

LIONBRIDGE

RATGEBER LOKALISIERUNG

10 | SCHRITTE ZUR
PERFEKTEN
PARTNERSCHAFT



IHRE ORGANISATION IST GLOBAL



Sie wollen überall sein. Aber Ihre Kunden wollen, dass Sie lokal sind. Darin besteht die Herausforderung.

Sie sind eine **globale** Marke – einheitlich, weitreichend und konsistent – und gleichzeitig eine **lokale** Marke – mehrsprachig, nuanciert und vertraut. Wie schaffen Sie es, trotz dieses scheinbaren Gegensatzes auf beiden Ebenen erfolgreich zu sein?

Die Antwort lautet: Lokalisierung.

Die Zeiten, in denen eine einfache Übersetzung genügt, sind längst vorbei. Eine reine Übersetzung kann wohl den grundlegenden Inhalt von einer Sprache in eine andere übertragen, aber Marken haben mittlerweile verstanden, dass Kunden nicht so einfach gestrickt sind. Beziehungen und Personalisierung werden immer wichtiger. Wenn Sie sich ausschließlich auf Übersetzungen verlassen, können Sie nicht in jedem Winkel der Welt Beziehungen zu Kunden aufbauen, die sich persönliche Erlebnisse wünschen.

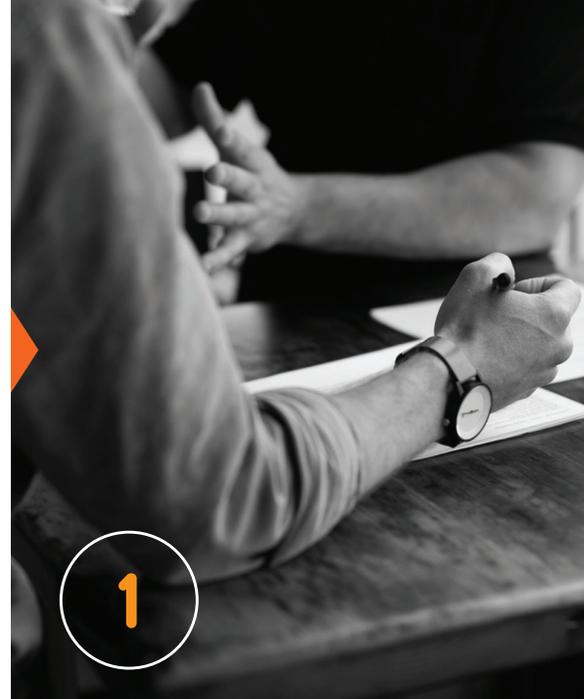
Weshalb ist dem so? Weil Beziehungen von *Emotionen* geprägt werden. Aber welche Emotionen Kundentreue auslösen, hängt von der Region, der Kultur und dem Hintergrund ab. Sie müssen Ihren einheitlichen Markenauftritt so anpassen, dass er zu den örtlichen Dialekten und Normen jedes Kunden überall auf der Welt passt. Kurz gesagt: Sie brauchen Lokalisierung.

Sie wollen mit Ihrem Unternehmen also global und gleichzeitig lokal auftreten. Dazu brauchen Sie den richtigen Partner. Um Ihnen die Suche zu erleichtern, hier einige Ratschläge, worauf Sie beim Einkauf von Lokalisierungsdiensten achten sollten.

GENAU HINSEHEN

Ihr Lokalisierungspartner wird sich vertieft mit Ihrem Unternehmen auseinandersetzen. Also sollten auch Sie Ihren zukünftigen Partner auf Herz und Nieren prüfen. Ist der Anbieter ein langjähriger Branchenführer mit viel Erfahrung oder ein Newcomer? Hat er Samoanisch, Usbekisch oder Swahili im Angebot (und *alle* Sprachen Ihrer Kunden)? Kann er termingerecht liefern und bleibt das Budget im vereinbarten Rahmen –und *das bei jedem Projekt?*

