

Case
Study

TOPREGAL:
mit konsequenter
Internationalisierungs-
strategie neue Märkte
erobern

„Bei Transline können wir darauf vertrauen, dass das Beste für uns rausgeholt wird. Wir haben uns vorgenommen, auf dieser Basis gemeinsam den europäischen Markt zu erobern.“

/ **Miriam Dechert**
Head of eCommerce
bei TOPREGAL



Übersetzungen in der Größenordnung von 19 Millionen zu übersetzenden Bruttowörtern in Zusammenarbeit mit einem Sprachendienstleister waren für TOPREGAL im Jahr 2019 absolutes Neuland: Zwar lief das Auslandsgeschäft bereits gut, einen dedizierten Online-Service für nicht deutschsprachige Kunden gab es jedoch nicht. Im Rahmen einer unternehmensweiten Internationalisierungsstrategie wurde im Frühjahr 2019 beschlossen, den Webshop zunächst in die Sprachen Englisch und Französisch zu übersetzen – mit dem Ziel, im europäischen Raum die Kundenansprache zu verbessern und dadurch auch neue Märkte zu erschließen.

In sprachlicher
Mission

weltwirtschaftlich

||||||||| Wer die Menschen erreichen will, muss ihre Sprache sprechen

Case Study

Das Ergebnis



Mit Unterstützung von Transline kann TOPREGAL innerhalb kürzester Zeit einen effizienten Übersetzungsprozess aufsetzen.

Ein ausgeklügelter Workflow stellt sicher, dass die Artikelbeschreibungen schnell online gehen und über Suchmaschinen in den Zielländern optimal gefunden werden.

Das Problem



Die Analyse der Textdaten ergab eine Gesamtzahl von 19 Millionen zu übersetzenden Bruttowörtern – ein Projekt, für das ein einzelner Übersetzer rund zehn Jahre gebraucht hätte.

Webshop internationalisieren in Nullkommanichts

Lösung nach Maß für schnelle Time-to-Market

TOPREGAL GmbH ist ein europaweit agierender Fachhändler für Lager- und Firmenausstattung mit Spezialisierung im Bereich der Schwerlasttregale. Im eigenen B2B-Webshop bietet er seiner Kundenschaft über 30.000 hochwertige Artikel für Lager-, Betriebs- und Büroeinrichtungen. Damit die zahlreichen Kunden aus dem europäischen Ausland zukünftig das Sortiment in der jeweiligen Landessprache sehen können, beschloss TOPREGAL in 2019, seinen Service für Auslandskunden weiter auszubauen: Übersetzungen hatte es in dem Umfang bislang nicht gegeben, und die Lokalisierung des Onlineshops ins Englische und Französische sollte der erste Schritt in Richtung Internationalisierung sein.

DAS PROBLEM

Internationalisierungsdruck – Aufbruch in mehrsprachige Gefilde

Übersetzungen in dieser Größenordnung und in Zusammenarbeit mit einem Sprachdienstleister waren für TOPREGAL im Jahr 2019 absolutes Neuland: Zwar lief das Auslandsgeschäft bereits gut, einen dedizierten Online-Service für nicht deutschsprachige Kunden gab es jedoch nicht. Im Rahmen einer unternehmensweiten Internationalisierungsstrategie wurde im Frühjahr 2019 beschlossen, den Webshop zunächst in die Sprachen Englisch und Französisch zu übersetzen – mit dem Ziel, im europäischen Raum die Kundenansprache zu verbessern und dadurch auch neue Märkte zu erschließen.

Translation Engineering – und alles ist möglich

Große Textvolumina sind keine Seltenheit bei Übersetzungsprojekten im eCommerce. Deshalb werden bei Transline im Rahmen anspruchsvoller „Big Data“-Projekte sogenannte Data-Engineering-Teams gebildet. Ihre Aufgabe ist es, einen optimalen Workflow für das Handling und die Aufbereitung der „Massendaten“ aufzusetzen. Mit einer durchdachten Datenvor- und -nachbereitung bekommen sie Mammutprojekte in den Griff. Der Clou beim TOPREGAL-Projekt: Die Analysen zeigten, dass tatsächlich 98 % der Daten aus textinternen Wiederholungen bestanden – bedingt durch das umfangreiche Regalsortiment. Die Beschreibungen von Schwerlasttregalen in diversen Größen und Belastungen ähneln sich sehr.

In diesem Wissen wurde ein innovativer Prozess angestoßen, an dessen Beginn das Filtern der Übersetzungsdaten nach ihrer Häufigkeit stand. Möglich wird dies durch den versierten Einsatz von CAT-Tools: Mit Hilfe computergestützter Übersetzungswerzeuge lassen sich Übersetzungsdaten nicht nur eingehend analysieren, sondern auch separieren. Auf diese Weise gelang es, die Massendaten sinnvoll zu strukturieren und für den Übersetzungsprozess vorzubereiten. Eine Neukalkulation der zu übersetzenden Daten ergab demnach eine „Essenz“ von 55.000 Bruttowörtern, die es neu zu übersetzen galt – ein Volumen von nur 2 % der ursprünglich berechneten Gesamtwortzahl.

