

Tartu Ülikool

Maailma keelte ja kultuuride kolledž

Kaisa-Kristi Kruuspak

VEEBILEHEKÜLGEDE LOKALISEERIMINE DHL-I KODULEHEKÜLJE NÄITEL

Magistritöö

Juhendaja: Reelika Saar

Tartu

2021

## SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	3
1. TEOREETILINE RAAMISTIK .....	5
1.1. Lokaliseerimise ajalugu .....	5
1.2. Lokaliseerimise defineerimine .....	7
1.3. Veebilehekülgede lokaliseerimine ja selle töövoog .....	9
2. EMPIIRILINE OSA .....	14
2.1. Sihttekst .....	16
2.2. Tõlkeprobleemide ja –valikute analüüs .....	36
2.3. Pealkirjad .....	37
2.4. Terminid ja nimetused .....	41
2.5. Vormistamine ja erinevad vormingud .....	49
2.6. Kultuuriline kohandamine .....	51
2.7. Järeldused .....	57
KOKKUVÕTE .....	59
KASUTATUD KIRJANDUS .....	61
SUMMARY .....	63
Lähtetekst .....	64

## SISSEJUHATUS

Järjest enam globaliseeruvus maailmas kasutatakse tihti inglise keelt rahvusvahelise *lingua francana*, kuid ei ole midagi paremat ega mugavamamat, kui saada vajalikku teavet oma emakeeles, olgu see siis mõnest teatmeteosest, meediast või internetist.

Magistritöö peamine eesmärk on logistikahiiu DHL kodulehekülje lokaliseerimine, tehes veebilehekülj seeläbi kättesaadavamaks suuremale hulgale inimestele. See on asjakohane ning vajalik, kuna praegu on kodulehel vaid osad suuremad leheküljed eestikeelsed, kuid klõpsates seal olevatele erinevatele linkidele, viivad need alati ingliskeelsetele lehtedele. Leian, et on oluline see eesti keelde tõlkida, et kõigil oleks võimalus enda emakeeles infot saada ettevõtte teenuste kohta. Seda enam, kuna tegu on ühe juhtiva globaalse ettevõttega logistikasektoris, millel on ka Eestis väga suur turg. Samuti arvan, et eestlased on harjunud kogu infot saama oma emakeeles ja see võiks kehtida ka ettevõtete puhul, mis siin tegutsevad.

Magistritöö teine eesmärk on uurida, millised on peamised tõlkeprobleemid veebilehekülje tõlkimisel ning millised teoreetilised seisukohad aitavad neid probleeme lahendada.

Magistritöö on jaotatud kahte suuremasse osasse: teoreetiline osa ja empiiriline osa. Teoreetiline osa on omakorda jaotatud kolme alapeatükki, millest esimene käsitleb lokaliseerimise ajalugu, teine selle erinevaid definitsioone ning kolmas veebilehekülgede lokaliseerimist ning sellega seotud töövoogu.

Empiiriline osa koosneb kolmest suuremast peatükist – sihttekstist, tõlkeprobleemide- ja valikute analüüsist ning nende järeldest. Tõlkeprobleemide- ja valikute analüüs koosneb omakorda neljast temast: pealkirjad, terminid ja nimetused, vormistamine ja erinevad vormingud ning kultuuriline kohandamine. Lisaks on magistritöö lõpust leitav ka lähtetekst. Magistritöös esitatud lähte- ja sihttekst koosneb 15 erinevast DHL-i veebileheküljel olevast artiklist, mille maht on lähtetekstis 6461 sõna ja sihttekstis 4924 sõna.

Teema valikul olin motiveeritud isiklikust huvist. Kuna töotan ise DHL-is ning suhtlen igapäevatoos paljude klientidega, siis oli selgelt tuntav, et eestikeelse informatsiooni vähesus koduleheküljel on märkimisväärne ning seda on vaja muuta. Arvan, et kodulehe eesti keelde tõlkimine on tänuväärne töö ning sellest saab kasu iga eesti keeles infot sooviv inimene, kes DHL-i veebilehte külastab.

## TEOREETILINE RAAMISTIK

### Lokaliseerimise ajalugu

Interneti pakutavad võimalused on avanud uued digitaalse suhtluse vormid ja sellest tulenevalt erinevat tüüpi uued tõlketavad. Nende hulgas on ka selline mõiste nagu „**lokaliseerimine**“. Vastavalt Miguel A. Jiménez-Crespole on see „ülemaailmne protsesside tsükkel, mis muudab digitaalsed tekstid kättesaadavaks erinevatele sotsiolingvistilistele kogukondadele kogu maailmas“ (Jiménez-Crespo 2013: 8). Eelnevalt sõnastatu on ka käesoleva magistritöö eesmärk, ehk teha DHL-i veebilehekülj kättesaadavaks eesti keelt kõnelevale lugejaskonnale.

Lokaliseerimine sai alguse Ameerika Ühendriikidest ning algselt toimusid lokaliseerimisprotsessid inglise keelest teistesse keeltesse. Ülemaailmse veebi (WWW) tekkega ja kiire levikuga hakkas lokaliseerimine liikuma aga vastupidises suunas ning veebilehti hakati lokaliseerima hoopis inglise keelde. Tänapäeva digiajastul on tavapärane leida veebilehekülgi, mis on lokaliseeritud sellesse rahvusvahelisse *lingua francasse*, et olla ülemaailmselt kättesaadavad võimalikult suurele lugejaskonnale. (*ibid.*) Näitena võib tuua ükskõik millised eestikeelsed veebileheküljed, mis on enamjaolt lokaliseeritud vaid paari keelde – inglise keelde ja vene keelde. Viimasesse eeldatavalt seetõttu, kuna Eestis on suur hulk vene keelt emakeelena kõnelejaid.

Inglise keele kui *lingua franca* kasutamise olulisimad tunnused on selle funktsionaalne paindlikkus, suur varieeruvus ja levik paljudes erinevates keelelistes, geograafilistes ja kultuurilistes piirkondades. Rahvusvaheliselt võib inglise keelt kui *lingua francat* pidada ka kultuuridevahelise suhtluse eritüübiks, kuna inglise keelt võõrkeelena kõnelejate arv on nüüdseks oluliselt suurem kui inglise keelt emakeelena kõnelejate arv. (House 2018: 134) Seetõttu võib üsna kindlalt väita, et inglise keel kui globaalne *lingua franca* jääb püsima ka tulevikus, ja seda just selle laia leviku ning lihtsuse tõttu. Võib eeldada, et paljude ladina tähestikku emakeeles kasutavate rahvaste jaoks on inglise keelt lihtsam õppida, rääkida ja kirjutada kui näiteks hiina keele hieroglüüfkirja.

Lokaliseerimine sai alguse 1970. aastate lõpus, kui USA arvutiettevõtted viisid oma tooted Prantsusmaa, Saksamaa ja Jaapani suurtele turgudele. Nende ettevõtete esialgsete lokaliseerimiskatsete tulemusel tekkis ühine mõiste „lokaliseerimistööstus“, mis on tõlketööstuse kõige kiiremini kasvav sektor. 1980. ja 1990. aastateks oli lokaliseerimistööstus hoogsalt laienenud, hõlmates kõikvõimalikke digitaalseid tekste alates veebilehekülgedest ja videomängudest nutitelefonide ja muude nutiseadmeteni. (Jiménez-Crespo 2013: 7) Kindlasti ei ole see tööstus jõudnud praeguseks hetkeks haripunkti ning tulevikku vaadates võib eeldada, et seoses digitaliseerumisega kasvab lokaliseerimise nõudlus veelgi, ning pidev tehnoloogia areng võib seda protsessi muuta isegi kiiremaks ja täpsemaks.

Alates veebilehekülgede lokaliseerimise tekkimisest on erinevate vaatenurkadega ja erinevatest teadusharudest teadlased ja õpetlased keskendunud sellele nähtusele kui uurimisobjektile. Siiski on selle mõju tõlkeuringutele endiselt üllatavalt marginaalne, hoolimata kasvavast huvist praeguse tehnoloogilise pöörde vastu ja asjaolust, et maailm digitaliseerub kiire tempoga. Seega on veebilehekülgede lokaliseerimise puhul tegu suuresti veel puutumata valdkonnaga. Veebilehekülgede lokaliseerimise nähtuse uurimine sai alguse 1990. aastate lõpus seoses ülemaailmse veebi (WWW) plahvatusliku levikuga ja algselt lähenesid enamik veebilehekülgede lokaliseerimise projektidest sellele tarkvara lokaliseerimise jätkuna. (*ibid*: 133) Selline esialgne lähenemine veebilehtede lokaliseerimisele on ka igati õigustatud, kuna tarkvara ja veebilehekülgede lokaliseerimine on oma olemuselt ja töövoolt väga sarnased, kuid veebilehekülgede lokaliseerimine on siiski mahukam ja ulatuslikum. Seega on justkui loogiline jätk, et tarkvara lokaliseerimine kasvas ja sellest arenes välja veebilehekülgede lokaliseerimine.

On olemas viis peamist lokaliseerimistüüpi ja nendeks on tarkvara, veebilehtede, videomängude, väikeste seadmete ja multimeedia lokaliseerimine. 2000. aastatel koondusid need lokaliseerimistüübid viide eristatavatesse kategooriasse, mis nõudsid asjaomastelt agentidelt ehk lokaliseerijatelt spetsiifilisi tõlke- ja tehnilisi oskusi. (*ibid*: 28)

## Lokaliseerimise defineerimine

Lokaliseerimise definitsioonid pärinevad enamjaolt 1980. aastate lõpust ja 1990. aastate algusest. Selleks ajaks oli tarkvara lokaliseerimine tõlketööstuses juba tavapärane. (Jiménez-Crespo 2013: 12) Selles alapeatükis käsitlen erinevate organisatsioonide ja teadlaste lokaliseerimise määratlusi, et mõista paremini praeguseid lünki ja sünergiat selle erinevate definitsioonide vahel. Deborah A. Folaroni kohaselt on lokaliseerimise definitsioonid kontekstuaalselt seotud, peegeldades nende sõnastajate erinevaid vaatenurki (Folaron 2006: 197).

Digitehnoloogial on lokaliseerimisel võtmeroll. Algusaegadest peale on sundinud tehnoloogia kiire areng uuenduste ja nendega kaasas käivate katsumustega pidevalt kohanema. Kuna lokaliseerimise esimesteks komistuskivideks olid tehnoloogilised probleemid, mis olid seotud tõlgete integreerimisega tarkvaratoodetesse, möödusid selle määratlemised sageli peamistest tõlketüüpidest, rõhutades lokaliseerimise tehnoloogilist komponenti kui selle peamist eristavat tunnust traditsioonilisest tõlkimisest. (Jiménez-Crespo 2013: 8) Seda on näha ka magistritöös esitatud erinevatest definitsioonidest, milles on toodud esile erinevate tehniliste elementide muutmist lokaliseerimisel.

Traditsiooniliselt on tõlkimine aga vaid üks tegevustest, kui materjali edastatakse ühest keelest teise. Traditsiooniliste tõlkeprojektide muud tegevused hõlmavad lisaks tõlkimisele terminoloogia uurimist, teksti toimetamist, korrektuuride tegemist ja küljendamist. Paljude inimeste jaoks kõlab lokaliseerimine tõlkega identse või sarnase „lihtsalt keelelise protsessina“. Kuigi tõlkimisel on kõigi tekstipõhiste toodete lokaliseerimisel oluline roll, on lokaliseerimisprotsess tegelikult palju laiem ja see hõlmab endas lisaks eelnevale loendile palju rohkem tegevusi. (Esselink 2000: 2) Neid kirjeldatakse lähemalt järgmises alapeatükis „Veebilehekülgede lokaliseerimine ja selle töövoog.“

Lokaliseerimistööstuse standardite assotsiatsioon (LISA)<sup>1</sup> on defineerinud lokaliseerimist kui „toodete või teenuste muutmise protsess, et võtta arvesse erinevatel turgudel esinevaid erinevusi“ (LISA, 2003). Selle definitsiooni kohaselt selgub justkui, et

---

<sup>1</sup> LISA – Localisation Industry Standard Association

lokaliseerimise puhul ei räägitagi tekstidest, vaid hoopis toodetest või teenustest. Sellist määratlemist saab seostada näiteks nutiseadmete või videomängude lokaliseerimisega, kus lokaliseeritakse konkreetset eset, kuigi lokaliseerimise objektiks on ikkagi nendes esinevad erinevad tekstid.

Tõlketööstuse väljaannetes leiduvate paljude lokaliseerimise määratluste üks ühisosa on asjaolu, et lokaliseeritud tekstidel peab olema kohapeal valmistatud toodete „välimus ja tunnetus“. Teisisõnu, lokaliseerimise eesmärk peaks olema selliste toodete tootmine, mida sihtkasutajad saavad kohapeal valmistatud kujul ehk sihtteksti, või lähtudes eelnevast, toote tarbija ei tohiks tajuda teksti kui midagi võõrast ja arusaamatut. Globaliseerimise ja lokaliseerimise ühingu GALA<sup>2</sup> kohaselt on „lokaliseerimise eesmärk anda tootele selline välimus ja tunnetus, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks, olenemata selle keelest, kultuurist või asukohast (GALA, 2011).“ Venuti sõnul iseloomustab tõlkimise vaatenurgast selline eesmärk tõlketööstuse praktikat äärmusliku kodustamise strateegiana (Venuti 1995: 17).

GALA kodulehelt leitava informatsiooni järgi on:

tõlkimine ainult üks lokaliseerimisprotsessi mitmest elemendist. Lisaks tõlkimisele võib lokaliseerimisprotsess hõlmata ka graafika kohandamist sihtturgudele, sisu muutmist vastavalt teiste turgude maitsele ja tarbimisharjumustele, kujunduse kohandamist tõlgitud teksti õigeks kuvamiseks, konverteerimist kohalikesse ühikutesse (näiteks valuutade ja mõõtühikute), kuupäevade, aadresside ja telefoninumbrite jaoks kohalike vormingute kasutamist ning kohalike eeskirjade ja juriidiliste nõuete järgimist.

(GALA, 2011, magistr töö autori tõlge)

Sellest definitsioonist selgub, et lokaliseerimine koosneb lisaks tõlkimisele ka teistest elementidest. Lisaks, et lokaliseerimise korral on teksti kohandamine enamasti tehnilist laadi ja et tehnilised muudatused on justkui lokaliseerimise määravaks tunnuseks, isegi kui mõned eelpool mainitute, näiteks kuupäevade, telefoninumbrite jne muutmine on tavapärasel enamusele tõlkeprotsessidest ja seda eriti tehnikatekstide tõlkimise puhul. Jiménez-Crespo (2013: 16) kohaselt on tehnikatekstide tõlkimise puhul tavapärane lisada juurde erinevaid

---

<sup>2</sup> GALA – Globalization and Localization Association

telefoninumbreid (kohalikud infoliinid jms.) ning kasutada kohalikke ühikuid (nt valuutade ja mõõtühikute puhul).

Kuigi lokaliseerimise üldmõiste hõlmab endas sageli veebilehekülgede lokaliseerimise mõistet, on osa teadlasi püüdnud seda ka eraldi määratleda. Näiteks määratles Daniel Gouadec veebilehekülgede lokaliseerimise järgmiselt:

veebilehekülgede lokaliseerimine on veebilehe sisu ja funktsioonide kohandamine kasutajate rühma jaoks, kellel on võrreldes veebilehe algse sihtrühmaga spetsiifilised kultuurilised ja keelelised eripärad.

(Gouadec 2007: 297, magistr töö autori tõlge)

Selline veebilehekülgede lokaliseerimise defineerimisviis on üsna sarnane lähenemisega lokaliseerimisele üldiselt, kuid näiteks Peter Sandrini kasutab oma veebilehekülgede lokaliseerimise definitsioonis mõisteid ka juurdepääsetavuse ja kasutatavuse kohta: „veebilehekülgede lokaliseerimine on olemasoleva veebilehekülje muutmise protsess, et muuta see sihtrühmale juurdepääsetavaks, kasutatavaks ja kultuuriliselt sobivaks" (Sandrini, 2005). Kultuuriline sobivus tähendab eelkõige seda, et lokaliseerides tuleb silmas pidada teksti sihtrühma väärtuseid, kohalikke seadustikke ja sotsiaalseid norme, et tekst oleks lugejale ühtselt ja selgelt mõistetav.

## **Veebilehekülgede lokaliseerimine ja selle töövoog**

Tõlkimine on osa kõigist lokaliseerimis- ja globaliseerimisprotsessidest. Toote kättesaadavaks tegemiseks paljudes erinevates keeltes tuleb see esmalt lokaliseerida tõlke kaudu. See protsess sarnaneb kultuurilise filtreerimisega (House 2018: 136). Kultuurifiltri eesmärk on kahe kõnekogukonna sotsiaal-kultuuriliste erinevuste tabamine samades käitumis- ja suhtlemistavades, eelistatud retoorilistes stiilides ja ootusnormides (House 2001: 251). Uute turgude avamiseks on toote lokaliseeritud, s.t kultuuriliselt filtreeritud ja tõlgitud versioonide loomine vajalik, kuna ligipääs tootele ja informatsioon selle kohta kohalikus keeles suurendab nõudlust tootele. Seega võib öelda, et tõlkimine on tänapäeval maailmamajanduse keskmes ja sellega kohandatakse tooteid kõikjal vastavalt kohalike turgude vajadustele. (House 2018: 136) Lokaliseerimine aitab vähendada uute

potentsiaalsete klientide keelebarjäärist tulenevaid arusaamatusi, kuna lokaliseeritud toode (antud juhul DHL-i veebilehekülge) sobitub sihtturu tingimustesse paremini. Seeläbi võib lokaliseerimine aidata kaasa kliendibaasi suurenemisele.

Veebilehekülje eesmärk (antud puhul DHL-i veebilehekülje) ei ole vaid vajaliku informatsiooni edastamine tarbijatele, vaid mõnes mõttes on sellel ka reklaamiv eesmärk, ehk et teha ettevõtte teenused ja tooted kliendile ihaldusväärseks ning suunata kliente teenuseid tarbima. Seetõttu on väga oluline, et tekst oleks sihtgrupi jaoks tõlgitud arusaadavalt ning vigadeta.

Jiménez-Crespo pakkus välja 2012. aastal enda poolt täiendatud lokaliseerimistasemete mudeli, mis täiustaks juba eelnevalt loodud Microsofti ning tuntud tõlkeuuringute õpetlaste Nitish Singhi ja Arun Pereira lokaliseerimistasemete mudeleid. Mudel on tuletatud ligi 2000 Ameerika Ühendriikides tegutseva mittetulundusühingu veebikohalolekust ja nende veebistrateegiate uurimisest. Tema mudel koosneb viiest tasemest ning see on järgnev (Jiménez-Crespo 2013: 35-36):

1. Tase 0: veebisaidil on mõned tõlgitud .pdf-dokumendid või see pakub erinevaid masintõlke mootori linke.
2. Tase 1: veebisaidil on paar lõiku või lehekülge muus keeles. Tavaliselt on see organisatsiooni või ettevõtte lühikirjeldus ja selle põhilised kontaktandmed.
3. Tase 2: veebisaidil on mitu lokaliseeritud lehekülge. Kogu navigeerimismenüü on inglise keeles.
4. Tase 3: veebisaidil on mitu lokaliseeritud veebilehte, millel on vähemalt üks sihtkeeles navigeerimismenüü.
5. Tase 4: täielikult lokaliseeritud peegelsait.

Käesoleva magistr töö alustamise ajal 2020. aasta augustis oli DHL-i veebilehekülge ülaltoodud mudelite taseme arvestuse järgi tasemel 2, kuid 2021. aasta aprilliks on tõlgitud piisavalt, et veebileht oleks tasemel 3, ning lõppeesmärgiks on jõuda veebilehega täielikult lokaliseeritud peegelsaidini, ehk kõige kõrgemale lokaliseerimistasemele.

Lokaliseerimist piiravad selgelt piiratud aja-, inim- ja majandusressursid, mistõttu sõltub lokaliseerimistase või veebisaidi vastuvõtukultuurile kohandamise ulatus tavaliselt kohaliku turu või vaatajakonna tähtsusest või suuruselt (Jiménez-Crespo 2013: 33). Just

seetõttu pole ka DHL-i veebilehekülge varasemalt täielikult eesti keelde tõlgitud, kuna ettevõtte mõistes moodustab Eesti turg vaid väga väikese osa koguturust.

