



## Gamingberufe im Fokus #10 "Lokalisation" – Interview mit Iris Ludolf von Partnertrans

Von Martin Eichler • 27. Okt 2010 • Kategorien: Berichte, Gamingberufe im Fokus

**WoG: Wir alle mussten ja in der Schule die eine oder andere Übersetzung schreiben, und so richtig Spaß hat das sicherlich den wenigsten gemacht. Wie kommt man also darauf, seinen Lebensunterhalt mit der Lokalisierung von Spielen zu bestreiten?**

*Iris:* Och, da gibt es die unterschiedlichsten Wege (lacht). Es gibt den "klassischen" Weg, den des "Hocharbeitens": Man fängt bei einer großen Firma als Tester oder in der Produktion an und arbeitet sich in die Loka-Abteilung oder andere Abteilungen hoch – je nach Veranlagung und Interesse. Oder man hat Bekannte, die in solchen Firmen arbeiten und fragen, ob man nicht Lust hätte, ihnen bei einem Projekt zu helfen. Ich hatte seinerzeit drei Jahre in den USA gearbeitet und Deutsch unterrichtet und erhielt durch einen Bekannten die Chance, an meinem ersten Spieleprojekt zu arbeiten. Dieses erste Projekt war mit Sicherheit nicht meine beste Leistung, und es zeigte mir, dass ich noch eine Menge zu lernen hatte. Aber ich hatte den besten Lehrer, den man haben konnte – jemanden, der sich wirklich von ganz unten durch alle möglichen Abteilungen hochgearbeitet hatte und wusste, was er tat. Aber das Beste an unserem Beruf ist, dass man nie auslernt. (lacht)

**WoG: Welche Anforderungen muss man denn erfüllen, wenn man quasi in deine Fußstapfen treten und ebenfalls Texte lokalisieren möchte? Reicht es, besonders gut in einer Sprache zu sein, oder muss ich bereits Auslandserfahrung vorweisen können?**

*Iris:* Auslandserfahrung hilft natürlich, um – gerade in Dialogen – die ganzen Nuancen und Bedeutungen des Textes zu erfassen und ihn so richtig übersetzen zu können. Das Englisch etwa, das man in der Schule lernt, bringt einen im wirklichen Leben nicht sonderlich weit. Es hilft auch, viele Filme und Serien in der Quellsprache zu sehen und Bücher zu lesen, die in der Quellsprache verfasst wurden.

Es gibt natürlich auch Extremfälle, wo einen der längste Auslandsaufenthalt nicht weiterbringt. Das beste Beispiel ist ein Text, den wir vor Jahren mal übersetzen mussten:

*"The old city peeper goes duck soup dizzy over the chippy, the ringer gives him the rub, and we rush the Broderick on him, pull the murder, pull the dame, I pull a six and then we wind up for the punch line..."*

Aber um auf Deine Frage zurückzukommen:

- o Man muss mindestens zwei Sprachen besonders gut beherrschen: die Sprache, aus der man übersetzt sowie die Sprache, in die man übersetzt. Die Übersetzung muss nicht nur richtig sein, sondern auch "rund" klingen. Dazu muss man nicht unbedingt Übersetzung studiert haben.
- o Man sollte selber spielen, denn so kann man schneller erschließen, worum es bei einem Spiel geht, was am Ende im Spiel zu sehen ist und welchen Ton man treffen muss.
- o Man muss Termine einhalten können. Es nutzt gar nichts, wenn man die besten Übersetzungen viel zu spät abliefern. Der Kunde muss sich auf den Übersetzer verlassen können.
- o Man muss sein eigenes Können einschätzen und auch "Nein" sagen können. Wenn man Texte erhält, die einem so gar nicht liegen oder wenn ein Abgabetermin so eng gesteckt ist, dass man denkt, da kommt am Ende nur Mist raus – das muss dem Kunden direkt mitgeteilt werden, denn nur so haben alle etwas davon: Der Übersetzer liefert wirklich keinen Mist ab, sein Kunde weiß, dass er sich auf ihn verlassen kann, und der zu übersetzende Text wird wirklich gut.
- o Man muss sich so viele Informationen zum Spiel besorgen, wie nur möglich, wenn diese Informationen nicht vom Kunden kommen.
- o Man darf keine Angst haben, Fragen zu stellen, wenn man etwas nicht versteht oder einem etwas merkwürdig vorkommt.
- o Man sollte diese Fragen nicht erst bei der Abgabe stellen, denn Ziel ist es, einen fertigen Text abzuliefern. Man sollte die Fragen aber auch nicht einzeln schicken, oder als Anmerkungen im Text einfügen, sondern sie am besten in einer Excel-Datei sammeln und je nach Abgabetermin und Dauer des Projekts täglich oder jeden zweiten Tag an den Kunden schicken.
- o Außerdem muss man die vorgeschriebene Terminologie von [Sony](#), [Nintendo](#), [Microsoft](#) etc. kennen und immer richtig anwenden.