Fragen Sie, wie viele Sprachen der Anbieter unterstützt. Finden Sie heraus, ob das Übersetzerteam nur aus Linguisten besteht oder aus Linguisten *und* Fachexperten. Erkundigen Sie sich über den Werdegang des Managements. Seien Sie neugierig. Stellen Sie Fragen. Sehen Sie sich die Social-Media-Profile der wichtigsten Mitarbeitenden an. **Je mehr Sie über den Anbieter wissen, desto fundierter wird Ihre Entscheidung ausfallen.**



INS DETAIL GEHEN

Bei der Suche nach einem Lokalisierungspartner müssen Sie vor allem verstehen, welche Dienstleistungen ein Anbieter erbringt. Aber Sie sollten noch einen Schritt weiter gehen.

Bietet er auch spezielle Ressourcen, die Ihren individuellen Anforderungen entsprechen? Hat er spezielle Technologieplattformen entwickelt, mit denen er diese Anforderungen schnell erfüllen kann? Welche Art von Berichterstattung können Sie erwarten und wie werden Fortschritte gemessen?

Stellen Sie diese Fragen, bevor Sie sich entscheiden.



DEN RICHTIGEN PARTNER FINDEN

Stellen Sie sicher, dass der Lokalisierungsdienstleister flexibel genug ist, um die Anforderungen Ihres Unternehmens zu erfüllen. Ist er in der Lage, Großprojekte mit schnellen Veränderungen zu unterstützen? Kann er Ihnen die persönliche Betreuung und Aufmerksamkeit geben, die Sie brauchen? Erkundigen Sie sich, wie genau die internen und externen Ressourcen aufgeteilt werden.

Fragen Sie nach Beispielen von Kunden mit vergleichbarer Größe und ähnlichen Anforderungen. **Schließlich möchten Sie ja den Anbieter finden, der perfekt zu Ihnen passt.**





QUANTITÄT UND QUALITÄT BEURTEILEN

Stellen Sie sich ein Netzwerk aus Tausenden von Experten vor, die Ihre Botschaft in den lokalen Märkten lebendig werden lassen. Das muss kein frommer Wunsch bleiben. Ihr Lokalisierungspartner sollte über die nötigen Sprach- und Fachexperten verfügen, damit Ihre Botschaft in jedem Zielmarkt richtig ankommt.

Nehmen Sie sich die Zeit, um die globale Reichweite der Lieferkette Ihres potenziellen Partners zu erkunden. Wenn Sie wissen, wie er seine Ressourcen und Subunternehmer auswählt und qualifiziert (und ob der Einsatz von Subunternehmern transparent ist), können Sie entscheiden, ob sie gut zusammenpassen.