Veebilehekülgede lokaliseerimise protsess hõlmab endas rida samme, milles teevad koostööd paljud erinevad spetsialistid, näiteks tehniline meeskond (tehnilised toimetajad), projektijuhid, terminoloogid, kvaliteedikontrolli operaatorid ja lokaliseerijad-tõlkijad, kes töötavad kõik ühise eesmärgi nimel. Jiménez-Crespo on esitanud tavalise veebilehekülgede lokaliseerimise töövoogu (Jiménez-Crespo 2013: 29-31), mis näeb välja järgnevalt:

1. projekti esmane ettevalmistamine (seda teevad lokaliseerimise projektijuhid, tehnilised meeskonnad):
  - a. lokaliseerimisprojekti ulatuse määramine klientidega. Ulatusse vastavate nõuete kogumine (sh see, kas sait on korralikult internatsionaliseeritud, et lokaliseerimine saaks alata);
  - b. lokaliseerimiskeskonna seadistamine ja protsessi juhtimine;
  - c. veebisaidi sisu ja ülesehituse hankimine;
  - d. veebisaidi funktsioonide ja toimimise analüüsimine. Veebisaidi analüüs vigade või funktsionaalsusega seotud probleemide (katkised lingid, graafika puudumine, ühtsuse puudumine, valed aadressid jne) leidmiseks;
  - e. kolmandate osapoolte komponentide, näiteks ostukorvide, e-kaubanduse platvormide jms analüüs;
  - f. sihtturu jaoks vajalike kohanduste kindlaksmääramine vastavalt lokaliseerimistasemele. Töökirjelduste ja projekti üldise kavandamise korraldamine;
  - g. veebisaidi jaotamine erinevateks komponentideks;
  - h. sõltuvalt lokaliseerimistasemest lokaliseeritud saidi tulevase ülesehituse määramine. Sageli ei lokaliseerita kogu lähteveebisait. Samuti võidakse määratleda rahvusvaheline saidistruktuur (sh domeenivalikud);
  - i. tõlgitava sisu tuvastamine, töötlemine ja analüüsimine prognooside saamiseks, mida tehakse sageli automaatsete süsteemidega. Teksti saab ekstraheerida või tõlkida otse HTML-struktuurile;
  - j. projektijuhid jaotavad ülesanded ja prognoosivad võimaliku ajakulu;

- k. lokaliseerimispaketi loomine kõigi vajalike failide (pildid, spetsifikatsioonid, juhised, varaline tarkvara jne), juhiste ja edastustega;
  - l. tulevase veebisaidi struktuuri peegli või klooni loomine. Kaustade ja failide seadistamine iga uue keele jaoks ning lähtefailide kandmine nende uute (kohalike) nimede alla. Kloonimine tähendab veebilehe taasloomist tarkvara abil, mida algselt kasutati saidi kujundamiseks, nii et sihtversioonil oleksid täpselt samad funktsionaalsed ja struktuursed omadused kui algsel versioonil (Gouadec 2007: 42);
  - m. globaalse värava loomine. Linkide suunamine ümber HTML-i või JavaScripti või muudesse failidesse;
  - n. sarnaste komponentide kokku panemine pakkideks, mis koosnevad tekstist, skriptidest, kaadritest, ribadest, hüpikakendest (mis kuvatakse tööriistanõuannete ja legendidena ainult lehtede allikates), veebilehtede pealkirjadest, helifailidest, piltidest ja sisseehitatud tekstidega piltidest ja muud tüüpi komponentidest (käituse ajad, andmebaasid jne);
  - o. testimiskava loomine lokaliseeritud veebisaidile;
  - p. kõikide komponentide valmis panemine tõlkijatele saatmiseks (konversioonid, vormindamine, seadistamine lokaliseerimiskeskonda jne);
2. teevad lokaliseerimisspetsialistid või vabakutselised tõlkijad:
- a. valmistatakse ette sõnastik või terminibaas koos olulise terminoloogia ja fraseoloogiaga. Selle sammu saab määrata spetsialiseeritud terminoloogile;
  - b. veebisaitide tekstikomponentide (videote, esitluste, jne.) lokaliseerimine. See on lokaliseerimise kõige olulisem osa;
  - c. kõikide komponentide, mis peavad olema valmistatud nullist või täielikult kohandatud sihtrühma jaoks ja mida pole allika veebisaidil, loomine ja testimine (Selle valmistab sageli ette lokaliseerimisprojekti tellija. Kodeerimistöode korraldamiseks võib allhanke korras sõlmida lepingu lokaliseerimise või internatsionaliseerimise spetsialistidega.);
  - d. kogu graafika analüüsimine ja kohandamine vastavalt vajadusele ning uuesti töötlemine;
  - e. vajadusel valmistatakse ette uus märksõnade ja/või kirjelduse komplekt, mis võimaldab saiti sihtkeeles õigesti indekseerida. Seda nimetatakse sageli

otsimootoriturunduseks (SEM<sup>3</sup>) ja see nõuab mitmete erinevate inimeste ühist tööd;

3. kvaliteedikontroll (QA) ja integreerimine. Teevad kvaliteedi tagamise spetsialistid või lokaliseerimise spetsialistid:

- a. tõlke kontrollimine korrektuuriga;
- b. lokaliseeritud komponentide, näiteks tõlgitud teksti integreerimine uuesti veebisaidi struktuuri, muutes lokaliseeritud failide linke (sh linke piltidele);
- c. kõikide nullist loodud või täielikult kohandatud komponentide integreerimine ja nende funktsionaalse kvaliteedi testimine;
- d. funktsionaalsuse kvaliteedikontrolli korraldamine;
- e. veebisaidi kosmeetiliste testide korraldamine;
- f. etapiline kvaliteedikontroll. Veebisaitide etapiviisiline testimine enne nende avaldamist. Funktsionaalsuse testide läbiviimine võimalikult paljudes formaatides ning ekraani ja navigaatori sätetes;
- g. kõikide vajalike muudatuste tegemine, nende kinnitamine ja dokumenteerimine;
- h. veebivalmis lõpliku versiooni loomine;
- i. kultuurilise vastuvõetavuse ja tõhususe testimine. Sageli tehakse ka riigisisene teksti läbivaatus;
- j. veebipõhise kvaliteedikontrolli tegemine;
- k. veebisaidi edastamine kliendile / veebis avaldamine.

Nagu sellest väga üksikasjalikust loendist on näha, võib protsessis osalevate agentide arv varieeruda alates ühest isikust, kes vastutab kogu protsessi eest, kuni paljude agentideni suurtes organisatsioonides, ning tõlkija roll kogu veebilehe lokaliseerimise protsessis on justkui väga väike, võttes arvesse suuremahulist tehnilist tööd, mida on vaja veebisaidi lokaliseerimise korral teha. Käesoleva magistritöö lokaliseerimise töövoost saab lugeda töö empiirilises osas, kus on täpsemalt kirjutatud, kuidas mitmete erinevate inimeste osalemine veebisaidi lokaliseerimise protsessis töövoogu kujundab ja seda mõjutab.

---

<sup>3</sup> SEM – Search Engine Marketing

## EMPIIRILINE OSA

DHL-i veebilehekülje lokaliseerimise projekti raames olen tõlkinud faile kogumahu 58 993 sõna ning tõlkimise protsess leidis aset ajavahemikul 2020. aasta september – 2021. aasta märts. Leian, et see oli piisavalt pikk ajavahemik, et süveneda tekstidesse ning tõlkida kiirustamata. Tõlkimiseks kasutasin veebipõhist tõlkeabiprogrammi Global Link, mida kasutatakse kõikide DHL-i kontserni tõlgete puhul kõikides erinevates keelepaarides.

Magistritöös esitan valitud artiklid tõlgetest, mille lähteteksti maht on 6461 sõna ning mis koosneb 15 erinevast veebilehe artiklist, et oleksid kajastatud erinevad tekstiliigid, millega tõlkimise käigus kokku puutusin. Kuna koduleheküljel olev materjal on väga erinev, alates tehnikatekstidest lõpetades õigustekstidega, siis tunnen, et olen suurepäraselt saanud enda lõputöö valmimisel rakendada semestrite jooksul saadud uusi teadmisi ning oskusi. Sihttekst on esitatud ülejäänud magistritööst erinevas fondis ja on kasutatud DHL-i kodulehel olevat sama fonti ja värve, et lugejal tekiks parem ettekujutus sellest, milline ja mis kujul tekst päriselt veebilehel on.

Kuna lokaliseerimise protsess on pikk ja koosneb mitmetest erinevatest sammudest peale tõlkimise, siis antud hetkel ei ole veel tehniline meeskond eesti keelde tõlgitud tekste veebilehele lisanud ning tekstid on toimetamise ja ülevaatamise faasis, ehk DHL-i veebilehekülje lokaliseerimisprotsess on eelnevalt esitatud töövoos kolmandas etapis. Prognoositav eestikeelse veebilehe avaldamine leiab aset 2021. aasta augustis-septembris.

Lisaks sellele, et kodulehel olevad tekstiliigid on erinevad, on erinevad ka tõlkimiseks saadaval olevad tekstitüübid. Nimelt kui tõlgitud sõnade mahu järgi võib tunduda, et teksti hulk, millest sobivaid artikleid valida on justkui väga suur, siis tegelikult oli väga palju ka erinevate n-ö taustatekstide tõlkimist, olgu selleks veebilehel kajastuvad erinevad nupud, kuhu peale klõpsata või hoopis hüpinkaknad. Seetõttu oli vajaliku mahu nõueteni jõudmine keeruline ning tekstide valimisel pidin olema eriti hoolas.

Nagu eelnevalt selgus, on veebilehekülje lokaliseerimise protsessil väga mitu etappi ning sellest võib osa võtta suur hulk erinevaid inimesi ning nii ka DHL-i veebisaidi lokaliseerimisel. Sellel on aga oma positiivsed ning ka negatiivsed küljed. Positiivse poole pealt on vajalik ja oluline, kui igaüks tegeleb oma pädevustele vastavate ülesannetega, olgu

selleks siis tõlkija töö tõlkimisega või tehnilise meeskonna töö failide töötlemisega. See kindlustab töö kvaliteedi. Negatiivse poolt pealt võib selline ülesannete jaotamine aeglustada töövoogu, mis ka magistritöö jaoks vajalike tõlgete valmimisega kahjuks juhtus. Nimelt pidin tihti ootama tehnilise meeskonna järgi, et saada kätte kakskeelsed tõlgitud failid, et saaksin nendega tööd jätkata ning neid enda töös kasutada. Sellest hoolimata sain valmis tekstid siiski piisava ajavaruga kätte ning kogu valitud artiklite sihttekst algab järgmiselt lehelt. Lähtetekst on leitav peale ingliskeelset kokkuvõtet alates 64. leheküljest.

## **Sihhtekst**

### **VAIDLUSTE LAHENDAMINE**

Euroopa Liidu Komisjon on loonud veebipõhise vaidluste lahendamise platvormi (ODR-platvorm). See asub järgneval lingil: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/>

### **JUURDEPÄÄSETAVUS**

DHL-i veebileheküljel on loodud vastama uusimatele veebi sisu juurdepääsetavussuunistele (WCAG).

#### **Mis on veebi juurdepääsetavus?**

Juurdepääsetavuse eesmärk on muuta veebisaidid kasutatavaks kõigile inimestele, sõltumata nende võimetest või puuetest. See nõuab veebisaitide kujundamist nii, et kõigil kasutajatel oleks võrdne juurdepääs teabele ja funktsionaalsusele.

#### **Millist juurdepääsetavuse standardit kasutab DHL?**

DHL on oma klientidele mõeldud veebileheküljed loonud vastavalt veebi sisu juurdepääsetavussuunistele (WCAG) 2.0. DHL-i veebilehekülje HTML- ja CSS-koodis on järgitud AA ja ARIA taseme vastavuse standardeid.

### **Loe veebi sisu juurdepääsetavussuuniseid (WCAG) 2.0**

### **KASUTUSTINGIMUSED**

Sellelt leheküljelt leiate DHL-i veebilehe kasutustingimuste standardversiooni. Pange tähele, et teatud riikides võivad kohalduda erinevad tingimused. DHL-i veebilehekülje kasutamise tingimused on järgnevad:

#### **Autoriõigused**

Selle veebilehekülje autoriõigused kuuluvad DHL International GmbH-le.

#### **Luba reprodutseerida**

Igäüks võib reprodutseerida nendel veebilehekülgedel olevat mis tahes materjali järgnevatel tingimustel:

- materjali võib kasutada ainult teabe- ja mitteärilistel eesmärkidel;
- seda ei tohi mingil viisil muuta;
- ühestki DHL-i kaubamärgist ei tehta volitamata koopiat;

- materjali mis tahes koopia osa peab sisaldama järgmist autoriõiguse teadet:  
Copyright © DHL International GmbH. Kõik õigused kaitstud.

### **DHL-i kaubamärgid**

„DHL“, „DHL Worldwide Express“, „DHL Express“, „DHL Parcel“, „DHL eCommerce“, „DHL Freight“, „DHL Supply Chain“, „DHL Global Forwarding“, „DHL Europlus“, „Jumbo Box“, „DHL Economy Select“, „DHL Jetline“, „DHL Sprintline“, „DHL Secureline“, „DHL Express Easy“, „DHL Easy Shop“, „DHL Connect“, „EasyShip“ on DHL International GmbH või mõne muu Deutsche Post DHL grupi ettevõtte kaubamärgid, mis on registreeritud vähemalt ühes jurisdiktsioonis. Nende kaubamärkide kasutamiseks ei ole antud otsest ega kaudset litsentsi. Neid kaubamärke ei tohi ilma eelneva kirjaliku loata kopeerida, alla laadida, reprodutseerida, kasutada, muuta ega levitada (välja arvatud nendel veebilehekülgedel ilmuva materjali volitatud koopia lahutamatu osana, nagu on sätestatud eelmises jaotises).

### **Muud kaubamärgid ja kaubanimed**

Kõik muud nendes materjalides viidatud kaubamärgid või kaubanimed on nende vastavate omanike omandis.

### **Tagasiside**

DHL soovib teie tagasisidet ja hindab teie ideid ning ettepanekuid, kuid ei suuda vastata igale kommentaarile eraldi. DHL jätab endale õiguse vabalt kasutada teie esitatud teavet ja tegutseda selle alusel.

### **Interaktiivsete funktsioonide kasutamine sellel veebilehel**

Teie mugavuse huvides võib DHL sellel saidil pakkuda interaktiivseid funktsioone, nagu juurdepääsu jälgimisele ja kasutajate tagasile. Teil on õigus neid funktsioone kasutada ainult kindlaksmääratud eesmärkidel ja mitte ühelgi muul eesmärgil.

### **Veebilehekülje täpsus**

Need veebilehed võivad sisaldada tahtmatuid ebatäpsusi või trükivigu. Need parandatakse DHL-i äranägemisel, kui vigasid märgatakse. Nendel veebilehtedel olevat teavet värskendatakse regulaarselt, kuid ebatäpsused võivad jääda või tekkida juhul, kui värskenduste ajal toimuvad muudatused. Internetti peetakse üleval sõltumatult mitmetes kohtades üle maailma ja osa nende veebilehtede kaudu juurdepääsetavast teabest võib pärineda väljaspool DHL-i. DHL välistab igasuguse kohustuse või vastutuse võtmise sellise sisu eest.

### **Viirused**

DHL teeb endast kõik, et veebilehtedele ei satuks viiruseid, kuid ettevõtte ei saa nende täielikku väljajätu tagada ja viiruste eest vastutust ei võeta. Enne nendelt veebilehtedelt teabe allalaadimist järgige kõiki asjakohaseid kaitsemeetmeid.

### **Garantiidest loobumine**

Sellel veebilehel olevaid teenuseid, sisu ja teavet pakutakse vastavalt põhimõttele „ostja riisikol“. DHL loobub seadusega lubatud piirides kõikidest otsestest, kaudsetest, seadusest tulenevatest või muudest garantiidest, sealhulgas, kuid mitte ainult, kaudsetest garantiidest, mis käsitlevad kaubeldavust, kolmandate isikute õiguste rikkumist ja konkreetseks otstarbeks sobivust. DHL, selle sidusettevõtted ja litsentsiandjad ei esinda ega garanteeri DHL-i veebileheküljel või süsteemides või nende kaudu pakutavate teenuste, sisu või teabe täpsust, täielikkust, turvalisust või ajakohasust. Ükski DHL-i süsteemide või veebilehe kaudu saadud teave ei loo garantiid, mida DHL pole käesolevates tingimustes sõnaselgelt öelnud.

Mõnes jurisdiktsioonis ei ole lubatud kaudseid garantiid piirata, mistõttu selles jaotises toodud piirangud ja välistused ei pruugi teile kehtida. Kui teie puhul on tegemist tarbijaga, ei mõjuta need sätted teie seadusest tulenevaid õigusi, millest ei ole võimalik loobuda. Nõustute ja kinnitate, et käesolevates tingimustes sätestatud vastutuse ja garantii piirangud ja välistused on õiglased ning mõistlikud.

### **Vastutuse piiramine**

Seadusega lubatud ulatuses ei vastuta DHL, selle sidusettevõtted või litsentsiandjad ega DHL-i veebisaidil mainitud kolmandad isikud mingil juhul juhuslike, kaudsete, hoiatavate, karistuslike ja kaudsete kahjude, saamata jäänud kasumi ega kaotatud andmete tagajärjel tekkinud kahjude eest, või ärikatkestuse eest, mis tuleneb DHL-i veebilehe ja DHL-i süsteemide, teenuste, sisu või teabe kasutamisest või suutmatusest seda kasutada, sõltumata sellest, kas see põhineb garantiil, lepingul, lepinguvälisel kujul, deliktil või mõnel muul õigusteoorial ning vaatamata sellele, kas DHL-i on teavitatud selliste kahjude tekkimise võimalusest. Eelöeldut piiramata nõustute kehtivas seaduses lubatud ulatuses, et mitte mingil juhul ei ületa DHL-i kogu vastutus (otsene või muu) 100 eurot kahjude või kaotuste eest, olenemata hagi või nõude vormist, olgu see lepinguline või lepinguväline. Seadusega lubatud ulatuses on käesolevates tingimustes teie jaoks välja toodud õiguskaitsevahendid ainuõiguslikud ja piirduvad nendes tingimustes sõnaselgelt ette nähtud vahenditega.

### **Tooted ja teenused**

Kui kirjalikult ei ole kokku lepitud teisiti, kehtivad nendel veebilehtedel nimetatud transporditoodetele ja -teenustele DHL-i veotingimused. Kuna need võivad olenevalt saadetise lähteriigist erineda, võtke kohalike tingimuste koopia saamiseks ühendust lähima DHL-i esindusega. Kõik DHL-i tooted ja teenused ei pruugi igas riigis saadaval olla.

### **Teabe avaldamine**

Kogu nende veebilehtede külastajate poolt DHL-ile edastatud teave on konfidentsiaalne ja DHL ei avalda seda kolmandatele isikutele, välja arvatud juhul, kui see on vajalik teenuste osutamiseks.

## **KARJÄÄRIVÕIMALUSED DHL-is**

### **Operatiivne töö - tiptasemel teenuse pakkumine esirindel**

Meie meeskonnad seavad kliendid esikohale kõiges, mida teeme. Meie ladudest teedeni, üle mere ja läbi taeva - samuti tolli-, tervise-, ohutus- ja tarneahelalahenduste puhul - otsime meiega alati liituma püüdlikke ja kirglikke inimesi.

### **Ladustamine, saadetiste käsitlemine ja tarnimine - käsitseme kaupu hoolega**

Need on need meeskonnad tänu kelle tööjõule, asjatundlikkusele ja raskele tööle liiguvad kõik saadetised meie ladudest sisse ja välja korralikult ning kiiresti.

### **Veokorraldajad - suured liigutajad**

On vaja suurt ja pühendunud meeskonda, veendumaks, et iga saadetus jõuaks õigesse kohta õigel ajal ja seda igal korral. Kui asi puudutab punktist A punkti B viimist - olgu see siis üks tavaline siseveo kaubikuga tarnitav pakk või rahvusvaheline saadetus, mida tarnitakse teisest maailma otsast kaubalaevaga, hoiavad meie veokorraldajad kõike sujuvalt toimimas.

### **Autojuhid ja kullerid - DHL-i liikumapanev jõud**

Kus me oleksime ilma autojuhtide ja kulleriteta? Just nemad on DHL-i usaldusväärsed käed ja naeratav nägu. Sadagu vihma või pussnuge, olgu öö või päev, nad annavad endast kõik, et tagada meie klientide kirjade ja pakside turvaline ja kiire kohale toimetamine ikka ja jälle.

### **Insenerid ja hooldusmeeskond - nende asi on hoida asjad töökorras**

Kujutage ette kõiki seadmeid, süsteeme, masinaid ja infrastruktuure, mis on vajalikud sellise organisatsiooni juhtimiseks nagu DHL. Meie insenerid ja hooldusmeeskonnad vastutavad selle kõige jälgimise ja hooldamise eest ööpäev läbi, hoides kõike täielikult töökorras ja töötamas ohutult ning tõhusalt.

### **Tarneahela lahendused - ahela tugevaimad lülid**

Meie kliendid on igas vormis ja suuruses - alustades väikeste ettevõtlike idufirmadega ning lõpetades paljude maailma tippbrändide ja suurimate korporatsioonidega. Kohandatud ja uuenduslike tarneahelalahenduste väljatöötamine, mis vastaks nende kõigi nõudmistele ja väljakutsetele, muudab meie tarneahelalahenduste meeskonna väga kõrgelt hinnatuks.

## **Toll, turvalisus ja kindlustus - puhake! Olete kindlates kätes!**

Tänu meie asjatundliku ja kogunud meeskonna raskele tööle ja hoolele saavad meie kliendid tunda ennast mugavalt, teades, et nad saavad kõik oma tolli-, turvalisuse- ja kindlustusküsimused lahendatud ühes kohas. Meie töötajad aitavad kaupu transportida sujuvalt kogu maailmas, tagades täieliku turvalisuse keerulistes keskkondades ja kindlustades kaubad ettenägematute sündmuste eest.

## **Töötervis, -ohutus ja -keskkond - ohutu ja usaldusväärne**

Ohutu ja tervisliku töökeskkonna loomiseks nii meie kolleegide, kui ka klientide ja laiema avalikkuse jaoks on vaja töökas meeskonda professionaalidest ja kohusetundlikest inimestest. Õnneks on meil just õiged inimesed selle töö jaoks. Keskendudes ainulaadsetele väljakutsetele, millega DHL silmitsi seisab, teevad meie töötershoidu ja -keskkonna meeskonnad koostööd kogu organisatsiooni kõikide osakondadega, et pakkuda juhiseid, nõuandeid ja tuge, mida neil on vaja töötervise ja -ohutuse nõuete täitmiseks.