**WoG: Gibt es besondere Tools, die ihr für eure Arbeit verwendet? Oder schnappt ihr euch einfach einen Texteditor und ein Wörterbuch und legt los?**

*Iris:* Es kommt immer darauf an, in welchem Format die zu übersetzenden Dateien bei uns eintreffen, und ob es sich um ein größeres und länger andauerndes Projekt handelt. Für manche Projekte entwickeln wir unsere eigenen Tools; aber unabhängig davon, welches Format die Dateien haben, die wir erhalten haben, unsere Übersetzer erhalten meist Excel- oder Word-Dateien – ab und an auch mal Textdateien. Allgemeine Wörterbücher sind immer gut, je nach Projekt benötigt man aber auch Bücher oder Filme oder auch Fernsehserien, auf denen ein Spiel basiert, oder auch spezielle Bücher, wie zum Beispiel welche über Segelschiffe etc.

**WoG: Wie muss man sich einen typischen Arbeitsalltag eines Übersetzers vorstellen? Sitzt ihr von früh morgens bis spät abends vor dem PC und übersetzt, oder habt ihr auch Einblick in die Entwicklung eines Produkts?**

*Iris:* Übersetzer selber sitzen in der Tat meist den ganzen Tag vor dem Monitor und arbeiten einsam vor sich hin – die Freiberufler zu Hause und die Angestellten im Büro. Das ist auch der Punkt, der vielen freiberuflichen Übersetzern früher oder später zu schaffen macht: Der fehlende direkte Kontakt zu anderen.

Selbst als Agentur hat man meist, je nach Kunde und Kundenart, keinen Einblick in die Entwicklung. Gerade bei großen MMO-Projekten, die über mehrere Jahre hinweg geplant sind, ist ein Treffen zwischen dem Projektmanager der Agentur und dem Entwickler vor Beginn des Projektes empfehlenswert, so dass man alle Fragen und Probleme direkt ansprechen und das Projekt reibungslos abwickeln kann. Wir haben mit dieser Vorgehensweise die besten Ergebnisse erzielen können, da so der direkte Austausch gegeben ist und auch während des Projektes auftretende Probleme sofort besprochen und behoben werden können. Eine solche Vorgehensweise sollte Schule machen.

**WoG: Mit welchen typischen Problemen hat man in der Lokalisation denn am häufigsten zu kämpfen? Gibt es Produkte, wo du im Vorhinein weißt, dass es dort zu Problemen kommen kann oder ist das völlig unerheblich und Übersetzung ist Übersetzung?**

*Iris:* Nein, unerheblich ist es auf keinen Fall. Es gibt einige Stolpersteine, mit denen man bei der Lokalisierung zu kämpfen hat: angefangen beispielsweise von fehlendem Kontext, über fehlenden Support seitens des Kunden (wenn zum Beispiel Fragen zu fehlendem Kontext nicht oder nicht zufriedenstellend beantwortet werden) bis hin zu extensiven Längenbeschränkungen.

Bei Handy- und Nintendo-DS-Spielen zum Beispiel kommt es häufig vor, dass die Übersetzung Längenbeschränkungen unterliegt. So muss man beispielsweise kreativ werden, wenn man für die Übersetzung von „Skip“ nur vier Buchstaben zur Verfügung hat und „Überspringen“ doch mit ein paar mehr Buchstaben aufwartet. Solche Beispiele gibt es zur Genüge. Oder umgekehrt Begriffe, die bis zur Unkenntlichkeit abgekürzt werden – so etwas sollte vermieden werden.

Fehlender Kontext ist besonders bei Dialogen tragisch. Manchmal erhalten wir Dialoge alphabetisch sortiert, so dass sie gar nicht ineinander greifen können. Oder auch das nette Wörtchen „it“ – ohne Zusammenhang weiß man nicht, ob man im Deutschen „es“, „sie“ oder „er“ sagen müsste.

Auch immer wieder ungenutzte Satzfragmente, die durch die Engine zusammengebaut werden. Die Namen von Gegenständen z.B. werden gerne aus verschiedenen Elementen zusammengesetzt.

*Reinforced Longspear of poison* (das ist nur ein Beispiel eines möglichen Namens eines Gegenstandes. Es könnte genauso gut auch *Reinforced Axe of poison* sein.)

- Das heißt, das Adjektiv muss alle möglichen Fälle des Objekts abdecken, damit es im Deutschen funktioniert. In Zusammenarbeit mit dem Entwickler haben wir in dem Fall ein System erarbeitet, das die Engine erkennen und verarbeiten konnte, so dass dann im Deutschen auch kein Unsinn dabei herauskam.

