

Microsoft: Kundenorientierte Terminologiearbeit in ostasiatischen Sprachen

Von Koichi Nakajima, Hyo Jung Nam, Nan Yang und Doris Huang
(Aus dem Englischen übersetzt von Barbara Karsch)

Auf vielen Märkten hat Microsoft Community-Engagement-Projekte mit verschiedenen Themenschwerpunkten eingeleitet, so auch im Bereich der Terminologie. Der interne Sprachdienst Microsoft International Language Solutions (MILS) führt auf lokaler und globaler Ebene verschiedene Programme durch und sammelt anhand des Microsoft-Terminologieforums MTCF (Microsoft Terminology Community Forum) für viele Sprachen gleichzeitig Feedback von IT-Experten und Verbrauchern. Die Terminologen für die ostasiatischen Sprachen Japanisch, Koreanisch, traditionelles und vereinfachtes Chinesisch leisten zudem einflussreiche Öffentlichkeitsarbeit in ihren Ländern.

Schlagwörter

Terminologie, Lokalisierung, Community Engagement, ostasiatische Sprachen, Terminologieforen und -diskussionsrunden

Microsoft Japan

Japanische Benutzer, vor allem IT-Pro-Kunden – Technische Entscheider, IT-Spezialisten, System- und Netzwerkadministratoren usw., sind bekannt für ihre hohen Erwartungen an die Qualität lokalisierter Produkte. In vielen von Microsoft Japan durchgeführten Umfragen spiegelt sich ihre Unzufriedenheit mit der sprachlichen Qualität von Microsoft Produkten wider. Für sie ist die Sprache ein Teil des Produktes, für das sie bezahlt haben, und sie behaupten, dass die Produkte von Microsoft im Allgemeinen von grammatikalischen Fehlern, fehlender Genauigkeit und mangelnder Verständlichkeit gekennzeichnet sind.

Um dieser Situation Abhilfe zu leisten und die Partner- und Kundenzufriedenheit zu fördern, hat MILS Japan verstärkt die Kooperation mit Experten des Microsoft-Partner-Programms für Most Valuable Professionals (MVPs) gesucht. MVPs sind Spezialisten, die sich durch außerordentlichen Einsatz, hohe fachliche Kompetenz und ein herausragendes Kommunikationstalent in Communities rund um Microsoft-Produkte und -Technologien einen Namen gemacht haben. Zudem nutzten die Terminologen auch das von MILS geleitete internationale Terminologieforum MTCF. Im Rahmen des japanischen MVP-Programms bietet Microsoft Japan auf der Website eXconn (eXperts Connection, www.exconn.net) ein hervorragendes Diskussionsforum an, das allerdings den MVPs vorbehalten ist. Seit der Tech-Ed Yokohama im

September 2005, einer Veranstaltung für Softwareentwickler und IT-Professionals, gibt es auf dieser Website auch ein von der Terminologieabteilung moderiertes Qualitätsverbesserungsforum, auf dem bis April dieses Jahres 38 Beiträge eingegangen sind. Auf den ersten Blick erscheint das nicht viel. Die meisten enthielten jedoch mehrere Terminologievorschlüsse, waren qualitativ gut und bezogen sich nicht nur auf die Benutzeroberfläche, sondern auch auf Whitepaper und Webinhalte, wie etwa die Microsoft Knowledge Base.

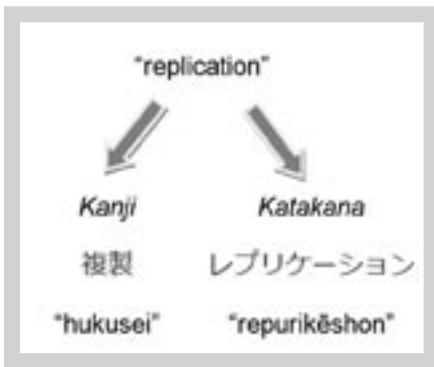
Die Terminologiediskussionen der japanischen Terminologen finden jedoch nicht nur nach dem Release eines Produktes statt. Anhand der Chat-Funktionalität von eXconn wurde beispielsweise vor dem Release von Windows Vista ein Online-Chat abgehalten, um eine passende Übersetzung für die neuen Funktionen „Windows Defender“ und „Windows Collaboration“ zu finden.