## **Piloodid ja lennuoperatsioonid - vaid taevas on piiriks**

Üle kogu maailma loodavad meie kliendid DHL-i abil oma kirjad ja pakid maksimaalse tõhususe ja minimaalse saginaga lennutada just sinna, kuhu vaja. Seetõttu loodame oma suurepärasele pilootidele ja lennuoperatsioonide meeskondadele, kes aitavad meil veenduda, et just seda me teemegi.

Korporatiivsed funktsioonid

## **Ühendavad meie meeskonnad edu nimel**

Vajame õiget talenti juhtkonnas, finantsosakonnas, IT-s, personaliosakonnas, äristrateegia ja muudes osakondades, et meie meeskonnad saaksid inimeste elu positiivselt mõjutada. Seega liitu meiega ja muuda maailma!

## **IT - infotehnoloogia, mis tõeliselt abistab**

Meiesugune globaalne organisatsioon ei saaks lihtsalt toimida ilma tipptasemel infotehnoloogia tohutu infrastruktuurita. Õigete, innovaatiliste ja tasuvate vajadustele vastavate IT-lahenduste väljatöötamine, seadistamine ja haldamine on meie üliandekate IT-meeskondade ülesanne.

## **Finantsosakond – rahaasjad**

Meie finantskontrollimise meeskonnad vastutavad ettevõtte finantsjuhtimise eest, aidates kavandada strateegiaid ja poliitika ning protseduure, mis vastavad meie ärieesmärkidele, järgides vastavuse eeskirju ja juhiseid.

### **Nõustamine ja projektijuhtimine - muudame äri paremaks**

Kui tahate püsida tipus, peate oma äri pidevalt arendama ja uuendama - olgu see siis strateegilisel, tehnoloogilisel või operatiivsel tasandil. Meie konsultatsiooni ja projektijuhtimise meeskonnad kasutavad nii juba testitud kui ka uuenduslikke meetodeid ja teadmisi keskendumaks projektidele, mis aitavad hoida kogu gruppi logistikaturu esirinnas.

### **Personaliosakond - talendileidjad**

Parimate inimeste leidmine, neilt parima saamine ja nende heaks parima tegemine. Meie personalimeeskonnad töötavad koos meeskondade otseste juhtidega, et leida, arendada ja säilitada neid andekaid ja entusiastlikke inimesi, kes teevad DHL-ist suurepärase ettevõtte.

### **Hangete osakond – kuum hind**

Kõik, mida hangete osakond teeb, aitab meil töötada tõhusamalt, tegutseda konkurentsivõimelisemalt ning laiendada ja säilitada oma positsiooni turul. Meeskonna osana aitate hallata ostukulusid ning kontrollida kaupade ja teenuste kulusid igas kategoorias, ettevõttes ja riigis, kus tegutseme.

### **Kinnisvara, autopargi ja hoonete haldamine – kindlustame töökoha toimimise**

Ülemaailmse organisatsioonina omab DHL tohutul hulgal varasid kogu maailmas. Kõik alates kaubikutest ja lennukitest kuni kontoriseadmete ja ladudeni, et sujuv töö jätkuks, hoiavad meie kinnisvara-, autopargi-, ja hoonetehaldusmeeskondi töös.

### **Äristrateegia - edu kavandamine**

Tihedas koostöös organisatsiooni kõrgeima tasandi otsustajatega kasutavad meie strateegiameeskonnad oma analüüsi- ja probleemilahendusoskusi, et luua ülevaade ja töötada välja ettevõtte pikaajaline visioon. Nad vastutavad ka ettevõtte kasvu ja kasumlikkuse jaoks kõigi oluliste raamistike rakendamise järelevalve eest.

### **Innovatsiooni juhtimine - mõeldes täna homsetele väljakutsetele**

Meie innovatsioonijuhtimise meeskonnad töötavad väsimatult uute viiside leidmiseks, et lihtsustada meie klientide elu nii täna kui ka tulevikus. Olgu see siis uute tehnoloogiate uurimine ja arendamine või olemasolevate lahenduste integreerimine uutesse, täiustatud rakendustesse - kõik, mida nad teevad, on loodud selleks, et homse päeva DHL oleks veelgi parem, tõhusam ja jätkusuutlikum ettevõtte.

### **Õigusosakond - veendumaks, et teeme seda õigesti**

Juriidiline riskijuhtimine, meie ärihuvide kaitsmine, vastavuse tagamine ja õigusnõu andmine. Need kuuluvad kõik meie õigusosakonna igapäevatöö juurde. Ükskõik, kas kohalikul, riiklikul,

piirkondlikul või rahvusvahelisel tasandil, teame, et meil on kõige teravam meel ja teravamad silmad tagamaks, et asju tehtaks alati õigesti.

Turundus, müük ja klienditugi

### **Viivad meie ettevõtte tulevikku**

Kas Sul on ideid seoses meie ettevõtte äri ja toodete edasise arenguga? Kas oled kirglikult huvitatud haldusteenuste täiustamisest või uute turundusideede loomisest? Too oma ideed DHL-i ja saa meie perekonna osaks.

#### **Müük ja äriarendus – äri silmas pidades**

Meie müügi- ja äriarendusmeeskonnad mängivad ettevõtte jaoks tulude ja kasumi loomisel otsustavat rolli. Olgu selleks suhete loomine ja hoidmine olemasolevate klientidega või uute turgude arendamine ja uute müügivihjete loomine, me ei alahinda kunagi nende oskusi ja panust.

#### **Klienditeenindus - oleme inimeste inimesed**

Oleme arusaadavalt uhked ühe parima klienditeeninduse maine üle, mille oleme suutnud maailmas luua. Seega, kui soovid liituda meeskonnaga, kes meid sinna kergitas ja seal hoiab, on see koht, kuhu tulla. Pakud abi ja tuge mitte ainult meie klientidele, vaid ka meie edasimüüjatele, esindajatele ja vahendajatele.

#### **Administratsioon - meie suurimad toetajad**

Ilma meie silmapaistva administratiivmeeskonna abita ja toeta ei toimiks miski DHL-is nii sujuvalt ja tõhusalt. Nad on organisatsiooni selgroog - nemad hoolitsevad kõige eest alates sekretäritööst ja personaliosakonna abistamisest kuni infohalduse ja koolituste järelevalveni.

#### **Turundus ja kommunikatsioon - see pole ainult see, mida öeldakse, vaid see, kuidas seda öeldakse**

Ükskõik, kas tegu on rahvusvaheline reklaamikampaaniaga, piirkondliku reklaamiga või sisekommunikatsiooniga, meie turundus- ja kommunikatsioonimeeskonnad on olulise tähtsusega, et DHL-i esitletaks alati positiivselt ja proaktiivselt. Nad on kaasatud turundusplaanide väljatöötamisse ja rakendamisse, kehtestades juhised ja põhimõtted, mida teised saaksid järgida, ning nad kasutavad meie sõnumi edastamiseks uusimaid turu-uuringute ja tööstuse suundumusi.

#### **E-kaubandus - teeb veebipoodlemise võimalikuks**

Mis puutub klientidega ühenduse loomisse globaalses mastaabis, siis on veebipoodlemine kindlasti võti tulevikku. Meie andekad e-kaubanduse meeskonnad hoiavad end kursis kõigi

veebiostlemise uusimate arengute ja suundumustega, et tulla välja loominguliste ja kasumlike platvormidega, mis pakuvad klientidele ületamatut veebipõhist ostukogemust.

### **Kasva koos meiega!**

DHL pakub laia valikut karjäärivõimalusi üle maailma. Leia enda jaoks sobiv variant meie **tööpakkumiste lehelt** või osale mõnes meie programmis.

### **PETTUSEALANE TEAVE**

#### **DHL-i kaubamärgi kuritahtlik kasutamine**

E-ostlejaid on üritatud petta DHL-i nime ja kaubamärgi loata kasutamise kaudu e-posti teel, kasutades sellist graafikat, mille tõttu paistab sisu pealtnäha justkui DHL-ist pärinevat.

Enamasti puudutab selline tegevus tarbekaupade müüki internetis, kus tasumine on nõutud enne kauba kohaletoometamist.

Pange tähele, et DHL ei nõua sellisel viisil teenuse eest tasumist. DHL kogub makseid ainult ametlike DHL-iga seotud saatmiskulude eest.

See turvateade ei mõjuta kaubasaaja kohustust maksta saatmis-, tolli-, käibemaksu- või samalaadseid tasusid, kui need on tarne ajal tasutavad.

DHL ei võta vastutust pettuse tõttu valesti tehtud maksete eest.

#### **Veebileheküljed**

Kui teil on kahtlusi DHL-i kaubamärgi kasutava veebisaidi õigsuse osas, siis soovime alati külastada meie globaalset veebilehte DHL-iga seotud veebilehtedele jõudmiseks.

**Külastage DHL-i globaalset veebilehte [lisateabe saamiseks](#).**

#### **DHL-i pettusealase teabe juhised**

Täname teid, et olete ühinenud võitlusega veebipettuste vastu. DHL näeb palju vaeva, et kaitsta oma kliente pettuste eest. Kui kahtlustate, et olete saanud petturlikke e-kirju, SMS-e või olete leidnud veebilehte või sotsiaalmeediakonto, mis üritab näida kui DHL-i lehekülg, julgustame teid sellest esimesel võimalusel teada andma, et saaksime astuda kiireid samme pettuse peatamiseks.

Palun andke teada kõigist kahtlastest tegevustest meie spetsiaalsele e-posti aadressile **[phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com)** järgides allolevaid juhiseid.

Uurime põhjalikult kõiki pettusekahtlusega teateid, kuid üldiselt me individuaalsetele päringutele ei vasta. Kui teil on mõne saadetise või arve kohta küsimusi, saatke need meie [klienditoele](#).

### Petturlik e-kiri

Allpool on toodud mõned näitajad, mis aitavad teil hinnata, kas saabunud e-kiri on petturlik.

- DHL-i ametlikud kirjad saadetakse alati aadressilt @dhl.com, @dpdhl.com, @dhl.de, @dhl.fr või mõne muu riigi domeenist peale @dhl-i.
- Me ei kasuta kunagi e-kirjade saatmiseks @gmail, @yahoo ega muid tasuta e-posti teenuseid.
- Me ei lingi kunagi muid veebisaitte kui ainult meie enda omasid, need algavad näiteks <https://dhl.com/>, <https://dpdhl.com/> või riigi / kampaania veebileht.

Lauaarvutil:

- **Lohistage** kahtlane e-kiri uude e-kirja ja saatke see **manusena** aadressile [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com). Petturliku tegevuse tõhusaks peatamiseks vajame **täielikke meilipäiseid**, mis ei sisaldu edastatud sõnumis.

Mobiilseadmest:

- **Edastage** e-kiri meile. Kui võimalik, saatke kahtlane e-kiri alati lauaarvutilt manusena koos täielike meilipäistega.

**Märkige e-kiri rämpspostiks** enda meilirakenduses, et teie meiliteenuse pakkuja saaks asjakohaseid toiminguid teha.

### Petturlik SMS

- SMS-petuskeemid sisaldavad sageli lühendatud URL-i, nt. algusega <https://bit.ly/> et teha segaseks lingi lõppsihtkoht.
- Saatja number ei ole nähtav, selle asemel leiate üldnime, näiteks „Saadetis”.
- Telefoninumber algab mõne muu riigi suunakoodiga (nt. +235).

Saatke kuvatõmmis kahtlase sisuga SMS-ist aadressile [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com) ja lisage juurde ka telefoninumber, kust sõnum saadeti.

### Petturlikud sotsiaalmeediakontod, sealhulgas Whatsapp

- Kontol puudub kinnitamise märk (nt sinist märgist pole).

- Konto üritab jätkata suhtlust mõne krüptitud kanali kaudu, näiteks Whatsapp või Telegram.
  - Konto on loodud vaid mõni nädal tagasi.
  - Konto pakub „tasuta makseid“, „tasuta lende“ või „investeeringu kahekordistamist“.
  - Konto ei kasuta adekvaatset profiilipilti (DP/DHL logo) ega taustapilti.
1. Palun teavitage meid sellisest sotsiaalmeedia kontost / postituse lingist (URL) või telefoninumbrist aadressil [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com).
  2. Kui võimalik, teavitage sellisest kontost/postitusest pettusena otse sotsiaalmeedia kanalile.

### Häkitud DHL-i kontod

Kui saate ootamatuid teateid, mis hoiatavad teid teie konto muudatuste, näiteks aadressi muutmise või parooli lähtestamise kohta, mida te ise ei käivitanud, on võimalik, et häkkerid üritavad teie kontot üle võtta.

1. Logige sisse oma kontole ja vahetage parool.
2. Kui kaotasite ligipääsu oma kontole, palun teavitage sellest juhtumist [kliendituge](#).

### DHL-I INNOVATSIOONIKESKUS

DHL-i innovatsioonikeskustes inspireerivad teid meie visioonid, suundumused ning uusimad logistikalahendused ja -teenused. Teie ettevõtte võib saada kasu kogu tarneahela ulatuses uutest suundumustest, mis tegelevad otseselt teie praeguste ja tulevaste logistikaprobleemidega.

Logistikatööstuse innovatsiooniliidrina keskendub Deutsche Post DHL Grupp tulemustele orienteeritud innovatiivsele juhtimisele. Meie kliendikesksed innovatsiooniplatvormid – DHL-i innovatsioonikeskused - asuvad nii Bonni peakontori lähedal Saksamaal kui ka Singapuris. Tipptasemel rajatised pakuvad nii klientidele kui ka äri- ja tööstuspartneritele võimalusi kohtuda, suhelda ja vahetada ideid ekspertide, partnerite ja kolleegidega.

**Oma külastust saate kohandada valides meie erinevaid teenuseid:**

- Innovatsiooni ja äri töötoad
- Giidiga innovatsioonikeskuse külastus
- Ärikohtumised
- Trendi- ja innovatsiooniüritused

### Visioonid - Trendid - Lahendused

Ootame teid palavalt DHL-i innovatsioonikeskustesse, et sukelduda üheskoos logistika innovatsioonimaailma.

Giidiga külastuse ajal viib teekond teid visioonide, trendide ja lahenduste juurde. **Visiooni sviit** pakub suurepärasest sissevaadet 2050. aasta logistika potentsiaali. **Trendialad** toovad ellu sotsiaalsed, äri- ja tehnoloogiatrendid, võimaldades teil käed külge panna ja saades praktilise kogemuse. Avastate ka, et **lahendusteeruum** näitab meie kõiki teenuse võimalusi.

Kõike eelnevat näete kombineerituna meie regulaarselt uuenevas **eksponaadis**.

Lisaks leiate DHL-i innovatsioonikeskustes spetsiaalse **studio**, mis pakub teile täiuslikku platvormi kõrgelt kohandatud töötubade jaoks, samuti **tippasemel ruume konverentside ja ürituste jaoks**.

Et külastada DHL-i innovatsioonikeskuseid, võtke ühendust enda Deutsche Post DHL Grupi müügiesindajaga või **võtke meiega ühendust siin**.

### DHL-i innovatsioonipäev

DHL-i innovatsioonipäevad on Deutsche Posti DHL Grupi iga-aastased tippasemel innovatsiooniüritused. Kliendid, äripartnerid ja trendiekspertid tulevad kokku inspireerivasse õhkkonda, et austada üheskoos loovaid mõtteid DHL-i innovatsiooniahindadega. Sellised erisündmused on DHL-i innovatsiooniväljakutsete kodus ja rõhutavad innovatsiooni olulisust DHL-is.

### KÜSIGE LENNUTRASPORDI HINNAPAKKUMIST

Esitame teile mõned kiired küsimused, et leiaksite sobiva DHL-i teenuse või spetsialisti. Nii saate oma hinnapakumise veelgi kiiremini.

Minu saadetis on ...

kuni 31,5 kg

rohkem kui 31,5 kg

Olen ...

äriklient

eriklient

Üksiksaadetis või regulaarne saatmine?

Meie **lennutranspordi** kolleegid **DHL Global Forwarding** võtavad teiega pärast vormi esitamist ühendust.

**Üksiksaadetis**

Üks lähte- ja sihtkoht

**Regulaarne saatmine**

Sealhulgas mitu lähte- ja sihtkohta

**DHL Global Forwarding** ei paku veeteenuseid alla 31,5 kg kaaluvatele saadetistele.

Meil on kahju, kuid DHL ei transpordi eraklientidele rohkem kui 31,5 kg kaaluvaid saadetisi.

### LENNUTRASPORDI HINNAPAKKUMINE

Peaaegu valmis. Soovime teada mõningaid täpsustusi, et esitada täpne hinnapakumine teie eelseisva lennutranspordi saadetisele.

Kas te pole kindel, kas DHL-i lennutransport on õige valik? Täitke meie **pole kindel vorm** ja Global Forwardingu eksperdid leiavad teile sobiva teenuse meie transpordiviiside ja -kiiruste hulgast.

Kõik tärniga (\*) tähistatud küsimused on kohustuslikud

#### Kas teie saadetis on...

kaubaalusel

lahtised karbid

muu (segakaup või ei mahu kaubaalusele)

#### Märkige saadetise suurus

Kogus\*:

Kogus\*\*

Mõõtmed\*:

Pikkus:\*      X      Laius:\*      x      Kõrgus:\*      cm

Kaal\*:

Kaal\*\* kg

Tükikaal

Kogukaal

**Lisa veel üks saadetis +**

#### Mis on teie saadetise lähteriik?

Lähteriik/-piirkond\*

Sihtnumber\*

Tänavanimi ja majanumber / PO box\*

Linn\*

## Mis on teie saadetise sihtriik?

Sihtriik/ -piirkond\*

Sihtnumber\*

Tänavanimi ja majanumber / PO box\*

Linn\*

## Tarnetingimused

Valige tarnetingimused\*

Valige soovitud tarnetingimused

Lennujaamast lennujaama

Uksest ukseni

Uksest lennujaamani

Lennujaamast ukseni

## Incoterms® 2020

Valige Incotermsi tarneklauslid\*

EXW – hangitud tehases

FCA – franko vedaja

CPT – vedu makstud kuni

CIP – vedu ja kindlustus makstud kuni

DAT – tarnitud terminali

DAP – tarnitud asukohta

DDP – tarnitud, toll tasutud

Ei ole kindel

Kas peate õige tarneklausli välja selgitama?

Vaadake meie [Incoterms 2020](#) lehekülge, et saada lisateavet

## Kas on veel midagi, mida tahaksite lisada?

Täpsustage lisateavet

## Kas teate kauba tollikoodi?

Kui jah, palun märkige oma kauba tollikood:

## Ohtlikud kaubad?

Märkige, kas teil on ohtlikku kaupa\*

## Temperatuuritundlik / kiiresti riknev kaup?

Märkige, kas teie saadetise temperatuuri on vaja kontrollida / teil on riknev kaup\*

## Kas soovite kindlustust lisada?

Märkige, kas soovite veosekindlustust\*

## Kas vajate tollivormistust?

Märkige, kas soovite tollivormistust\*

## Teie andmed

Eesnimi\*

Perekonnanimi\*

Ettevõtte nimi\*

Valige oma sektor\*

Autotööstus

Keemiatööstus

Tarbekaubandus

Tööstus ja ehitamine

Bioteadus ja tervishoid

Avalik sektor

Jaekaebandus

Tehnoloogia

Muu

E-posti aadress\*

Telefoni number koos suunakoodiga\*

Valige oma riik\*

Sihtnumber\*

Tänavanimi ja majanumber / PO box \*

Linn\*

## Lisage vajalikud failid:

Laadi ülesse

**Sirvi**

## Turundus

Märkige märkeruut, et saada regulaarseid uudiseid ja valdkonna ülevaadete uudiskirju.

Kui soovite lisateavet selle kohta, kuidas DHL teie isikuandmeid kasutab, lugege meie [privaatsusavaldust](#).

## ÜKSKÕIK MILLINE ON SINU AMETIKOHT, SINU PANUS ON MEILE OLULINE

Meie lahendusi toetavad kaubandus, logistika ning kõigi töötajate ind ja kirg. Igas riigis, kõigis DHL-i äriüksustes, on igal ühel meist potentsiaali globaalse muutuse tegemiseks. DHL-is on sul suurem roll, kui vaid see töö, mida sa teed. Ükskõik, kas oled ülemaailmne juht või turundusassistent, töstukijuht või piloot, me ei unusta kunagi, et just sina oled see, kes teeb

DHL-ist sellise ettevõtte nagu me oleme. Seetõttu töötame kõvasti selle nimel, et karjäär kontsernis oleks võimalikult rahuldustpakkuv ja edukas.

Lisateavet meie **tööstuse ja erinevate äriüksuste kohta** leiate siit.

Meie töötajad lähtuvad põhimõttest: ühendades inimesi, täiustades elusid – Bella lugu

/Video/

### **Meie töökultuur ja töötajad**

on ülesse ehitatud kahele **T-le - Tunnustamine ja Tulemused**. Me väärtustame oma töötajaid, pakume neile võimalusi saavutusteks ning need ühekoos loovad tulemusi. Töötad üheskoos inimestega, kes tunnevad uhkust selle üle, et nad teevad alati asjad esimesel korral õigesti, neil on jah-ma-suudan mõtteviis ja positiivne ellusuhtumine. Meie ühisteks tunnusteks on pealehakkamine, väljakutsete armastamine ja kõige tegemine laia naeratusena.

