

Adam Greenfield, Design Director bei Nokia, eröffnet als Keynote-Sprecher die Localization World

Vertreter namhafter Unternehmen aus der Elektronikindustrie wie Canon, Cisco Systems und Nokia geben Einblicke in ihre Internationalisierungsstrategien und Lokalisierungsprojekte.

Berlin. Adam Greenfield ist Head of Design Direction bei Nokia und wird die Localization World 2010 eröffnen – die führende Konferenz rund um die internationale Produkt- und Unternehmenskommunikation. Der Visionär greift das Thema seines aktuellen Buches „Everyware: The Dawning Age of Ubiquitous Computing“ auf und spricht darüber, wie die zunehmend allgegenwärtige Präsenz von Computern unseren Alltag beeinflusst. Seine Keynote bildet den Auftakt zu einer Reihe weiterer Vorträge der Localization World, die speziell Unternehmen der Elektronikbranche adressieren. In diesem Rahmen stellen unter anderem Vertreter von Canon, Cisco Systems und Nokia dar, wie sie in ihren Unternehmen Lokalisierungsprojekte umsetzen, also Produkt und Sprache an regionale Gegebenheiten anpassen.

Für den direkten Kontakt und Austausch mit Technologieherstellern, IT- und Sprachdienstleistern sowie Full-Service-Anbietern sorgt zusätzlich der Ausstellungsbereich der Localization World. Hier können sich die Besucher über aktuelle Konzepte und Lokalisierungsstrategien informieren.

Die Localization World findet vom 7. bis 9. Juni 2010 in Berlin statt.

Die Elektronikbranche mit ihren vielfältigen Technologieprodukten ist international aufgestellt. Kaum ein Anbieter, der seine Produkte nicht weltweit anbietet. Doch wirklich erfolgreich ist nur der, der sein Produktangebot an die jeweiligen regionalen Gegebenheiten anpasst, denn das ist eine wesentliche Voraussetzung für die einfache und verständliche Bedienung eines Geräts. Typisches Beispiel sind Handys, die sich vom mobilen Telefon immer mehr zu einem Entertainment-Produkt mit Kamera, Navigationssystem und Spielekonsole entwickelt haben. Trotz der immer umfangreicheren Funktionalität darf hier die Bedienerfreundlichkeit nicht leiden. Für den Telekommunikationskonzern Nokia gilt deshalb bei der Weiterentwicklung seiner Handys

die Eigenschaft „Speaks my language“ als eines der wichtigsten Ziele. Marja Toivonen, Senior-Managerin bei Nokia, wird auf der Localization World erläutern, was diese Maxime in der Praxis bedeutet und wie ihr Unternehmen konkret die damit verbundenen Anforderungen an die Produktkommunikation meistert. Dabei gibt Marja Toivonen auch Einblicke in Übersetzungsprojekte und die Vorgehensweise der Lokalisierungsabteilungen bei Nokia.

Wie Canon, einer der weltweit führenden Innovatoren und Anbieter von Imaging-Lösungen, den Herausforderungen der internationalen Produktkommunikation begegnet, zeigt Jonathan Bowring, Localization Director für Canon EMEA. Canon etablierte dafür bereits vor mehreren Jahren einen eigenständigen Geschäftsbereich. Rückblickend schildert Jonathan Bowring die Vor- und Nachteile dieser Entscheidung und der daraus resultierenden Arbeitsweise.

Bei Cisco Systems hat sich das „Multi-Vendor Collaboration Model“ bei der Umsetzung von Lokalisierungsprojekten bewährt. Welche Ideen und Konzepte dahinter stecken, erläutert Martin Halzel, Senior Manager der Enterprise Translation Services Group von Cisco Systems. Im Mittelpunkt seines Vortrags stehen die Produktivitätsgewinne, die entstehen, wenn das auftraggebende Unternehmen eine klare Vorstellung und Vision von der Zusammenarbeit mit seinen externen Partnern, den Sprachdienstleistern, entwickelt und diese von allen getragen wird.

KLM, PayPal, Puma und Symantec

Auch die allgemeinen Entwicklungen im Lokalisierungs- und Übersetzungsbereich sind Themen der Konferenz und der begleitenden Ausstellung. Dazu zählen die Integration maschineller Übersetzungen bei professionellen Lokalisierungsprojekten und unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit zwischen auftraggebendem Unternehmen, Sprachdienstleistern und freien Übersetzern, die unter dem Stichwort „Crowdsourcing“ diskutiert werden. Global Player wie die Fluggesellschaft KLM, der Anbieter von Online-Bezahlsystemen PayPal, der Sportartikelhersteller Puma oder der Softwareanbieter Symantec geben den Teilnehmern konkrete Anhaltspunkte, wie sie ihre Internationalisierungsvorhaben erfolgreich umsetzen können.

Informationen zur Localization World

Bereits zum dritten Mal findet die Localization World in diesem Jahr in Berlin statt. Innerhalb des dreitägigen Konferenzprogramms werden vier Vortragsreihen parallel durchgeführt. Unternehmen erläutern, wie sie ihre Internationalisierungsstrategie realisiert haben. Experten und Anwender informieren über professionelles

Lokalisierungsmanagement, die Identifizierung strategischer Zielmärkte sowie über die Realisierung mehrsprachiger Webseiten. Damit adressieren die Veranstalter sowohl Entscheider und Kommunikationsverantwortliche in den Unternehmen als auch Sprachdienstleister und Fachübersetzer.

Die Localization World findet vom 7. bis 9. Juni 2010 im Maritim Hotel proArte in Berlin statt. Sie wird gemeinsam vom *Localization Institute* und der MultiLingual Computing, Inc. organisiert. Die Gebühr für die Teilnahme an der Konferenz beträgt 895 Euro. Interessenten, die die Localization World nur an einem Tag besuchen möchten, zahlen 500 Euro.

Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeiten unter www.localizationworld.com

Ihre Redaktionskontakte:

The Localization Institute, Inc.
Ulrich Henes
4513 Vernon Boulevard, Suite 11
Madison, WI 53705, USA
Tel: +1 608-1790
press@localizationworld.com

good news! GmbH
Nicole Körber
Kolberger Straße 36
D-23617 Stockelsdorf
Tel: +49 451 88199-12
Fax: +49 451 88199-29
nicole@goodnews.de