



Xiaomi spart mit technologisiertem Content Management 2.000 Arbeitstage

Xiaomi ist eines der führenden globalen Smartphone-Unternehmen: Im 2. Quartal 2021 nahm es den zweiten Rang bei den weltweiten Verkaufszahlen für Smartphones ein.

Xiaomi ist ein Hersteller von Unterhaltungselektronik und Smart-Geräten. Seine Smartphones und die Smart-Hardware sind über eine IoT-Plattform vernetzt.

Branche: Hightech

Gründungsjahr: 2010

Hauptsitz: Peking, China

Größe: mehr als 20.000 Mitarbeiter (2020)

Umsatz: 245,8 Mrd. CNY (2020)

Lösungselemente

Tridion Docs (intelligentes Content Management)

WorldServer (Übersetzungsmanagement)

Trados Studio (Übersetzungsproduktivität)

Für ein Unternehmen, das zuvor auf keinem und dann innerhalb von fünf oder sechs Jahren plötzlich auf hundert internationalen Märkten zu finden ist, ist Content Management nur einer von vielen Bereichen, die es neu konzipieren muss. Auf der Suche nach einer Möglichkeit, die weltweite Kommunikation und die Compliance in allen Ländern zu verbessern, wandte sich Xiaomi an RWS.

Die Herausforderung

Wenn Danica Shi, Leiterin des Übersetzungsteams von Xiaomi, davon berichtet, dass das Unternehmen in mehr als 100 Märkten tätig ist, geht man automatisch davon aus, dass es das Unternehmen bereits seit Langem gibt und dass es bewährte Lokalisierungsabläufe einsetzt. Xiaomi wurde jedoch erst vor rund zehn Jahren gegründet, und während der ersten vier Jahre fand das Unternehmenswachstum hauptsächlich in China statt. Man kann also mit Recht behaupten, dass das Unternehmen es innerhalb sehr kurzer Zeit extrem weit gebracht hat.

In dieser kurzen Zeit hat das Übersetzungsteam die Verantwortung für die Lokalisierung von Websites, Marketingmaterial, Produktdokumentation, Benutzeroberflächen und Handbüchern für mehr als 70 Sprachen übernommen. Das sind insgesamt etwa 10 Millionen Wörter pro Jahr.

Doch nicht nur die Anzahl der Märkte und Sprachen ist gestiegen. Die Produktlinien von Xiaomi wurden ebenso schnell erweitert wie deren geografische Reichweite. Anfangs gab es nur ein originales Smartphone. Heute hat das Unternehmen Hunderte von Produktlinien, die nicht nur Smartphones, sondern auch Tablets, Laptops, Fernseher, Wearables und mehr umfassen. Darüber hinaus bietet es auch eine wachsende Palette an Smart-Home-Geräten der Marke Xiaomi an, die sowohl von Xiaomi als auch von Partnern hergestellt werden. Alle diese Geräte werden über die Smart-Home-App von Xiaomi gesteuert.

Xiaomi erkannte mit der Zeit, dass globales Wachstum in Verbindung mit einer Produkterweiterung nicht nur in Sachen Lokalisierung eine Herausforderung darstellte. Auch das Content Management – selbst in den Ausgangssprachen vereinfachtes Chinesisch und Englisch – wurde zu einer Hürde.

„RWS hat sich von den Mitbewerbern durch die Bitte abgehoben, an unserem Engagement mit dem Unternehmen beteiligt sein zu dürfen. Die lokale Präsenz und Proaktivität sowie die von uns gewünschten Produktmerkmale machten RWS zum richtigen Unternehmen für uns.“

Danica Shi
Übersetzungsmanagerin,
Xiaomi

Die Gefahren von ineffizientem Content Management

Ein Problem war, dass es keine zentrale Strategie und keinen zentralen Prozess für das Content Management gab. Dieselben oder ähnliche Inhalte wurden von verschiedenen Teams erstellt, überprüft und übersetzt.

