

Sieben teure Fehler

in der Lokalisierung ...

und wie man sie vermeidet



Sieben teure Fehler in der Lokalisierung und wie man sie vermeidet

3 _ Einleitung

4 _ **Nr. 1:** Kein klares, nachprüfbares Nutzenversprechen

6 _ **Nr. 2:** Kein Verständnis der wirklichen Kosten von Lokalisierung

8 _ **Nr. 3:** Keine bedarfsgerechte Evaluation der Qualitätslevels

10 _ **Nr. 4:** Fehlendes Talentmanagement

13 _ **Nr. 5:** Fehlendes Kontext-Management

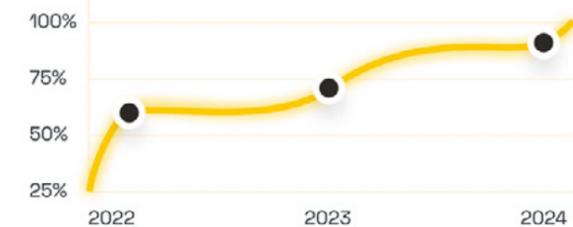
15 _ **Nr. 6:** Keine Content-Verantwortlichen für die Ausgangs-
bzw. Zielsprache

17 _ **Nr. 7:** Keine interne Abstimmung über Grenzen und
Möglichkeiten des Übersetzungsprozesses

Ob auf dem Desktop, im Web oder als mobile App: Bei vielen Unternehmen sind digitale Anwendungen entweder das primäre Produkt oder der zentrale Kanal für die Kundeninteraktion. Sofern diese Unternehmen international aktiv sind (oder es werden wollen), übersetzen und adaptieren sie diese Anwendungen oft in Fremdsprachen – die so genannte „Lokalisierung“. Eine effiziente, auf die Unternehmensziele abgestimmte Lokalisierung ist entscheidend für skalierbaren Geschäftserfolg im Ausland. Doch viele Unternehmen bleiben hier hinter ihrem vollen Potenzial zurück und kämpfen stattdessen mit hohen Kosten, langsamen Prozessen und Qualitätsproblemen.

Ausgehend von über 25 Jahren Branchenerfahrung **hat Blinks Translations einen Strategie- und Prozess-Check für die Lokalisierung entwickelt**, der Unternehmen sofort umsetzbare, priorisierte Best-Practice-Empfehlungen zum Erreichen ihrer Ziele liefert. In diesem Whitepaper beleuchten wir einige der häufigsten Problemfelder der Lokalisierung, die uns in der täglichen Arbeit begegnen und zu unnötigen Kosten und Risiken im internationalen Geschäft führen. Nutzen Sie diese Punkte für eine erste Einschätzung, wie es um Ihre Strategie und Ihre Prozesse steht – und wenn Sie es genauer wissen möchten, unterstützen wir Sie gern!

Localization Excellence Score



Kein klares, nachprüfbares Nutzenversprechen

Es mag sich ein wenig verwunderlich anhören, aber immer wieder treffen wir auf Übersetzungskunden, die nicht wissen, warum sie ihre Produkte eigentlich lokalisieren. Sie wissen dann zwar, dass diese oder jene Produktlinie qua Unternehmensvorgabe in diese oder jene Sprache übersetzt wird, doch Gründe dafür können sie meist nicht nennen. Auch wenn es diese Gründe sogar geben mag: Wer sie nicht klar benennen kann, läuft Gefahr, viel Geld zum Fenster hinauszwerfen – und zwar dann, wenn Übersetzungen erstellt werden, die niemand braucht. Als Allererstes müssen daher grundlegende Fragen beantwortet werden: Welchen

konkreten Nutzen verspricht sich das Unternehmen von diesen Übersetzungen? Auf welchem Wege soll dieser Nutzen entstehen? Ist das tatsächlich der Weg mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis?

Und vielleicht am wichtigsten: Woher weiß man, ob der Plan aufgeht? An welchen realen Daten kann man überprüfen, ob Lokalisierung wirklich den erhofften Nutzen bringt? Solche praxistauglichen Erfolgsmetriken zu definieren, ist nicht ganz einfach, aber sehr lohnenswert – denn wenn man sie erst einmal hat, wird es umso einfacher, das Lokalisierungsportfolio regelmäßig zu evaluieren und fehl-

geleitete Ressourcen umzuwidmen, sodass sie größeren Nutzen für das Unternehmen bringen.

