

Angebotserstellung

„Hallo, könnten Sie mir bitte ein Angebot erstellen?“ Aber klar doch!

Das Erstellen von Angeboten für eine Übersetzung oder einen Dolmetscheinsatz gehört zum Tagesgeschäft eines jeden selbständigen Übersetzers bzw. Dolmetschers. Die Bandbreite der Angebote reicht dabei von einem Dreizeiler per E-Mail über etwas längere Ausführungen bis zu einem mehrseitigen Angebot auf dem eigenen Geschäftspapier. So unerlässlich und selbstverständlich das Erstellen von Angeboten in der Berufspraxis ist, so komplex erscheint diese Aufgabe den meisten Gründern. Zwar nicht ganz zu Unrecht, aber ganz so kompliziert ist es nun auch wieder nicht. Aber fangen wir ganz vorne an ...

Wozu braucht man überhaupt ein Angebot?

Jeder Übersetzungs- und Dolmetschauftrag ist ein Vertrag, den wir mit dem jeweiligen Kunden abschließen. Ein Vertrag kommt stets durch „Angebot“ und „Annahme“ zustande, d. h. einer der zukünftigen Vertragspartner macht ein bestimmtes Angebot und der andere nimmt es an (oder auch nicht). Nicht jedes „Angebot“, das als solches bezeichnet wird, ist auch im Rechtssinne ein Angebot, da es bei der rechtlichen Einstufung für den Vertragsschluss darum geht, zu welchem Zeitpunkt die Einigung erfolgt ist und wer letztlich die für den Vertrag maßgeblichen Konditionen vorgeschlagen hat (z. B. wenn der Kunde am Angebot „herumhandelt“). Aber im Normalfall dürfte das Angebot, das wir als Übersetzer bzw. Dolmetscher erstellen, auch ein solches im Sinne des BGB sein. Das heißt: Unser Angebot ist die Grundlage für den Vertrag, den wir mit unserem Kunden schließen. Nimmt er es an, ist ein Vertrag darüber zustande gekommen, der nicht nur den Kunden verpflichtet, uns das vereinbarte Honorar zu zahlen, sondern auch uns bindet, die zugesagte Leistung zu erbringen.

Was nun in einem solchen Angebot stehen muss, darüber schweigt sich das BGB aus. Da für uns als Übersetzer und Dolmetscher keine speziellen rechtlichen Vorschriften gelten, die das für uns regeln würden, sind wir also in der Gestaltung unserer Angebote grundsätzlich frei. Das heißt insbesondere, dass wir ein Angebot nicht zwingend in Schriftform (also ausgedruckt auf Papier mit handschriftlicher Unterschrift) erteilen müssen. Wir können unsere Angebote per Fax oder E-Mail verschicken,

wir können sie auch mündlich abgeben. Allerdings bietet sich eine Verschriftlichung gleich welcher Form (im Gesetz als „Textform“ bezeichnet) an, damit man im Nachhinein nachweisen kann, was vereinbart wurde, falls es zu einem Streit darüber kommt.

Was sollte nun alles rein in ein Angebot?

Das „Was“: die Leistungsbeschreibung

Das Wichtigste in einem Angebot ist natürlich, was wir überhaupt als Leistung zusagen. Dabei kann man gut vom Allgemeinen zum Speziellen vorgehen: Handelt es sich um eine Übersetzung oder um eine Verdolmetschung? Dann die Arbeitssprachen und insbesondere die Sprachrichtung: Von welcher Sprache in welche andere Sprache soll übersetzt bzw. gedolmetscht werden? Sollte es für die eigene Sprachkombination relevant sein, sollte auch erwähnt werden, welche konkrete(n) Sprachvariante(n) angeboten wird/werden (z. B. deutsches,

österreichisches oder schweizerisches Deutsch, UK-Englisch vs. US-Englisch).

Damit hätte man das Grundsätzliche geklärt. Allerdings fehlt noch der konkrete Bezug zur eigenen Situation: Um welchen Text bzw. welche Veranstaltung geht es? Hier bietet es sich an, den Gegenstand so genau wie möglich zu bezeichnen (Textbezeichnung und Dateiname bzw. Termin und Titel der Veranstaltung etc.). Bei Dolmetschangeboten ist insbesondere der Ort der Leistungserbringung wichtig, da sich daraus die Fahrt- und Hotelkosten ergeben sowie auch die geplante Dauer des Einsatzes.

