

REPORT

COMPUTER ZEITUNG Nr. 9 / 26. Februar 1997

Übersetzer erzielen ein Drittel ihrer Umsätze mit der Lokalisierung von Programmen Die sprachliche Anpassung der Produkte kostet die Softwareanbieter Milliarden

Im Windschatten der Globalisierung hat sich ein neues Standbein der Übersetzungsbranche entwickelt: Der Lokalisierungsmarkt. Die Anpassung von Softwareprodukten an länderspezifische Besonderheiten kurbelt die Nachfrage nach Sprachspezialisten und Übersetzungstools an.

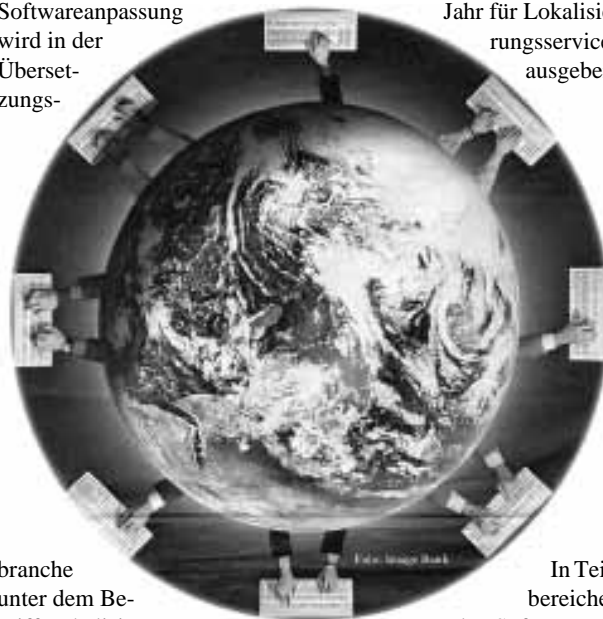
Es klingt paradox: Während weltweit die Märkte immer enger zusammenrücken und der Globalisierungsgedanke inzwischen sogar bis zu den Produktentwicklern vorgedrungen ist, entwickelt sich die Sprache in die entgegengesetzte Richtung. Selbst in Ländern oder Landesteilen, die bislang wie selbstverständlich einem bestimmten Sprachraum zugeordnet wurden – etwa Estland dem russischen –, erwarten die Käufer heute Produkte, die an ihre spezifische Kultur angepaßt sind. Die Idee von Esperanto als weltweiter Einheitsprache hat sich ebensowenig durchgesetzt wie das Englische, das bis vor kurzem noch die Rolle der Weltsprache beanspruchte. „Heute schlucken die Chinesen keine englischen Bedienungsanleitungen mehr“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter des Übersetzungstoolherstellers Trados, Jochen Hummel.

Anpassung erfordert tiefgehende Eingriffe

Vor diesem Hintergrund kommt der Übersetzung von Computerprogrammen heute besondere Bedeutung zu. Die Softwareanpassung wird in der Übersetzungs-

branche unter dem Begriff Lokalisierung gehandelt. Dabei geht es nicht nur um die Übersetzung von Hilfetexten und Produktinformationen, auch Bildschirmmasken und sogar Makrofehler müssen modifiziert werden. Um die Qualität der Software nach solch tiefgreifenden Eingriffen zu sichern, sind anschließende Tests ein Muß. „Diese Tests können noch einmal so viel Aufwand erfordern

wie die eigentliche Anpassung“, berichtet Wolfgang Sturz, Inhaber eines Übersetzungsbüros in Reutlingen. Experten schätzen, daß IBM, Oracle und Microsoft zusammen rund 1 Milliarde Dollar im Jahr für Lokalisierungsservices ausgeben.



In Teilbereichen werden Softwareprodukte sogar in bis zu 60 Sprachen übersetzt. Die Walldorfer SAP beispielsweise bereitet Produktinformationen und Servicetexte in 27 Sprachen auf. Kein Wunder, daß die Lokalisierung heute bereits ein Drittel des allgemeinen Übersetzungsmarkts ausmacht. Das britische Marktforschungsunternehmen Ovum prognostiziert, daß der weltweite Über-

setzungsumsatz, der die technische Dokumentation, Software, Geschäftsinformationen und öffentliche Aufträge umfaßt, von 1,7 Milliarden 1995 auf rund 6,2 Milliarden Dollar im Jahr 2000 wachsen wird. Diese verlockenden Aussichten haben Investoren auf den Plan gerufen: Von den ehemals 15 großen europäischen Lokalisierungsunternehmen kauften das Verlagshaus Bowne Global Solutions mit Stammsitz in New York und das belgisch-amerikanische Unternehmen Lernout & Hauspie in den vergangenen Jahren mehr als zehn auf. Daher lassen sich die großen europäischen Lokalisierer heute an einer Hand abzählen. Neben den beiden Giganten zählen Lion Bridge, ITP, Berlitz in Irland sowie Alpnet mit Firmensitz in Utah dazu.

Die Region, in der die höchsten Umsätze erzielt werden, ist laut Ovum-Report Europa. Als besonderes Indiz für die europäischen Lokalisierungsdominanz kann die Entwicklung in Irland gewertet werden. Wußte dort 1988 kaum einer etwas mit dem Begriff Lokalisierung anzufangen, arbeiten heute etwa 15.000 Spezialisten in der Branche.