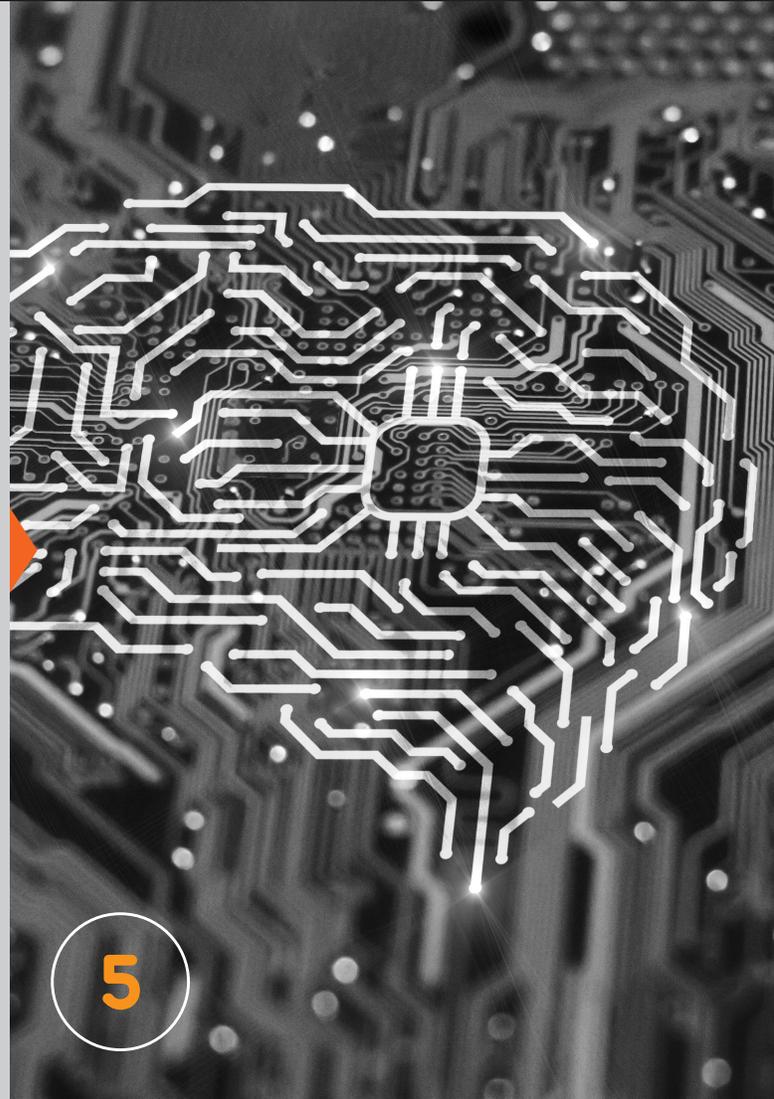
Kann er Ihre sprachlichen Anforderungen erfüllen? Auch zur Hochsaison? Zur Urlaubszeit? Bei Notfällen in letzter Minute? **Fragen Sie auf jeden Fall nach.**

4

DAS THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Es ist nicht immer leicht, einen Lokalisierungsdienstleister zu finden, der die geforderte Geschwindigkeit, Skalierbarkeit und Qualität bietet. Ein Tipp hierzu: Erkundigen Sie sich, ob Ihr potenzieller Partner künstliche Intelligenz (KI) einsetzt. Sie hilft dabei, mit Ihren Anforderungen nach Schnelligkeit Schritt zu halten und dafür zu sorgen, dass die Kosten nicht aus dem Ruder laufen. Entscheidend ist, dass Ihr Lokalisierungspartner Technologien einsetzt (und sogar entwickelt), die die Geschwindigkeit, Genauigkeit und Prozesse tatsächlich verbessern. (Und nein, das heißt nicht, dass alle Mitarbeitenden durch Roboter ersetzt wurden.)

Hat er sich auf eine einzige maschinelle Übersetzungssoftware festgelegt oder kann er mithilfe eines optimalen Ansatzes die Prozesse auf die Anforderungen jedes Kunden zuschneiden? Entwickelt er den Übersetzungsprozess ständig weiter, um die menschlichen Übersetzer effizient einzusetzen und dabei Qualität und Schnelligkeit zu gewährleisten? **Finden Sie heraus, ob und wie der Anbieter neben Muttersprachlern und Sprachexperten auch Übersetzungstechnologien und KI einsetzt.**

