdienstleister der Baloise Group.

BERNEXPOnenziell

Wahrscheinlich hat es sich inzwischen herumgesprochen: Wir Übersetzer und Lektoren sind ein eher introvertiertes Völkchen. Unser Safe Space ist vor dem Bildschirm, und manchmal ertappen wir uns dabei, wie wir mit den Translation-Memorys reden. «Du schon wieder? Dich hatte ich doch erst gestern ...» Gut, vielleicht nicht ganz so krass.

Umso schöner ist es, wenn uns ein Kunde mit seinen Texten in Themenbereiche entführt, in denen sich die grosse weite Welt nur so überschlägt. BERNEXPOnenziell, sozusagen. Denn seit Juli 2018 sind wir exklusiver Sprachdienstleister des Berner Live-Marketing-Unternehmens.

Wie unterstützen wir die BERNEXPO GROUPE bei Diction? Über die Berner Kommunikationsagentur Republica – welche für ihre Kundin BERNEXPO GROUPE mit Diction zusammenarbeitet – tüfteln wir vor allem an Kommunikationsmitteln in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch. Dabei korrigieren und übersetzen wir Medienmitteilungen, Webtexte, Broschüren, Newsletter, Factsheets, Plakatvorlagen, Messeguides und vieles mehr. Alles, was man eben so braucht, um Ausstellern und Besuchern den Weg durch den Veranstaltungsdschungel zu weisen. Und was sind das so für Dschungel?

Games, Pferde und vieles mehr

Klingt doch gut, oder? Wir erweitern jedenfalls unseren Horizont: Noch nie in die Welt



der Profi-Gamer und Cosplayer reingeschaut? Hat man erst Einladungen und Medienmitteilungen für das HeroFest auf dem Schreibtisch, kennt man sich plötzlich ganz gut aus mit Cosplay-Contests oder der League of Legends. Whaaat? Für diesen Herbst überlegen wir uns glatt, da mal vorbeizuschauen. Mit Kostüm natürlich. Vielleicht. Eine andere spannende Messe, die wir sprachlich unterstützen, ist beispielsweise die ORNARIS, der zweimal jährlich stattfindende Top-Treffpunkt der Detailhandelsbranche. Da lesen wir tolle Texte über Trends, Neuheiten und Design rund um Living, Dekor und Accessoires. Und dann die BEA, der von der BERNEXPO GROUPE veranstaltete grösste und vielfältigste Gesellschafts-

event der Schweiz. Wenn man dann beim Übersetzen der BEA-Website ins Französische mitkriegt, dass beispielsweise die Suisse Toy sowie die nationale Pferdemesse PFERD bei dem Grossevent dabei sind, recherchiert man hinterher in der Freizeit vielleicht (oder ganz sicher) gleich noch etwas weiter.

Wir nehmen uns keine Freiheiten heraus

Beziehungsweise, das kommt auf den Auftrag an. Bei der Übersetzung der BEA-Website etwa durften wir sehr kreativ sein. Republica und die BERNEXPO GROUPE legen hier Wert auf eine einladende Sprache mit freien Übersetzungen. Bei anderen Aufträgen wiederum sind wir einfach nur extrem wachsam:

Messeguides oder Ausstellerbroschüren enthalten neben Text teasern natürlich auch viele Daten und Formalien, die unsere Deutschlektoren genau auf Einheitlichkeit prüfen. Dazu zählen kleine, auf den ersten Blick vielleicht nebensächliche Punkte wie die Schreibweise von Eigennamen, Daten, Uhrzeiten oder Messestandnummern. «Diction ist gleichzeitig unkompliziert und sehr zuverlässig», so Adrian Erni, Senior PR Consultant bei Republica. «Das ist für uns eine angenehme Kombination, weil wir viele verschiedene Auftrags-typen haben. Manchmal muss es auch richtig schnell gehen, zum Beispiel bei einem Wochenendexpress.»