**WoG: Mit welchen Abteilungen steht man als Übersetzer denn in regelmäßigen Kontakt? Daran anschließend, ab wann scheint Dir eine firmeneigene (interne) Lokalisation sinnvoll – oder kann man den Beruf auch ebenso gut als Externer erledigen?**

Als Übersetzer selbst steht man meist in Kontakt mit dem Projektmanager einer Agentur. Es gibt allerdings ein paar Publisher, die direkt mit den Freiberuflern arbeiten. Das sind dann entweder Leute aus den internen Loka-Abteilungen oder Producer bzw. Assistant Producer. In ganz seltenen Fällen hat man direkten Kontakt zu anderen Abteilungen, wie z. B. dem Marketing, oder auch zu den Community Managern oder den Spielern selbst (letzteres war bislang allerdings nur einmal der Fall).

Eine firmeneigene Lokalisierung ist sinnvoll, wenn man viele Projekte in mehreren Sprachen lokalisiert. Allerdings sollte man für jede Sprache einen qualifizierten "Language Lead" haben, der weiß, was er/sie tut. Es hilft nicht, jemanden zu haben, der zwar die Sprache spricht, aber den Anforderungen der Spielelokalisierung ansonsten nicht gewachsen ist. Ansonsten ist es ratsam, qualifizierte Agenturen zu beschäftigen und einen Ansprechpartner im Hause zu haben, der sich mit den anfallenden Fragen und der Organisation auseinandersetzt. Das spart die Overhead-Kosten in Zeiten, in denen nichts zu übersetzen ansteht.

**WoG: Gibt es Sprachen und Märkte, für die besonderer Lokalisierungsbedarf besteht und welche Freiheiten könnt ihr euch bei euren Übersetzungen erlauben? Dürft ihr beispielsweise auch sagen oder gar entscheiden, dass etwa Ortsnamen besser nicht übersetzt werden sollten, da sie eventuell lächerlich klingen würden?**

Es gibt viele neue Märkte, die es zu erschließen gilt – vor allem für Handyspiele, aber auch für die vielen Free-2-Play-Spiele, die auf den Markt kommen. Es gibt von daher viele Sprachen, die in letzter Zeit vermehrt gefragt sind, wie z. B. asiatische Sprachen, oder auch osteuropäische Sprachen und Arabisch.

Schwerwiegende Entscheidungen, wie die nach der Lokalisierbarkeit von Ortsnamen, sprechen wir vorab immer mit dem Kunden ab. Wir geben zwar eine begründete Empfehlung, aber diese Entscheidungen sollten vom Publisher bzw. Entwickler getroffen werden.

**WoG: Wie wichtig ist das kulturelle Verständnis des Marktes, für den man lokalisiert, für die eigene Arbeit?**

Sehr wichtig, denn nur so kann man den Entwickler/Publisher auf etwaige Stolpersteine hinweisen. Es ist allerdings immer eine gute Idee, schon während der frühen Entwicklungsphase einen Experten zu Rate zu ziehen, denn während des übersetzerischen Teils der Lokalisierung sieht man meist das Spiel nicht. Hier hilft ein Experte im Bereich der Kulturalisierung. Aber auch beispielsweise für die Adaption von Referenzen zu amerikanischer Popkultur sollte man das Äquivalent in der deutschen Popkultur kennen.

**WoG: Glaubst du, dass Lokalisierungen auch künftig immer noch gefragt sein werden, wo doch vermehrt Englisch gesprochen wird auf der Welt?**

Auf jeden Fall. Es gibt immer noch genug Menschen in aller Welt, die kein Englisch sprechen, oder deren Verständnis nicht ausreicht, um einer Spielhandlung zu folgen – oder wo die Witze schlichtweg nicht lustig sind, wenn sie sich auf Personen oder Ereignisse beziehen, von denen im Zielland niemand jemals zuvor gehört hat.

**WoG: Für welches Produkt hast du am liebsten gearbeitet, und gibt es so etwas wie ein Wunschprojekt für dich?**

Das Spiel, an dem ich am liebsten gearbeitet habe war eindeutig „Der Herr der Ringe Online“. Hier stimmte die Kommunikation auf allen Ebenen – die mit dem Entwickler, dem Publisher, den Community Managern und mit den Spielern selber. Außerdem liebe ich Fantasy-RPGs sowieso. (lacht)

Unser herzlicher Dank gilt Iris Ludolf, dass sie sich für unsere Interviewreihe „Gamingberufe im Fokus“ Zeit genommen und Fragen zum Thema Lokalisation so ausführlich beantwortet hat. Mehr über die Arbeit der Firma *Partnertrans* erfahrt ihr auf der entsprechenden [Webseite](#).