In Deutschland wird mit einer Verdreifachung des Marktvolumens von derzeit 230 Millio-

nen auf 639 Millionen Dollar im Jahr 2000 gerechnet. Allerdings ist die Mehrzahl der deutschen Übersetzungsbüros den neuen Anforderungen kaum gewachsen. Von den hierzulande rund 6.000 Büros kommen nur knapp 2 Prozent auf über 1 Million Mark Umsatz im Jahr. Zu diesen Unternehmen zählt die Crew des Reutlinger Sturz, die mit 150 Mitarbeitern in 20 Ländern vertreten ist. Der Spezialist, der bis vor kurzem hauptsächlich in der technischen Dokumentation tätig war, baut sich derzeit ein zweites Standbein im Lokalisierungsmarkt auf. Ein Intranet soll weltweit über 2.000 freie Mitarbeiter mit dem Büro im Schwäbischen verbinden. Der Anbieter unternehmensweiter Anwendungssysteme, SAP, allerdings setzt auf In-house-Übersetzungen. „Software für betriebswirtschaftliche Aufgaben paßt man am besten selbst an“, erläutert Matthias Vering, in Walldorf Leiter für Englisch-Übersetzungen. R/3 beispielsweise müsse bis ins kleinste Detail eines Landessteuergesetzes angepaßt werden. Georg Hage-Hülsmann vom International Language Support bei SAP ergänzt: „Es gibt nur wenige Firmen, die sich wie SAP so intensiv mit der Anpassung ihrer Produkte an die sprachlichen und wirtschaftsspezifischen Gegebenheiten ihrer Zielmärkte beschäftigen müssen.“ SAP zählt zu den Pionieren, die in ihrer Übersetzungsabteilung von Anfang an Main-

SAP zahlt 75 Millionen für die Lokalisierung

Rund 130 festangestellte Mitarbeiter kümmern sich in Walldorf um Online-Übersetzungen, Anwenderdokumentationen, Schulungs- und Marketingmaterial und Geschäftsberichte. Weil SAP im englischen Sprachraum besonders stark vertreten ist, arbeiten die Walldorfer heute sowohl mit Deutsch als auch mit Englisch als Entwicklersprache, Schreibtisch an Schreibtisch mit den Entwicklern bewältigten etwa 100 Englisch-Spezialisten zum Beispiel beim Release 3.1 neun Millionen Textzeilen. Die Übersetzungen in alle anderen europäischen sowie die asiatischen Sprachen werden von nur 22 Mitarbeitern koordiniert. Denn hier übernehmen 90 Prozent der Arbeiten Agenturen und SAP-Landesgesellschaften vor Ort. Für die reinen Übersetzungsaufgaben gibt die deutsche Softwareschmiede im Jahr rund 75 Millionen Mark aus. vi

frame-basierte Maschinenübersetzungsprogramme nutzen. Das ehemals von Siemens entwickelte und heute Langenscheidt gehörende Metal-System versucht mit Hilfe künstlicher Intelligenz, Texte nach linguistischen Interpretationsmustern zu übersetzen. Es ist jedoch auch heute noch nicht in der Lage, anspruchsvolle Texte in guter Qualität zu liefern. Trotzdem tut das System in der größten deutschen Softwareschmiede gute Dienste: Es wird überall dort eingesetzt, wo es um das rasche Übersetzen von relativ einfachen, reduzierten Eingabetexten geht – etwas für Hilfetexte im Servicebereich, die ein Kunde sehr rasch benötigt. Eine effizientere Übersetzungshilfe bietet die Translation-Memory-Technik, die pfiffige Softwareübersetzer Ende der 80er Jahre auf dem PC entwickelten. Dabei werden gleiche oder ähnliche Sät-

ze im Ausgangstext, die bereits häufiger verwendet wurden, vom System wiedererkannt und per Change-Befehl in die Zielsprache transformiert werden. Die Produktidee für diese Tools entstand im Stuttgarter Raum im Umfeld der IBM. Der Toll-Hersteller Trados wurde 1984 von Jochen Hummel und Iko zu Knyphausen gegründet, um den Translationsservice der IBM zu unterstützen. Der gleichen Aufgabe widmete sich in dieser Zeit auch Manfred Hoelzgen. Der heutige Geschäftsführer des Tool-Herstellers und Lokalisierers Star in Böblingen hatte über die IBM das Schweizer Übersetzungshaus Star kennengelernt und 1985 die deutsche Tochtergesellschaft gegründet. Mit Beginn der 90er Jahre zog bei beiden Firmen der Verkauf der Translation-Memory-Tools an. Bei Trados ist vor kurzem Microsoft ein-

gestiegen. Die Gates-Company hält 20 Prozent der Anteile. Trados ist mit ihrem Translator's Workbench besonders stark im europäischen Raum vertreten. Mit 15.000 verkauften Paketen und einer Umsatzverdopplung auf 9 Millionen Mark im vergangenen Jahr ist das Unternehmen weltweit die Nummer 1. Platz 2 nimmt Star mit Transit ein, das im asiatischen Raum vorne liegt. IBM spielt mit TM2 in Amerika die wichtigste Rolle.

Übersetzungstools sind im Kommen

Neben den Dokumentationsabteilungen der Industrie sind die wichtigsten Anwender dieser Tools die Übersetzungsbüros. „Translation Memories steigern die Produktivität in den Büros enorm“, sagt der Reutlinger Übersetzungsspezialist Sturz. Bei seinem Übersetzungsteam sind rund 100 Arbeitsplätze mit fünf verschiedenen Translation-Memory-Programmen ausgestattet. Sturz' Favorit ist Transit von Star, das er vor allem wegen seiner guten Datentransparenz schätzt. Ein Blick auf den Ovum-Report bestätigt den Optimismus der Tool-Anbieter: Auch auf dem Markt für Translations-Produkte wird bis zum Jahr 2000 mit einer Verdreifachung des Umsatzes gerechnet. Das babylonische Sprachgewirr ist also zu einem echten Wirtschaftsfaktor geworden.

Gabi Visintin