So entstanden unterschiedliche Qualitätsniveaus sowie Inkonsistenzen bei der Verwendung von Terminologie für ähnliche Inhalte. Xiaomi wusste, dass Handlungsbedarf bestand, um seine Markenwerte zu schützen und die Korrekturen aufgrund regulatorischer Anforderungen zu verringern (z. B. bei einer Funktionsbeschreibung, die der Funktion nicht genau entspricht). Das Unternehmen richtete deshalb ein Content Management Office ein und versetzte Danicas Team dorthin.

Das zweite große Problem, vor dem Xiaomi stand, waren die weitgehend manuellen Prozesse, bei denen Tools verwendet wurden, die nicht für diese Aufgabe gedacht waren. Übersetzungsprojektmanager nutzten E-Mails und Tabellen. Content-Teams verwendeten herkömmliche Textverarbeitungs- und Designsoftware, selbst wenn die Inhalte technischer oder operativer Natur und nicht kreativer Natur waren. Dies war in vielerlei Hinsicht ineffizient und fehleranfällig. Nicht zuletzt deshalb, weil bei der Aktualisierung von Dokumenten mit ähnlichem Inhalt (z. B. Handbüchern für unterschiedliche Modelle mit ähnlichen Funktionen) viel Text kopiert und eingefügt werden musste. Wurde das Unternehmen aufgefordert, rechtliche oder behördlich relevante Inhalte dringend zu aktualisieren, war es äußerst schwierig, festzustellen, wo sich diese Inhalte befanden. Anschließend mussten möglicherweise noch Dutzende von verschiedenen Dateien einzeln aktualisiert werden.

Da keine geeigneten Tools vorhanden waren, gab es selbst bei der Übersetzung (die vor der Einrichtung des Content Management Office von einem Team erledigt wurde) keine praktische Möglichkeit, Konsistenz zu gewährleisten. Zudem wusste niemand mit Sicherheit, ob Inhalte bereits übersetzt worden waren. Das Problem wurde noch dadurch verschlimmert, dass Xiaomi mehrere verschiedene Sprachdienstleister (LSPs) für die Übersetzung einsetzte.



Die wichtigsten Funktionen

- Kombination aus integrierten Technologien für Content Management und Lokalisierung
- Integration mit anderen Unternehmenssystemen zur Optimierung von End-to-End-Prozessen
- Hohes Maß an Automatisierung für die Aktualisierung, Lokalisierung und Veröffentlichung von Inhalten
- Plattform zur Maximierung der Wiederverwendung und Konsistenz von Inhalten in Chinesisch, Englisch und mehr als 70 weiteren Sprachen

Die Lösung

Das Content Management Office steckt noch in den Kinderschuhen. Der Vorgesetzte ist für zwei spezielle Content-Experten, einen Mitarbeiter des technischen Supports und das siebenköpfige Übersetzungsteam zuständig (ein Vollzeitübersetzer, zwei Projektmanager, zwei Sprachexperten, ein Qualitätsmanager und Danica). Es hat jedoch die Vereinheitlichung der Content-Prozesse von Xiaomi eingeleitet. Unternehmensstandards wurden festgelegt, und es wurden wichtige Technologien zur Optimierung des End-to-End-Prozesses für die Content-Erstellung, Übersetzung und Veröffentlichung entwickelt.

Bevor das Content Management Office in die ersten Technologien investierte, sprach es ein Jahr lang mit Interessengruppen im gesamten Unternehmen über Herausforderungen und Bedürfnisse im Bereich Content und setzte sich zudem mit den Aufgaben und Workflows der jeweiligen Teams auseinander. Gleichzeitig nahm es Kontakt zu mehreren Lösungsanbietern auf, darunter RWS.

