

«Unternehmer sein ist toll»

Der langjähriger Hotelplan-Mitarbeitende Roman Probst macht heute mit seinem Übersetzungsbüro Furore – Kunden aus der Reisebranche liegen ihm besonders am Herzen.



Roman Probst

Für den in Oberbuchsitzen aufgewachsenen Roman Probst gab es nach der Absolvierung der Berufsmittelschule nur eins: Ab in die weite Welt. Er heuerte bei Hotelplan als Reiseleiter an und betreute während sieben Jahren Gäste an Kurz- und Langstreckenzielen, auf Rundreisen, Kreuzfahrten und während der viel beachteten Millennium-Weltreise. «Nach zwei Saisons als Teamchef beschloss ich mit 29 Jahren die Rückkehr in die Schweiz», erzählt Probst. Bei Hotelplan war er unter Peter Stahel Product Manager für Ägypten und Bulgarien – dann lockte eine neue Herausforderung.

«Ich begann ein vierjähriges, berufsbegleitendes Kommunikations-Studium an der Zürcher Fach-

Innovatives Jungunternehmen

Rund ein halbes Jahr nach der Firmengründung wurde Translation-Probst im Herbst 2005 von der Wirtschaftsförderung Winterthur als eines von 10 innovativen Jungunternehmen ausgezeichnet und konnte sich kostenlos mit einem Stand an der Winterthurer Messe präsentieren. Das führte zur Kontaktaufnahme mit dem ersten Grosskunden Heineken. Und im vergangenen Dezember erhielt Probst von der Fachhochschule Zürich den Students-to-Business-Prize als bestes Jungunternehmen mit einem Preisgeld von 5000 CHF.

hochschule in Winterthur, das ich nun in diesem Sommer abschliessen werde», sagt Probst. Sein Studium finanzierte er sich vorerst als Sprachlehrer und Kommunikationschef der Tauchorganisation Padi, bis er vor zwei Jahren auf Grund einer spontanen Anfrage auf die Idee eines Übersetzungsbüros kam: Im April 2005 gründete Roman Probst in Winterthur die Einzelfirma Translation-Probst. «Ich wollte selber etwas anpacken, bin ein Unternehmer-Typ», sagt er zur Motivation. Eine Selbständigkeit in der Reisebranche habe er sich zwar auch überlegt, doch vor zwei Jahren litt diese noch unter den Folgen von 9/11, Sars und Terror – «Das Reisegeschäft war mir zu zyklisch».

Was zeichnet denn das Geschäftsmodell von Translation-Probst aus in einem Segment, in dem es ebenfalls nicht an Mitbewerbern mangelt? «Ich selber übersetzte nicht, sondern vermittele zwischen Kunden und Übersetzern», fasst Probst zusammen. Dabei arbeitet er mit über 200 Spezialisten weltweit zusammen, und jeder Übersetzer übersetzt unter Berücksichtigung seiner Qualifikation in seine Muttersprache. Als Besonderheit bezeichnet Probst das «4-Augen-Prinzip»: Jeder Text wird grundsätzlich von einer zweiten Person gegengelesen. Nebst Übersetzungen bietet Probst auch einen Textservice in 20 Sprachen an und die Möglichkeit, Texte gleich in das bestehende Layout eines Webportals, Flyers, Zeitungen, Kataloge, etc. zu implementieren.

Das Erfolgsrezept. Heute ist Roman Probst nicht nur selber voll mit seiner Firma Translation-Probst ausgelastet, sondern beschäftigt zudem drei Voll- und Teilzeitmitarbeitende. «Das Erfolgsrezept heisst zufriedene Kunden – dann wird man auch weiter empfohlen», weiss Probst. Deshalb sei er preislich zwar nicht der allergünstigste, aber wettbewerbsfähig. Dafür verlange er keine Auftragspauschale, was in der Branche einzigartig sei.

Und selbstverständlich liegen ihm auf Grund seiner beruflichen Vergangenheit die Kunden aus der Reisebranche besonders am Herzen. Mit einigen wie Interhome oder dem Hotel Uto Kulm arbeitet er bereits zusammen – weiteres Potenzial sieht er im Bereich Übersetzen, Texten und Layouten für kleinere Veranstalter oder im Segment der Kunden- und Mitarbeiterpublikationen. Eines ist für Probst auf jeden Fall klar: eine eigene Firma zu führen ist genau das, was er tun will; «Unternehmer sein ist toll!». **BE** 