Treffen mit den MVPs sind ebenfalls gute Möglichkeiten der Rückkoppelung,

da Japaner direkte Treffen zum Austausch von Vorschlägen oder Feedback bevorzugen. Die Terminologen hielten ein Treffen mit den vier MVPs für Exchange Server 2007 ab und übernahmen die dabei gemachten Vorschläge der MVPs. Für Windows Server, Codename „Longhorn“, arbeiteten das japanische Windows-Entwicklerteam und MILS zusammen und hielten so genannte „Longhorn-Sneakpreviews“ für MVPs ab. Durch die gemeinsame Organisation von MILS mit dem Entwicklerteam erhalten die Entwickler wertvolle technische Hinweise, während die Terminologen Feedback zur Sprachqualität von den als Prüfern fungierenden MVPs erhalten.

Im Zuge Über das Diskussionsforum und die Treffen mit den MVPs wurden die japanischen Terminologen auf wichtige Probleme aufmerksam. Eine Herausforderung im Japanischen ist die Entscheidung für Ausdrücke in Katakana oder Kanji/Hiragana. Schriftzeichen in Katakana werden hauptsächlich für die Transkription von Fremdwörtern verwendet,





wobei die Aussprache erhalten bleibt. Ein Satz sollte jedoch nicht zu viele Katakana-Zeichen enthalten, da die Lesbarkeit dadurch eingeschränkt wird. Während des Chat-Events zu Windows Vista kam dies zur Sprache. Die Beteiligten befürworteten die Verwendung von Kanji/Hiragana-Schriftzeichen, wo möglich.

Das Feedback vor allem der Exchange-MVPs war das genaue Gegenteil. Sie schlugen vor, Katakana zu verwenden, da die IT-Pro-Kunden so leicht den englischen Ausdruck dahinter erkennen können, was bei der Suche nach englischen Dokumenten hilfreich ist.

Für die japanischen Terminologen wurde deutlich, wie wichtig die enge Zusammenarbeit mit der Zielgruppe eines Produktes ist. Terminologie sollte folglich je nach Zielgruppe, d.h. Endkunden, IT-Pro-Community oder Entwickler, ausgewählt werden. Für die japanische Terminologieabteilung sind die MVPs mit ihrem repräsentativen Community-Feedback eine ausgezeichnete Ressource sowohl während der Entwicklungs- als auch in der Nachvertriebsphase.

Microsoft Korea

Microsoft Korea war immer schon an einem aus verschiedenen Kanälen gespeisten Kundenfeedback interessiert. Es bestand jedoch keine Möglichkeit, Kundenfeedback ausschließlich für Terminologie und Lokalisierungsqualität einzuholen. Im Dezember 2003 wurde das Kundenfeedback-Programm initiiert mit dem Ziel, über eine Website direkt Feedback vom koreanischen Verbraucher zu sammeln und in den Produkten umzusetzen.

Vorgehensweise

Wenn ein Kunde beispielsweise in der koreanischen Version des Internet Explorer einen Ausdruck findet, der verbessert werden könnte, geht er auf die koreanische Website von Microsoft und macht über die Feedback-Seite des Programms (www.microsoft.com/korea/

hangul) einen neuen Vorschlag. Nachdem die koreanische Terminologin den Vorschlag überprüft hat, schickt sie ihn an das Lokalisierungsteam, das für den Internet Explorer zuständig ist. Gemeinsam entscheiden sie, ob der Vorschlag ins Produkt übernommen werden soll. Die Terminologin hält diese Entscheidungen fest und wählt monatlich die drei Kunden mit den besten Vorschlägen aus. Das Ergebnis wird jeden Monat auf der Website veröffentlicht.

Kundenfeedbackprogramm in Korea

Statistik

	2004	2005	2006
Anzahl Vorschläge	565	448	290
Umgesetzt = Prozentsatz	76 13 %	65 15 %	39 13 %

Beispiel für Kundenfeedback

- **Kunde:** „Ich arbeite im Customer Support eines Kommunikationsunternehmens. Wenn ich mit Kunden spreche, kommt es häufig vor, dass die derzeitige Übersetzung für *Dial-up* und *Virtual Private Network* im Internet Explorer von den Kunden nicht verstanden wird.“ Dann schlägt der Kunde noch neue Ausdrücke vor.
- **Ergebnis:** Der Vorschlag wird angenommen. Die Meinung dieses Kunden wird vor allem deshalb als wichtig eingestuft, weil er als Support-Spezialist mit vielen Computerbenutzern in Kontakt kommt und einen starken Einfluss auf andere Kunden hat.