Ach ja, uns gibts ja 24/7

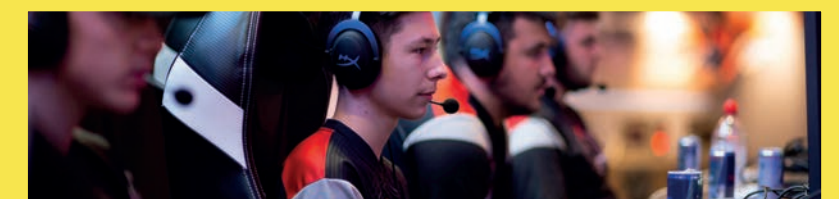
Und das ist gut so: Denn ab und zu stehen wie gesagt Wochenendeinsätze für die BERNEXPO GROUPE an, etwa wenn für eine Messe noch rasch eine Medienmitteilung übersetzt werden muss. Kein Problem, schliesslich haben wir auch eine Nachtschicht in Kanada, bei der das Wochenende ganze neun Stunden später beginnt. «Wir bewegen uns in einem sehr dynamischen Geschäftsumfeld und haben einen hohen Qualitätsanspruch», erklärt Patrick Greber, Leiter Einkauf der BERNEXPO GROUPE. «Diction folgt hier ganz offensichtlich den gleichen Werten und stellt sicher, dass Deadlines und sprachliches Format eingehalten werden – auch unter hohem Zeitdruck.»

Stressig? Ja, vielleicht. Aber ein bisschen Abenteuer muss doch sein. Auf jeden Fall bekommt man bei den tollen Themen beinahe Lust, Pferde-

züchter oder Spielzeugerfinderin zu werden. Doch dann winkt uns vom Bildschirm wieder der zu übersetzende Text entgegen – und wir bleiben doch unserer ersten Leidenschaft treu.

BERNEXPO GROUPE

Diction ist seit Sommer 2018 exklusiver Sprachdienstleister des Live-Marketing-Unternehmens BERNEXPO GROUPE, das jedes Jahr mehr als 30 Messen, über 200 Kongresse und Fachveranstaltungen sowie Events jeder Grösse inszeniert. Das BERNEXPO-Gelände ist eines der grössten Messegelände der Schweiz: Acht Messehallen in zwei Gebäudekomplexen vereinen rund 40 000 m² Veranstaltungsfläche sowie 100 000 m² Freigelände. Die BERNEXPO GROUPE beschäftigt ein Team von rund 140 Mitarbeitenden und ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor für die Stadt und die Region Bern.



Cosplayer und Gamer beim HeroFest.



«... Text von unserer Westschweizer Niederlassung. Bis morgen um 8 Uhr. Sollte ja gut zu schaffen sein, oder?»

Dienstagmorgen, eine halbe Stunde vor Arbeitsbeginn, und Kevin bewunderte das frisch aufgehängte Zertifikat in Omas Schnörkelrahmen. Wenn die Chefin das sah, würde sie wissen, dass er nach der dummen Geschichte mit der falsch übersetzten Einladung damals die Initiative ergriffen und sich weitergebildet hatte. Konnte gut sein, dass er bald alle Übersetzungen erledigen würde, und dann wäre ja wohl eine Gehaltserhöhung angesagt. Er kniff ein Auge zu und trat zwei Schritte zurück.

Just in dem Moment flog die Tür auf und seine Chefin ins Zimmer. Ihr Blick fiel auf das Zertifikat. «Sie haben einen Englischkurs gemacht? Wo solls denn hingehen in den Ferien?» «Äh, nein ... ich ... äh ...» «Naja», sagte die Chefin. «Ich habe ein neues Projekt für Sie.

Wir wollen baldmöglichst auf maschinelle Übersetzung umstellen. Recherchieren Sie doch bis heute Abend die Möglichkeiten und stellen Sie mir einen Bericht zusammen.» Sprachs und rauschte hinaus.