Beispiel aus der Praxis:

Uns war bekannt, dass ein großer Hersteller von CAD- und Planungssoftware seine sehr komplexen Produkte unter anderem auch ins Deutsche übersetzte. Eine unserer Mitarbeiterinnen hatte zufällig Kontakte zu einem Ingenieurbüro, das diese Produkte täglich einsetzte. Aus beruflichem Interesse fragte sie die Ingenieure, was sie von den lokalisierten Versionen hielten. Die Antwort: Sie wurden schlichtweg nicht genutzt, weil die Übersetzungen allzu oft unverständlich oder irreführend waren. Die Ingenieure schienen jedenfalls auch mit den englischen Produktversionen zurechtzukommen.

In Euro ausgedrückt:

In einem solchen Fall reden wir leicht von fünf- bis sechststelligen Beträgen, für die sich gewiss eine bessere Verwendung finden ließe als lokalisierte Produkte, die niemand nutzen will.



2

Kein Verständnis der **wirklichen Kosten von Lokalisierung**

Viele Unternehmen kennen das Konzept der TCO (Total Cost of Ownership): Um die Kosten eines Wirtschaftsguts realistisch einzuschätzen, reicht es nicht, nur die Anschaffungskosten zu betrachten; man muss vielmehr auch Faktoren wie Betriebs- und Instandhaltungskosten berücksichtigen.

Eine ganz ähnliche Betrachtung sollte man bei den Kosten von Lokalisierung anstellen. Die meisten Auftraggeber schauen nur auf die Wort- oder Stundenhonorare der Einzelleistungen (Übersetzung, Engineering, Tests), bestenfalls noch auf die Gemeinkosten der Projektabwicklung. Kaum jemals werden dagegen andere Kostenfaktoren

berücksichtigt, ohne deren Kenntnis sich die realen Kosten von Lokalisierung nicht beurteilen lassen:

- **Zusätzlicher Overhead** durch Reibungsverluste und Nacharbeit, wenn die Übersetzungsqualität nicht die Erwartungen der Stakeholder erfüllt (siehe auch Fehler Nr. 7)

- **Verborgene Kosten in anderen Abteilungen**, z. B. zusätzlicher Aufwand im Support wegen irreführender UI-Übersetzungen

- **Schadenersatz**, wenn falsche oder missverständliche Übersetzungen zu Sach-, Vermögens- oder gar Personenschäden führen (z. B. bei

Sicherheitshinweisen oder Software-UI für kritische Anwendungen)

- **Opportunitätskosten** in Bezug auf all diese Kostenarten, denn diese stehen für vergeudete Ressourcen, die man nutzbringender hätte einsetzen können (Beispiel: Entwickler müssen Lokalisierungsbugs beheben, anstatt an neuen Produkten zu arbeiten)
- **Umsatz- und Gewinneinbußen sowie Reputationsschäden**, wenn Übersetzungen dem Image des Unternehmens schaden

Derartige Kosten werden in den meisten Unternehmen entweder gar nicht erst erkannt oder verbergen sich – im Fall von Schadenersatz und Fehlerfolgekosten – im „außerordentlichen Aufwand“. Da sie aber benennbare Ursachen haben, die zum normalen Geschäftsbetrieb gehören, sollten sie wenn irgend möglich auch in der Kostenrechnung entsprechend ausgewiesen werden. Nur so lässt sich der lokalisierungsbedingte Aufwand tatsächlich in seinem vollen Ausmaß darstellen.

Beispiel aus der Praxis:

Bei der Arbeit an Updates zu einer Software für Leitsysteme, die unter anderem in kritischer Infrastruktur wie Kraftwerken oder Chemieanlagen zum Einsatz kam, bemerkte der Übersetzer in den UI-Strings ein paar ältere Übersetzungen, die ihm seltsam vorkamen. Sie sahen eher wie interne Codes aus, die gar nicht hätten übersetzt werden sollen. Die betreffende Komponente diente zur Alarmverarbeitung bei Störungen im Leitsystem. Durch ein wenig Herumprobieren in dem Bereich, in dem er die fraglichen Strings vermutete, konnte der Übersetzer die Software zum Absturz bringen. Setzte man die Übersetzungen auf die englischen Ursprungstexte zurück, verschwand das Problem. Die beunruhigende Schlussfolgerung: Fehler im Lokalisierungsprozess hatten die Stabilität einer Software gefährdet, die in kritischen Infrastrukturen weltweit verwendet wurde!