Erfolge

Durch das Kundenfeedback-Programm konnte eine unmittelbare Verbindung zwischen dem Kunden und den Lokalisierungsteams von Microsoft Korea hergestellt werden, anhand der Fachbegriffe diskutiert werden können. Der oben aufgeführten Statistik zufolge werden ca. 14% der Kundenwünsche in die Produkte integriert. Die über das Forum gewonnenen Daten fließen auch in die Planung der Lokalisierung der nächsten Version eines Produkts ein. Das Windows-Lokalisierungsteam hat beispielsweise eine Liste der Kundenvorschläge angelegt und diese bei der Lokalisierung von Vista umgesetzt. Über das Programm wird mittlerweile auch im Rahmen der Diskussionen um die Pflege der koreanischen Sprache und Kultur in wichtigen koreanischen Medien berichtet.

Aussichten

Im letzten Jahr ging wesentlich weniger Kundenfeedback ein, da das Programm nicht angemessen propagiert wurde. Man kann aber davon ausgehen, dass mit dem neuen Betriebssystem Windows Vista und Office 2007 wieder mehr Feedback eingehen wird. Während das Kundenfeedback-Programm sowohl Computertalenti als auch Experten anspricht, gibt es auch andere Community-Engagement-Programme, über die lediglich Fachleute angesprochen werden wie das Microsoft-Terminologieforum MTCF und das MVP-Programm.

Microsoft China

Das Übersetzen von Benutzeroberflächen ins Chinesische und die Anpassung der Funktionen an Markt und Kultur sind mit einem hohen Aufwand verbunden.





Vor allen Dingen die Festlegung der Terminologie, die allen Anforderungen der chinesischen Benutzer entsprechen soll, ist für MILS China eine große Herausforderung.

Um richtige und konsistente Terminologie zu gewährleisten, zieht MILS das MTCF-Programm heran. Im Rahmen dieses Online-Forums können Teilnehmer neue Fachausdrücke vorschlagen, an Terminologiediskussionen teilnehmen und Kommentare zu bereits bestehenden chinesischen Termini abgeben. Ausführliche Beschreibungen mit Bildschirmfotos, auf denen die Terminologie im Kontext zu sehen ist, werden zum besseren Verständnis auf der Forum-Website hinterlegt. Für dieses Forum wurde bereits weitläufig Werbung gemacht, und jeder, der Interesse daran hat, kann sich einfach registrieren und über ein Windows-Live-Konto am Forum mitmachen. Von Microsoft zertifizierte IT-Fachleute und MVPs nehmen aktiv am Forum teil und tragen viel zur Diskussion bei, obwohl sich die meisten Teilnehmer erst außerhalb ihrer geregelten Arbeitszeit einloggen.

IT-Fachleute und MVPs sind Produktspezialisten, die die Funktionen verstehen, während Lokalisierer Sprachexperten sind. Diese beiden Expertenkreise inspirieren einander und schlagen Lösungen vor.

In den letzten beiden Jahren wurden für die folgenden fünf Produkte Foren durchgeführt: Windows Vista, Windows Mobile, Exchange Server, SQL Server und Expression Studio. Diese spezifischen Produktforen waren sehr erfolgreich, wie die folgenden Statistiken für Windows Mobile und Exchange Server 2007 zeigen.

MTCF-Programm China

Statistik

	Windows Mobile	Exchange 2007
Zahl der Vorschläge	139	74
Umgesetzt	34	37
entspricht Prozentsatz	24 %	50 %

Das Forum ist eine ausgezeichnete Möglichkeit für Microsoft, die Qualität der Terminologie zu verbessern und Kundenzufriedenheit zu steigern. Recherche und korrekte Dokumentation von Terminologie, aber auch die Standardisierung und Verbreitung von Fachbegriffen sind wichtig, da dadurch nicht nur die Qualität des Produkts insgesamt verbessert, sondern auch der Lokalisierungsprozess vereinfacht wird. Das Terminologieforum hat wesentlich zur Verbreitung der chinesischen Microsoft-Terminologie und der MILS-Terminologiestandards in der Community beigetragen.

