

Arbeitsblatt: Wie finde ich eigene Nischen?

Nischen aus der eigenen Expertise ableiten

- Mit welcher Sprachkombination arbeitest du am liebsten – und in welcher am erfolgreichsten?
- In welchen Fachgebieten kennst du dich besonders gut aus?
(Z.B. *Wirtschaft allgemein, Hochschulwesen, Baurecht, Entwicklungspolitik, Kunstgeschichte, etc.*)
Welche typischen sowie besonderen Anforderungen/Aufträge existieren in diesen Bereichen, die du entweder bislang noch nicht abdeckst oder noch nicht proaktiv vermarktest/ anbietest? Könntest du als Experte hieraus neue Angebote für Endkunden oder gegenüber Kollegen in der Sprachdienstleistungsbranche entwickeln? (Z.B. *Seminare halten, Buch/E-Book entwickeln, etc.*)
- Wodurch hebst du dich von der Konkurrenz ab?
 - Außergewöhnliche Expertise und Erfahrungen
(Z.B. *Ausbildung/Studium/Fortbildung in weiterem Bereich oder Arbeitserfahrung aus anderer Branche etc.*)
 - Deine Persönlichkeit
(Du bist z.B. *besonders gut im Networking, besonders analytisch begabt, hast eine angenehme Stimme, was am Telefon oder als Seminarleiterin vorteilhaft ist etc.*)
 - Zusätzliche Kompetenzen und Faktoren
(Du bist z.B. *besonders kundenorientiert, zeitlich flexibel, gewillt abseits der regulären Geschäftszeiten zu arbeiten; du arbeitest dich schnell in neue Technologien ein usw.*)

Für welche Branchen, Kunden und Aufträge verschafft dir dies Vorteile?

- Welche Art von Aufträgen bedienst du selten, sind aber besonders gut bezahlt?
- Für welche Dienstleistungen wurdest du angefragt, über die du überrascht warst?
- Gab es interessante Anfragen, die du aufgrund fehlenden Fachwissens nicht bedienen konntest?
- Welche Aufträge machen dir besonders viel Spaß?
- Wettbewerberanalyse: Welche spannenden Dienstleistungen oder Nischen bieten andere Sprachdienstleister an, die auch für dich spannend sein könnten?
- Welche anderen privaten Interessen und Hobbies hast du? Worüber liest du gerne? Welche Dokumentarfilme schaust du? Zu welchen Themen besuchst du Kurse (z.B. Yoga, Kochen etc.)?

Schau dir nochmal alle deine Antworten bis hierher an. Bieten sich hier Chancen für Nischen bzw. für Bereiche, und Dienstleistungen, die du gerne in Zukunft (offensiver) bedienen und vermarkten möchtest?

Übrigens: Falls du in eine „Exotensprache“ übersetzt, bedienst du damit schon eine Nische. Hier ist die Konkurrenz meist gering, doch der Markt oft klein. Faustregel: Je exotischer die Sprache, desto allgemeiner sollte dein Angebot sein. Je geläufiger die Sprache, desto spezifischer sollten die Nischen sein.

Nischen finden durch Analysieren des Marktes

- Nimm die Makroperspektive ein: Welche Trends und aktuellen Entwicklungen finden derzeit gesellschaftlich und in deiner Branche statt? (Z.B. Fridays for Future, Bitcoin, Brexit, E-Bikes, Gendergerechtigkeit, Alterung der Gesellschaft, Maschinenübersetzung/Post-Editing etc.) Welche Bedarfe entstehen hieraus, an die ich mit meinem Profil anknüpfen kann?

Stelle dir zu folgenden Punkten abschließend jeweils die Frage:

Wie könnte ICH die Probleme und Anforderungen dieser Zielgruppe lösen?

- Welche Personen, Firmen oder Organisationen haben in deiner Stadt/Region/deinem Land mit deiner Sprachkombination zu tun und welche konkreten Bedarfe/Probleme/Ängste haben sie? Versuche hier ganz frei, lateral und kreativ zu „brainstormen“. Verrückte Ideen sind ausdrücklich erwünscht, denn sie schulen das kreative Denken und tragen zur Nischenfindung bei.

Beispiel: Du bist Übersetzer, Französisch/Deutsch in Berlin. Dir fällt auf, wie viele Franzosen zum Studium nach Berlin kommen. Welche Probleme, Ängste, Anforderungen haben sie? Sie sind vermutlich unsicher, wie sie sich um einen Studienplatz in Deutschland bewerben sollen. Sie fragen sich, wie gut ihre Deutschkenntnisse fürs Studium sein müssen und wie sie eine WG finden werden. Außerdem brauchen Sie eine Übersetzung ihrer Zeugnisse.

- Welche Personen-/Kundengruppen suchen nach Dienstleistern mit deiner Sprachkombi, deinen Fachbereichen und deiner Persönlichkeit? Denke hier ruhig an Kunden oder Kundengruppen, die du jetzt schon bedienst. Welche konkreten Bedürfnisse/Probleme/Ängste haben diese Menschen?

Beispiel: Kommunikations-Agenturen in Deutschland, die zum ersten Mal Publikationen auf Deutsch und Englisch herausbringen. Sie stehen unter großem Zeitdruck und suchen Übersetzungsbüros oder Freelancer, die Top-Qualität liefern. Sie möchten schnell herausfinden, wie teuer die Übersetzung und das Schlusskorrektur sind. Wie können sie sicherstellen, dass alles rechtzeitig fertig wird und der Endkunde mit der Publikation rundum zufrieden ist?

- Je weiter du „hineinzoomst“, desto kleiner – und oft interessanter – wird die Nische. Denk an eine Kundengruppe, die du im vorherigen Punkt beschrieben hast: Welche Untergruppen gibt es innerhalb dieser? Welche konkreten Bedürfnisse/Probleme/Ängste hat diese Klientel?

Beispiel: Kommunikations-Agenturen in Deutschland, die auf die Finanzbranche spezialisiert sind. Ihre Herausforderung: Sie finden nur schwer, Dienstleister online, die die nötige fachliche Expertise für mehrsprachige Geschäftsberichte haben und auch unter Zeitdruck Top-Qualität liefern. Die wenigen guten, die online zu finden sind, sind meist für mehrere Wochen ausgebucht.

Zusatzgeschäft durch weitere Dienstleistungen und „Cross Selling“

Welche Dienstleistungen bietest du über deine Kern-Services hinaus an bzw. könntest du anbieten? Z.B. Lektorat, Post-Editing, Sprachunterricht, Untertitelung, Interkulturelle Beratung, Texten, Transkription, Community Interpreting, Übersetzen in Leichte Sprache, Projektmanagement, u.v.m.

Könnte „Cross Selling“ für dich interessant sein? Das bedeutet, bestehenden Kunden ergänzende Dienstleistungen oder Zusatzprodukte zu verkaufen.

Beispiel: Ich übersetze Bewerbungsunterlagen und biete den Kunden zusätzlich englisches Bewerbungstraining an oder ich dolmetsche für eine ausländische Delegation und biete zusätzlich eine maßgeschneiderte Stadtbesichtigung oder ein interkulturelles Training an.

Weitere Infos zu diesem Vortrag und Thema unter: <https://language-boutique.de/nischen-findern>