In Euro ausgedrückt:

Die Handvoll Wörter, die die Software zum Absturz brachten, hatten in der Übersetzung nur ein paar Cent gekostet. Und die Fehlerfolgekosten, wenn Alarime in kritischer Infrastruktur unbemerkt bleiben? Diese Berechnung überlassen wir Ihnen – wir möchten es lieber nicht zu genau wissen ...

3

Keine bedarfsgerechte Evaluation der Qualitätslevels

Fremdsprachliche Inhalte lassen sich auf unterschiedliche Weise erstellen: durch menschliche Übersetzer (Humanübersetzung), maschinelle Übersetzung (MÜ) oder Sprach-KIs. Bei jeder Option gibt es weitere Differenzierungen nach Preis und Qualität. Oft setzen Kunden jedoch auf das Prinzip „one size fits all“ und berücksichtigen nicht, dass unterschiedlicher Content unterschiedliche Qualitätsanforderungen stellt: die Sicherheits Hinweise für Industriesoftware eher höhere – die App, mit der man Katzenohren ins Profilbild montiert, eher niedrigere. Wer diese Unterschiede ignoriert, gibt eventuell unnötig Geld für Premiumqualität aus, obwohl der Content es nicht

erfordert. Umgekehrt entstehen Risiken für das Unternehmen, wenn die Qualitätsziele in Bereichen, die hohe Anforderungen stellen, verfehlt werden.

Wir empfehlen daher, mit einem risikobasierten Ansatz die erforderliche Qualität für jeden Content-Typ festzulegen und davon ausgehend den Übersetzungsansatz zu wählen. Die Kernfrage lautet: Welches Kostenrisiko (siehe dazu Fehler Nr. 2) droht dem Unternehmen, wenn im Lokalisierungsprozess neue Qualitätsmängel entstehen? Der dazu passende Ansatz ergibt sich dann aus der nachfolgenden Aufstellung.

Risiko	Vorgehensweise	Beispiele
<p>Hoch: Fehler haben inakzeptable Folgen</p>	<p>Humanübersetzung durch Expert:innen Übersetzer:innen, die nachweislich Erfahrung mit dem Geschäftsfeld und dem Content-Typ haben. Kooperation mit Premium-Agenturen. Auswahl der Übersetzer:innen muss durch das Unternehmen selbst gesteuert werden. Evtl. Integration in eigene Prozesse/Teams nötig. Zu bedenken: Expert:innen setzen angemessene Honorare voraus! Alternative: Inhouse-Erstellung der fremdsprachlichen Inhalte, wenn passende Mitarbeiter verlässlich verfügbar sind.</p>	<p>Sicherheitsrelevantes Material in Hochrisiko-Anwendungen Software-UI in Enterprise-Anwendungen Technisches Marketingmaterial Wichtiger PR-Content</p>
<p>Mittel: Fehler sind zwar nachteilig, aber der Aufwand für Expert:innen wäre nicht wirtschaftlich</p>	<p>Standard-Humanübersetzung oder maschinelle Übersetzung (MÜ) mit Nachbearbeitung Jede brauchbare Übersetzungsagentur kann den gesamten Prozess abbilden (Auswahl der Ressourcen, Qualitätsüberwachung, Durchsetzen von Styleguides usw.). Für jede Zielsprache regelmäßig evaluieren, ob sich die Qualitätsziele mittlerweile auch mit automatisierter MÜ erreichen lassen.</p>	<p>Verbraucherprodukte mit niedrigem Schadensrisiko; dazugehörige Dokumentation Unwichtigere Blogposts und Artikel</p>
<p>Niedrig: Fehler haben keine wesentlichen Auswirkungen</p>	<p>Maschinelle Übersetzung (MÜ) und KI; falls nicht ausreichend, dann MÜ mit Nachbearbeitung Für jede Zielsprache evaluieren, ob automatisierte MÜ oder eine KI zur direkten zielsprachlichen Erstellung ausreichende Qualität liefern. Falls ja, diese Optionen nutzen; ansonsten eine beliebige brauchbare Agentur mit MÜ und Nachbearbeitung beauftragen.</p>	<p>Content, bei dem das menschliche Leseerlebnis nachrangig ist Content, der erstellt werden muss, aber von niemandem gelesen wird</p>