China verfügt über nationale Standards und Richtlinien, an die Produkte und Dienstleistungen angepasst sein müssen, wenn eine Firma in China Produktion, Betrieb, Forschung und Entwicklung, Marketing oder Verkauf anstrebt. MILS arbeitet in diesem Sinne mit dem chinesischen Standardisierungsinstitut CNIS (*China National Institute of Standardization*) an der Herausgabe von Empfehlungen zur Standardisierung von Softwareterminologie in China.

Microsoft Taiwan

Die Microsoft-MVP-Diskussionsrunde ist ein Community-Engagement-Programm, das nur in Taiwan durchgeführt wird. Terminologiespezifische Aspekte wurden jedoch nicht von Beginn an diskutiert, sondern erst zu einem späteren Zeitpunkt mit ins Programm aufgenommen. Dabei haben die taiwanesischen Produktteams zunächst Produktschulungen (als Prototyp für die Diskussionsrunden) abgehalten und dazu MVPs eingeladen. Eine MVP-Diskussionsrunde kann zu jeder Zeit im Produktzyklus stattfinden

den und ist als Treffen der taiwanesischen MVPs und der Microsoft-Teams außerhalb der regelmäßig stattfindenden Treffen, wie der Tech-Ed, gedacht.

Für Microsoft-Kunden ist nicht leicht nachzuvollziehen, wie Fachausdrücke bei Microsoft festgelegt werden. In der Vergangenheit hatten die taiwanesischen Kunden wenig Gelegenheit die Produkterminologie mitzugestalten. Als das MILS-Management-Team 2005 alle Terminologen dazu aufforderte, Kunden in die Terminologierecherche und -schaffung einzubinden, hat sich MILS Taiwan in die MVP-Diskussionsrunde eingeklinkt. Am runden Tisch werden Produktdemos durchgeführt und gleichzeitig Terminologie besprochen. Dabei zeigen die so genannten Subsidiary Program Managers (SPMs) die neuen Funktionen und die Terminologin stellt die chinesischen Terminologievorschläge für diese Funktionen vor. Die diskutierte Terminologie wird sofort in die Benutzeroberfläche eingebaut und gemeinsam im Kontext überprüft.

Ziele

Bei diesen Diskussionsrunden sollen neue Funktionen, Technologien und neue Terminologie an einen ausgewählten Kreis von taiwanesischen Experten (MVPs) herangetragen werden. Diese unmittelbare Rückkoppelung mit dem Kunden ermöglicht es Microsoft, Vorschläge rechtzeitig aufzunehmen und zu verarbeiten. Im Gegenzug erhalten die MVPs Informationen aus erster Hand und profitieren von der Umsetzung ihrer Ideen in aktuellen Produkten. Diese Art der Zusammenarbeit eignet sich gerade deshalb, da in der taiwanesischen Kultur Meinungen in der Regel nicht öffentlich geäußert werden.

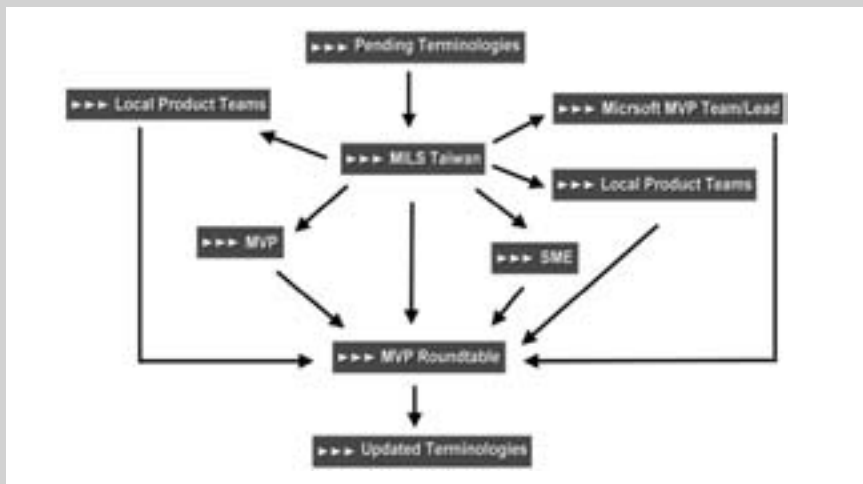
Erfolge

Bisher fanden vier Diskussionsrunden mit MVPs statt, bei denen Terminologie besprochen wurde. Dafür wurden Fachbegriffe zu den Produkten Windows, Exchange Server, SQL Server und Visual



