

Forschung

Vom Forschungsprojekt zum Produkt: Der Weg der Professionalisierung von Leo – von der Uni in die Wirtschaft

Der viersprachige Löwe

Die Online-Wörterbücher der bayrischen Leo GmbH reduzieren die Suchzeit auf ein Sechstel.

Margit Wiener

„Imperturbability“ spricht sich [ˈɪmpə,tʁɔːbəlɪtɪ] aus: Wem Lautschrift spanisch vorkommt, der kann sich die perfekte Aussprache dieses englischen Worts für „Unerschütterlichkeit“ durch Klicken auf das Lautsprecher-Symbol vorlesen lassen. Das ist eine der praktischsten Funktionen des Fremdsprachenwörterbuchs Leo, das nur als Gratis-Online-Version, also weder als CD noch in Buchform, existiert.

Seinen Anfang nahm das Projekt im universitären Bereich in München als Privatinitiative engagierter Studenten. Am Beginn, in den frühen 1990er Jahren, stand der von Studenten entwickelte „Münchner Informations Verbund“, der thematische Gliederung und effizienten Zugriff auf mehrere zuvor voneinander unabhängige FTP-Server der Hochschulen erlaubte.

„Link Everything Online“, abgekürzt Leo, mit dem Löwen als Icon (*Symbolfigur, Anm.*) und als Reminiszenz an Bayern, entstand ab 1994, als Armin Gruner die Domain „leo.org“ erwarb. Zu der darunter verfügbaren Sammlung von Stadtinformationen und einer Volltextsuche des Internet-Servers der Informatikfakultät der Technischen Universität (TU) München gesellte sich 1995 ein Deutsch-Englisch-Online-Wörterbuch, das von Achim Jung aufgesetzt wurde und durch die Mitarbeit zahlreicher Freiwilliger



Simple Handhabung, schnelle Suche, aktuelle Einträge: Die Leo-Online-Wörterbücher bieten Gratis-Hilfe bei Übersetzungsproblemen in Englisch, Französisch und Spanisch. Foto: www.leo.org/Photos.com

liger schnell eine respektable Anzahl von Einträgen erreichte. Einige bewegte Internet-Jahre und diverse Restrukturierungen später etablierte sich mit dem von Elmar Bartel programmierten *Dict Query* die bis heute eingesetzte Wörterbuch-Software. Seit 1. April 2006 wird das Wörterbuch-Service von der Leo GmbH betrieben, das Team dahinter und die Kostenfreiheit wurden beibehalten.

Qualitätsvolle Inhalte

Die Unternehmensgründung mit elf Angestellten war jedoch nicht der erste Schritt in der Professionalisierung des Angebots, diese begann spätestens 2001, unterstreicht Leo-Geschäftsführer Hans Riethmayer. „Ein Wörterbuch braucht nicht nur gute Technik, sondern auch gute Inhalte und einen eigenen,

konsistenten Stil, so was kann man nicht mit Gelegenheitsarbeitern machen.“ Schon lange vor dem Übergang des anfänglichen Amateurprojekts in ein Unternehmen wurde mit diplomierten Übersetzern und Informatikern gearbeitet. Finanziert wurde Leo bereits vor der Firmengründung durch Werbung. „Wir konnten zwar die universitären Infrastrukturen nutzen, aber Personalkosten zahlte die TU natürlich nicht.“

Die Banner- und Linkwerbung ist auch für die Leo GmbH, abgesehen von einem unwesentlichen Anteil an Einnahmen aus der Shareware Lion, ausschließliche Finanzierungsquelle. „Wir bieten der Werbung ein sehr großes, interessantes Publikum. Drei Viertel unserer Nutzer haben einen akademischen Abschluss oder sind in univer-

sitärer Ausbildung“, sagt Riethmayer. Unter www.leo.org finden sich derzeit drei Wörterbücher: Deutsch-Englisch, Deutsch-Französisch und Deutsch-Spanisch und jeweils vice versa. An dem vierten Wörterbuch, Deutsch-Italienisch, wird eifrig gearbeitet, es sollte in einigen Monaten online gehen. Jeden Tag beantwortet LEO millionenfache Übersetzungsanliegen, am anfragestärksten Tag des Vormonats etwa 8.967.908 Anfragen in Deutsch-Englisch.

Schneller Löwe

Was das Online-Lexikon so genial macht, ist seine simple Handhabbarkeit und seine Schnelligkeit. Sprache auswählen, Wort in Suchmaske eintragen, auf den Go-Button klicken, und die Übersetzung ist da: Unmittelbare Treffer, Verben und

Verbzusammensetzungen, zusammengesetzte Einträge, Verweise auf Aussprache und Etymologie. So schnell ist man mit keinem Papierwörterbuch. „Die Suchzeit reduziert sich auf etwa ein Sechstel“, sagt Riethmayer, „das ergibt in Unternehmen enorme Zeiteinsparungspotenziale.“ Der Leo-Chef führt noch einen weiteren Vorteil seiner Online-Lexika an: „Wir können quasi tagesaktuell sein. Wenn neue Themen wie etwa Vogelgrippe auftauchen, können wir die sehr schnell in unsere Wörterbücher integrieren.“

Nähmaschine und Tunnelbau

Aktuell umfasst das deutsch-englische Wörterbuch 454.181 Einträge, das deutsch-französische 152.487 und das deutsch-spanische 108.222. Diese rühren aus Wortschatzschenkungen von Einzelpersonen und Unternehmen her oder wurden in den Internet-Foren erarbeitet und nach Prüfung durch das Leo-Team aufgenommen. Durch diese Schenkungen entgeht man der Gefahr von Copyright-Verletzungen, die bei der Kopie von gedruckten Wörterbüchern entstehen würde. Aktuelle Neuzugänge kommen vor allem aus Bereichen wie etwa der Nähmaschinenindustrie oder von einer Tunnelbaufirma. „Oft ist es so, dass in Firmen von den Mitarbeitern umfangreiche Wortschatze gesammelt werden“, erzählt Riethmayer, durch deren Übertragung in Leo sind diese dann für alle nutzbar.

www.leo.org

www.softwarepark-hagenberg.com/award

Der Softwarepark Hagenberg verleiht zur Förderung von innovativen und qualitativ herausragenden Softwareentwicklungen jährlich den

Softwarepark Hagenberg Award

Ihre Bewerbungen nehmen wir bis 16. März 2007 entgegen!

- 4.000,- Euro Hauptpreis für Unternehmen, Forschungseinrichtungen, Entwickler oder Entwicklerteams
- 2.000,- Euro Nachwuchspreis für Schüler/innen und Studierende

softwarepark
hagenberg