Falls man neben der Übersetzung/Verdolmetschung auch andere Leistungen erbringt (Organisation des Teams und/oder der Technik, Korrekturlesen, Terminologielisten für den Kunden erstellen, Formatierung etc.), sollte man dies auch separat aufführen (und vor allem mit einpreisen). Auch ist eventuell noch das „Wie“ zu klären: Welche Art der Verdolmetschung? Bestimmte Dateiformate oder CAT-Tools? Liefert man eine Word-Datei oder den TM-Export?

Die Geldfrage: das Honorar

Da wir mit unserer Tätigkeit unseren Lebensunterhalt verdienen, ist neben der eigentlichen Leistung natürlich insbesondere das Honorar zu regeln. Klingt einfach - wenn man von den Schwierigkeiten der Kalkulation und der Findung der eigenen Preisstrategie mal absieht -, ist aber bei Weitem nicht so banal, wie man meinen könnte.

Das denkbar einfachste Honorar ist ein Festpreis: „Ich übersetze für Sie den Text xyz, Sie zahlen mir dafür 550 Euro.“ Doch ▶



das allein reicht noch nicht. Der erste Stolperstein an dieser Stelle ist die **Umsatzsteuer**: Sie sollten in jedem Fall erwähnen, ob die 550 Euro der Netto- oder der Bruttopreis sind. Also: Kommt da noch die Umsatzsteuer dazu oder nicht? Und in welcher Höhe (in den meisten Fällen 19 Prozent)? Im Geschäftskundenbereich ist es Ihren Kunden in der Regel egal, da sie die Umsatzsteuer als Vorsteuer sowieso abziehen können. Aber gerade bei Privatkunden ist es wichtig, da diese als Verbraucher davon ausgehen dürfen, dass ihnen ein Bruttopreis einschließlich Umsatzsteuer genannt wird. Sollten Sie das versäumt haben, müssen Sie die Umsatzsteuer sozusagen aus Ihrem eigenen Honorar bezahlen.

Im Bereich des Übersetzens und Dolmetschens sind allerdings viel häufiger andere Abrechnungsmethoden geläufig. Sollten Sie keinen Festpreis vereinbaren, ist in jedem Fall die **Abrechnungsmethode** zu erwähnen: Rechnen Sie nach Wörtern ab? Oder nach Zeilen? Stunden oder Tagen? Und selbst wenn das geklärt ist, sollten Sie noch ein paar Worte darüber verlieren, wie Sie auf dieser Basis Ihr Honorar kalkulieren: Nach Ausgangs- oder Zieltext? Nach tatsächlichem Zeitaufwand? Sobald die Abrechnung anhand des Textumfangs erfolgt, sollten Sie ebenfalls daran denken, die **Grundlage für die Zählung** zu klären: Orientieren Sie sich an der Word-Statistik? Nutzen Sie ein bestimmtes Zählprogramm (ggf. welche Version)? Je nachdem, mit wie vielen Zählprogrammen Sie bereits herumexperimentiert haben, wissen Sie womöglich bereits selbst, wie stark die Ergebnisse voneinander abweichen können. Wer so etwas vorher klärt, muss nachher nicht mit dem Kunden diskutieren. Bei Zeilen ganz besonders wichtig: Was verstehen Sie unter einer Zeile? Wie viele Zeichen (häufig 50 oder 55 Zeichen)? Und was gilt dabei als Zeichen (sinnvollerweise: die Anzahl der Zeichen einschließlich Leerzeichen, also im Prinzip die Tastaturanschläge)?

Vergessen Sie auch nicht, die **Zahlungsbedingungen** zu regeln: Ist die Rechnung in bar zu begleichen oder per Überweisung? Gewähren Sie Ihren Kunden ein bestimmtes Zahlungsziel (z. B. 14 oder 30 Tage)? Oder ist die Rechnung sofort fällig? Wenn Sie das Zahlungsziel erst auf der Rechnung erwähnen, ist es streng genommen nicht vereinbart worden und somit für den Kunden auch nicht

verbindlich. Falls Sie mit dem Ausland zu tun haben, sollten Sie auch etwaige Bankgebühren im Auge behalten und im Angebot direkt klären, wer diese zu tragen hat, damit auch der richtige Betrag bei Ihnen auf dem Konto ankommt. Die Währung nicht vergessen!