Beispiel aus der Praxis:

Viele Web-Apps haben SEO-Seiten, deren einziger Zweck die Suchmaschinenoptimierung ist. Die Lokalisierung dieser Seiten ist zwar wichtig, aber von Hand recht mühsam zu erledigen. Unserer Ansicht sind solche Seiten perfekte Kandidaten für Sprach-KIs, die SEO-Content mittlerweile in hinreichender Qualität erzeugen können. Die Bedienung dieser KIs setzt derzeit noch menschlichen Input voraus, doch vollautomatische Lösungen dürften nur eine Frage der Zeit sein.

In Euro ausgedrückt:

Ein Unternehmen will 10 SEO-Seiten in jeweils 10 EU-Sprachen übersetzen. Wird diese Arbeit durch Übersetzer:innen erledigt, dürften schnell 100 € pro Seite und Sprache zusammenkommen; die Gesamtkosten liegen somit bei 10.000 €. Eine Sprach-KI erzeugt vergleichbar gute Seiten per Mausklick. Selbst wenn man Kosten von 50 € pro Seite und Sprache für die Bedienung der KI-Lösung voraussetzt (Prompt-Writing usw.), halbieren sich die Gesamtkosten und das Unternehmen spart 5.000 €.

4

Fehlendes Talentmanagement

Wie bei den Übersetzungsmethoden gibt es auch beim Qualitätsniveau von Übersetzer:innen eine gewisse Binnendifferenzierung. Gewiss wäre es schön, wenn sich der Berufsstand nur aus erfahrenen, reflektierten Top-Profis zusammensetzen würde. In der Realität sehen wir jedoch eher die klassische Normalverteilung: einige wenige wirklich gute Expert:innen; eine große Zahl brauchbarer Übersetzer:innen, die brauchbare Qualität liefern; und eine Handvoll Personen, bei denen eine seriöse Berufsunfähigkeitsversicherung im Grunde sofort mit der Auszahlung beginnen müsste. Die meisten Kunden überlassen die Vorauswahl und

Überprüfung der Übersetzer:innen sowie die Steuerung der laufenden Zusammenarbeit ihrer Agentur. Das hat zwei Nachteile:

- 1.** Alle Agenturen werben damit, nur die besten Spitzenprofis für ihre Kunden auszuwählen – also das „gute“ Ende der Normalverteilung. Dann sollte man eigentlich erwarten, dass schwächere Ressourcen nach und nach vom Markt verschwinden. Das können wir in der Praxis aber nicht bestätigen – denn immer noch wird tagtäglich mittelmäßige Arbeit abgeliefert.
- 2.** Echte Expert:innen sind schon heute knapp. In vielen Zielmärkten wird die demographische Entwick-

lung diese Lage noch verschärfen. Hinzu kommt: Wer schlau ist, hat am heutigen Arbeitsmarkt viele Optionen. Bereits jetzt verlassen qualifizierte Ressourcen wegen fallender Honorare und frustrierender Arbeitsprozesse den Beruf. Übersetzungskunden sollten sich daher auch in diesem Bereich auf einen „war for talents“ einstellen. Viele Übersetzungsagenturen haben die Tragweite dieses Trends aus unserer Sicht noch nicht erfasst.