Kevin plumpste in den Sessel. Toll. Sein schönes Zertifikat konnte er wegschmeissen ... Seufzend fuhr er seinen Computer hoch, loggte sich ein und begann, Maschinenübersetzungssoftware zu recherchieren. Erstaunlich viele Geschmacksrichtungen gab es da. Am besten schien die aktuelle neuronale Übersetzungsmethode zu sein, die offenbar auf künstlicher Intelligenz beruhte. Diese neuronalen Netzwerke imitierten die Prozesse im menschlichen Hirn ... Gruselig! Er selbst kam beim Lesen gerade mal bis «Backpropagation-Algorithmus», bevor seine

Augen – und Synapsen – glässig wurden. Das bedeutete anscheinend, dass das Netzwerk eine Sprache tatsächlich «lernen» konnte und deswegen die Ergebnisse besser waren. Misstrauisch schielte Kevin wieder auf das Zertifikat an der Wand. Die Gehaltserhöhung konnte er vergessen. Als minderwertiger Homo sapiens musste er sich wohl in sein Schicksal ergeben und dem Deus ex Machina das Feld überlassen. Er seufzte nochmals und klickte eins dieser supertollen öffentlichen neuronalen Systeme an. Also, so vertrauenserweckend sah das Teil ja nicht aus ... Pffff! Dem würde er es zeigen. Er brauchte bloss einen schön kniffligen Satz zum Testen. Irgendwas, womit der Deus so richtig saftig auf seine Machina-Nase knallen würde. *The well looks very well.*

Den Unterschied zwischen den beiden «wells» kannte das Teil nie im Leben.

Der Brunnen sieht sehr gut aus.

Kevins hämisches Grinsen kam etwas ins Rutschen. «Anfängerglück», murmelte er. «Dir werd ichs zeigen!» Leider nicht: Die nächsten drei Versuche brachten ähnlich überzeugende Ergebnisse. Beim 3:0 für den Deus gab Kevin auf. Zähneknirschend stellte er seinen Bericht zusammen. Wenigstens mit Pünktlichkeit konnte er sich noch profilieren, wenn das mit dem Starübersetzer schon nichts wurde.

Am späten Nachmittag legte er den Report vor und demonstrierte das Programm. Selbst die Sätze, die seine Chefin ihm zum Übersetzen diktierte, kamen perfekt zurück – trotz einiger Schnitzer im Ausgangstext. «Null Aufwand für Korrekturen», erklärte er im Brustton der Überzeugung. «Der Text muss dann nur noch in unsere Dokumente kopiert werden.» «Prima», rief die Chefin. «Ich brauche nämlich eine 20-seitige Übersetzung aus dem Französischen. Das ist ein Text von unserer Westschweizer Niederlassung. Bis morgen um 8 Uhr. Sollte ja gut zu schaffen sein, oder?»

Kevin konnte nur nicken und gegen die Schnappatmung ankämpfen. Französisch? Sein Französisch reichte grade mal, um Baguette zu kaufen, und selbst da konnte es passieren, dass er mit einem Croissant nach Hause ging. Zudem hatte er den dämlichen Deus nur mit Englisch getestet. Aber warum sollte es mit Französisch nicht auch klappen? Schliesslich war der Deus ein Algorithmus.

Und als solcher zuverlässig. Um kurz vor 18 Uhr hatte Kevin den übersetzten Text bereits in ein Word-Dokument kopiert und ausgedruckt. Praktisch war das schon ... Jetzt noch ordentlich zusammenheften und dann ab auf ein Bier im – *Maßstab.*

Maßstab? Wieso Eszett? Kevin hatte plötzlich ein flaues Gefühl in der Magengrube. Dummerweise war es irgendwie nahelegend, dass das System deutsches Deutsch als Standard verwendete. Nun gut. Das war ärgerlich, aber noch kein Beinbruch.

Er hackte ein Eszett ins «Dokument durchsuchen»-Feld. 168 Treffer. Na bravo! Absatz um Absatz scrollte er durchs Dokument und ersetzte «ß» durch «ss». War ja irgendwie Zen, die Beschäftigung ... Aber dann ... Kevin fluchte.

... fußt das Vertrauen der Kundschaft am Sportpfad in Genf ... Am wo bitte? Offenbar war der Algorithmus nicht nur zuverlässig, sondern auch übereifrig. Der hatte die Adressen mitübersetzt! Kevin stöhnte. Der Deus hatte ausserdem wohl die Richtlinien zur Corporate Language nicht gelesen und «clientèle» als «Kundschaft» übersetzt. Dabei musste es für die Chefin doch immer ausdrücklich «Klientel» heissen, weil das vornehmer klang. Sprich: Kevin durfte nicht nur nach Adressen suchen, sondern auch noch nach Begriffen, die in der Corporate Language erwünscht bzw. nicht erwünscht waren. Derer gab es leider viele. Gegen 20.30 Uhr hatte Kevin ein Dutzend Adressen korrigiert, die Corporate-Language-Richtlinien von vorne bis hinten durchwühlt und sich auf die letzte Seite und zu den inspirierenden Schluss-

worten des Westschweizer Niederlassungsleiters vorgekämpft. *Abschliessend, meine Damen und Herren, schlage ich vor, dass wir an die Bar gehen, um Blondinendruck auszuüben.*