- Meie iga-aastane **töötajate rahulolu uuring** võtab arvesse kõigi meie töötajate häält, võimaldades töötajatel otseselt mõjutada meie edasiliikumise viisi.
- Meie strateegiline algatus First Choice vaatab pidevalt üle meie struktuurid ja protsessid, et säilitada DHL-i kohta klientide eelistatud teenusepakkujana.
- Ülemaailmse ettevõtte väärtustame töötajate mitmekesisust tõelise tugevusena. Meie organisatsioon ühendab väga erineva kultuuritaustaga inimesi ja neil kõigil on erinevad oskused, kogemused ja maailmavaated.

Saa rohkem teada meie **mitmekesisuse juhtimise** ja **ettevõtte mitmekesisuse avalduse kohta**

### **Meie panus – Elav vastutus**

Särad oma panuse kasulike tulemuste tõttu - mängid lahutamatu rolli ühenduste loomisel, mis pakuvad võimalusi ja jõukust kogu maailmas. Meie hool läheb palju kaugemale, kui ainult inimesed, kes meie heaks töötavad. Seetõttu toetame keskkonda ja meie ühiskonda mõjutavaid algatusi.

- GoGreen, GoHelp ja GoTeach on vaid kolm programmi, mis näitavad meie pühendumust ettevõtte sotsiaalsele vastutusele ja suures plaanis kogu planeedile. Nende eesmärk on vähendada meie mõju keskkonnale, aidata inimesi katastroofide korral ja pakkuda paremat haridust. Sind julgustatakse osalema nendes ja sarnastes algatustes, kui vähegi võimalik.
- Globaalsed algatused nagu rahvusvaheline vabatahtlike päev

Külasta [www.dpdhl.com/en/responsibility.html](http://www.dpdhl.com/en/responsibility.html) et saada lisateavet.

## Karjääri edendamine ja areng

Ametikohad Deutsche Postis ja DHL-is on sama erinevad kui inimesed, kes neid täidavad. Paljud meie töötajad veedavad oma karjääri erinevates rollides – nad liituvad meiega praktikantidena või töölistena ja töötavad ennast erinevate osakondade ja äriüksuste (sageli ka erinevate riikide) kaudu üles.

Seega võib sul DHL-is olla erinevaid **karjääriteid**, näiteks alustad oma karjääri noorema müügijuhina ühes riigis ja saad müügi ja turunduse asepresidendiks mõnes meie piirkondlikus peakontoris või hoopis kasvad talentide haldamise meeskonna praktikandist piirkondlikuks personalijuhtide ülemuseks mõnes meie äriüksuses.

Pakume mitmeid võimalusi oma karjääri arendamiseks ning teadmiste ja kogemuste saamiseks. Samuti tagame sinu raske töö tasustamise konkurentsivõimeliselt.

- **Certified** on kogu kontserni hõlmav ülemaailmne algatus, mis keskendub töötajate kaasamisele ja kultuurilistele muutustele, et suurendada teenuste kvaliteeti. See koolitus annab sulle oskused ja teadmised, mis on vajalikud klientide rõõmustamiseks.
- Lisaks pakume **äriüksuse juhtimisprogramme** ja **funktsionaalseid koolituste õppekavasid** kõigis meie äriüksustes, et pakkuda vajadustele vastavaid arenguvõimalusi.
- **My Talent World** on Deutsche Post DHL Grupi süsteem, mis toetab kogu kontserni hõlmavaid värbamis-, õppimis-, talendi- ja tulemusprotsesse.
- Tunnustame kõigis äriüksustes **erinevate preemiatega** töötajate regulaarset panust, näiteks nagu kuu töötaja.

## Auhinnad ja sertifikaadid

Meie töökultuur ja töökohad on üles ehitatud austusele, tunnustusele ja võrdsetele võimalustele. Selle eest on meid tunnustatud erinevate auhindadega.

### Suurepärase töökoha auhind

2015. aastal pälvis DHL Suurepärase töökoha instituudi (Great Place to Work® Institute) auhinna ühe parima töökohana Argentinas, Uruguays, Paraguays, Peruu, Colombias, Indias, Hiinas, Sri Lankal, Nigeerias, Saudi Araabias, Taanis ja Iirimaa. DHL-i on tunnustatud ka kui ühte parimat paljurahvuselist töökohta Lõuna-Ameerikas.

Selle auhinnaga tunnustatakse ainult neid ettevõtteid, mis paistavad silma järjepideva ja usaldusväärse töökultuuri loomisega, mis ulatub riigipiiridest kaugemale.

### **Tipp-töandjate instituudi auhind (Top Employers Institute Award)**

Viimastel aastatel on DHL-i premeeritud erinevate riikide parima töandja auhindadega. Samuti 2019. aastal tunnustati taaskord DHL Expressi ametlikult Tipp-töandjate instituudi (Top Employers Institute) poolt. Põhjalik sõltumatu uuring näitas, et DHL pakub töötajatele erakordseid tingimusi, kasvatab ja arendab talente kõigil organisatsiooni tasanditel ning on näidanud oma juhtpositsiooni personalikeskkonnas, püüdes alati optimeerida töö tegemist ja arendada oma töötajaid. Parimateks töandjateks tunnustatud organisatsioonid pühenduvad töötajatele parima töökeskkonna pakkumisele oma progressiivse personalipraktika „inimesed eelkõige“ kaudu.

### **Aon Hewitti parima töandja auhind (Aon Hewitt 'Best Employer' Award)**

Taiwani ja Korea DHL Expressi autasustas Aon Hewitt kui kõige paremat töandjat kategoorias „parim töandja 2015 Taiwanis & parim töandja Koreas“. Aon Hewitti parima töandja auhinda peetakse mainekaimaks inimressursside tunnustuseks kogu maailmas.

Sellega tunnustatakse ettevõtteid, kes näevad oma töötajate heaks erakordselt palju vaeva, ja ka töandjate tõhusust töökeskkonna loomisel, mis kaasaks töötajaid ja võimaldaks neile pakkuda tõelist konkurentsieelist. Ettevõtteid hinnatakse selliste parameetrite põhjal nagu töötajate kaasatus, töandja bränd, juhtimine ja töökultuur.

### **Kasva koos meiega!**

DHL pakub laia valikut karjäärivõimalusi üle maailma. Leia enda jaoks sobiv variant **tööpakkumiste lehel** või osaledes mõnes meie programmis.

### **RAHVUSVAHELINE VABATAHTLIKE PÄEV**

DPDHL grupi rahvusvaheline vabatahtlike päev on kogukonna teavitamisprogramm, mille eesmärk on DPDHL-i grupi töötajate vabatahtlikkuse suurendamine, julgustades neid pühendama aega oma kogukonnas positiivse mõju loomiseks. Töötajaid julgustatakse korraldama tegevusi, mis on kooskõlas Deutsche Post DHL Grupi kolme ettevõtte vastutuse programmiga: GoGreen (keskkonna kaitsmine), GoHelp (abi osutamine) ja GoTeach (haridusvõimaluste ja tööalase konkurentsivõime parandamine).

Aasias ja Vaikse ookeani piirkonnas 2008. aastal alguse saanud vabatahtlike päev on aastatega saanud tugeva hoo. 2014. aastal meelitas algatus umbes 108 000 osalejat 117 riigist, tehes koostööd kohalike partnerite, klientide ja mittetulundusühingute või kogukonna organisatsioonide / agentuuridega, et osaleda enam kui 1000 programmis, mis olid seotud kohalike kogukondade abistamisega.

Vabatahtlikkus on töötajate seas tähtsal kohal, seda näitavad arvukad muud vabatahtlike projektid, mis toimuvad kogu aasta vältel. Alates 2013. aastast tunnustatakse ja arvestatakse kõiki vabatahtlike tegevusi rahvusvahelise vabatahtlike päeva tegevustena.

## **GOTEACH**

### **Haridusvõimaluste ja töölase konkurentsivõime parandamine**

Meie majanduse ja ühiskonna pikaajaline edukus ning jätkusuutlikkus sõltub tugevast haridussüsteemist ja sihipärastest pingutustest järgmise põlvkonna töötavate spetsialistide arendamisel. Ühe suurima tööandjana maailmas on Deutsche Post DHL Grupp asutanud grupiülse programmi GoTeach, et parendada noorte haridusvõimalusi ning valmistada neid ette tööeluks. GoTeachi programmi kaudu teeb Deutsche Post DHL Grupp koostööd kahe väljakujunenud partneriga: „Teach for All“ ja SOS lastekülad. Koostöös nende partneritega on meie eesmärk aidata sotsiaal-majandusliku taustaga lastel ja noortel arendada oma potentsiaali, õppida oskusi ja anda võimalus oma karjääri kujundamiseks.

## **GOHELP**

### **Partnerlus ÜROga katastroofidega tegelemisel**

Pakume ÜRO-le juurdepääsu oma põhitegevusele logistikas ja meie globaalsele võrgustikule.

Loodusõnnetuste kasvav arv on tohtu väljakutse. Valitsusi, katastroofiabi organisatsioone ja äriettevõtteid kutsutakse üles osutama katastroofiohvritele kiiret ja tõhusat abi. Selle vastutuse enda kanda võttes on Deutsche Post DHL Grupp sõlminud ÜROga katastroofide ohjamise strateegilise partnerluse.

Olles selle rahvusvaheliselt loodud humanitaarabi süsteemi lahutamatuks osa, saame aidata tõhusalt kaasa katastroofiohvrite abistamisele. GoHelpi programmi osana pakume ÜRO-le tasuta juurdepääsu oma põhitegevusele logistikas, meie globaalsele võrgustikule ja töötajate teadmistele.

Meie jõupingutused hõlmavad katastroofide ohjamise kõiki etappe: valmisolek, reageerimine ja taastamine. Programmiga „Lennujaamade valmis seadmine katastroofideks“ (Get Airports Ready for Disaster (GARD)) valmistame loodusõnnetuste ja nende tagajärgede logistilisteks väljakutseteks lennujaamasid ette.

## **HEITEVABAKS AASTAKS 2050**

### **Kontserniülene keskkonnakaitseprogramm GoGreen määrab uue globaalse eesmärgi**

Jätkusuutlikkus on juba ammu muutunud meie aja üheks olulisemaks küsimuseks. Meie panus suuremasse jätkusuutlikkusse kogu maailmas on roheline logistika. Jätkusuutlikuma tuleviku realiseerimiseks on meie arvates oluline mõelda suurelt. Meie uus kliimakaitse eesmärk on 2050. aastaks viia logistikaga seotud heitkogused nullini.

Selle saastevaba logistika visiooni realiseerimiseks oleme püstitanud oma jätkusuutlikkuse strateegia peamistes tegevusvaldkondades mitmeid ambitsioonikaid vahe-eesmärke.

## Aastaks 2025 soovime:

- suurendada oma CO<sub>2</sub>-tõhusust 50% võrreldes 2007. aasta tasemega;
- parandada inimeste elu seal, kus nad elavad ja töötavad, kasutades puhtaid korje- ja tarnelahendusi 70%-l meie korje- ja tarneteenustest, näiteks kasutades jalgrattaid ja elektrisõidukeid;
- et rohkem kui 50% meie müügist hõlmaks rohelisi lahendusi. Sel moel muudame ka klientide tarneahelad rohelisemaks;
- sertifitseerida 80% meie töötajatest GoGreeni spetsialistideks ja kaasata nad meie keskkonna- ja kliimakaitsega seotud tegevustesse. See hõlmab koostööd partneritega, et istutada meie metsade kaitseks igal aastal miljon puud.

## **LENUJAAMADE VALMIS SEADMINE KATASTROOFIDEKS (GARD)**

### Valmisolek GARD programmiga

Inimesest ei ole vastast maavärinate, tsunamide, vulkaanipursete ega üleujutuste purustava jõu vastu. Kuid on üks asi, mida inimesed saavad teha: nad saavad ette valmistuda, et looduskatastroofid ei muutuks koheselt humanitaarkatastroofideks. Äärmuslike loodusnähtuste mõju tõsidus võib suureneda, kui kogukonnad ja infrastruktuurid pole piisavalt valmistunud.

Tihti on pudelikaelaks kohalikud lennujaamad, mis muutuvad kiirelt ülekoormatuks sissetulevate abivarude suure hulga tõttu, mis võib tekitada viivitusi või hoopiski peatada elupäästvate vahendite edasise veo. Sellele keskendub meie koolitusprogramm „Lennujaamade valmis seadmine katastroofideks“ (GARD), mille töötasime välja koostöös ÜRO arenguprogrammiga 2009. aastal.

DHL Aviationi kogenud töötajad koolitavad tasuta kohalike lennujaamade töötajaid ja katastroofide likvideerimisega tegelevate asutuste esindajaid. Mitu päeva kestvates töötubades näitavad nad osalejatele, kuidas loodusõnnetuse tagajärjel kiiresti lennujaamade läbilaskevõimet suurendada. Samuti analüüsitakse lennujaama maksimaalset kauba ja reisijate töötlemise suutlikkust hädaolukorras. Lennujaama hindamisele järgneb terviklik aruanne. Loodusõnnetuse korral peab lennujaam olema võimeline oma läbilaskevõimet tõhusamalt kasutama. Alates 2009. aastast on GARD-i seminaride käigus hinnatud rohkem kui 30 lennujaama 14 riigist kogu maailmas. Programmi esialgsete tulemuste tõhustamiseks töötasime 2012. aastal välja täienduskursuse nimega GARD plus, mida katsetasime samal aastal Beirut lennujaamas (Liibanonis).

## **FIRST CHOICE: SAADES PAREMAKS TEIE JAKS**

First Choice on Deutsche Post DHL Grupi programm, millel on üks selge eesmärk: end pidevalt täiendada, et meie klientide elu oleks lihtsam.

2006. aastal alustatud First Choice on enam kui kümme aastat hiljem endiselt tugev ja sellest on saanud lahutamatu osa meie ettevõtte juhtimisel. Aastate jooksul on see aidanud meil

täiustada oma protsesse, kaasata oma töötajaid - ja mis kõige tähtsam - rõõmustada kliente. Me nimetame seda First Choice-ks (esimene valik), sest just see tahame olla: esimene valik kõigile, kes meiega äri teevad, ja see tagab, et täidame oma lubaduse „Excellence. Simply delivered“ iga päev ja igal pool.

### **Oled alati meie mõtetes**

First Choice hõlmab paljusid proovitud tööriistu ja meetodeid 6 Sigma-st, muudatuste haldusest ja Lean-ist. See lähenemisviis, mida kasutatakse kogu meie ettevõttes, tagab, et saame teenuste toimivust ja protsesse struktureeritud ja jätkusuutlikul viisil parendada, luues klientidele väärtust igal meie äritegevuse sammul. Meie First Choice'i mõtteviis tähendab, et hindame oma tööd pidevalt ümber, et seda iga päev ja kõikjal natuke paremaks muuta. See omakorda aitab luua paindlikku ettevõtet, mis on muutusteks valmis ja mis suudab kiiresti ja tähelepanelikult kohaneda klientide muutuvate vajadustega.

### **Teie heaks töötab üle poole miljoni inimese**

First Choice'i kogukond Deutsche Post DHL Grupis on tohutu. Tegelikult näeme, et kõik meie ligi 550 000 töötajat on seotud meie ettevõtte paremaks muutmisega, sest First Choice'i lahutamatu osa on töötajate kaasamine nendesse protsesside täiustamistesse. Näiteks osalevad tuhanded töötajad igapäevastes tulemusdialoogides (Performance Dialog), kus nad mitte ainult ei jälgi tulemusi, vaid neid julgustatakse aktiivselt parendustega tegelema. Nad pakuvad oma teadmisi ja lahendusi, lahendades väljakutseid seal, kus need juhtuvad. Muud levinud tööriistad, mida Deutsche Post DHL Grupis kasutatakse hõlmavad Gemba Walk'e ja probleemide lahendamise tehnikaid. Lisaks täiendatakse meie programmi veelgi spetsiaalse väljaõppe saanud töötajate kogukonnaga, kellel on põhjalikud teadmised kõigi programmi spetsiifiliste tööriistade ja meetodikate ning nende kasutamise kohta, sealhulgas DMAIC-metoodika eriti keerukate probleemide lahendamiseks.

### **Lubage meil olla esmane valik teie jaoks**

Teame, et kliendina või töötajana mõistate, et Deutsche Post DHL Grupp kasutab First Choice'i teie elu parendamiseks, olgu selleks siis teie kaasamine tööol või töötades iga päev veidike paremini teie heaks. Ja see on see, mis on meie eesmärk First Choice'i moto kohaselt: „**igaüks, iga päev, igal pool – veidi paremini.**“

## Tõlkeprobleemide ja –valikute analüüs

DHL-i veebilehekülge tõlkides lähtusin erinevatest lokaliseerimise definitsioonidest ning kuna kõik need sisaldasid mõningal määral erinevaid nüansse, mis üksteist täiendasid, siis püüdsin igast definitsioonist haarata kõige olulisema ning sellest tõlkimisel lähtuda. Olulisel määral lähtusin GALA lokaliseerimise definitsioonist, mille kohaselt on lokaliseerimise eesmärk anda tootele selline välimus ja tunnetus, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks, olenemata selle keelest, kultuurist või asukohast (GALA, 2011) ehk püüdsin tõlgitud teksti võimalikult suurel määral kodustada ja kaotada sellest viited inglise keelele. Kindlasti tuleb välja tuua ka GALA definitsiooni täiendus, mille kohaselt tuleb tekstid esitada kohalikus vormingus, kasutades kohalikke mõõtühikuid, telefoninumbreid, valuutasid jne (GALA, 2011).

Kõige olulisem on siiski Gouadeci definitsioon, mis määratleb just veebilehekülgede tõlkimise ning mille kohaselt on see veebilehe sisu ja funktsioonide kohandamine kasutajate rühma jaoks, kellel on võrreldes veebilehe algse sihtrühmaga spetsiifilised kultuurilised ja keelelised eripärad (Gouadec 2007: 297). See tähendab, et tekstid vajavad tõlkimisel kultuurilist kohandamist, et sihtteksti lugeja saaks teksti sisust aru samamoodi nagu lähteteksti lugeja.

Analüüsiosas käsitlen tõlkeprobleemide erinevaid teemasid, milleks on pealkirjade tõlkimine, teksti kultuuriline kohandamine tõlkimisel, teksti vormistamine ja selles esinevad erinevad vormingud ning lisaks käsitlen ka terminoloogiat ja sellega seonduvat. Näited tekstidest on esitanud kahetulbaliste tabelitena, mille vasakus tulbas on lähtetekst ja paremas tulbas sihttekst. Tähelepanu juhtimiseks olen märgistanud analüüsitava osa tekstist poolpaksu kirjana ning näitelausele olen lisanud kohati juurde tekstist kas eelnevaid või järgnevaid lauseid, et analüüsitava osa kontekst ja paigutus tekstis oleks paremini arusaadavam. Vastava lauseosa analüüs paikneb tekstis peale igat tabelit.

## Pealkirjad

Üheks eriliseks ülesandeks tõlkimisel oli pealkirjade tõlkimine selliselt, et need annaksid ka eesti keeles edasi sama efekti ja oleksid sama tabavad nagu inglise keeles, kuna tihti oli tegu spetsiifiliste väljenditega, mis vajavad kultuurilist kohandamist. Järgnevalt on esitatud mõned näited pealkirjadest ja selgitused nende tõlkimisest.

Warehousing, Package Handling and Distribution - <b>Handled with Care</b>	Ladustamine, saadetiste käsitlemine ja tarnimine - <b>käsitseme kaupu hoolega</b>
---	---

Esimese pealkirja puhul ei olnud küll tegu ühegi väljendiga, kuid tahtsin selle esile tõsta, kuna eesti keeles on väga sarnane vaste logistikaettevõtte Itella hüüdlause: „sinu pakk on hoolega hoitud“. See oli ka esimene mõte, mis minul tekkis, kuidas lauset tõlkida, mis on ilmselt mõjutatud Itella hüüdlause populaarsusest, kuid kuna teise ettevõtte hüüdlause ei ole eetilise kasutada, siis oli vaja leida teistsugune lahendus.

Tavaliselt lisatakse hoiatav kleebis „handle with care“ saadetistele, mis vajavad erilist hoolsust käsitlemisel, sest tegu on õrnade kaupadega. Küll aga tahab antud pealkirja kontekstis ettevõtte rõhutada seda, et klientide saadetisi käsitletakse ja hoitakse alati sellise hoolega, nagu tegu oleks õrnade kaupadega. Sellest lähtudes võib järeldada, et pealkirjas on kasutatud sõnamängu, mis omakorda välistab „**handle with care**“ tavapärase tõlke „ettevaatust käsitlemisel“ kasutamise. Kaalusin ühe tõlkevარიandina „hoolega hoitud pakid“, kuid tegu on liialt sarnase väljendiga Itella hüüdlausele, ning kuna DHL ei tegele ainult pakiveoga, siis ei ole see ka sisuliselt korrektne. Seetõttu tuli välja mõelda midagi muud ning tõlkevasteks sai hoopis „**käsitseme kaupu hoolega**“.

Procurement - <b>the Price Is Right</b>	Hangete osakond – <b>kuum hind</b>
---	------------------------------------

Üheks huvitavamaks näiteks pealkirjade tõlkimisel on kindlasti ülalolev „**the Price Is Right**“, mis on tuletatud samanimelisest väga populaarsest telemängust. Sama formaadi telemäng oli ka Eestis aastatel 2007-2008 Kanal 2 eetris ning kandis nime „Kuum hind“, kus telemängu osalejad pidid ära arvama erinevate kaupade hindu. See ei erine oluliselt hangetest, kus hankest osavõtjad peavad pakkuma parima võimaliku hinna. Seega, kuna

otsene seos on olemas ning arvan, et paljud inimesed tunnevad ära, et on viidatud sellele telemängule, otsustasingi kasutada telemängunimelist tõlkelahendust ehk kodustada antud väljend.