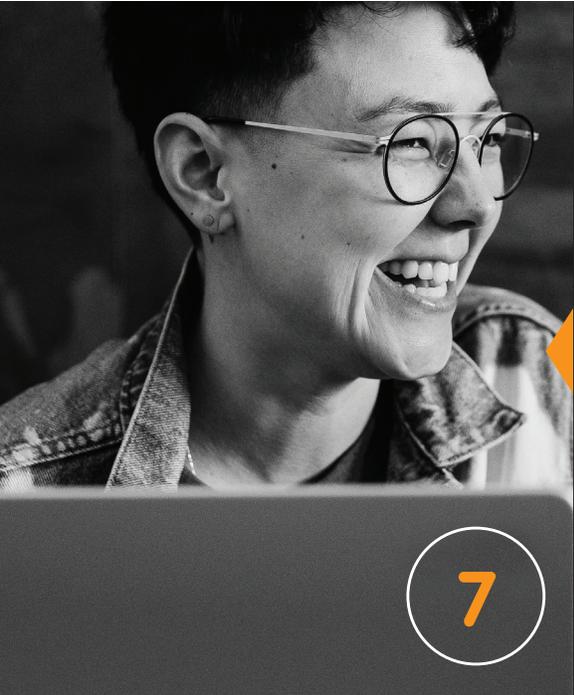


5

DAS MANAGEMENT MANAGEN

Es ist ganz einfach: Je besser das Management Ihres Lokalisierungspartners arbeitet, desto weniger Aufwand entsteht für Sie. Finden Sie also zunächst heraus, ob es einen für Sie reservierten Mitarbeiter gibt, der sich um die tägliche Kommunikation und alle anfallenden Aufgaben kümmert.

Prüfen Sie auch, ob das Managementteam projektbezogene Feedback- und Performancedaten für die Subunternehmer sammelt. **Das liefert einen guten Hinweis darauf, ob Ihr potenzieller Partner sich auf stetige Verbesserungen konzentriert – oder einfach nur das Projekt zu Ende bringen will.**



DEN ALLTAG VERSTEHEN

Wenn Sie Kunden in verschiedenen Märkten ansprechen wollen, müssen Sie darauf gefasst sein, viel Zeit mit Ihrem Lokalisierungsteam zu verbringen. Bevor Sie sich also für einen Partner entscheiden, sollten Sie wissen, wie Sie täglich mit ihm interagieren werden. Wie werden Projekte und Unterlagen geliefert? Welche sprachlichen und technischen Prüfungen werden vor Beginn einer Übersetzung an dem Ausgangsmaterial durchgeführt? Werden Fachleute hinzugezogen? Wer ist Ihr täglicher Ansprechpartner?

Wenn Sie verstehen, wie Ihr Partner im Alltag arbeitet, gibt Ihnen das ein besseres Gefühl dafür, wie gut Sie zusammenpassen und gemeinsam die etablierten Prozesse Ihres Unternehmens verbessern werden.

RAHMENBEDINGUNGEN FESTLEGEN

Die Sprache entwickelt sich ständig weiter. Kann Ihr Lokalisierungspartner mithalten? Entscheidend ist, dass Sie einen Partner finden, der Terminologierstellung und -wartung bietet. Style Guides und Terminologiedatenbanken sind wichtige Tools für Lokalisierungsexperten, mithilfe derer sie konsistente und ansprechende Markeninhalte liefern können, die Ihre Kunden überall auf der Welt erreichen.

Fragen Sie nach Einzelheiten zu den Prozessen – und finden Sie heraus, wie mehrsprachige Terminologie verwaltet wird.