Auch wenn das zunächst nach viel Aufwand klingt, ist es doch schnell in Worte gefasst: Einmal vorformuliert, können Sie die Vorlage für alle Angebote verwenden und müssen nur jeweils das zutreffende Honorar eintragen.

Bitte zu vorgestern: der Liefertermin

Mit den obigen Punkten haben wir schon Einiges abgehakt, was spätere Rechts- oder Honorarstreitigkeiten vermeiden kann. Zu guter Letzt ist aber selbstverständlich noch ein nicht allzu unwichtiger Punkt aufzunehmen: der Liefertermin. Viele von Ihnen dürften schon die Erfahrung gemacht haben, dass manchmal der Termin sogar wichtiger ist als der Preis. Also muss er auch ins Angebot rein: Bis wann können Sie liefern bzw. wann findet die Verdolmetschung statt, für welchen Termin verpflichten Sie sich? Da man bei eiligen Anfragen sonst gern auch mal vergisst, dass viele Kunden erst einmal herumfragen und sich nicht zwingend wieder melden, geschweige denn so schnell, wie man einkalkuliert hatte: Nehmen Sie in jedem Fall eine **Bindefrist** auf; wenn nicht fürs gesamte Angebot, dann zumindest für die Einhaltung des zugesagten Liefertermins. Das ist mit einem Satz erledigt („Der oben zugesagte Liefertermin gilt nur bei Beauftragung bis zum xyz.“) und verschafft Ihnen für die eigene Planung die Freiheit, andere Aufträge anzunehmen, sollte diese Frist ohne Beauftragung seitens des Kunden verstreichen. Sollte es für den Kunden auf die Uhrzeit ankommen, nennen Sie diese. Dann müssen Sie sich aber auch daran halten.

Und sonst? Das Kleingedruckte

In umfangreicheren Angeboten wollen Sie vielleicht noch etwas zu Ihrer Haftung, zur Geheimhaltung, zur Beauftragung von Subunternehmern (bei Untervergabe von Aufträgen) etc. regeln. Für diese Aspekte sollten Sie sich juristischen Rat holen, da vorformulierte

Vertragsbedingungen (und nichts anderes ist Ihre „Angebotsvorlage“) schnell als AGB gelten, womit sie einer strengen Inhaltskontrolle unterliegen. Da kommt es dann auf die genaue Formulierung an.

Zum Abschluss noch folgender Hinweis: Natürlich können Sie einen Großteil der oben dargestellten Komponenten kurz und knapp halten, z. B. „Übersetzung des folgenden Textes aus dem Englischen (USA) ins Deutsche (Deutschland): Datei/Text xyz“. Auch auf die Reihenfolge der in diesem Artikel genannten Aspekte kommt es im Angebot nicht an - allerdings ist es durchaus sinnvoll, die für den Kunden wichtigsten Aspekte eher weiter vorn zu regeln oder zumindest typographisch hervorzuheben, insbesondere, wenn es ein längeres Angebot ist. Für die Auftragsannahme bietet es sich an, ganz hinten im Angebot um eine ausdrückliche Bestätigung des Auftrags zu bitten oder gar eine Art Annahmeformular aufzunehmen und sich dies vom Kunden unterschrieben zurücksenden zu lassen. Unabhängig davon, welche Vorgehensweise man wählt, sollte in jedem Fall darauf geachtet werden, dass man eine Auftragsbestätigung zumindest in Textform (also wenigstens per Fax oder E-Mail) vorliegen hat. Das ist auch in unserer von Eilbedürftigkeit geprägten Berufspraxis immer machbar. Sollte einem der Kunde den Auftrag nichtsdestotrotz nur telefonisch bestätigen, bietet es sich an, die vereinbarten Konditionen noch einmal in einer E-Mail an den Kunden zusammenzufassen. Auch wenn alles außer der offiziellen Schriftform (oder der E-Mail mit qualifizierter elektronischer Signatur) nicht zwingend „gerichtsfest“ ist, haben Sie die Vereinbarungen immerhin schriftlich festgehalten, was immer noch besser ist als gar nichts.

Ansonsten gilt übrigens im deutschen Rechtssystem: Was man nicht regelt, regelt das Gesetz ... Wer sich hier schlau machen möchte, der schaue mal ins BGB und dort §§ 611 ff. fürs Dolmetschen bzw. §§ 631 ff. fürs Übersetzen.

Sina Ketschau
Arbeitsgruppe
Existenzgründung
ag-nrw.
gruender@
bdue.de