Wie bitte? Na, dem würde die Personalabteilung was erzählen. Verzweifelt suchte Kevin im französischen Original, wo er schliesslich das Wort «bar» identifizierte:

En conclusion, messieurs-dames, je propose qu'on se rende au bar pour une blonde pression.

Eine «blonde pression»? Die spinnen, die Gallier! Ausgiebige Googlelei ergab zu Kevins Erleichterung, dass es sich um ein Helles vom Fass handelte, nicht um eine Blondine. Gute Grammatik hin oder her, beim Idiom hatte der Deus wohl Aussetzer. Und wenn ein solcher Fehler passierte, dann konnte man davon ausgehen, dass es noch andere gab. Jetzt musste er das ganze Ding lesen und mit dem Ausgangstext abgleichen. Und das mit seinem tollen Französisch ...

Die Sperrstunde für jeden Barbesuch war längst verstrichen, als Kevin, den Tränen nahe, endlich das Wörterbuch zuklappte, das überarbeitete Dokument ausdrückte und verstand: Der Deus war gut, aber nicht unfehlbar. Vor allem: Der Homo sapiens musste noch einiges glattspracheln – und sowohl die Ausgangs- als auch die Zielsprache sehr gut beherrschen.

Kevin starrte auf sein Englisch-Zertifikat und dann auf die Wanduhr. In dreieinhalb Stunden war die Telefonzentrale bei der Volkshochschule wieder besetzt. Vielleicht hatten die ja noch einen Platz frei im Französischkurs für Anfänger ...

AUTOkorrekt

Menschen sind toll. Und schlau und nett. Nur mit der Effizienz hapert es manchmal. Maschinen haben hier viel mehr drauf, dafür sind sie einen Tick weniger sozial. Wie wärs also mit einer Kombi?

Die AMAG ist schon dran: Um ihren Kunden individuelle Erlebnisse auf allen Kanälen zu bieten, setzt die Schweizer Mobilitätsanbieterin künftig auf integrales, datengestütztes Marketing – also auf eine Konsolidierung der digitalen Marketingaktivitäten, um das Modell eines Customer-Lifecycle-Managements verfolgen zu können. Das Ziel ist Effizienzsteigerung, Aufwand- und Kostenreduktion, Prozessvereinfachung und Individualisierung – all dies bei natürlich gleichbleibend hoher Qualität der Dienstleistungen. Zudem bedient die AMAG ihre Kunden in mehreren Sprachen und braucht daher weiterhin gut organisierte Übersetzer.

Aber lassen sich Übersetzungen überhaupt effektiv streamlinen? Natürlich! Man braucht nur einen Weg aus der Kosten- und Zeitfalle zu finden, die ein klassischer Übersetzungsauftrag oft mit sich bringt. Alle

Systeme müssen ineinandergreifen, auch die von externen Lieferanten wie Diction.

Weniger ist mehr

Bei einem Grossunternehmen wie der AMAG ist es verständlich, dass jede Abteilung bisher ihre eigenen verschiedenen Sprachdienstleister nutzte. Es hatte sich eben so ergeben. Selbst wenn alle für sich genommen ihre Sache gut machten – ohne roten (Text- und Technik-) Faden kann sich eine zentrale Stelle bei der AMAG kaum einen Überblick über Daten, Kosten und Leistungen verschaffen. Die Lösung? Erstens: Die Zahl der Sprachdienstleister drastisch reduzieren. Check! Zweitens: Nur die Tech-Freaks behalten, die mit der Automatisierung der AMAG Schritt halten können. Ebenfalls Check!

Tech-Freaks? Wir? Bei Diction?