„Wir kannten RWS und haben dem Unternehmen vertraut, da es einer unserer Sprachdienstleister war“, so Danica. „Da es sich zudem um ein bedeutendes Unternehmen für Sprach- und Content-Technologien handelt, war es für uns selbstverständlich, mit ihnen zu sprechen. RWS hat sich von der Konkurrenz durch die Bitte abgehoben, an unserem Engagement mit dem Unternehmen beteiligt sein zu dürfen. Sie haben an unseren Besprechungen teilgenommen, und wir haben wirklich viel daraus gelernt, wie sie unsere Probleme analysiert und daraus Ideen für Lösungskonzepte entwickelt haben. Die lokale Präsenz und Proaktivität sowie die von uns gewünschten Produktmerkmale machten RWS zum richtigen Unternehmen für uns.“



Xiaomi spart mit technologisiertem Content Management 2.000 Arbeitstage

Die Lösung von RWS für Xiaomi umfasst:

- WorldServer, ein Übersetzungsmanagement-System (TMS), das eine Übersicht und Kontrolle über alle Lokalisierungsaufgaben bietet.
- Trados Studio, ein computerunterstütztes Übersetzungstool (CAT), das in das TMS integriert ist. So erhalten die festangestellten Übersetzer bei Xiaomi die Produktivitätsvorteile eines technologisierten Übersetzungsprozesses.
- Tridion Docs, ein Component-Content-Management-System (CCMS), das dem Content-Team eine flexible Plattform zur effizienten Verwaltung der Produktdokumentation bietet (die Transformation dieses Bereichs war der erste Schwerpunkt des Teams).

Für Xiaomi war es besonders wichtig, dass diese Lösung in andere Unternehmenssysteme integriert werden konnte. Unter anderem auch in das eigens entwickelte Web-Content-Management-System (WCMS) von Xiaomi. Die Integration ermöglicht durchgängige Prozesse, bei denen Menschen nur bedingt eingreifen müssen. Dies hat bereits zu Zeiteinsparungen von 70–75 % bei verschiedenen Anwendungsfällen geführt.

So spart Xiaomi 2.000 Arbeitstage pro Jahr

Ein Beispiel ist ein um 70 % schnellerer Prozess zur Lokalisierung von Produktwebseiten. So können pro Jahr 2.000 Arbeitstage eingespart werden. Anstatt Seiteninhalte aus dem WCMS in ein Dokument einzufügen, das dann per E-Mail zum Übersetzen gesendet werden muss, ruft das Web-Team die Übersetzung nun mit wenigen Klicks direkt aus dem System ab. So entsteht automatisch ein Projekt im TMS, das Danicas Team ebenfalls mit wenigen Klicks an die festangestellten Übersetzer oder einen der Sprachdienstleister weiterleiten kann.

Nachdem die Inhalte übersetzt wurden, wird auch der In-Country-Review zentral über das TMS verwaltet. Nach der Freigabe werden die übersetzten Seiten direkt an das WCMS zum Staging und zur Veröffentlichung weitergeleitet.

Neben der Automatisierung und Übersicht während des gesamten Prozesses kann Xiaomi dank der Vorteile eines Translation Memory (TM) und eines professionellen Terminologiemanagements (Erstellen und Verwalten einer Termbank)¹ doppelte Arbeit vermeiden und die Konsistenz verbessern. Sowohl das TM als auch die Termbank werden zentral im TMS gespeichert und von jedem Übersetzer verwendet, der an Inhalten von Xiaomi arbeitet. Dabei ist es ganz egal, ob dieser festangestellt ist oder nicht. Xiaomi entwickelt zudem ein Unternehmensportal, damit das gesamte Unternehmen und seine Partner Zugriff auf die Termbank haben. So profitiert jeder von den durch das Content Management Office freigegebenen Fachbegriffen, Markennamen und anderer Terminologie.

¹ Bei einem TM handelt es sich um eine Datenbank bereits übersetzter Inhalte, die automatisch übereinstimmende Textteile bereitstellt, wenn neue Inhalte übersetzt werden müssen. So müssen Inhalte nicht erneut übersetzt werden, und die Konsistenz wird verbessert. Bei einer Termbank handelt es sich um eine Datenbank freigegebener Termini (und zu vermeidender Termini), die von Unternehmen zur weiteren Kontrolle der Konsistenz von Inhalten und Markenkonformität verwendet wird.