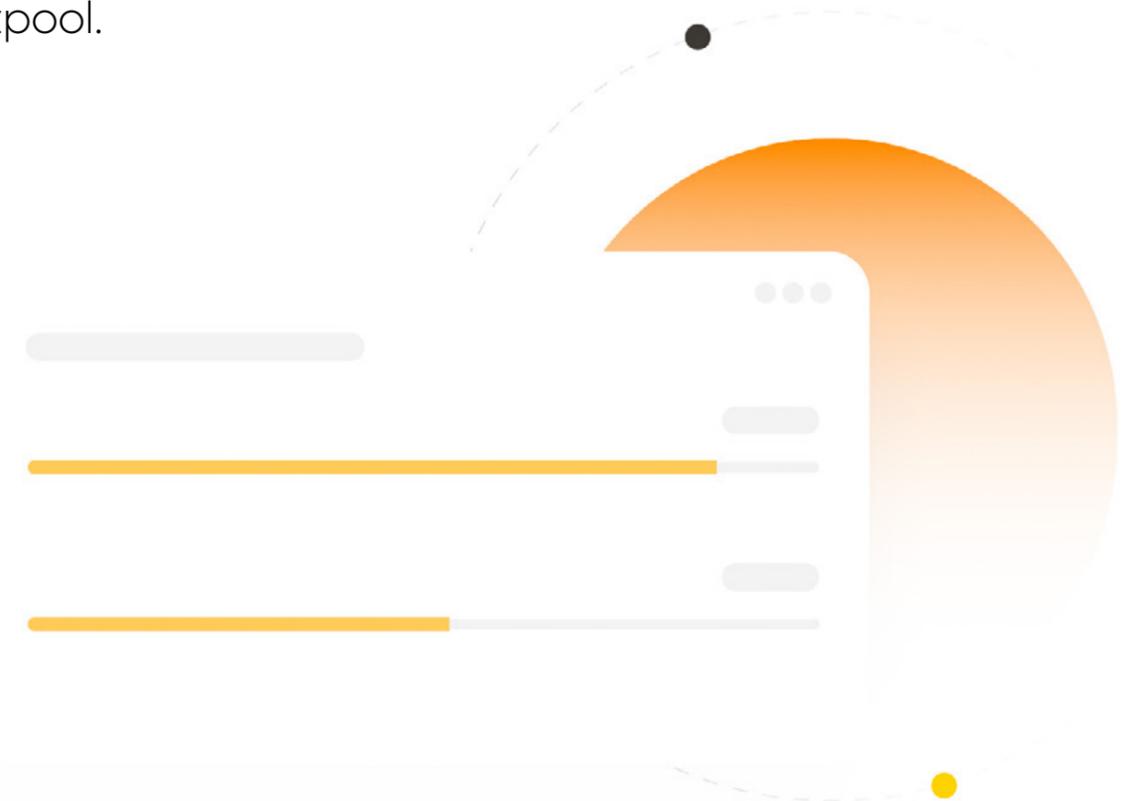
Diese Probleme wiegen nicht besonders schwer, wenn Ihr Unternehmen nur Übersetzungen mit mittlerem oder niedrigem Risiko (siehe Fehler Nr. 3) benötigt. Sie werden jedoch virulent, wenn Sie sich mit Ihrem Content im Hochrisiko-Bereich bewegen und daher echte Expert:innen benötigen. In diesem Fall empfehlen wir dringend den Aufbau eines eigenen Talentmanagement-Prozesses für die Lokalisierung, der Folgendes abdeckt:

- **Vorauswahl/Überprüfung der Ressourcen** anhand von Lebensläufen/Profilen, Kennenlerngesprächen, ggf. Durchsicht von Probeübersetzungen durch zielsprachliche Stakeholder
- **Schulung bezüglich der eigenen Produkte/Prozesse** (je nach Bedarf)

- **Zugriff auf interne Ressourcen**, soweit zweckdienlich und aus Risikosicht vertretbar

- Bei Bedarf eine **passende Anbindung an die Fachabteilungen der Zielmärkte** (Entwicklung, Vertrieb, Support ...)

Übersetzer:innen, die sich als Teil des Teams (und nicht als anonyme Blackbox) wahrnehmen dürfen, haben zudem eine höhere Leistungsmotivation und liefern bessere Ergebnisse ab. So kann man auch Übersetzer:innen aus dem Leistungsmittelfeld zu verlässlichen, erfahrenen und loyalen Partnern weiterentwickeln – ein Plus für den Talentpool.



Beispiel aus der Praxis:

Ein Softwareanbieter lieferte mit jedem größeren Update Release-Notes, die unter anderem eine lange und recht technische Aufstellung der behobenen Bugs enthielten. Diese Liste war wichtig für die Arbeit der Support-Teams und Handelspartner in den Zielmärkten. Sie war jedoch oft auch etwas kryptisch, denn die englischen Beschreibungen stammten direkt aus der internen Bug-Datenbank und waren oft von Nicht-Muttersprachler:innen verfasst. Entsprechend unklar waren die Übersetzungen, entsprechend unzufrieden die Stakeholder in den Zielmärkten, entsprechend hoch der Aufwand für Rückfragen.