Health, Safety and Environment - <b>Safe and Sound</b>	Töötervis, -ohutus ja -keskkond - <b>ohutu ja usaldusväärne</b>
--	---

Esmapilgul lihtsalt tõlgitava pealkirjana tunduv „**safe and sound**“ tõi minu jaoks üllatava avastuse. Collins'i sõnaraamatu kohaselt kasutatakse seda väljendit hoopis siis, kui keegi on peale ohtu sattumist elus ja vigastusteta (Collins Dictionary *sub safe and sound*). See tähendab aga, et juba lähtetekstis ei sobi minu arvates väljend konteksti, kui teksti teemaks, mida pealkiri hõlmab, on töötervis, -ohutus ja -keskkond. Seetõttu oli pealkirja eesti keelde tõlkimisel vaja pöörata erilist tähelepanu, et ei säiliks sarnane tähendus, mistõttu valisin hoopis üldisemad sõnad „**ohutu ja usaldusväärne**“.

Finance and Controlling - <b>Money Matters</b>	Finantsosakond - <b>rahaasjad</b>
--	-----------------------------------

Antud pealkiri vajab pikemat süvenemist, kuna sõnapaaril „**money matters**“ võib olla mitu erinevat tähendust. Esimesena võibki see tähendada „rahaasjad“, mille kasuks otsustasin lõpuks ka mina, kuid samuti võib see tähendada kas „raha on oluline“ või „raha loeb“, mis oleksid ka mõlemad sobivad tõlkevasted.

Kuna ingliskeelne pealkiri „**Money Matters**“ on kahetähenduslik ning lugeja saab ise otsustada, mida ta sealt välja loeb, siis püüdsin ka eesti keeles sarnast tõlkelahendust kasutada, kuid mina vähemalt ei suutnud sellele sarnast vastet leida või välja mõelda. Tulles tagasi võimalike tõlkelahenduste juurde, siis rahaasjade vaste on neutraalsem ja üldisem, kui võtta arvesse, et on tahetud paari sõnaga edasi anda, millega nimetatud osakond ettevõttes tegeleb. Seetõttu sobib vaste konteksti arvestades tõlkesse paremini, kuna teised kaks varianti võivad mõjuda võõralt sihtteksti lugejale ning samuti nende variantide puhul kaob ära viide teksti sisule.

Sales and Business Development - <b>We Mean Business</b>	Müük ja äriarendus – <b>äri silmas pidades</b>
--	--

Collinsi sõnaraamatu kohaselt on ingliskeelne väljend „**to mean business**“ idioom, mis tähendab, et keegi on oma tegevuses tõsine ja otsustav (Collins Dictionary *sub to mean business*). Küll aga ei saa seda otse eesti keelde sellisel moel tõlkida, kuna „Müük ja äriarendus – oleme tõsised ja otsustavad“ ei anna osakonna kohta mingit teavet lugejale ning ei sobi ka stiili poolest juba eelnevalt tõlgitud pealkirjadega. Samamoodi ei ole eesti keeles ka sarnast idiomaatilist väljendit, mida tõlkes kasutada. Seetõttu tuli leida teistsugune lahendus ja tõlkevalikuks sai „**äri silmas pidades**“. Leian, et see annab paari sõnaga edasi osakonna kirjelduse ning mida seal tehakse.

Operations - <b>Deliver Excellence on the Frontline</b>	Operatiivne töö - <b>tipptasemel teenuse pakkumine esirindel</b>
---	--

DHL-i hüüdlause on inglise keeles „**Excellence. Simply delivered.**“ Nagu näha, on tahetud sellele lähteteksti pealkirjas vihjata, kuid eesti keelde tõlkimisel pole võimalik sarnast viidet hüüdlausele kasutada. Nimelt kasutatakse alati antud hüüdlause inglise keeles tõlkimata kujul ning ettevõttesiseselt on kokku lepitud, et seda eesti keelde ei tõlgita. Seetõttu oli vaja tõlkimisel leida hoopis teine lahendus ja teksti kodustada arusaadavuse eesmärgil ning valituks osutus „**tipptasemel teenuse pakkumine esirindel**“.

<b>No matter what you do, your contribution makes a difference</b>	<b>Ükskõik milline on sinu ametikoht, sinu panus on meile oluline</b>
--	---

Pealkiri „**No matter what you do, your contribution makes a difference**“ vajab eesti keelde tõlkimisel kohandamist, sest kui kasutataks ainult fraasi „ükskõik mida sa teed“, võib see sihtkeele lugejale kõlada võõrana ning võib jääda selgusetuks, mida sellega mõeldud on. Seetõttu otsustasin tõlkesse lisada täpsustuse „ükskõik milline on **sinu ametikoht**,“ et lugeja saaks aru, et selle all on mõeldud erinevaid ametikohasid, mis on kõik võrdselt väärtuslikud ettevõttele. Lähtudes eelnevast oli seega vaja täpsustada ka lause teine pool „**makes a difference**“, kus muutsin samuti tõlkimisel sihtteksti ning täpsustasin seda,

kuna pealkirjaga kokku käiva teksti sisu räägib sellest, kui olulised on kõik ametikohad ettevõttes.

Lisaks sellistele pealkirjadele, milles olevaid väljendeid ei saanud otse ja kerge vaevaga eesti keelde tõlkida ning mida pidi muutma oli tekstis ka selliseid pealkirju, milles kasutatavad väljendid on lähte- ja sihtkeeles sarnased. Seega mõjuvad need sihtteksti lugejale juba tuttavalt ja tõlge ei vaja kodustamist ega suurel määral muutmist, samuti säilib ka pealkirja efekt. Mõned sellised näited on allpool.

Drivers and Couriers - <b>The Driving Force Behind DHL</b>	Autojuhid ja kullerid - <b>DHL-i liikumapanev jõud</b>
Pilots and Flight Operations - <b>the Sky's the Limit</b>	Piloodid ja lennuoperatsioonid – <b>vaid taevas on piiriks</b>

Antud pealkirjade tõlkimine ei vajanud pikemat mõtlemist, kuna eesti keeles on kasutusel praktiliselt otsetõlkes samad väljendid, mida inimesed on harjunud nägema või ise kasutama. Liikumapaneva jõu all mõeldakse eelkõige seda, kui oluline on selle teksti kontekstis kõnealused ametikohad ettevõttes, ehk et autojuhid ja kullerid on justkui ettevõtte alustalad.

Teise pealkirja, ehk „**the Sky's the Limit**“ tõlkimine ei vajanud samuti pikemat mõtlemist, küll aga on selle puhul samuti kasutatud lähtetekstis sõnamängu, kuna väljendil võib olla mitmeid tähendusi. Nimelt Collins'i sõnaraamatu kohaselt tähendab „**the Sky's the Limit**“, et kõike, mida hing ihaldab, on võimalik saavutada (Collins Dictionary *sub the sky's the limit*). Selle pealkirjaga ei ole aga kindlasti tahetud sama mõtet edasi anda, vaid hoopis täpsustada, kui lai on DHL-i teenuste valik ning et ainult taevas on ettevõtte teenuste piiriks, kuna pakutakse maantee-, mere- ja õhustransporditeenuseid.

Customer Service - <b>We're People People</b>	Klienditeenindus - <b>oleme inimeste inimesed</b>
---	---

Vaadates klienditeeninduse või isegi muude valdkondade töökuulutusi, võib tihti märgata, et otsitakse inimeste inimest. Mida selle all aga mõeldakse? Inimeste inimene on avatud ja hea suhtleja, ehk täpselt see, millised omadused ühel klienditeeninduses töötaval

inimesel olema peavad. Kuna väljend on eesti keeles küllaltki tuntud, ei tekkinud selle puhul kahtlust, kuidas oleks õige väljendit tõlkida selliselt, et see ei mõjuks võõrana. Ühe näitena võib välja tuua Eesti Haigekassa tänaseks aegunud töökuulutuse töövahendusportaalil CVKeskus.ee, kus otsiti just inimeste inimest personalijuhiks (CVKeskus, 2018).

## Terminid ja nimetused

Tõlkides DHL-i veebilehekülge oli vaja järjepidevalt kasutada DHL-i terminibaasis ette antud termineid. Ettevõtte poolt ette antud terminite puhul juhtus aga tihti see, et termin ei sobinud reaalselt tõlkevasteks. Ühe näitena toon välja termini, mida esines tekstis hulgaliselt. Nimelt on sõna „**about**“ märgitud ettevõtte terminibaasis terminiks ja selle vasteks on märgitud sõna „**lisateave**“. Kindlasti ei ole sõnal „**about**“ aga ainult selline tähendus ning sõltuvalt teksti kontekstist võib olla sellel ka teistsuguseid tähendusi. Seetõttu jäi aga tihti segmentides antud termin justkui ilma vasteta, mis omakorda tekitas kvaliteedikontrolli tehes palju valepositiivseid tulemusi. See tähendab, et kvaliteedikontroll andis märku, justkui oleks valesti tõlgitud või ette antud termin kasutamata jäänud, kuid tegelikult ei sobinud hoopis termin vasteks ning oli vaja kasutada teistsugust tõlkelahendust. Minu arust ei peaks selline mitmetähenduslik sõna olema tähistatud terminina ning tegin projektijuhile ettepaneku eemaldada sõna „**about**“ terminibaasist.

Lisaks terminite eemaldamise soovitudele tegin ettepaneku ka terminibaasi terminite lisamiseks, mõned näited soovitudest on järgnevad:

Soovitatud termin	Vaste
Division	Äriüksus
Connecting people, improving lives	Ühendades inimesi, täiustades elusid
DHL Customs Service	DHL-i tolliteenused
Expertise	Eksperditeadmised
DHL Freight Special Transports	DHL Freight-i eriveod

Need terminid esinesid tekstis läbivalt ning alati samas kontekstis ja kuna DHL Freight Eestis on kokku lepitud järgnevate terminite sellisel viisil tõlkimine, siis leian, et minu ettepanek terminite lisamiseks terminibaasi on asjakohane ja õigustatud, et ka edaspidi

tõlgitaks neid ühtlaselt korrektselt ning et tulevastel tõlkijatel, kes DHL-i materjale tõlgivad oleks veelgi täiustatum terminibaas, mida kasutada. Veelgi enam, mida rohkem korrektseid termineid on terminibaasis, seda kergem on ka tõlkijal oma tööd teha.

Connecting people, improving lives	Ühendades inimesi, täiustades elusid
------------------------------------	--------------------------------------

„Ühendades inimesi, täiustades elusid“ on DHL-i erinevaid programme (GoTeach, GoHelp ja GoGreen) hõlmav üldine teema, mille eesmärgiks on inimeste elude pidev parendamine läbi erinevate ühiskondlike programmide. Tegu ei ole küll otseselt terminiga, vaid hüüdlausega, kuid leian, et on oluline see lisada terminibaasi, et tulevastel ettevõtte materjalide tõlkijatel oleks ka teada, kuidas on korrektne seda tõlkida ning selle järjepidev kasutamine tagab omakorda tekstides ühtsuse.



*Connecting people, improving lives-i näitlikustav pilt DHL-i veebilehelt*

Our Employees Are <b>Connecting People. Improving Lives</b> - Bella's Story	Meie töötajad lähtuvad põhimõttest: <b>ühendades inimesi, täiustades elusid</b> – Bella lugu
---	--

Siin on välja toodud näitelause „**Connecting People. Improving Lives**“ kasutamisest, mis eelneva selgituse kohaselt kannab eesti keeles nimetust: „**ühendades inimesi, täiustades elusid**“. Lauset oli vaja ka tõlkes veidi kohendada, et see paremini mõistetav ja sujuvam oleks, mistõttu muutsin veidi lause struktuuri.

Lisaks esines tekstides ka selliseid termineid, millele on tunnustatud vasted olemas, seega tuli tihti kontrollida, kas tegu on ikka uue terminiga või kui sellele on vaste juba olemas, siis veenduda, et tegu on usaldusväärse allikaga, millest leitavat teavet võib usaldada ning kasutada. Mõned näited järgnevad.

<p>Our site was created to meet the latest <b>WCAG standards.</b></p>	<p>DHL-i veebilehekülg on loodud vastama uusimatele <b>veebi sisu juurdepääsetavussuunistele (WCAG).</b></p>
---	--

Euroopa Parlamendi veebileheküljelt on leitav teave, et **veebi sisu juurdepääsetavussuunised (WCAG)** on koostanud veebikonsortsium (W3C) veebi juurdepääsetavuse algatuse raames (Juurdepääs Europarli veebisaidile, kuupäev puudub). Kuna veebikonsortsiumi enda kodulehel on olemas juurdepääsetavussuuniste ametlik tõlge eesti keelde, siis tuleb kindlasti kasutada eelnevalt esitatud ja tunnustatud tõlget, mida ka magistritöös tegin. Samuti vahetasin välja teksti neutraalsemaks tegemise eesmärgil ingliskeelse sõnapaari „**our site**“ ning eestikeelse vaste puhul kasutasin hoopis „**DHL-i veebilehekülg**“. Arvan, et eestikeelne lugeja ei ole võib-olla harjunud nägema meie-vormis tekste ning seetõttu on kohane jätta just eelnevalt mainitud tõlkevalik. Sarnane näide on ka allolevas tekstis, kus tõlkides ei ole tarvis kasutada „valige **enda** Incotermsi tarneklauslid“, vaid sihttekstis piisab ilma selleta. Seda enam, et tegu ei ole kliendile kuuluvate tarneklauslitega, vaid talle kohalduvate tingimustega.

<p><b>Incoterms® 2020</b></p> <p>Please select <b>your</b> incoterms*</p> <p>EXW – EX Works</p> <p>FCA – Free Carrier</p> <p>CPT – Carriage Paid To</p> <p>CIP – Carriage and Insurance Paid To</p> <p>DAT – Delivered At Terminal</p>	<p><b>Incoterms® 2020</b></p> <p>Valige Incotermsi tarneklauslid*</p> <p>EXW – hangitud tehast</p> <p>FCA – franko vedaja</p> <p>CPT – vedu makstud kuni</p> <p>CIP – vedu ja kindlustus makstud kuni</p> <p>DAT – tarnitud terminali</p>
--	---

DAP – Delivered At Place	DAP – tarnitud asukohta
DDP – Delivered Duties Paid	DDP – tarnitud, toll tasutud
Not Sure	Ei ole kindel

Töötades logistikavaldkonnas näen tihti, kuidas inimesed on segaduses nähes terminit **Incoterms® 2020**. Incoterms on Rahvusvahelise Kaubanduskoja (ICC) koostatud rahvusvaheliste kaubandusreeglite kogu (Tammemägi 2010: 1). Küll aga on kõigil Incotermsi tarneklauslitel oma ametlikud eestikeelsed vasted olemas ning on oluline jälgida, et neid tõlkimisel kasutatakse, mitte ei proovita ise vasteid välja mõelda.

<b>Employee Opinion Survey</b>	<b>Töötajate rahulolu uuring</b>
--------------------------------	----------------------------------

Üheks huvitavaks näiteks on ülalolev „**Employee Opinion Survey (EOS)**“ tõlkimine, mis eesti keeles kannab hoopis kokku lepituna nimetust „**töötajate rahulolu uuring**“. Igal aastal küsitakse umbes 450 000 Deutsche Post DHL-i töötajalt üle maailma tagasisidet ettevõttele EOS-i küsitluse kaudu. Küll aga ei tähenda „**opinion**“ tõlkes „**rahulolu**“, vaid seda võiks pigem tõlkida kui „**arvamus**“. Kuna eesti keeles on ettevõttesiseselt kokku lepitud kasutada sõna „**rahulolu**“ rääkides kõnealusest uuringust ning arvestades ka selle sisu, siis säilitasin oma tõlkes juba eelnevalt kokku lepitud termini.

Lisaks kõigele eelnevale esines tekstides ka selliseid termineid, mis on nimetused ja mille puhul on kokku lepitud, et need säilitavad rahvusvahelise ingliskeelse nimetuse ja neid ei tõlgita.

'DHL', 'DHL Worldwide Express', 'DHL Express', 'DHL Parcel', 'DHL eCommerce', 'DHL Freight', 'DHL Supply Chain', 'DHL Global Forwarding', 'DHL Europlus', 'Jumbo Box', 'DHL Economy Select', 'DHL Jetline', 'DHL Sprintline', 'DHL Secureline', 'DHL	„DHL“, „DHL Worldwide Express“, „DHL Express“, „DHL Parcel“, „DHL eCommerce“, „DHL Freight“, „DHL Supply Chain“, „DHL Global Forwarding“, „DHL Europlus“, „Jumbo Box“, „DHL Economy Select“, „DHL Jetline“, „DHL Sprintline“, „DHL
--	--

<b>Express Easy', 'DHL Easy Shop', 'DHL Connect', 'EasyShip'</b>	<b>Secureline“, „DHL Express Easy“, „DHL Easy Shop“, „DHL Connect“, „EasyShip“</b>
--	--

Ühed sellised on DHL-i erinevad kaubamärgid (teenuste nimetused), mis jäid sihtkeeles samaks, muutus vaid vormistamine ehk lisatud said eesti keelele omased jutumärgid ingliskeelsete asemel.

First Choice	First Choice
GoTeach	GoTeach
GoHelp	Gohelp
GoGreen	GoGreen

Lisaks kaubamärkidele on ka erinevad DHL-i algatused ja programmide nimetused, mille puhul on kokku lepitud, et neid ei tõlgita ning need säilitavad enda kuju. Seetõttu ei ole ka alati teksti võimalik täiel määral kodustada ja paratamatult jäävad teksti ikka ingliskeelsed nimetused. Üheks selliseks on näiteks DHL-i programm First Choice, mille eesmärk on olla esimene valik kõigile (töötajatele ja klientidele). DHL-i First Choice'i programmi kohta saab lähemalt lugeda magistritöö sihtteksti osas lk 34-35. GoGreeni programmi eesmärk on keskkonna kaitsmine, GoHelp tegeleb abi osutamisega (näiteks looduskatastroofide korral) ja GoTeachi eesmärk on haridusvõimaluste ja tööalase konkurentsivõime parandamine.

As a customer or as an employee, we know you'll appreciate that Deutsche Post DHL Group uses First Choice to improve your lives, be it by engaging you at work or by working better for you every day. And that is what we aim to do, true to our First Choice	Teame, et kliendina või töötajana mõistate, et Deutsche Post DHL Grupp kasutab First Choice'i teie elu parendamiseks, olgu selleks siis teie kaasamine tööl või töötades iga päev veidike paremini teie heaks. Ja see on see, mis on meie eesmärk First
--	---

motto: <b>Everybody, every day, everywhere – a little bit better.</b>	Choice'i moto kohaselt: „ <b>igauks, iga päev, igal pool – veidi paremini.</b> “
---	--

Samuti on lisaks eespool mainitud DHL-i hüüdlausele „Excellence. Simply delivered.“ ka teisi juhtlauseid, mille puhul kas on kokku lepitud et neid ei tõlgita või ülaloleva näite puhul ei ole nendele veel ühtset kokku lepitud tõlget eesti keeles. Lähtudes soovist võimalikult suurel määral tekst kodustada, valisin tõlkelahenduseks „**igauks, iga päev, igal pool – veidi paremini,**“ mille esitasin ka soovitatud tõlkevasteks motole „**Everybody, every day, everywhere – a little bit better**“. Seda eesmärgil, et sihttekstist võimalikult palju ingliskeelseid väljendeid ära kaotada.

In 2015 DHL has been awarded as one of the best workplaces by <b>Great Place to Work® Institute</b> in Argentina, Uruguay, Paraguay, Peru, Colombia, India, China, Sri Lanka, Nigeria, Saudi Arabia, Denmark and Ireland.	2015. aastal pälvis DHL <b>Suurepärase töökoha instituudi (Great Place to Work® Institute)</b> auhinna ühe parima töökohana Argentin, Uruguays, Paraguays, Peruu, Colombias, Indias, Hiinas, Sri Lankal, Nigeerias, Saudi Araabias, Taanis ja Iirimaal.
<b>Top Employers Institute Award</b>	<b>Tipp-tööandjate instituudi auhind (Top Employers Institute Award)</b>
<b>Aon Hewitt 'Best Employer' Award</b>	<b>Aon Hewitti parima tööandja auhind (Aon Hewitt 'Best Employer' Award)</b>

Ülalolevate instituutide ja auhindade nimede puhul otsustasin säilitada ka ingliskeelsed nimetused sihttekstis, kuna nendele ei ole tunnustatud eestikeelseid vasteid olemas ja teksti kodustamise eesmärgil pidin vasted ise välja mõtlema. Küll aga tahtsin säilitada ka originaalsed nimetused, et sihtteksti lugejal oleks huvi korral võimalik

inglisekeelsete tunnustatud nimetuste järgi instituutide ja auhindade kohta lisateavet leida. See tähendab aga seda, et teksti ei saanud täielikult kodustada, vaid viidete säilitamiseks oli vaja jätta ka ingliskeelseid nimetusi sihtteksti.

Since 2013, all volunteering activities will be recognized and counted as <b>GVD activities.</b>	Alates 2013. aastast tunnustatakse ja arvestatakse kõiki vabatahtlike tegevusi <b>rahvusvahelise vabatahtlike päeva tegevustena.</b>
--	--

Rahvusvahelisest vabatahtlike päevast rääkivast artiklist võib leida sellise lause. Tõlkides oli vaja kodustamise eesmärgil teksti täpsustada, kuna ingliskeelne lühend „**GVD**“, mis on välja kirjutatuna „**Global Volunteer Day**“ ei ütle sihtteksti lugejale midagi, ilma teadmata kust selline lühend pärineb ning mis selle taust on. GALA definitsiooni kohaselt on lokaliseerimise eesmärk anda tootele selline välimus ja tunnetus, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks (GALA, 2011), mistõttu kaotas sihttekstist ingliskeelse lühendi täiesti ära ning jätsin vaid eestipärase vaste „**rahvusvaheline vabatahtlike päev**“.