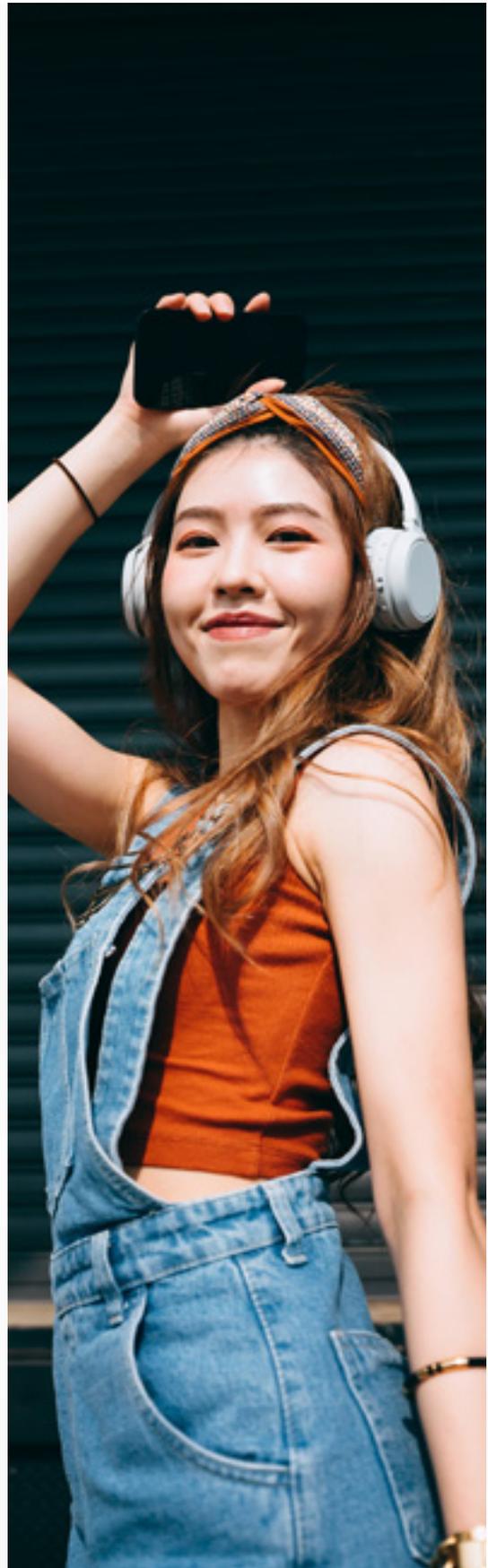
70–75 % schnellere Veröffentlichung durch intelligentes Content Management

Xiaomi verwendet Tridion Docs noch nicht sehr lange. Momentan läuft ein Pilotprojekt zur Migration von mehr als 1.000 Handbüchern auf die Plattform. Die Handbücher sind ideal für die Verwaltung über das CCMS, da sie hochgradig strukturiert sind. Sie enthalten Textabsätze (Komponenten), die regelmäßig in anderen Dokumenten wiederverwendet werden.

Dank des Systems können diese Komponenten – z. B. rechtliche Formulierungen, Standardwarnungen, Beschreibungen allgemeiner Funktionen usw. – einmal gespeichert und dann immer wieder verwendet werden, sobald sie in verschiedenen Dokumenten benötigt werden. Wenn eine Komponente aktualisiert oder eine neue hinzugefügt werden muss, braucht dies nur einmal zu erfolgen. Durch die Aktualisierung werden „auf Knopfdruck“ automatisch neue Dokumentversionen erstellt. Das ist in Sachen Content Management in jeder Sprache ein Riesensprung nach vorn, da das CCMS Komponenten und deren freigegebene Übersetzungen speichern kann. Zudem lässt es sich direkt in das TMS integrieren. So kann die Übersetzung von Komponenten optimiert werden.

Das CCMS vereinfacht nicht nur die Erstellung und Aktualisierung von Inhalten, sondern transformiert auch die Veröffentlichung. Designer müssen nicht mehr jedes einzelne Dokument gestalten. Das System umfasst Designvorlagen, mit denen die Dokumentenerstellung automatisiert werden kann. Dadurch ist die individuelle Gestaltung im Grunde nicht mehr notwendig. Laut dem Content Management Office wird dank Tridion Docs die Zeit, die für die Pflege und Veröffentlichung der Handbücher nötig ist, um ca. 70 % reduziert. So können womöglich Millionen chinesischer Renminbi gespart werden.