Sind wir nicht die mit dem einfühlsamen Inhouseteam, das Tag und Nacht für die Kunden da ist? Bei dem man sich auch mal ausheulen kann, wenns stressig wird? Ja, die sind wir. Aber gerade weil wir so ungeheuer viele fühlende Wesen sind – über 100 Übersetzer, Lektoren, Terminologen, IT-Profis und Kundenflüs-

terer –, genau deshalb haben wir die Kapazität, mit Fachexperten zu arbeiten und technisch aufzurüsten. «Bei Diction schätzen wir die Kombination aus Menschlichkeit und Technik», so Roger Rölly, Team Leader Marketing Services bei der AMAG. «Wir haben viel vor im Bereich der Automation. Diction hat die Tools und die Menschen, die sich damit auskennen und uns beraten.»

Was ist mit der Qualität?

Ja, da war doch noch was. Spannende Kundenerlebnisse, viele Touchpoints, gut organisierte Kampagnen – das bietet die AMAG ihren Kunden dank Prozessautomation auf noch flüssigere Weise. Visuelles Marketing zählt dabei ebenso wie präzise Sprache. Die liefern wir natürlich, da wir die AMAG und ihre Fachterminologie so gut kennen. Übrigens sind wir beim Thema Qualität auch totale Rechthaber. Aber natürlich nur, weil wir exklusiv 100 Prozent aller Rechtstexte der AMAG übersetzen dürfen. Unser internes Legal-Team ist begeistert. Der Rest von uns AUTOkorrekten auch. Willkommen also bei den AMAG- und den Diction-Menschen, liebe Maschinen.

Wir sind doch nur Rädchen im Getriebe

Überglückliche Rädchen, wohl gemerkt! Es macht Freude, gemeinsam die besten Tools einzusetzen. Welche Systeme zur Prozessautomation brauchen wir also als gut sortierter Anbieter für die AMAG?

MARKETINGAUTOMATION

Marketingautomation ist eine softwaregestützte Methode, um Marketingprozesse und repetitive Aufgaben wie E-Mail-Kommunikation, Social-Media-Postings oder auch Übersetzungsprozesse zu automatisieren und zu vereinfachen. So standardisiert Diction etwa den Auftragserteilungsprozess durch ein personalisiertes Kundenportal, hält alle Daten jederzeit abrufbar auf einer gesonderten Plattform bereit und integriert das von der AMAG gewählte Machine-Translation-Tool in die Prozesse.

* Unsere Tools

Zum Beispiel ein **KUNDENPORTAL**: Die gesamte Organisation der AMAG bestellt nun einheitlich über ihr individuelles Portal, und die Aufträge landen ohne Zwischenschritte oder Übertragungsaufwand bei uns im System. Schnell und effektiv für beide Seiten. Durch diese Standardisierung reduzieren wir für den Kunden Kosten.

Auch die **TERMBANKEN UND TRANSLATION-MEMORYS** sind sicher. Was, wenn Diction von einem Meteoriten ausgelöscht wird? Dann hat die AMAG über die einheitliche Plattform immer noch Zugriff auf alles. Ohnehin behält sie jederzeit die Datenhoheit über ihre Assets. Die Daten gehören nicht Diction. Wir verwalten und bearbeiten sie lediglich für die AMAG.

Durch unsere **API-SCHNITTSTELLE** sind relevante Informationen der AMAG direkt in unsere Diction-Strukturen integrierbar.

Auf unserer Plattform speichern wir alle Daten sauber in einem üblichen und kompatiblen Format, sodass das Datenpaket bei Bedarf vollständig übergeben werden kann. Hier kommt das **REPORTING-TOOL** ins Spiel für regelmässige Analysen zu Kosten, Auftragsarten oder -mengen. So sieht die AMAG genau, wie, wo und wann die Übersetzungen ablaufen. «Wir schätzen an Diction, dass sie uns ein so übersichtliches, komplettes und schnelles Reporting erstellen kann», so Roger Rölly.