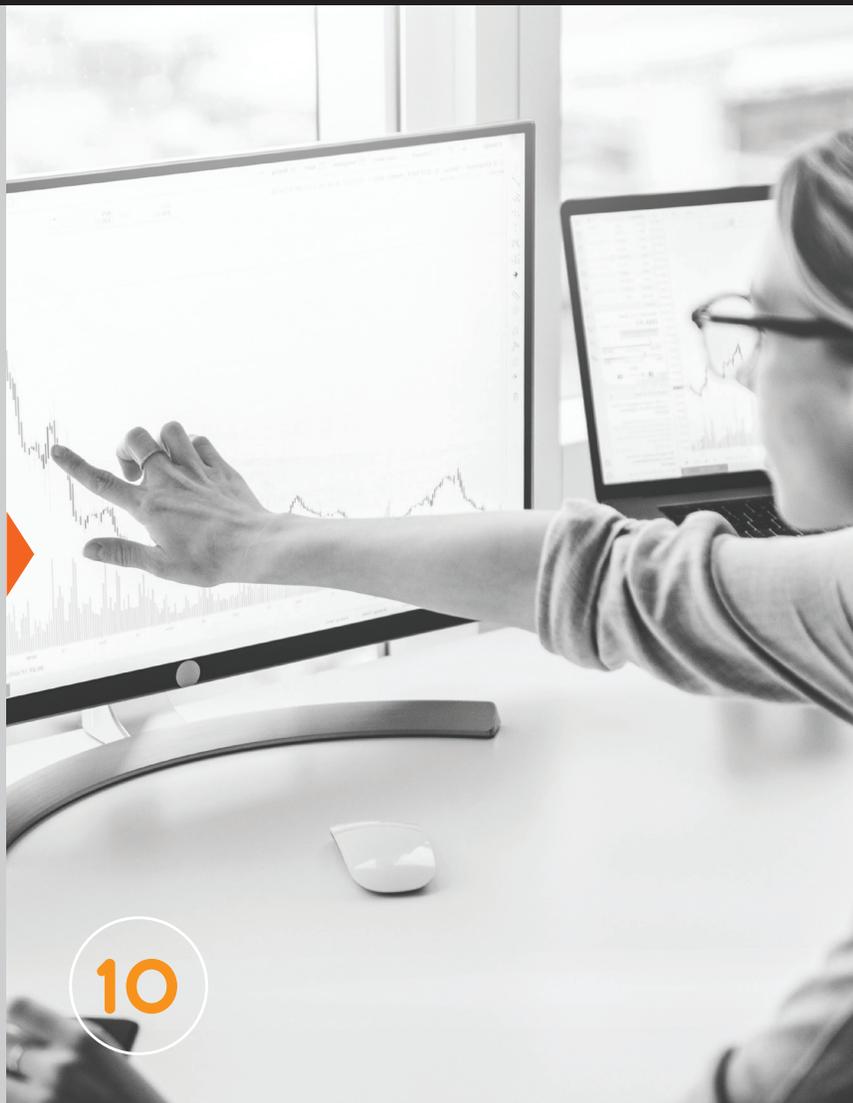
QUALITÄTSSICHERUNG SICHERSTELLEN

Fehler untergraben das Vertrauen der Verbraucher. Deshalb müssen Sie sicherstellen, dass Ihr Lokalisierungspartner sowohl linguistische als auch technische Qualitätssicherung anbietet – und dass diese Qualitätssicherung unabhängig von der Produktion ist. Erkundigen Sie sich, welche Art von Qualitätsmodell oder -standards der Partner verwendet und wie die Ergebnisse der Bewertung mit Ihnen ausgetauscht werden.

Qualitätssicherung ist halb Kunst, halb Wissenschaft – und einer der wichtigsten Leistungsbausteine Ihres Lokalisierungspartners. Einige Anbieter (Wink mit dem Zaunpfahl: wir) bieten sogar unabhängige, unparteiische Qualitätssicherungsdienste an, **die die Qualität aller übersetzten Inhalte noch verbessern.**

DIE FINANZIELLE STABILITÄT PRÜFEN

Fragen Sie unverblümt nach der allgemeinen Finanzlage Ihres potenziellen Partners. Wie sieht das Management der Forderungen und Verbindlichkeiten aus, welche Richtlinien, Verfahren und Performancedaten gibt es diesbezüglich? Diese Faktoren sind wichtige Indikatoren für eine stabile Lieferkette – **und tragen maßgeblich zu einer fruchtbaren und langfristigen Partnerschaft bei.**



SIND SIE BEREIT, DEN NÄCHSTEN SCHRITT ZU TUN?

Nehmen Sie sich diese Ratschläge zu Herzen und testen Sie uns. Hören Sie unsere Antworten auf die oben gestellten Fragen. Bei Lionbridge bauen wir enge Beziehungen zu den größten Marken der Welt auf – damit sie engere Beziehungen zu ihren Kunden knüpfen können.

Und wir sind bereit, das auch für Sie zu tun.

ERFAHREN SIE MEHR AUF
[LIONBRIDGE.COM](https://www.lionbridge.com)

LIONBRIDGE

© 2019 Lionbridge. Alle Rechte vorbehalten.