Diskussionsrunden mit MVPs in Taiwan

Workflow



Studio ausgewählt. Das Ergebnis lässt sich sehen: es wurden beispielsweise 18 Termini für Windows Vista auf Vorschläge der MVPs geändert.

Die MVP-Diskussionsrunde ist auch ein gutes Forum, um für andere Community-Engagement-Programme, wie z.B. das MTCF-Programm, zu werben. Durch die persönliche Einladung eines MVPs während der Diskussions-Events kommt man leichter an diese Meinungsmacher der taiwanesischen IT-Branche heran. Am runden Tisch wird neue oder bereits eingeführte Terminologie vorgestellt; das Feedback der MVPs zeigt deutlich, ob die gewählten Ausdrücke ihrer Erfahrung nach gut gewählt wurden und ob die Funktion klar wiedergegeben wird. Da an diesen Diskussionen auch die SPMs beteiligt sind, die für die Anpassung eines Produkts an den taiwanesischen Markt zuständig sind, wird auch gewährleistet, dass die gefällten Entscheidungen interne Unterstützung finden und später auch umgesetzt werden.

Herausforderungen

Obwohl das taiwanesisches MVP-Programm in den vergangenen beiden Jahren gute Ergebnisse geliefert hat, werden dadurch nicht alle Probleme gelöst. MVPs sind Softwarefachleute, keine Lokalisierungsprofis. So ist von MVPs immer wieder zu hören, dass sie die Funktionalität und ihre Anwendung in verschiedenen Szenarien kennen, aber nicht wüssten, ob die entsprechenden Fachausdrücke bereits im traditionellen Chinesisch vorhanden sind. Zudem sind Konferenzgespräche oder virtuelle Meetings in Taiwan bei weitem nicht so

akzeptiert. Da die MVPs in verschiedenen Städten leben und ehrenamtlich als MVP fungieren, nehmen an den Diskussionsrunden durchschnittlich nur 15% der eingeladenen MVPs teil. Eine erfolgreiche Runde beruht schließlich auf der Zusammenarbeit mehrerer Teams, die alle an verschiedenen Aufgabenstellungen arbeiten, an verschiedene Managementstrukturen berichten. Das MVP-Team, MILS, und die jeweiligen Marketing- und Produktteams stehen als kleines Organisationskomitee heute immer wieder vor der Herausforderung, eine effiziente Diskussion zu ermöglichen.

Doris Huang ist heute Terminologin in Taiwan und arbeitete vor ihrer Zeit bei Microsoft als Lokalisierungsprojektleiterin bei Ulead Systems.



Autorenanschrift

Doris Huang
dorish@microsoft.com
Microsoft Taiwan Corporation
Taiwan

Bevor **Koichi Nakajima** Terminologe im japanischen MILS-Team wurde, arbeitete er als Server- und Netzwerkadministrator in japanischen Firmen und als Exchange Server-Programmanager bei Microsoft Japan.



Autorenanschrift

Koichi Nakajima
koichina@microsoft.com
Microsoft Development Co., Ltd.
Japan

Nan Yang arbeitete vor ihrer Tätigkeit als Terminologin für MILS als Elektronik-Ingenieurin und Netzwerkadministratorin für einen Internetdiensteanbieter in China.



Autorenanschrift

Nan Yang
nany@microsoft.com
Microsoft China Research & Development Group
China

Hyo Jung Nam arbeitet als koreanische Terminologin in Seoul. Sie ist seit zwölf Jahren in der Lokalisierungsbranche und hat Englisch und Französisch (Lehramt) studiert.



Autorenanschrift

Hyo Jung Nam
hjnam@microsoft.com
Microsoft Korea
Korea