Ausserdem sind wir *flüster* zur Dark Side übergewechselt. Ein bisschen. Es geht um **MASCHINELLE ÜBERSETZUNG (MT)**. Aber so dunkel ist das Thema gar nicht mehr, wenn man es professionell angeht. Für die AMAG nutzen wir die Pro-Version eines öffentlich verfügbaren MT-Systems. Dieses garantiert den Schutz der Kundendaten, und wir können es in unsere Prozesse integrieren. Bestimmte Textsorten werden mit MT schneller, effizienter und kostengünstiger übersetzt – und danach im Post-Editing von Diction-Experten geprüft. Zudem steht unser Übersetzungstechnologe, der 20 Jahre Erfahrung mitbringt, beratend zur Verfügung.

AMAG

Die AMAG Gruppe ist eine Schweizer Unternehmensgruppe für Automobilhandel mit Sitz in Zürich. Die landesweit aktive Mobilitätsanbieterin für Leasing und Verkauf beschäftigt rund 6500 Mitarbeitende und hat sich zum Ziel gesetzt, mit Qualität, Fachkompetenz und Service immer wieder positiv zu überraschen. Diction unterstützt die AMAG bereits seit vielen Jahren und ist seit Januar 2019 einer von zwei exklusiven Sprachdienstleistern.

15 Jahre Diction

Sind wir schon raus aus der Pubertät mit 15 Jahren? Fast, oder? Auf jeden Fall kommen wir uns ganz vernünftig und erwachsen vor. Seit diesem Jahr mischen wir auch die Welt der Übersetzungstechnologie kräftig auf. Aber wie hat eigentlich alles angefangen? Einige langjährige Dictionianerinnen verraten euch, wie es früher war.

2019

Neue Technologien wie Diction-TMS und Machine-Translation
Mitarbeitende: 110

2018

Patrick Fassbender neuer Inhaber, interne Prozessautomatisierung mit Diction-TMS
Mitarbeitende: 100

2015

Patrick Fassbender übernimmt die Geschäftsleitung
Mitarbeitende: 70

2014

Niederlassung in Vancouver: Die Nachtschicht startet
Mitarbeitende: 65

2013

Umzug in die Bahnhofstrasse 32
Mitarbeitende: 55

2011

Eröffnung der Niederlassung in St. Gallen
Mitarbeitende: 25

2010

futur2 wird zu Diction, neu: das CAT-Tool Trados
Mitarbeitende: 13

2004

Gründung futur2 durch Roger Koch
Mitarbeitende: 1

BÉATRICE LUKUMBU

Bei Diction seit Juli 2011



Ich kam als Praktikantin und blieb als Lektorin. Heute bin ich Teamleiterin des Französischteams und leite auch öfter mal die Werkstatt für neue Mitarbeitende. Apropos: Als ich anfang, gab es keine Werkstatt. Am ersten Tag wurde das Diction-Handbuch durchgeackert, dann gings direkt los. Schichtmodelle kannten wir auch nicht. Kam ein Express um 17.58 Uhr rein, musste jemand dran glauben. Früher verteilte die «Admin» die Aufträge auch direkt, gerne einfach an Leute, die im selben Raum sassen: «Hey, do du grad do bisch, chönt ich dir de Uftrag no geh?» Heute sind die Abläufe viel strukturierter – klar, bei über 100 Leuten. Ich mag Diction, weil wir uns weiterentwickeln. Der Kern der Arbeit bleibt gleich, das Drumherum verändert sich, sodass die Sache spannend bleibt.

CATIA BRUNNENMEISTER

Bei Diction seit 2012



Ich bin seit sieben Jahren bei Diction und war gefühlt schon alles: Lektorin Französisch, Projektteammitglied und -leiterin, Leiterin Key-Account-Management und jetzt CSO und stellvertretende CEO. Genauso dynamisch wie mein Stellenprofil hat sich auch die Firma entwickelt. Als ich anfang, sassen wir im alten Büro praktisch gestapelt – mit ungefähr 30 Leuten. Kaum vorstellbar, wenn man sich heute unser dreistöckiges Büro mit riesigem Pausenraum und Dachterrasse anschaut. Was sich nicht verändert hat: Nach wie vor versuchen wir, vom kleinen Buchs aus innovativ mit dem Weltmarkt mitzuziehen und nah am Kunden zu sein. Genau dieser Mut zur Experimentierfreude begeistert mich.