With our <b>Get Airports Ready for Disaster program (GARD)</b> we prepare airports for the logistical challenges posed by natural disasters and their aftermath. After a disaster strikes, our <b>Disaster Response Teams (DRTs)</b> support the handling of relief goods at airports.	Programmiga „ <b>Lennujaamade valmis seadmine katastroofideks</b> “ ( <b>Get Airports Ready for Disaster (GARD)</b> ) valmistame loodusõnnetuste ja nende tagajärgede logistilisteks väljakutseteks lennujaamasid ette. Pärast katastroofi aitavad meie <b>katastroofidele reageerimise meeskonnad</b> lennujaamades hädaabikaupu käidelda.
--	---

Sarnaselt eelnevate näidetega oli ka nende lausete puhul ise vaja välja mõelda eestikeelsed vasted nii programmi kui ka meeskonna nimetusele. „**Katastroofidele reageerimise meeskonna**“ puhul jätsin ingliskeelse originaaltermini ja ka selle lühendi tõlkest välja, kuna arvan, et tõlge ei vaja täpsustamist ning kodustatud väljendist piisab.

Programmi nimetuses „**Lennujaamade valmis seadmine katastroofideks**“ (**Get Airports Ready for Disaster (GARD)**) jätsin ingliskeelse vaste sulgudesse, et oleks aru saada, mis sõnadest see lühend pärineb. Kuna **GARD**-programmi kohta tõlkisin DHL-i veebilehekülje jaoks ka eraldi artikli (leitav lk 34 sihttekstis), kus see lühend ka mitmeid kordi esineb, siis just seetõttu otsustasin vähemalt ühes kohas säilitada originaalnimetuse inglise keeles.

<p>Bottlenecks occur often at local airports, which quickly become overwhelmed with the large volume of incoming relief supplies. This can delay or stop the onward transport of life-saving relief goods. This is the focus of our training program <b>Get Airports Ready for Disaster (GARD)</b>, which we developed together with the <b>United Nations Development Programme (UNDP)</b> in 2009.</p>	<p>Tihti on pudelikaelaks kohalikud lennujaamad, mis muutuvad kiirelt ülekoormatuks sissetulevate abivarude suure hulga tõttu, mis võib tekitada viivitusi või hoopiski peatada elupäästvate vahendite edasise veo. Sellele keskendub meie koolitusprogramm „<b>Lennujaamade valmis seadmine katastroofideks</b>“ (<b>GARD</b>), mille töötasime välja koostöös <b>ÜRO arenguprogrammiga</b> 2009. aastal.</p>
--	--

Nagu eelmise näite juures kirjutatud, esineb **GARD**-programmi artiklis antud lühendit mitmeid kordi. Seega otsustasin tõlkesse ingliskeelse lühendi jätta, et ei peaks iga kord pikalt programmi nimetust välja kirjutama.

„**ÜRO arenguprogramm**“ on aga tunnustatud rahvusvaheline programm, mis ei vaja ingliskeelse lühendi säilitamist sihttekstis, kuna lühend „**UNDP**“ ei pruugi anda lugejale lisateavet ning võib tekitada hoopis segadust ja rohkem küsimusi, et millega täpselt tegu on.

## Vormistamine ja erinevad vormingud

On teada, et sihtteksti ei tohi selliseid märgendeid ise juurde lisada mida lähtetekstis ei esine, ja see võib omakorda tekitada probleeme. Pidin tõlkimise ajal iga tõlgitava faili kohta eraldi välja kirjutama sõnad või väljendid, mis on eestikeelse veebilehe puhul vaja esitada näiteks kaldkirjas, see suurendab aga tehtava töö mahtu nii tõlkija kui ka tehnilise meeskonna jaoks, kui ei saa muudatusi otse tööfailis teha.

Lisaks tekkisid tõlkimisel probleemid, kui lähtefailis olid trükivead. Üks silmapaistvam ja enam esinenud viga oli ingliskeelne sõna „**rest**“, mis oleks pidanud tekstis olema hoopis „**reset**“ ja selle vasteks sõna „**lähtesta**“. Sõna „**rest**“ tekitas seetõttu segadust ning kuna osade failide puhul oli kirjas õigesti „**reset**“, oli keeruline mõista, mis sõnaga tegelikult tegu peaks olema.

GALA lokaliseerimise definitsiooni kohaselt on tõlkimine ainult üks lokaliseerimisprotsessi mitmest elemendist, mis võib hõlmata ka kuupäevade, aadresside ja telefoninumbrite jaoks kohalike vormingute kasutamist (GALA, 2011). See omakorda tähendab, et sihttekstis ja lähtetekstis olev teave võivad teineteisest erineda (näiteks infotelefoni numbrid, esinduste aadressid jne).

Just imagine all the equipment, systems, machinery and infrastructure needed to run an organization like DHL. Our Engineering & Maintenance teams are responsible for overseeing and maintaining it all, keeping everything fully functional and operating safely & efficiently, <b>24/7</b> .	Kujutage ette kõiki seadmeid, süsteeme, masinaid ja infrastruktuure, mis on vajalikud sellise organisatsiooni juhtimiseks nagu DHL. Meie insenerid ja hooldusmeeskonnad vastutavad selle kõige jälgimise ja hooldamise eest <b>ööpäev läbi</b> , hoides kõike täielikult töökorras ja töötamas ohutult ning tõhusalt.
--	---

Maire Raadik on kirjutanud oma artiklis „Kaldkriips. Lugeja vastutusel,“ et isegi kui inglise keelest tulnud ja USA-s laialdaselt kasutuses olev väljend „24/7“ hoiab tekstis ruumi kokku kompaktsuse tõttu, siis ei pruugi see alati olla arusaadav ning see pole ka korrektne. Näitena on ta toonud välja, et 24/7 avatud teenuse pakkumine eeldab töötamist ilma ühegi puhke- või hoolduspausita. Raadik on lisanud ka soovitusel, et selguse mõttes on parem kasutada sõnapaare „ööpäev läbi“ või „24 tundi“. (Raadik 2016: 7) Seetõttu kaotas ka enda tõlketöös nimetatud väljendi ära ning asendasin selle eestipärase ja selgema sõnapaariga.

My Shipment Is ...	Minu saadetis on ...
<b>Up to 31.5 kg</b>	<b>kuni 31,5 kg</b>
<b>More than 31.5 kg</b>	<b>rohkem kui 31,5 kg</b>

Lähtuvalt eelnevast GALA lokaliseerimise definitsioonist ning eesti keele reeglitest on tõlkimisel vaja esitada kõikvõimalikud arvud korrektses vormingus. Kuna eesti keeles ei kasutata punkti sellisel viisil numbrite vahel, vaid kasutatakse koma, siis tuli tõlkimisel hoolikalt jälgida, et kõik sarnased kohad saaksid samuti korrektselt tõlgitud ja sihtteksti vormistatud.

<b>Tell us about the size of your shipment</b>				
...				
Dimension*:				
Length:*	X	Width:*	x	Height :* <b>cm/in</b>
Weight*:				
Weight**	kg	Weight per piece		
Total weight				
<b>Märkige saadetise suurus</b>				
...				
Mõõtmed*:				
Pikkus:*	X	Laius:*	x	Kõrgus:* <b>cm</b>
Kaal*:				
Kaal**kg	Tükikaal			
Kogukaal				

Lisaks eelnevatele vormingu näidetele on ülaloleva näite puhul ka tegu mõõtühikute kohandamisega vastavalt sihtteksti kultuurile. Lähteteksti vormi puhul on olemas nupuke, kuhu klõpsates saab valida kas saadetise mõõdud sisestatakse sentimeetrites või tollides. Kuna Eestis on kasutusel meetermõõdustik, siis pole aga tolli „(in)“ variandi lisamine eestikeelses vormis vajalik ning piisab ainult „cm“ valikust.

## Kultuuriline kohandamine

Gouadec-i kohaselt on lokaliseerimine veebilehe sisu ja funktsioonide kohandamine kasutajate rühma jaoks, kellel on võrreldes veebilehe algse sihtrühmaga spetsiifilised kultuurilised ja keelelised eripärad (Gouadec 2007: 297). Sellest lähtuvalt oli ka magistritöö jaoks tõlkimisel vaja teksti kohandada vastavalt eesti keele eripäradele.

Our Culture and Employees	Meie töökultuur ja töötajad
This is built on the two 'Rs' - <b>Respect and Results</b> . We value our employees, we provide them with opportunities to achieve, and together this produces results.	on ülesse ehitatud kahele <b>T-le - Tunnustamine ja Tulemused</b> . Me väärtustame oma töötajaid, pakume neile võimalusi saavutusteks ning need ühekoos loovad tulemusi.

Ülaltoodud näite lähtetekstis olevat kahte R-tähte oli keeruline eesti keelde üle tuua, mistõttu otsisin esmalt sõnadele „**respect**“ ja „**results**“ tõlkevasteid, mis algaksid mõlemad sama tähega ning vastavalt tulemustele muutsin ka sihtteksti puhul tähe ära hoopis T-täheks, et tulemus oleks rohkem kodustatud. Eelmainitud sõnu oleks saanud ka otse eesti keelde üle tuua, kasutades vastavalt „**respekt**“ ja „**resultaadid**“, kuid minu arust mõjuvad need liialt võõrana inglise keelest otse tõlgitud sõnadena ning parem on kasutada omasõnu „**tunnustamine**“ ja „**tulemused**“, mis on ka kõigile üheti mõistetavad.

Thanks to the hard work and diligence of our expert and experienced team, our	Tänu meie asjatundliku ja kogunud meeskonna raskele tööle ja hoolele
---	--

customers can relax knowing they've got a <b>one-stop shop</b> for all their customs, security and insurance needs.	saavad meie kliendid tunda ennast mugavalt, teades, et nad saavad kõik oma tolli-, turvalisuse- ja kindlustusküsimused lahendatud <b>ühes kohas</b> .
---	---

Tõlkides tekste ükskõik mis keelest, võib kokku puutuda erinevate keeleliste väljenditega, mis lähtekeeles on igati mõistetavad ja laialdaselt kasutatavad, kuid millele eesti keeles ei ole samaväärset vastet või mida ei saa otse tõlkida. Üheks selliseks elemendiks on idioomid, mis eesti keele seletava sõnaraamatu kohaselt on sõna-sõnalt teise keelde mittetõlgitavad püsiühendid või keelelised omapärasused (Eesti keele seletav sõnaraamat 2009 *sub* idioom). Idioomide puhul on seega tegu elementidega, mis vajavad tõlkimisel kultuurilist kohandamist, et sihtteksti lugeja nendest aru saaks.

Collinsi sõnaraamatu järgi on „**one-stop shop**“ tähendus ettevõtte, mis pakub palju erinevaid teenuseid või tooteid (Collins Dictionary *sub one-stop shop*). Kuna eesti keeles sarnane kompaktne väljend puudub tuli teksti kodustada ning lähtudes Collinsi sõnaraamatu tähendusest sai tõlkevalikuks „ühes kohas“. DHL-i teenuste valik on väga suur ja see on klientide jaoks tõeline „**one-stop shop**“, kust kõikvõimalikke erinevaid lahendusi saada.

Where would we be without our Drivers and Couriers? They're the reliable hands and smiling face of DHL. <b>Come rain or shine</b> , night or day, they do whatever it takes to ensure the safe, secure and speedy delivery of our customers' letters and parcels, time and time again.	Kus me oleksime ilma autojuhtide ja kulleriteta? Just nemad on DHL-i usaldusväärsed käed ja naeratav nägu. <b>Sadagu vihma või pussnuge</b> , olgu öö või päev, nad annavad endast kõik, et tagada meie klientide kirjade ja pakkide turvaline ja kiire kohale toimetamine ikka ja jälle.
--	---

Cambridge-i sõnaraamatu kohaselt on ingliskeelse idioomi „**come rain or shine**“ tähendus „juhtugu mis tahes“ (Cambridge Dictionary *sub come rain or shine*). Eesti keeles

on kasutusel sarnase tähendusega väljend „sadagu või pussnuge“, mida kasutasin oma tõlkes teksti kultuuriliseks kohandamiseks. Näitelauseks „**come rain or shine**, I'll see you on Thursday,“ mida eesti keeles võiks edasi anda järgmise lausega: „sadagu või pussnuge, aga neljapäeval kohtume,“ ehk teisisõnu „juhtugu mis tahes, aga neljapäeval kohtume.“ Lähtuvalt eelnevast kasutasin oma tõlkes eesti kultuuris tuttavat väljendit.

Thank you for joining our effort to combat online fraud. DHL <b>goes to great lengths</b> to protect our customers from fraud.	Täname teid, et olete ühinenud võitlusega veebipettuste vastu. DHL <b>näeb palju vaeva</b> , et kaitsta oma kliente pettuste eest.
--	--

Väljendi „**go to great lengths**“ puhul on taaskord tegu ingliskeelse idioomiga, mis Collinsi sõnaraamatu kohaselt tähendab millegi tegemise jaoks suure vaeva nägemist. Näitelausena on Collinsi veebisõnastikus toodud: „if someone goes to great lengths to achieve something, they try very hard and perhaps do extreme things in order to achieve it (Collins Dictionary *sub go to great lengths*).“ Eesti keeles tähendab see, et keegi näeb millegi tegemiseks või saavutamiseks palju vaeva ning lähtuvalt eelnevast definitsioonist valisin seega tõlkevasteks „DHL **näeb palju vaeva**“.

<b>Now tell us about yourself</b>	<b>Teie andmed</b>
First name*	Eesnimi*
Last name*	Perekonnanimi*
...	...

Lisaks eelnevalt välja toodud probleemidele oli tihti tõlkes vaja ka teksti kohendada, et see oleks lugejale võimalikult loomulik ning inglise keele mõju ei oleks suurel määral tajutav, kuna tõlkimise eesmärk on kodulehe lokaliseerimine, mis eeldab tekstile sellise tunnetuse andmist, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks (GALA, 2011).

Ülaloleva andmete lahtri korral võib rääkida kultuurilisest kohandamisest, kuna ingliskeelne „**now tell us about yourself**“ kõlaks eesti keelde tõlkimisel võõralt. Eesti keeles ei ole tavapärane, kui täites mõnda vormi kas veebis või paberil kirjutatakse seal ülemäära

familiarselt „rääkige meile veidi endast“. Seda enam, kui sellele jätkub tabel inimese kohta käivate isikuandmetega nagu tema nimi ja kontaktandmed. Seetõttu otsustasin ka enda tõlkest selle välja jätta ning kasutada eestlastele ehk tuttavamat ja neutraalsemat sõnapaari „teie andmed“.

<p>You'll be working alongside people who take pride in getting things Right <b>1st Time</b> every time, have a <b>Can-do spirit</b> and a positive outlook on life. We share a <b>hands-on attitude</b>, love a challenge and do everything with a smile on our faces.</p>	<p>Töötad üheskoos inimestega, kes tunnevad uhkust selle üle, et nad teevad alati asjad <b>esimesel korral</b> õigesti, neil on <b>jah-ma-suudan mõtteviis</b> ja positiivne ellusuhtumine. Meie ühisteks tunnusteks on <b>pealehakkamine</b>, väljakutsete armastamine ja kõige tegemine laia naeratusega.</p>
---	---

Antud kahe lause puhul oli mitmeid kohandamist vajavaid kohti. Esmalt ingliskeelne „**1st Time**“, mis liigitub hoopis vormingute kategooriasse. Nimelt eesti keeles tavaliselt ei kirjutata sõnapaari „esimesel korral“ numbriga, vaid see kirjutatakse sõnadega välja.

Teiseks olid kaks kohandamist vajavat väljendit „**Can-do spirit**“ ja „**hands-on attitude**“, mis on inglise keeles üsna tavapärased väljendid kuid eesti keeles mitte nii väga. „**Can-do spirit**“ või „**Yes We Can**“ mõtteviis leiab kasutust paljudes ettevõtetes ja see suunab töötajaid positiivsusele ning tähendab, et töötajad suudavad kõike. Seda oli küllaltki keeruline eesti keelde tõlkida, kuna see võiks tõlkes tähendada ka „ma saan sellega hakkama“, mis ei ole aga väljendi sisuliselt tähenduselt sama.

Eesti keele seletava sõnaraamatu kohaselt on „**hakkama saama**“ üks tähendus, et keegi tuleb millegi tegemisega toime ning näitelausena esitatud: „inglise keelt valdan, prantsuse keelega saan ka hakkama (Eesti keele seletav sõnaraamat 2009 *sub* hakkama).“ See jätab justkui mulje, et keegi küll saab millegi tegemisega hakkama, kuid ta ei ole selles eriti hea. Sellise tähendusega seostub ka mulle antud väljend esmaselt, mistõttu tõlkesse see minu arvates ei sobi. „Jah ma suudan“ mõjub aga hoopis teise energiaga, kus keegi justkui

saab-tahab-jõuab midagi teha. Seetõttu sai tõlkevastena kasutatud „**jah-ma-suudan mõtteviis**“, kuna arvan et selle mõte on üheselt arusaadav kõigile.

Teine keerukas koht oli „**hands-on attitude**“, mis vajab tõlkimisel kohendamist. Selle puhul on tegu inglise keeles laialdaselt kasutatava väljendiga, millele eesti keeles sarnast väljendit ei ole, seega kodustasin selle ning kasutasin tõlkevastena „**pealehakkamine**“.

<b>By the year 2025, we want to:</b>	<b>Aastaks 2025 soovime:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Increase our carbon efficiency by 50% compared to 2007 levels.</li> <li>• Aiming to improve the lives of people right where they live and work, using clean pick-up and delivery solutions for 70% of our <b>first and last mile services</b>, such as bicycles and electric vehicles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• suurendada oma CO<sub>2</sub>-tõhusust 50% võrreldes 2007. aasta tasemega;</li> <li>• parandada inimeste elu seal, kus nad elavad ja töötavad, kasutades puhtaid korje- ja tarnelahendusi 70%-l meie <b>korje- ja tarneteenustest</b>, näiteks kasutades jalgrattaid ja elektrisõidukeid;</li> </ul>

Antud väljend „**first and last mile services**“ vajab tõlkimisel kultuurilist kohendamist, sest igale inimesele ei pruugi olla selge, mida mõistetakse esimese ja viimase miili teenuste all, eriti kui puudub eelnev kokkupuude logistikaga. Lisaks võib tekitada segadus sõna „miil“ kasutamine, kuna see mõõtühik ei ole eesti kultuuris tavapärane.

Aga mida tähendab viimase miili teenus? Argo Nõmmik on Äripäeva lisana ilmuvas ajakirjas Logistikauudised kirjutanud, et „viimane miil (*last mile*) pärineb terminina algselt telekommunikatsioonist, kus see tähendab lõpptarbijani jõudva ühenduse viimast osa. Tarneahelas käsitletakse viimast miili kui lõpplüli, sisaldades tegevusi alates viimasest laadimispunktist kuni kauba jõudmiseni tarbijani, ent „viimane miil“ ei tähenda tingimata tarneahela lõpu lüli piiramist kindla vahemaaga ning viimase miili tarne rolli täitev tegevus võib paikneda ka lähemal või kaugemal kui üks miil (Nõmmik 2017: 12).“

Seetõttu võib järeldada, et esimese ja viimase miili teenuste all on mõeldud „**kauba korje- ja tarneteenuseid**“, ehk tarneahela esimest ja viimast lüli, mistõttu otsustasin oma tõlkes ka eelnevalt nimetatud varianti kasutada.

## Järeldused

Nagu tõlkeprobleemide ja -valikute analüüsist selgus, tekkis DHL-i veebilehe tõlkimisel mitmeid erinevaid probleeme, mida saab jagada nelja suuremasse kategooriasse – pealkirjade tõlkimine, terminite ning nimetuste tõlkimine, kultuuriline kohandamine ning tekstis esinevad erinevad vormingud ja teksti vormistamine. Neid probleeme aitavad lahendada erinevad lokaliseerimise määratlused, mis kõik täiendavad üksteist ja lisavad üksteisele erinevaid nüansse, mida tõlkimisel arvesse võtta.

Peamised probleemid tõlkimisel olid seotud vajadusega teksti kultuuriliselt kohandada, mille on välja toonud Gouadec oma lokaliseerimise määratluses. Selle kohaselt hõlmab lokaliseerimine veebilehe sisu kohandamist veebilehe algsest sihtrühmast erinevate kultuuriliste ja keeleliste eripäradega kasutajate rühma jaoks. (Gouadec 2007: 297) Lähtetekstis oli päris mitmeid ingliskeelsele kultuurile omaseid idiomaatilisi väljendeid, mis eesti keelde tõlkimisel vajasisid kohandamist, et need oleksid ka eestikeelsele lugejale mõistetavad.

Tekstis erinevate vormingute kasutamise probleemide korral lähtusin GALA lokaliseerimise definitsiooni täiendusest, mille kohaselt võib lokaliseerimisprotsess hõlmata lisaks tõlkimisele ka kuupäevade, aadresside ja mõõtühikute jaoks kohalike vormingute kasutamist (GALA, 2011). Ilmekaima näitena võib välja tuua Eestis meetermõõdustiku kasutamise, mistõttu ei ole kindlasti tarvis mõõtühikut tolli eestikeelses tekstis kasutada, kui on vaja sisestada näiteks mõõtmeid, kuna see võib tekitada segadust lugejas / veebilehe kasutajas.