Tridion Docs unterstützt auch die dynamische Veröffentlichung über Online-Kanäle, von der Xiaomi nach der Weiterentwicklung seines WCMS profitieren möchte. Vorerst spart das Unternehmen 75 % der Zeit, die es zuvor aufwenden musste, um aktualisierte PDF-Dateien auf allen Websites für verschiedene Märkte zu verlinken, indem es die PDF-Dateien jetzt über Tridion Docs in das WCMS überträgt.



Schutz und Stärkung der Marke

„Schon jetzt“, so Danica, „profitieren wir enorm von der Lösung von RWS, und dabei haben wir gerade erst mit dem Content Management begonnen. Wir können den wachsenden Geschäftsanforderungen nachkommen, ohne mehr Mitarbeiter einstellen zu müssen. Zudem können wir konsistentere Arbeit von höchster Qualität liefern, für die weniger Aufwand und geringere Kosten nötig sind. Darüber hinaus haben wir Zeit und Freiraum, um zukünftige Verbesserungen und Innovationen wie die linguistische künstliche Intelligenz zu untersuchen, die weiteren Mehrwert bieten wird.“

Egal ob offline oder online, die Inhalte, die wir als Unternehmen produzieren, bestimmen, was unsere Kunden auf der ganzen Welt von uns halten. Das ist wichtig. Und RWS hilft uns dabei, uns bestmöglich zu präsentieren.“

Die wichtigsten Vorteile für Xiaomi

- 70 % schnellere Lokalisierung von Produktwebseiten, wodurch 2.000 Arbeitstage eingespart werden
- 75 % Zeiteinsparung beim Veröffentlichen von PDF-Dateien auf länderspezifischen Websites
- Ähnliche Vorteile werden bei der Erstellung gedruckter Handbücher über das CCMS erwartet
- Deutliche Verbesserung der Übersetzungskonsistenz und -qualität
- Mehr Zeit für den zunehmenden Lokalisierungsbedarf eines schnell wachsenden Unternehmens

Erfahren Sie mehr über unsere Sprach- und Content-Technologien

rws.com/de/content-management

rws.com/de/localization/products

Über RWS

RWS Holdings plc ist der weltweit führende Anbieter für technologiefähige Sprachdienstleistungen, Content Management und schutzrechtliche Dienstleistungen. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Vernetzung mit Menschen auf der ganzen Welt und bei der Entwicklung neuer Ideen, indem wir geschäftskritische Inhalte in großem Umfang kommunizieren und den Schutz und die Umsetzung ihrer Innovationen ermöglichen.

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, mit Menschen überall auf der Welt effektiv zu interagieren, indem wir ihre Herausforderungen in Bezug auf Sprache, Inhalte und Marktzugang durch unsere kollektive globale Intelligenz, unsere umfassende Fachkompetenz und intelligente Technologie lösen.

Zu unseren Kunden zählen 90 der globalen Top 100 Marken, alle 10 führenden Pharmaunternehmen und rund die Hälfte der 20 weltweit führenden Patentanmelder. Unser Kundenstamm erstreckt sich über Europa, Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika in den Bereichen Technologie, Pharmazie, Medizin, Recht, Finanzdienstleistungen, Chemie, Automobilindustrie, Behörden und Telekommunikation, die wir über Niederlassungen auf fünf Kontinenten bedienen.

RWS, gegründet 1958, mit Hauptsitz in Großbritannien ist am AIM, dem selbstregulierten Markt der Londoner Börse, notiert (RWS.L).

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.rws.com/de

© Alle Rechte vorbehalten. Die hierin enthaltenen Informationen sind vertraulich und geschützte Informationen der RWS Group*.

* RWS Group bezeichnet RWS Holdings plc im Auftrag und im Namen seiner verbundenen Unternehmen und Tochtergesellschaften.