Das Unternehmen hatte jedoch über die Jahre viel Vertrauen zu seinen Stammübersetzer:innen aufgebaut und entschloss sich, ihnen einen Zugang zur Bug-Datenbank einzurichten. So konnten sie sich den Hintergrund der einzelnen Bugs erschließen und verständliche Übersetzungen formulieren. Das Ergebnis: zufriedene Stakeholder, weniger Reibungsverluste, deutlich niedrigerer Aufwand.

In Euro ausgedrückt:

Je nach Anwendungsfall kann ein Mangel an motivierten, erfahrenen Ressourcen den gesamten Business-Case zunichtemachen. In diesem Beispiel war es nicht ganz so schlimm – aber immerhin: Selbst bei recht konservativen Annahmen (80 € Vollkosten/h, 8 Stunden weniger Reibungsverluste pro Zielsprache und Update, 4 Zielsprachen, 2 Updates pro Jahr) sparte allein diese kleine Prozessverbesserung dem Unternehmen mehr als 5.000 € pro Jahr.



5

Fehlendes Kontext-Management

Wer gute Übersetzer:innen fragt, wie dieses oder jenes Wort in ihrer Muttersprache heißt, bekommt meist eine Gegenfrage: „In welchem Zusammenhang denn?“ Denn Wörter können nun einmal je nach Kontext etwas Anderes bedeuten und müssen dann auch anders übersetzt werden. Kennt man den Kontext nicht, wird Übersetzen zum Ratespiel.

Das wird besonders bei der Übersetzung von Software- und App-Strings zum Problem. Anders als zusammenhängende Texte (wie dieses Whitepaper oder eine Bedienungsanleitung) bestehen sie oft nur aus ein paar Wörtern ohne nennenswerten Kontext. Überset-

zer:innen haben dann zwei Möglichkeiten: Entweder sie versuchen trotzdem, „irgendwie“ zu übersetzen (was aber ein Risiko darstellt, das je nach Anwendungsfall vielleicht nicht hinnehmbar ist), oder sie stellen Rückfragen, was zu beträchtlichem Mehraufwand führen kann und das Projekt verzögert. Aus unserer eigenen Erfahrung mit schlecht gesteuerten Lokalisierungsprojekten kann dies schon einmal 15 bis 20 Prozent der Strings betreffen. Bei 10.000 Strings macht das bis zu 2.000 Rückfragen für die Projektleitung.

Um Risiken, Verzögerungen und Mehraufwand zu minimieren, müssen Auftraggeber daher sicher-

stellen, dass zu jedem Software-String, der lokalisiert werden soll, relevante Kontextinformationen direkt in der Übersetzungsumgebung zur Verfügung stehen – zumindest Verwendungsart (Dialogtitel, Schaltflächenbeschriftung, Checkbox ...) und Verwendungsort (welche/r Maske, Bildschirm, Komponente ...). Aus diesen Angaben können sich Übersetzer:innen oft schon den Kontext erschließen, sofern ihnen das zu lokalisierende Produkt und/oder die Begleitdokumentation zur Verfügung steht. Anderenfalls sind zusätzliche Erläuterungen nötig.

Dies erleichtert die Lokalisierung schon deutlich. Dennoch brauchen Übersetzer:innen weiterhin eine Möglichkeit, um Fragen zu verbleibenden Zweifelsfällen zu stellen und zeitnah Antwort zu bekommen. Auch für diesen Prozess gilt als Vorgabe: maximale Effizienz für die Übersetzer:innen und den Kunden, minimale Zwischenschritte, keine Medienbrüche. Wer all das gekonnt umsetzt, darf sich freuen: nämlich über weniger Lokalisierungsmängel, schnellere Projekte und niedrigere Gesamtkosten.

Beispiel aus der Praxis:

Vor einiger Zeit wurden wir mit der Lokalisierung einer größeren Industrieanwendung ins Deutsche betraut. Leider war der Endkunde der Ansicht, das beste Ordnungsprinzip für die etwa 8.000 UI-Strings sei es, daraus eine einzige große alphabetische Liste zu machen. Als „Kontext“ gab es zu jedem String lediglich eine unverständliche ID. Obwohl wir uns im betreffenden Fachgebiet gut auskannten, mussten wir vor diesem Hintergrund etwa 1.500 Rückfragen stellen, bevor wir die Übersetzungen halbwegs guten Gewissens abliefern konnten.