Üheks suurimaks toeks DHL-i veebilehekülje lokaliseerimisel oli GALA lokaliseerimise definitsioon, mille kohaselt on lokaliseerimise eesmärk anda tootele selline välimus ja tunnetus, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks, olenemata selle keelest, kultuurist või asukohast (GALA, 2011). Ehk siis püüdsin sihttekstist võimalikult palju eemaldada ingliskeelseid väljendeid ja viiteid inglise keelele, et tekst oleks maksimaalselt kodustatud ning seega lugejale hästi arusaadav ning mõjuks juba tuttavalt. Küll aga ei olnud täpsuse huvides teksti võimalik täienisti kodustada, kuna soovisin teksti

alles jätta ka viiteid originaalile, et lugeja saaks huvi korral lisainfot otsida (näiteks auhindade nimetused).

Rääkides terminoloogiast on oluline hoida terminibaasi võimalikult asjakohasena, et tõlkija tööd lihtsustada, mistõttu on üleliiate terminite eemaldamine ning nende asendamine vajalike terminitega väga vajalik. Tekste tõlkides tegin projektijuhile mitmeid ettepanekuid terminibaasi täiendamiseks, et ka tulevastel DHL-i materjalide tõlkijatel oleksid olemas ette antud terminid mida kasutada, lihtsustades nende tööd, ning seeläbi on ka loodavad tõlked ühtlase kvaliteedi ja läbivalt samade terminitega.

Seega võttes arvesse kõike eelnevat võib kokkuvõtvalt öelda, et veebilehekülje lokaliseerimisel tekkivaid probleeme aitavad lahendada mitmed erinevad lokaliseerimise definitsioonid. Ei ole olemas ainult ühte kindlat definitsiooni, millest lähtuda, kuna kõik need täiendavad üksteist erinevate detailidega ja seega moodustavad need erinevad definitsioonid kokku justkui ühe terviku.

## KOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö teemaks on „Veebilehekülgede lokaliseerimine DHL-i kodulehekülje näitel“. Magistritööl oli kaks eesmärki – esimene ja peamine eesmärk oli logistikahiiu DHL kodulehekülje lokaliseerimine, tehes veebilehekülge seeläbi kättesaadavamaks suuremale hulgale inimestele ning teine eesmärk oli uurida, millised on peamised tõlkeprobleemid veebilehekülje lokaliseerimisel ning millised teoreetilised seisukohad aitavad neid probleeme lahendada.

Magistritöö eesmärgi saavutamiseks tõlkisin DHL-i veebilehe materjale kogumahu 58 993 sõna ning tõlkimise protsess leidis aset ajavahemikul 2020. aasta september – 2021. aasta märts. Magistritöö teise eesmärgi saavutamiseks valisin välja 15 tõlgitud artiklit ning koostasın tõlkeprobleemide ja –valikute analüüsi, milles toetusin erinevatele lokaliseerimise käsitlustele lahendamaks tekkinud probleeme.

Magistritööst selgus, et DHL-i veebilehe tõlkimisel tekkinud probleemid sai jagada nelja suuremasse kategooriasse – pealkirjade ja terminite tõlkimine, nimetuste tõlkimine, kultuuriline kohandamine ning tekstis esinevad erinevad vormingud ja teksti vormistamine vastavalt sihtkultuurile. Lähtudes analüüsi tulemustest, siis veebilehekülje lokaliseerimisel tekkivaid probleeme aitavad lahendada erinevad lokaliseerimise definitsioonid ja ei ole olemas ainult ühte kindlat definitsiooni, millele toetuda, kuna kõik töös käsitletud definitsioonid täiendavad üksteist.

Kogu tõlke valmimise põhjaks oli Gouadeci lokaliseerimise definitsioon, mille kohaselt on veebilehekülgede lokaliseerimine veebilehe sisu ja funktsioonide kohandamine kasutajate rühma jaoks, kellel on võrreldes veebilehe algse sihtrühmaga spetsiifilised kultuurilised ja keelelised eripärad (Gouadec 2007: 297). Lähtudes sellest definitsioonist võtsin tõlkimisel arvesse sihtkultuuri erinevusi ning seetõttu oli vaja kohandada ja kodustada mitmeid ingliskeelseid väljendeid, mis muidu eesti keelde ei sobiks, või mis mõjuksid eestikeelse lugeja jaoks võõrana.

Kui lisada eelnevale juurde GALA lokaliseerimise definitsioon (GALA, 2011), mille kohaselt on lokaliseerimise eesmärk anda tootele selline välimus ja tunnetus, nagu oleks see loodud spetsiaalselt sihtturu jaoks, olenemata selle keelest, kultuurist või asukohast ja GALA

definitsiooni täiendus, mille kohaselt võib lokaliseerimisprotsess hõlmata lisaks tõlkimisele ka kuupäevade, aadresside ja mõõtühikute jaoks kohalike vormingute kasutamist, saab justkui ühe suure definitsiooni, mis hõlmab lokaliseerimise erinevaid olulisi punkte, mida tuleb kõiki tõlkimisel silmas pidada.

Magistritööle annab lisaväärtust selle praktiline pool, kuna tänu eesti keelde tõlkimisele on DHL-i veebilehekülj peatselt kättesaadavam rohkematele inimestele. DHL-i veebilehekülje lokaliseerimisprotsess on lokaliseerimise töövoos kolmandas etapis, mis tähendab, et tehakse kvaliteedikontrolli ning tekste integreeritakse. Prognoositav eestikeelse veebilehe avaldamine leiab aset 2021. aasta augustis-septembris. Kindlasti ei ole aga töö lõppenud ning DHL-i veebileheküljel on või on tulemas veel tõlkimata artikleid ning lõppeesmärgiks on jõuda veebilehega täielikult lokaliseeritud peegelsaidini, ehk kõige kõrgemale lokaliseerimistasemele.

## KASUTATUD KIRJANDUS

- Cambridge Dictionary*. (kuupäev puudub). Allikas: Cambridge Dictionary:  
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>
- Collins Dictionary*. (kuupäev puudub). Allikas: Collins Dictionary:  
<https://www.collinsdictionary.com/>
- CVKeskus. (9. juuli 2018. a.). Kasutamise kuupäev: 17. mai 2021. a., allikas CVKeskus:  
<https://www.cvkeskus.ee/personalijuht-harjumaa-tallinn-eesti-haigekassa-545044>
- Eesti keele seletav sõnaraamat 2009*. (kuupäev puudub). Allikas: Eesti keele seletav sõnaraamat 2009: <http://www.eki.ee/dict/ekss/index.cgi>
- Esselink, B. (2000). *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins.
- Folaron, D. (2006). A Discipline Coming of Age in the Digital Age: Perspectives on Localization. rmt: K. J. Dunne, *Perspectives on Localization* (lk 195-222). Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins.
- GALA. (2011). *What is Localization?* Kasutamise kuupäev: 8. veebruar 2021. a., allikas Globalization and Localization Association GALA: <https://www.gala-global.org/industry/intro-language-industry/what-localization>
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a Profession*. Amsterdam-Philadelphia: John Benjamins.
- GROUP INITIATIVES, CONNECTING PEOPLE, IMPROVING LIVES*. (kuupäev puudub). Kasutamise kuupäev: 28. aprill 2021. a., allikas DHL-i veebilehekülj: <https://www.dpdhl-brands.com/dhl/en/guides/co-and-additional-branding/group-initiatives/connecting-people-improving-lives.html>
- House, J. (2001). Translation Quality Assessment: Linguistic Description versus Social Evaluation. *Meta*, 251.
- House, J. (2018). *Translation: The Basics*. New York-London: Routledge.
- Jiménez-Crespo, M. A. (2013). *Translation and web localization*. New York-London: Routledge.
- Juurdepääs Europarli veebisaidile*. (kuupäev puudub). Kasutamise kuupäev: 29. aprill 2021. a., allikas Euroopa Parlamendi veebilehekülj: <https://www.europarl.europa.eu/portal/et/accessibility>
- LISA. (2003). *Localization Industry Primer*. Geneva: Localization Industry Standards Association.

- Nõmmik, A. (2017). Kuidas mõista “viimast miili”? *Logistikauudised*(8 (116)), 12. Kasutamise kuupäev: 4. mai 2021. a., allikas <https://dea.digar.ee/cgi-bin/dea?a=d&d=aplogistika20170829.2.12.1>
- Raadik, M. (2016). Kaldkriips. Lugeja vastutusel. *Õiguskeel*(1), 7. Kasutamise kuupäev: 1. mai 2021. a., allikas [https://www.just.ee/sites/www.just.ee/files/maire\\_raadik.\\_kaldkriips.\\_lugeja\\_vastutusel.pdf](https://www.just.ee/sites/www.just.ee/files/maire_raadik._kaldkriips._lugeja_vastutusel.pdf)
- Sandrini, P. (2005). *Website Localization and Translation*. Kasutamise kuupäev: 8. veebruar 2021. a., allikas Peter Sandrini veebilehekülg: <http://www.petersandrini.net/publik/mutra.pdf>
- Tammemägi, T. (2010). *Tarneklauslid Incoterms. Kasutajajuhis*. Tallinn: EMI EWT Ida-Lääne Koolituse AS.
- Venuti, L. (1995). *The Translator Invisibility: A History of Translation*. New York-London: Routledge.

## SUMMARY

The title of this thesis is „Localization of web pages using the example of DHL’s homepage“. It had two aims – the first and the main aim was to localize DHL’s website from English into Estonian, thus making it more accessible to a larger number of people, specifically to the Estonian audience. The second aim was to study the main translation problems in localizing the website and the theoretical approaches supporting in finding solutions for them.

To achieve the goal of my thesis, I translated DHL website’s articles in the total amount of 58,993 words, and the translation process took place between September 2020 and March 2021. To achieve the second goal of the thesis, I selected 15 articles I translated and constructed an analysis of the translation problems and choices, in which I relied on different localization approaches to solve the problems that arose.

The conclusions of the thesis showed that the problems encountered in translating DHL's website could be divided into four major categories - translation of titles, translation of terms, cultural adaptation and different text formats and text formatting according to the target culture. Different localization definitions of different scholars and organizations all helped to solve the problems that arose, because they all complement each other with different nuances.

This thesis holds extra value, because thanks to the translation of DHL’s website it will soon be more accessible to even more people. The localization process of DHL's website is in the third stage of the localization workflow, which means it is going through quality assurance and text integration. The Estonian website is expected to go live in August-September 2021. Nevertheless the work is still in progress and the ultimate goal is to reach a fully localized mirror site.

## Lähtetekst

### DISPUTE RESOLUTION

The EU Commission has established an online dispute resolution platform (ODR platform). The link is <https://ec.europa.eu/consumers/odr/>

### ACCESSIBILITY

Our site was created to meet the latest WCAG standards.

#### What is Web Accessibility?

The aim of accessibility is to make websites usable by people of all abilities and disabilities. This requires websites to be designed in such a way that all users have equal access to information and functionality.

#### What Accessibility Standard does DHL use?

DHL has built its customer websites according to Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Level AA and ARIA compliance standards have been followed in the DHL website's HTML and CSS code.

**[Read Web Content Accessibility Guidelines \(WCAG\) 2.0](#)**

### TERMS OF USE

On this page, you will find a standard version of the DHL Website Terms and Conditions. Please note that different terms and conditions may apply in certain countries. The Terms and Conditions of use of the DHL Website are as follows:

#### Copyright

The copyright in this publication is owned by DHL International GmbH.

#### Authorization to Reproduce

Any person may reproduce any portion of the material in these web pages subject to the following conditions:

- The material may be used for information and non-commercial purposes only.
- It may not be modified in any way.
- No unauthorized copy is made of any DHL trademark.

- Any copy of any portion of the material must include the following copyright notice:  
Copyright © DHL International GmbH. All Rights Reserved.

### **DHL Trademarks**

'DHL', 'DHL Worldwide Express', 'DHL Express', 'DHL Parcel', 'DHL eCommerce', 'DHL Freight', 'DHL Supply Chain', 'DHL Global Forwarding', 'DHL Europlus', 'Jumbo Box', 'DHL Economy Select', 'DHL Jetline', 'DHL Sprintline', 'DHL Secureline', 'DHL Express Easy', 'DHL Easy Shop', 'DHL Connect', 'EasyShip' are trademarks of DHL International GmbH or any other company of Deutsche Post DHL group, registered in at least one jurisdiction. No license to use any of these trademarks is given or implied. These trademarks may not be copied, downloaded, reproduced, used, modified or distributed in any way (except as an integral part of an authorized copy of material appearing in these web pages, as set forth in the previous section paragraph) without prior written permission.

### **Other Trademarks and Trade names**

All other trademarks or trade names referred to in these materials are the property of their respective owners.

### **Your Comments**

DHL wants your feedback and appreciates your ideas and suggestions but is unable to answer every comment individually. DHL will be free to use and act on any information you submit.

### **Use of interactive features on this site**

For your convenience, DHL may provide interactive features on this site, such as access to tracking and user comments. You are authorized to use these features solely for the purposes specified and for no other purposes.

### **Accuracy of this site**

These web pages may contain inadvertent inaccuracies or typographical errors. These will be corrected at DHL's discretion, as they are found. The information on these web pages is updated regularly, but inaccuracies may remain or occur where changes occur between updates. The Internet is maintained independently at multiple sites around the world and some of the information accessed through these web pages may originate outside of DHL. DHL excludes any obligation or responsibility for this content.

### **Viruses**

DHL makes all reasonable attempts to exclude viruses from these web pages, but it cannot ensure this exclusion and no liability is accepted for viruses. Please take all appropriate safeguards before downloading information from these web pages.

### **Disclaimer of Warranties**

The services, the content and the information on this website are provided on an "as is" basis. DHL, to the fullest extent permitted by law, disclaims all warranties, whether express, implied, statutory or otherwise, including but not limited to the implied warranties of merchantability, non-infringement of third parties rights and fitness for a particular purpose.

DHL, its affiliates and licensors make no representations or warranties about the accuracy, completeness, security or timeliness of the services, content or information provided on or through the DHL web site or systems. No information obtained via the DHL systems or website shall create any warranty not expressly stated by DHL in these terms and conditions.

Some jurisdictions do not allow limitations of implied warranties, so the limitations and exclusions in this section may not apply to you. If you are dealing as a consumer, these provisions do not affect your statutory rights that cannot be waived, if any. You agree and acknowledge that the limitations and exclusions of liability and warranty provided in these terms and conditions are fair and reasonable.

#### **Limitation of Liability**

To the extent permitted by law, in no event shall DHL, its affiliates or licensors or any third parties mentioned at the DHL website be liable for any incidental, indirect, exemplary, punitive and consequential damages, lost profits, or damages resulting from lost data or business interruption resulting from the use of or inability to use the DHL website and DHL systems, services, content or information whether based on warranty, contract, tort, delict, or any other legal theory, and whether or not DHL is advised of the possibility of such damages. Without limiting the foregoing, to the extent permitted by applicable law, you agree that in no event shall DHL's total liability for any damages (direct or otherwise) or loss regardless of the form of action or claim, whether in contract, tort or otherwise, exceed EUR 100.00. To the extent permitted by law, the remedies stated for you in these terms and conditions are exclusive and are limited to those expressly provided for in these terms and conditions.

#### **Products and Services**

Unless otherwise agreed in writing, the transportation products and services mentioned in these web pages are subject to DHL's Terms and Conditions of carriage. Since these may vary depending on location of the country of origin of the shipment, please contact the nearest DHL service center to obtain a copy of the local terms and conditions. Not all of DHL's products and services may be available in every country.

#### **Disclosure of Information**

All information provided to DHL by visitors to these web pages is considered to be confidential and will not be disclosed by DHL to any third party except as may be required for the provision of the services.

## **CAREER FUNCTIONS AT DHL**

### **Operations - Deliver Excellence on the Frontline**

Our teams put the customer first in everything we do. From our warehouses to the roads, across the sea and through the sky – as well as customs, health & safety, and supply chain solutions, we are always looking for diligent and passionate individuals within the Group to join us.

### **Warehousing, Package Handling and Distribution - Handled with Care**

The teams that provide the manpower, expertise and sheer hard work needed to ensure that everything that comes in and goes out of our warehouses does so properly and promptly.

### **Freight Transportation - The Big Movers**

It takes a huge, dedicated team of people to make sure each and every one of our deliveries makes it to the right place at the right time, every time. And, when it comes to moving something from point A to B - whether it's a single package being delivered locally in a van or an international consignment being shipped across the world on a freighter - our Freight & Transportation teams keep everything running smoothly.

### **Drivers and Couriers - The Driving Force Behind DHL**

Where would we be without our Drivers and Couriers? They're the reliable hands and smiling face of DHL. Come rain or shine, night or day, they do whatever it takes to ensure the safe, secure and speedy delivery of our customers' letters and parcels, time and time again.

### **Engineering and Maintenance - It's Their Job to Keep Things Working**

Just imagine all the equipment, systems, machinery and infrastructure needed to run an organization like DHL. Our Engineering & Maintenance teams are responsible for overseeing and maintaining it all, keeping everything fully functional and operating safely & efficiently, 24/7.

### **Supply Chain Solutions - the Strongest Links in the Chain**

Our customers come in all shapes and sizes – from small, enterprising start-ups to many of the world's top brands and biggest corporations. Developing tailored and innovative supply chain solutions that can meet the demands and challenges of them all is what makes our Supply Chain Solutions people the much admired and highly valued team that they are.

### **Customs, Security and Insurance - Relax. You're in Safe Hands**

Thanks to the hard work and diligence of our expert and experienced team, our customers can relax knowing they've got a one-stop shop for all their customs, security and insurance needs. Our people help to move goods seamlessly all around the world, ensuring complete security in challenging environments and providing insurance against unforeseen events.

### **Health, Safety and Environment - Safe and Sound**

It takes a hard working team of professional and conscientious individuals to create a safe, healthy working environment - not only for our colleagues but also for our customers and the general public. Luckily, we've got just the right people to do it. By focusing on the unique challenges that DHL faces, our Health, Safety & Environment teams work with every

department across the organization to provide the guidance, advice and support they need to meet all their Health & Safety requirements.

### **Pilots and Flight Operations - the Sky's the Limit**

All around the world, our customers rely on DHL to fly their letters and parcels to wherever they need them to be with maximum efficiency and minimum fuss. This is why we rely on our exceptional Pilots & Flight Operations teams to help us make sure that's exactly what we do.

Corporate Functions

### **Connect our teams to success**

We need the right talent in Management, Finance, IT, HR, Strategy and other functions to enable our teams to positively impact people's lives. So join us and make a difference.

### **IT - Information Technology That Really Delivers**

A global organization like ours simply couldn't operate without a massive infrastructure of cutting-edge information technology. Developing, setting up and managing the right, innovative & cost-effective IT solutions that will meet all of our business and customer needs - both now and in the future - is the job of our highly talented IT teams.

### **Finance and Controlling - Money Matters**

Our Finance & Controlling teams are responsible for the financial management of the business; helping to strategize and plan policies and procedures that meet our business objectives while adhering to compliance regulations and guidelines.

### **Consulting and Project Management - Making Business Better**

If you want to stay at number one, you need to constantly evolve and innovate your business - be it on a strategic, a technical or an operational level. Our Consulting & Project Management teams use both tried and tested and cutting-edge methods and knowledge to focus on and implement projects that will help keep the Group at the forefront of the Logistics market.

### **Human Resources - Talent Spotters**

Finding the best people, getting the best from them and doing the best for them. Our HR teams work alongside our line managers to find, develop and retain the talented, enthusiastic individuals who make DHL the superb organization it is.

### **Procurement - the Price Is Right**

Everything Procurement does helps us to run more efficiently, operate more competitively and expand and maintain our market position. As part of the team, you'll be helping to manage

purchasing spend and control the cost of goods and services across every category, every business and every country we deal with.

### **Real Estate, Fleet and Facilities Management - Making Sure the Workplace Works**

As a global organization, DHL owns a vast amount of assets all around the world. With everything from delivery vans and aircraft to office equipment and warehouses to keep running smoothly, our Real Estate, Fleet & Facility Management teams are certainly kept busy.

### **Strategy - Planning for Success**

Collaborating closely with decision-makers at the highest level of the organization, our Strategy teams use their analytical and problem-solving skills to generate insights and develop a long-term vision for the business. They are also responsible for overseeing the implementation of those all-important frameworks for company growth and profitability.

### **Innovation Management - Thinking Today about the Challenges of Tomorrow**

Our Innovation Management teams work tirelessly at finding new ways to simplify the lives of our customers - both today and in the future. Whether it's the research and development of new technologies, or the integration of existing solutions into new, improved applications, everything they do is designed to make the DHL of tomorrow an even better, more efficient and totally sustainable organization.

### **Legal - Making Sure We Do It Right**

Managing legal risk, protecting our business interests, ensuring compliance and providing legal advice. These are all in a day's work for our Legal department. Whether it's on a local, country, regional or international level, we know we've got the sharpest minds and the keenest eyes making sure things are always done the right way.

Marketing, Sales & Support

### **Connect our business to the future**

Do you have ideas about the future development of our company's business and products? Are you passionate about improving administration services or generating new marketing ideas? Bring these ideas to DHL and become part of our family of divisions.

### **Sales and Business Development - We Mean Business**

Our Sales and Business Development teams play a crucial role when it comes to generating revenue and profit for the company. Be it building and maintaining relationships with our

existing customers or developing new markets and creating new leads, we never underestimate their skills and contribution.

### **Customer Service - We're People People**

We're understandably proud of the reputation we've built up for having some of the best customer service in the world. So, if you'd like to join the team that put and keeps us there, this is the place to come. You'll be providing help and support not only to our customers, but also to our dealers, agents, brokers and distributors.