CORINA RAMSAUER

Bei Diction seit 2012



Voller Motivation habe ich vor einer gefühlten Ewigkeit als Lektorin bei Diction angefangen. Wir waren zu fünft im Französischteam – aktuell zählt es ca. 20 Leute. Der Anfang war hart, als Neue im Team musste ich sofort voll einsteigen. Kein Vergleich zu heute: Unterdessen gibt es ein intensives Einschulungsprogramm. Aber die Aufgaben waren spannend, die Leute wahnsinnig nett, und die leistungsorientierte Unternehmenskultur war genau mein Ding. Weil ich gar nicht genug bekam, übernahm ich bald die Leitung des Französischteams. Mehrere spannende Jahre (plus ein Studium der Psychologie) später leite ich nun den Bereich Human Resources. Vieles hat sich verändert. Wir sind stark gewachsen und nutzen heute Technologien, von denen wir damals nur geträumt haben. Aber der Diction-Spirit ist derselbe.

OLIVIA BÜCHLER

Bei Diction seit 2011



Ich bin seit gut 8 Jahren im Diction-Englischteam tätig. Durch die Jahre habe ich die Einführungswerkstatt für die neuen Mitarbeitenden betreut, war einige Jahre stellvertretende Teamleiterin und bin jetzt Sachtextverantwortliche in meinem Team. In meiner Anfangszeit waren wir nur eine Handvoll Festangestellte, jetzt sind wir mehr als 100! Über die Jahre ist nicht nur Diction gewachsen, sondern auch meine eigene Familie, weshalb ich momentan eine Teilzeitstelle innehabe. Diese Flexibilität schätze ich enorm! Langweilig wird es hier nie – gespannt bin ich vor allem auf die Entwicklungen im Bereich der maschinellen Übersetzung, da es im technischen Bereich Texte gibt, die sich gut dafür eignen, unsere Experimentierfreude im Umgang mit solchen Tools auszuleben.

PATRIZIA MARCHETTI

Bei Diction seit 2009

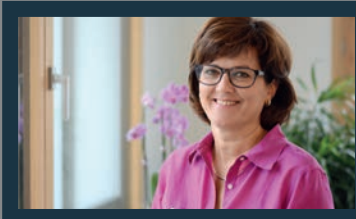


Als ich anfang, war ich die einzige Person für Italienisch. Ich konnte also kaum mal freinehmen, da es keinen Stellvertreter gab. Glücklicherweise kam Ende Februar 2010 eine Kollegin dazu – die übrigens heute auch noch dabei ist. Übersetzt haben wir damals noch ohne CAT-Tools, bald kam aber Trados. Wobei das noch völlig anders war als das heutige Trados Studio. So ganz getraut haben wir diesem Tool anfangs nicht. Immer wie-

der blieb etwas hängen, und man musste mühsam Tags und Ausgangstexte aus dem Dokument rauslösen. Aber natürlich erleichterte es uns die Arbeit. Als wir mehr wurden, übernahm ich viele Jahre lang die Leitung des Italienischteams. Was hat sich bei Diction über die Jahre verändert? Zum einen hat sich der Schwerpunkt vom Lektorat zur Übersetzung verschoben. Zudem kamen immer mehr Tools ins Spiel, und Prozesse sowie Abläufe wurden genauer festgehalten. Heute bin ich COO und freue mich, die aktuellen Entwicklungen mitzugestalten.

SILVIA LAMPERT

Bei Diction seit 2008



«Allrounder mit Schwerpunkt Auftragsabwicklung» war die Überschrift der Stellenausschreibung. Bereits das erste Gespräch zeigte mir, dass in diesem jungen Unternehmen viel Potenzial steckte. Damals gab es 6 Mitarbeitende, heute über 100. Spannend waren für mich schon immer die schnelle Entwicklung, die Experimentierfreude und die Perfektionierung von Prozessabläufen. Auch die Veränderungen am Markt sind faszinierend. Was meine Arbeit angeht: Die direkten Kundenkontakte wurden mit den Jahren weniger. Buchhaltung, Lohnabrechnung und Unternehmenskennzahlen immer mehr. Heute freue ich mich, dass ich als CFO dank des neuen TMS-Systems aussagekräftige Analysen und Auswertungen sehr schnell verfügbar habe.



Schnell, zuverlässig und 24/7.

diction