In Euro ausgedrückt:

Selbst wenn es nur 4 Minuten dauert, jede Rückfrage abzuarbeiten, macht das bei 1.500 Rückfragen insgesamt 6.000 Minuten oder 100 Arbeitsstunden. Bei Vollkosten von 80 €/h liefen also allein für unsere Rückfragen 8.000 € an Kosten auf. (Von den Opportunitätskosten einmal ganz zu schweigen.)

6

Keine **Content-Verantwortlichen** für die **Ausgangs-** **bzw. Zielsprache**

Damit sich Software-Strings zur Lokalisierung eignen, müssen sie bestimmte technische und sprachliche Kriterien erfüllen. Zudem benötigen Übersetzer:innen Kontakte beim Kunden, die ihnen Fragen zum Ausgangstext (siehe Fehler Nr. 5) und zu zielsprachlichen Präferenzen zügig beantworten können. So leicht diese Anforderungen eigentlich zu erfüllen sind, so schwer tun sich viele Auftraggeber seltsamerweise damit. Dies führt zu Lokalisierungs-Bugs, Projektverzögerungen, unzufriedenen Stakeholdern und höheren Gesamtkosten. Um all diese Probleme zu umgehen, soll-

ten Unternehmen Content-Verantwortliche für die Ausgangs- und Zielsprache benennen.

- **Content-Verantwortliche für die Ausgangssprache** sorgen dafür, dass der zur Lokalisierung vorgesehene Content tatsächlich dafür geeignet ist, d. h. die notwendigen technischen und sprachlichen Kriterien erfüllt. Weiterhin sind sie dafür zuständig, Rückfragen zeitnah zu beantworten. In der Regel bietet es sich an, diese Aufgaben je nach Produkt, Komponente o. ä. aufzuteilen und an mehrere Personen zu delegieren. Wenn ein Unternehmen

schon UX-Verantwortliche hat, die Content auf Ausdruck, Verständlichkeit usw. prüfen, bedeuten die Prüfschritte für die Lokalisierung nur einen sehr geringen Zusatzaufwand. Zur Kostenminimierung sollten sie in jedem Fall zu einem Zeitpunkt stattfinden, an dem sich Änderungen noch ohne großen Aufwand einpflegen lassen.

- **Content-Verantwortliche für die Zielsprache** stimmen sprachspezifische Anforderungen, Stilvorgaben und Begrifflichkeiten mit den Übersetzer:innen ab. Sie gehören meist dem Vertriebs- oder Supportteam im Zielmarkt an. In Kooperation mit den anderen lokalen Stakeholdern tragen sie dafür Sorge, dass das Lokalisierungsergebnis den Zielvorgaben des Unternehmens entspricht.

Die Content-Verantwortung sollte in passenden Prozessen und Stellenbeschreibungen verankert werden, damit bei Mitarbeiterfluktuation schnell neue Verantwortliche definiert werden.

Beispiel aus der Praxis:

Dass UI-Texte nicht aus Teilstrings zusammengestückelt werden sollten, ist eigentlich seit Jahrzehnten bekannt – denn in irgendeiner Zielsprache geht es immer schief oder zwingt die Übersetzer:innen zu unschönen Workarounds. Dennoch sehen wir diesen Fehler Jahr für Jahr von Neuem. In unproblematischen Anwendungsfeldern ist er nur lästig. Doch in risikobehafteten Anwendungen (siehe Fehler Nr. 2) sind die dadurch entstehenden Fehler vielleicht nicht hinnehmbar. Dann muss der Code geändert werden, was (wegen des hohen Risikos) leicht einen Rattenschwanz an Folgeaufgaben mit sich bringen kann: neue Reviews, Audits usw. – mit entsprechendem Zeit- und Kostenaufwand.

All das ist vermeidbar, wenn die Content-Verantwortlichen gut aufgestellt sind.

In Euro ausgedrückt:

Der Aufwand hängt hier sehr stark vom Use-Case ab, aber in einer Hochrisiko-Umgebung dürfte sich bei einem solchen Fehler leicht ein vierstelliger Mehraufwand ergeben.