DIE LÖSUNG

3-Stufen-Workflow – für kompromisslose Qualität

Höchste Priorität im Netz: Das Angebot muss sowohl vom Nutzer als auch von Suchmaschinen gefunden werden – und zwar über Länder- und Sprachgrenzen hinweg. Multilinguale Suchmaschinenoptimierung heißt also die Devise. Im ersten Step galt es darum, die SEO-Keywords des Ausgangstexts zu identifizieren, zu lokalisieren und innerhalb des

Die Lösung



Alle Prozesse in einem zentralen Übersetzungsmanagement

Kundenindividuelle Prozesse und ein Maximum an Transparenz

Höchste Effizienz und minimierte Bearbeitungszeit

CAT-Tools in einer Terminologiedatenbank festzuhalten. So ist sichergestellt, dass die relevanten Keywords während der Übersetzung sinnvoll und richtig platziert werden. Parallel zur SEO-Übersetzung wurde die Firmenterminologie aufgebaut, festgelegt und ebenfalls übersetzt.

Stufe zwei sah die Übersetzung und Lokalisierung des Volltextes vor. Obwohl die Zahl der zu übersetzen Wörter bereits deutlich komprimiert worden war, hätte sie einen einzelnen Übersetzer gut ein Vierteljahr lang beschäftigt. Da jeder Tag in der Übersetzung letztlich auf Kosten des Onlinevertriebs und somit des Umsatzes geht, wurde pro Sprache je ein Kompetenzteam aus qualifizierten Fachübersetzern gebildet – die gründliche terminologische Vorarbeit zahlte sich jetzt aus und bot eine optimale Grundlage für konsistente Ergebnisse.

Ein agiler Übersetzungsworkflow erfordert ein umso minuziöseres Qualitätsmanagement: Um Konsistenz und Einhaltung von SEO- und Terminologievorgaben sicherzustellen, kam pro Kompetenzteam ein Lead Reviewer zum Einsatz: Seine Aufgabe war das abschließende Lektorat nach dem 4-Augen-Prinzip und gemäß den strengen Richtlinien der ISO 17100.

SEO Keywords – Schlüssel zu den Märkten

Im Ranking bei den relevanten Suchbegriffen weit oben sein, über Grenzen hinweg. Das ist das Ziel beim Internationalisieren von eShops. Daher spielen fremdsprachliche Keyword-Recherche und Suchmaschinenoptimierung eine zentrale Rolle. Umso mehr, da nicht überall „gegoogelt“ wird – und jede Suchmaschine nach anderen Kriterien bewertet. Transline setzt auf muttersprachliche Experten in den Zielländern: Sie kennen das Suchverhalten der Nutzer im eigenen Land und konnten TOPREGAL in Sachen multilinguale SEO umfassend beraten. Das Ergebnis: eine optimale Auffindbarkeit im Netz – für alle relevanten Zielmärkte.

Agile Prozesse – Erfolgsfaktor für Online-Sprachprojekte

„Für das schnelle Befüllen des Shops mit den fremdsprachigen Artikelbeschreibungen war es essenziell, kleine und dafür häufige Übersetzungspakete zu schnüren“, berichtet Francesco Falcone, der TOPREGAL als Key Account Manager bei Transline betreut. „Das Translation Memory konnte so fortlaufend aktualisiert und die Effizienz des Projekts kontinuierlich gesteigert werden.“

Miriam Dechert, die bei TOPREGAL für den Bereich E-Commerce zuständig ist, zieht ein positives Resümee: „Transline hat uns gleich zu Anfang überzeugt: Das Team konnte unsere Daten am genauesten analysieren und das Projekt am schnellsten umsetzen – und hat die nötige Manpower, um Komplettlösungen in kürzester Zeit zu entwickeln und zu implementieren.“ Zugleich legt TOPREGAL bei der Auswahl seiner Partner großen Wert auf den persönlichen Austausch. „Unsere festen Ansprechpartner sind immer greifbar. Sie haben uns während des ganzen Projekts mit regelmäßigen Statusupdates auf dem Laufenden gehalten“, berichtet Miriam Dechert.

Flexible Infrastruktur – für multilinguale Performance

Das Onlinegeschäft erfordert ein Höchstmaß an Flexibilität und Schnelligkeit. Und tadellose sprachliche Performance, wenn ein Unternehmen auf internationalem Niveau agiert. Francesco Falcone spricht über die besonderen Herausforderungen beim TOPREGAL Projekt: „Wir haben unser High-End-Sprachenmanagement mit maßgeschneiderten Lösungen um den Kunden herum gebaut“, berichtet er. „Eigentlich haben wir bei diesem Projekt alles anders gemacht, was man individuell anders machen kann.“

Für TOPREGAL ist der neu entwickelte Übersetzungsprozess heute Standard. Geplant ist, in Kürze Niederländisch und Polnisch nachzuziehen, später weitere Sprachen, wie etwa Italienisch.

Unser E-Commerce-Team holt das Beste für Sie raus.
Und wenn Sie Fragen zur Case Study von TOPREGAL
haben, stellen Sie sie an uns. Wir freuen uns.

In sprachlicher
Mission

www.transline-e-commerce.de

Die Transline Gruppe.

Komplexe Übersetzungsworkflows
einfach gemacht.

Und welches sind die meistgesprochenen Sprachen der Welt? Chinesisch, Spanisch, Englisch, Hindi, Arabisch, Portugiesisch, Bengalisch, Russisch, Japanisch, Deutsch, Marathi, Koreanisch, Französisch, Türkisch, Tamil, Vietnamesisch, Urdu, ...? **e-commerce**

Transline

Übersetzen. Verstehen.

Umfassende
Sprachdienstleistungen
für anspruchsvolle
multilinguale Projekte

Transline Gruppe GmbH
Am Heilbrunnen 47
72766 Reutlingen
/ T +49 7121 9463-0
/ service@transline.de
www.transline.de