### **Administration - Our Greatest Supporters**

Without the help and support of our outstanding Administration team, nothing at DHL would run quite as smoothly and efficiently as it does. They're the backbone of the organization - the ones who take care of everything from secretarial services and HR support to information management and overseeing training.

### **Marketing and Communications - It's Not Just What You Say, It's How Your Say It**

Whether it's an international advertising campaign, a regional promotion or an internal piece of communication, Marketing & Communications teams are key to making sure that DHL is always presented in a positive and proactive way. They are involved in developing and implementing marketing plans, establishing guidelines and principles for others to follow, and using the very latest market research and industry trends to get our message across.

### **eCommerce - Making Online Shopping Happen**

When it comes to connecting with our customers on a global scale, online shopping is most definitely the key to the future. Our talented eCommerce teams keep abreast of all the latest developments and trends in online shopping to come up with creative and profitable platforms that will provide our customers with an online shopping experience that's second to none.

## **Grow With Us!**

DHL provides a wide range of career opportunities all over the world - Find the right opportunity for you by exploring our **Jobs page** or by taking part in one of our programs.

## **FRAUD AWARENESS**

### **Fraudulent Use of the DHL Brand**

Attempts have been made to defraud Internet shoppers by the unauthorized use of the DHL name and brand via email communications and graphics which appear, on the surface, to have originated from DHL.

In most cases the communications concern the sale of consumer goods over the Internet where payment may be requested before the goods are delivered.

Please be advised that DHL does not request payment in this manner. DHL only collects money due for official DHL related shipping expenses.

This security notice does not affect the obligation of a consignee to pay shipping, customs, VAT or similar charges, where these are properly payable at the time of delivery.

DHL accepts no responsibility for any costs, charges or payments made which were improperly incurred as a result of fraudulent activity.

### **Websites**

If you are in any doubt as to the integrity of a website that uses the DHL brand, please always access DHL websites via our global website.

**[Visit DHL Global Website for more information](#)**

### **DHL Fraud Awareness Guidelines**

Thank you for joining our effort to combat online fraud. DHL goes to great lengths to protect our customers from fraud. If you suspect having received fraudulent emails, SMS or found a website or social media account that tries to pass off as DHL, we encourage you to let us know at your earliest convenience, so that we can quickly take actions to stop the fraud.

Please report all suspicious activity to our dedicated Anti-Abuse Mailbox at **[phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com)** following the below instructions.

We thoroughly investigate every report of suspected fraud, but generally, will not respond to personal inquiries. If you have questions regarding the status of a shipment or an invoice, please direct those to our **[customer support](#)**.

#### **Fraudulent Email**

Below are some indicators that can help you assess whether the received email is fraudulent.

- Official DHL communication is always sent from @dhl.com, @dpdhl.com, @dhl.de, @dhl.fr or another country domain after @dhl.
- We never use @gmail, @yahoo or other free email services to send emails.
- We never link to a website other than our own starting with for example <https://dhl.com/>, <https://dpdhl.com/>, or a country/campaign website

From a desktop computer:

- **Drag & Drop** the suspicious email into a new message and send it to [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com) as **attachment**. To effectively shut down the fraudulent service, we need **complete mail headers** which are not included in a forwarded message.

From a mobile device:

- **Forward the message** to us. If feasible, please always send the suspected email from a desktop as attachment including complete mail headers.

**Report the message as spam** within your mail app, so that your mail provider can take appropriate actions.

#### **Fraudulent SMS**

- SMS Scams often include a shortened URL e.g. starting with <https://bit.ly/> to obfuscate the final destination of the link.
- The sender number is not visible, instead you find a generic name such as “Delivery”.
- The phone number starts with a country prefix outside of an expected territory (e.g. +235).

Send a screenshot of the suspicious SMS to [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com), include the suspicious phone number in the message.

#### **Fraudulent Social Media Accounts Incl. Whatsapp**

- The account is lacking a sign of verification (e.g. there is no blue badge).
  - The account attempts to continue the communication over an encrypted channel such as Whatsapp or Telegram.
  - The account is only a couple of weeks old.
  - The account offers “free Visa”, “free flights” or to “double your investment”.
  - The account does not make use of an adequate profile picture (DP/DHL Logo) and background picture.
1. Please report the social media account/post destination (URL) or phone number to [phishing-dpdhl@dhl.com](mailto:phishing-dpdhl@dhl.com).
  2. If available, report the account/post directly to the social media channel as fraud.

## **Hacked DHL Accounts**

If you receive unexpected messages alerting you over changes to your account, such as address changes or password reset notifications that were not triggered by yourself, it is possible that hackers are trying to take over your account.

1. Login to your account and change the password
2. If you lost access, please report this incidence via [customer support](#)

## **THE DHL INNOVATION CENTER**

At the DHL Innovation Centers, you'll be inspired by visions, trends and the latest logistics solutions and services. Your business can profit from innovations along the entire supply chain that directly address your logistics challenges of today and tomorrow.

As the innovation leader in the logistics industry, Deutsche Post DHL Group focuses on output-oriented innovation management. You'll find our customer-centric innovation platforms – the DHL Innovation Centers – located near our Bonn headquarters in Germany as well as in Singapore. The state-of-the-art facilities offer customers as well as business and industry partners opportunities to meet, connect and exchange ideas with experts, partners, and peers.

### **You Can Customize Your Visit With a Selection From Our Service Offerings:**

- Innovation and business workshops
- Guided Innovation Center visits
- Business meetings
- Trend and innovation events

## **Visions - Trends – Solutions**

We warmly invite you to the DHL Innovation Centers to dive into the world of innovation in logistics.

During your guided visit, you'll take a journey to visions, trends, and solutions. Our '**Vision Suite**' provides spectacular insight into the potential of logistics in 2050. Our '**Trend Areas**' bring social, business, and technology trends to life, allowing you hands-on interaction and experience. And you'll discover that the '**Solution Space**' showcases our full range of capabilities.

You'll also see these dimensions combined in our regularly updated '**centerpiece**'.

In addition, the DHL Innovation Centers comprise a dedicated **design thinking studio** to provide you with the perfect platform for highly customized workshops, as well as **state-of-the-art areas for conferences and events**.

To visit the DHL Innovation Centers, please contact your Deutsche Post DHL Group sales representative or **To visit the DHL Innovation Centers contact us here.**

### **DHL Innovation Day**

The DHL Innovation Days are Deutsche Post DHL Group's annual flagship innovation events. Customers, business partners as well as trend & innovation experts connect in an inspirational atmosphere to think outside the box and honor creative minds with the DHL Innovation Awards. These special events are also the home of the DHL Innovation Challenges and highlight the significance of innovation at DHL.

### **GET AN AIR FREIGHT QUOTE**

In order to get you to the right expert team or tool in DHL, we need to ask you a few short questions. That way you'll get your quote even faster.

My Shipment Is ...

**Up to 31.5 kg**

**More than 31.5 kg**

I Am a ...

**Business Customer**

**Private Customer**

Single Shipment or Regular Shipping?

Our **Air Freight** colleagues from **DHL Global Forwarding** will be in touch after submitting the form.

**Single Shipment**

One Origin & Destination

**Regular Shipping**

Including Multiple Origins & Destinations

**DHL Global Forwarding** does not provide services for Cargo under 31.5 kg.

We are sorry to say that DHL does not ship cargo over 31.5 kg for private customers

## AIR FREIGHT QUOTE

Almost there. We need to know a few things to provide you an accurate quote for your upcoming Air Freight shipment.

Not sure Air Freight is the perfect option for you? Try our [Not Sure Quote Form](#) and our Global Forwarding experts will find the right product for you from our range of modes and speeds.

All questions marked with an asterisk (\*) are mandatory

### Are your items...

Pallets

Loose cartons

Other (mixed or does not fit on a pallet)

### Tell us about the size of your shipment

Pieces\*:

Pieces\*\*

Dimension\*:

Length :\*      X      Width:\*      x      Height :\*      cm/in

Weight\*:

Weight\*\*      kg      Weight per piece  
Total weight

[Add another item +](#)

### Where is your shipment origin?

Origin country/region\*

Origin zip code\*

Origin street name and number / PO box\*

Origin city\*

### Where is your shipment destination?

Destination country/region\*

Destination zip code\*

Destination street name and number / PO box\*

Destination city\*

## Shipping Terms

Please select your shipping terms\*

Please select the shipping terms you would like.

Airport to Airport

Door to Door

Door to Airport

Airport to Door

## Incoterms® 2020

Please select your incoterms\*

EXW – EX Works

FCA – Free Carrier

CPT – Carriage Paid To

CIP – Carriage and Insurance Paid To

DAT – Delivered At Terminal

DAP – Delivered At Place

DDP – Delivered Duties Paid

Not Sure

Need to find out your Incoterms® 2020?

See our [Incoterms 2020](#) page for more details

## Is there anything else you would like to tell us about your shipment?

Please specify any additional information

### Do you know your commodity code?

If yes, please specify your commodity code:

### Dangerous goods?

Please indicate if you have dangerous goods\*

### Temperature controlled / perishable goods?

Please indicate if you need temperature controlled / have perishable goods\*

### Are you interested in insurance?

Please indicate if you need cargo insurance\*

### Do you require customs clearance?

Please indicate if you need customs clearance\*

## Now tell us about yourself

First name\*

Last name\*

Company name\*

Please select your sector\*

Automotive

Chemical

Consumer

Engineering & Manufacturing

Life Sciences & Healthcare

Public Sector

Retail

Technology

Other

Email address\*

Telephone number including country code\*

Please select your country/region\*

Your zip code\*

Your street name and number / PO box\*

Your city:

## Please attach any relevant files:

Upload

**Browse**

## Marketing options

Subscribe to receive regular updates and industry insights

If you would like to learn more about how DHL uses your personal data, please read our [Privacy Notice](#)

## **NO MATTER WHAT YOU DO, YOUR CONTRIBUTION MAKES A DIFFERENCE**

Our solutions are powered by trade, logistics and the drive and passion of all our employees. In every country, across all divisions at DHL, we each have the potential to make a global difference. But there's more to a role at DHL than the work we do. Whether you're a global manager or a marketing assistant, driving a forklift or flying an airplane, we never forget that it's you who makes us who we are. Which is why we work hard to make sure a career with the group is as satisfying and successful as it can possibly be.

More information about [our industry and our different Business Divisions](#) you will find here.

Our Employees Are Connecting People. Improving Lives - Bella's Story

/Video/

### **Our Culture and Employees**

This is built on the two 'Rs' - **Respect and Results**. We value our employees, we provide them with opportunities to achieve, and together this produces results. You'll be working alongside people who take pride in getting things Right 1st Time every time, have a Can-do spirit and a positive outlook on life. We share a hands-on attitude, love a challenge and do everything with a smile on our faces.

- Our yearly **Employee Opinion Survey** recognizes your voice - and the voice of all our employees - allowing you to influence the way we move forward.
- Our strategic initiative, First Choice, constantly revises our structures and processes to uphold DHL as the Customers' preferred provider.
- As a global company we value the diversity of our employees as a genuine strength. Our organization brings together people from a wide range of cultural backgrounds – all with different skills, experiences and viewpoints.

Find out more information about our **diversity management** and our **corporate diversity statement**

### **Our Contribution - Living Responsibility**

You'll thrive on the beneficial implications of your role - you'll play an integral part in creating connections that deliver opportunity and prosperity all over the world. Our concerns go far beyond the people who work for us. Which is why we support initiatives impacting the environment and our society.

- GoGreen, GoHelp and GoTeach are just three programs that demonstrate our commitment to our corporate social responsibility and ultimately, the planet. They are aimed at reducing our impact on the environment, helping people through disaster response, and providing better education. You'll be encouraged to get involved in these initiatives and more like them, wherever possible.
- Global Initiatives like the Global Volunteer Day

Visit [www.dpdhl.com/en/responsibility.html](http://www.dpdhl.com/en/responsibility.html) for more information.

### **Our Career Progression and Development**

The roles within Deutsche Post and DHL are as diverse as the people who perform them. Many of our employees spend their careers in various roles - joining as interns or on the shop floor

and working their way up through different departments and divisions (and often different countries too).

So, you can have **various career paths** within DHL, e.g. beginning your career as a Junior Sales Manager in a country and becoming the Vice President for Sales & Marketing in one of our regional Headquarters or growing from an intern in Talent Management to the regional Head of HR in one of our Divisions.

We provide plenty of opportunities to develop your role and gain knowledge and experience. We'll also ensure we reward your hard work at a competitive rate.

- **Certified** is the Group-wide, global initiative focusing on employee engagement and cultural change to drive service excellence and quality. This training will equip you with the skills and knowledge needed to delight the Customer.
- Furthermore, we provide **divisional leadership programs** and **functional training curricula** across all our business units to cater to specific development needs.
- **My Talent World** is Deutsche Post DHL Group's system to support Group-wide recruiting, learning as well as talent and performance processes.
- Across all divisions, **reward initiatives** recognize the contribution made by employees on a regular basis, e.g. like the employee of the month.

### **Our Awards and Certificates**

Our culture and workplaces are built on respect, recognition and equal opportunities. We have been recognized through various awards for this.

#### **Great Place to Work Award**

In 2015 DHL has been awarded as one of the best workplaces by Great Place to Work® Institute in Argentina, Uruguay, Paraguay, Peru, Colombia, India, China, Sri Lanka, Nigeria, Saudi Arabia, Denmark and Ireland. DHL has been also recognized as one of the best multinational workplaces in Latin America.

Only companies who stand out for having created a consistent, high-trust workplace culture across national borders are recognized by this award.

#### **Top Employers Institute Award**

In the past years, DHL was always awarded with the Top Employers awards in various countries. Also, again in 2019 DHL Express has been officially recognized by the Top Employers Institute. The comprehensive independent research revealed that DHL provides exceptional employee conditions, nurtures and develops talent throughout all levels of the organization and has demonstrated its leadership status in the HR environment, always striving to optimize its employment practices and to develop its employees. Organizations certified as Top Employers

dedicate themselves to providing the very best working environment for employees through their progressive 'people-first' HR practices.

### **Aon Hewitt 'Best Employer' Award**

DHL Express in Taiwan and Korea were honored by Aon Hewitt as the Best of the 'Best Employer 2015 Taiwan & Best Employer in Korea'. The Aon Hewitt 'Best Employer' award is regarded as the most prestigious human resources accolade worldwide.

It recognizes companies that go the extra mile for their employees and the employers' effectiveness in creating a workplace environment that engages employees and enables them to deliver real competitive advantage. Companies are evaluated across parameters such as employee engagement, employer brand, leadership and culture.

### **Grow With Us!**

DHL provides a wide range of career opportunities all over the world - Find the right opportunity for you by exploring our **Jobs page** or by taking part in one of our programs.

### **GLOBAL VOLUNTEER DAY**

The groupwide Global Volunteer Day is a community outreach program focused on instilling the spirit of volunteerism among DPDHL Group employees, encouraging them to devote time and effort to create a positive impact in their communities. Employees are encouraged to organize activities that are aligned with Deutsche Post DHL Group's three Corporate Responsibility programs: GoGreen (protecting the environment), GoHelp (delivering help) and GoTeach (improving educational opportunity and employability).

Introduced in 2008 in Asia Pacific, Volunteer Day has gained strong momentum over the years. In 2014, the initiative attracted some 108,000 participants in 117 countries, collaborating with local partners, customers and non-profit organizations or community organization/agencies to participate in more than 1,000 programs that benefited the local communities.

Volunteerism has truly resonated among employees, demonstrated by the numerous other volunteer projects that take place throughout the year. Since 2013, all volunteering activities will be recognized and counted as GVD activities.

### **GOTEACH**

#### **Improving Educational Opportunity & Employability**

The long-term success, sustainability and innovative power of our economy and society depends on a strong educational system and targeted efforts to develop the next generation of working professionals. As one of the largest employers worldwide Deutsche Post DHL Group has established its Group-wide program GoTeach as a way to improve

educational opportunity for young people and prepare them for the working world. Through the GoTeach program Deutsche Post DHL Group collaborates with two established partners: Teach for All and SOS Children's Villages. Working together with these partners, our goal is to help children and young people from all socio-economic backgrounds develop their potential, learn skills and access new opportunities for their career development.

## **GOHELP**

### **Partnership With the United Nations in Disaster Management**

We provide the United Nations with access to our core competency in logistics and our global network.

The growing number of natural disasters poses an enormous challenge. Governments, disaster relief organizations and businesses alike are called upon to provide quick and efficient help for disaster victims. Taking on this responsibility, Deutsche Post DHL Group has entered into a strategic partnership in the area of disaster management with the United Nations.

By becoming an integrated part of this internationally established humanitarian relief system, we are able to make an effective contribution to helping disaster victims. As part of our GoHelp program, we provide the United Nations with access to our core competence in logistics, our global network and the know-how of our employees, free of charge.

Our efforts cover all phases of disaster management: preparedness, response and recovery. With our Get Airports Ready for Disaster program (GARD) we prepare airports for the logistical challenges posed by natural disasters and their aftermath. After a disaster strikes, our Disaster Response Teams (DRTs) support the handling of relief goods at airports.

## **ZERO EMISSIONS BY 2050**

### **Group-wide Environmental Protection Program GoGreen Defines New Global Target**

Sustainability has long since become one of the most important issues of our time. Our contribution to greater sustainability around the world is green logistics. To realize a more sustainable future we think it's important to think big. Our new climate protection target is to reduce all logistics-related emissions to zero by the year 2050.

To help realize this vision of zero emission logistics, we have established a number of ambitious interim goals across the main action areas of our sustainability strategy.

### **By the year 2025, we want to:**

- Increase our carbon efficiency by 50% compared to 2007 levels.
- Aiming to improve the lives of people right where they live and work, using clean pick-up and delivery solutions for 70% of our first and last mile services, such as bicycles and electric vehicles.
- Have more than 50% of our sales incorporate Green Solutions. In this way we also make our customers' supply chains greener.
- Certify 80% of our employees as GoGreen specialists and get them involved in our environmental and climate protection activities. This includes joining partners to plant one million trees every year to protect our forests.

### **GET AIRPORTS READY FOR DISASTER (GARD)**

#### **Preparedness With GARD**

Man is no match for the power of earthquakes, tsunamis, volcanic eruptions or floods. But there is one thing people can do: they can prepare themselves, so that natural disasters do not automatically become humanitarian disasters. The severity of the impact of extreme natural phenomena can increase if communities and infrastructures are not adequately prepared.

Bottlenecks occur often at local airports, which quickly become overwhelmed with the large volume of incoming relief supplies. This can delay or stop the onward transport of life-saving relief goods. This is the focus of our training program Get Airports Ready for Disaster (GARD), which we developed together with the United Nations Development Programme (UNDP) in 2009.

Experienced employees from DHL Aviation train local airport employees and representatives of disaster management authorities free of charge. In workshops lasting several days, they show participants how to rapidly increase the capacity of their airports in the wake of a natural disaster. They also analyze the airport's maximum capacity for processing goods and passengers in the event of an emergency. The airport assessment is later transformed into a comprehensive report. Should a natural disaster occur, the airport is in a position to use its capacities more efficiently. Since 2009, more than 30 airports in 14 countries worldwide have been assessed and received GARD workshops. To deepen the integration of the initial workshop results we developed a refresher course in 2012 called GARD plus, which we piloted at the Beirut airport (Lebanon) the very same year.

### **FIRST CHOICE: GETTING BETTER FOR YOU**

First Choice is the name of a program we run at Deutsche Post DHL Group with one clear goal: To continuously improve ourselves to make life easier for our customers.

Begun in 2006, First Choice is still going strong after over ten years, and has become an integral part of how we run our business. Over the years, it has helped us improve our processes, engage our employees – and most important of all – delight our customers. We call it First Choice, because that is what we want to be: First Choice for anyone who does business with us, and it ensures we live up to our promise of “Excellence. Simply delivered” every day and everywhere.

### **You Are Always on Our Minds**

First Choice encompasses many tried and tested tools and methods from Six Sigma, Change Management and Lean. This approach, which is used throughout our company, ensures that we can improve service performance and processes in a structured and sustainable way, creating value for our customers in every single step of our business. Our First Choice mindset means that we are constantly reassessing our work, to make it a little bit better, every day and everywhere. This, in turn, helps create an agile company that is ready for change and which can adapt quickly and attentively to changing customer needs.

### **Over Half a Million Working for You**

Our First Choice community within Deutsche Post DHL Group is huge. In fact, we see all of our nearly 550,000 employees as involved in making our company better, because an integral part of First Choice is the inclusion of our employees in these process improvements. For example, thousands take part in daily Performance Dialogs in which they not only track their own performance but are actively encouraged to get engaged in being part of any improvement. They offer their insights and their solutions, solving issues where they happen. Other common tools used within Deutsche Post DHL Group by a wide range of employees include Gemba Walks and Problem Solving techniques. In addition, our program is further enhanced with a community of specially trained employees who have an in-depth knowledge of all of the program’s specific tools and methodologies as well as their use, including the DMAIC methodology for resolving especially complex issues.

### **Let Us Be First Choice for You**

As a customer or as an employee, we know you’ll appreciate that Deutsche Post DHL Group uses First Choice to improve your lives, be it by engaging you at work or by working better for you every day. And that is what we aim to do, true to our First Choice motto: **Everybody, every day, everywhere – a little bit better.**

Olen magistrinä töö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelisele seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Kaisa-Kristi Kruuspak

20.05.2021

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Kaisa-Kristi Kruuspak,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Veebilehekülgede lokaliseerimine DHL-i veebilehekülje näitel“ mille juhendaja on Reelika Saar, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Kaisa-Kristi Kruuspak

20.05.2021