7

Keine **interne Abstimmung** über **Grenzen und Möglichkeiten** des **Übersetzungsprozesses**

Immer wieder bitten uns Übersetzungsagenturen, Konflikte zwischen Endkunden und den ihnen zugeteilten Übersetzer:innen zu moderieren. Meist ist dann ein Country-Manager, nennen wir ihn Jean-Luc, mit der Lokalisierungsqualität unzufrieden. Weil Jean-Luc sehr wichtig ist, muss aller-schnellstens ein Meeting mit ihm, den glücklosen Übersetzer:innen, einer Vertreterin der Agentur, einer unserer Beraterinnen, dem Einkäufer beim Kunden und am besten auch noch Jean-Lucs Chefin

einberufen werden. Es gibt dann in aller Regel zwei mögliche Gründe für Jean-Lucs Unzufriedenheit. Manchmal liegt es tatsächlich an Qualitätsmängeln – genauso oft aber an der internen Abstimmung: Jean-Luc erwartet von den Übersetzer:innen Dinge, die sie in ihrer Rolle schlicht nicht leisten können. Zum Beispiel:

- **Sachen verbessern**, die ihm schon in der Ausgangssprache nicht gefallen haben
- **Punkte ergänzen**, die er für seinen

Zielmarkt wichtig findet

- **Diskussionen kennen**, die er mit seinen Führungskräften und Kolleg:innen hatte
- **Im ersten Anlauf Ergebnisse liefern**, die er gut findet, wenn bei seinen eigenen Mitarbeiter:innen dafür üblicherweise drei Abstimmungsrunden nötig sind

Leider wirken hier auch oft die übertriebenen Marketing-Claims der Agenturen kontraproduktiv – à la „nur die besten Fachleute für Ihre Übersetzungsprojekte“, „perfektes Sprachgefühl“ usw.

Oft steigt die Zufriedenheit überraschend schnell, wenn die internen Projektverantwortlichen die lokalen Stakeholder dafür sensibilisieren, was sie von den Übersetzer:innen und Agenturen erwarten können und was nicht. Die Stakeholder sollten in groben Zügen verstehen, wie der Lokalisierungsprozess des Unternehmens funktioniert, welche Rolle sie darin spielen und wo seine Grenzen liegen. (Wer sich Fehler Nr. 1 – siehe oben – zu Herzen nimmt, wird ohnehin regelmäßig Kontakt zu den lokalen Stakeholdern haben. Eine ideale Gelegenheit, um über diese Themen zu sprechen!)

Beispiel aus der Praxis:

Wir nennen natürlich keine Namen, aber in den letzten Jahrzehnten haben wir doch so einige Jean-Lucs kennen gelernt ...

In Euro ausgedrückt: :

Man sagt ja gern, dass ein Meeting heutzutage 1.000 Euro kostet – und dazu kommen noch die internen Reibungsverluste, die ein unzufriedener Jean-Luc verursacht. Die Gesamtkosten eines solchen Konflikts würden wir auf 4-5.000 € schätzen.



Das **Localization-Excellence-Assessment** von Blinken Translations behandelt neben den hier beschriebenen Problemfeldern noch viele andere Stellschrauben, mit denen Sie Ihre Lokalisierungsstrategie und Ihre Lokalisierungsprozesse optimieren können. **In nur einem Tag Arbeit erfahren Sie mit unserem Check-up:**

- Wie gut Ihre Strategie und Ihre Prozesse in der Lokalisierung heute sind
- Welche konkreten Best-Practice-Empfehlungen Sie als Nächstes umsetzen sollten
- Wie Sie mit einer einzigen, unkomplizierten Kennzahl Ihren Fortschritt verfolgen können

Das Beste daran: Unser Check-up ist so kostengünstig, dass es sich in vielen Unternehmen schon in weniger als einem Jahr bezahlt macht.

Sie wollen's genauer wissen? Jetzt Kontakt aufnehmen:

LES@LocalizationExcellence.com



Blinken Translations · Brandvorwerkstr. 52-54 · 04275 Leipzig

Diese Maßnahme wird im Rahmen des Mittelstandsförderprogramms der Stadt Leipzig gefördert.

WP-7M-LOC-DE v1.0