



Végy egyszázaléknyi briliáns ötletet és életképes technológiát, keverj hozzá 99 százaléknyi PR-t, marketinget, salet, fejlesztést, stratégiát, HR-t, pénzt, elszántságot, kitartást, felelős gondolkodást, cselekvést, fűszerezd mindezt egy csipetnyi szerencsével, és máris kész a külföldön is sikeresen működő magyar IT-vállalkozás.

A magyar IT-cégek külföldi sikerére valamennyien büszkék vagyunk. A külföldön is sikeres cégeket megszólaltató összeállításunkból az derül ki, hogy mindnek más a titka. A tizenhárom országba exportáló és két országban (Ausztria és Németország) is jelen levő Kürt Rt.-t sokan ismerik, vezetői sok szakmai és állami díjat kaptak. A cég története hivatalosan 1989. január 10-én kezdődött, az elődcég, a Kürt Kft. bejegyzésével: az alapító, a Kazetta Gmk.-ban az adattárolók javítását megmutató Kürti Sándor helyesen jósolta meg, hogy az akkor aranyáron árult merevlemez meghajtóké – a winchestereké – a jövő.

A csapat az akkor széthulló MOM és KFKI szakembereivel lett teljes.

Az első hibás merevlemezeket a Műszertechnikától kapták, de a kezdé-

tekben még nem tudták megjavítani őket – fél év telt el az első sikeres javításig. – A napi 8 órai munka után kezdtük a tanulást – mondja Kürti Sándor –, akkortájt ugyanis elemi elektronikai alkatrészekből építették a winchestereket, a villamosmérnöki és a szoftveres ismeretek elégségesnek tűntek tehát a legkorszerűbb adattárolók megismeréséhez. Megrendelőben nem volt hiány, mivel a merevlemez időről időre elromlottak, és az akkori speciális gazdasági körülmények között (devizakorlátozás, COCOM-szabályozás stb.) nem lehetett új eszközt venni.

– A kezdetekkor nem terveztünk előre semmit, apró lépésenként haladtunk – mondja Kürti Sándor. – Életben akartunk maradni, és nem vállaltunk akkora kockázatot, amekkorának az anyagi következményei meghaladták volna forrásainkat.

1997-ben megjelent az amerikai versenytárs egy felvásárlási javaslattal. – Kockafejűnek tündek a szemünkben, mert meg akarták szüntetni új, éppen akkor beindított üzletágunkat, az adatvédelmet; ne-



kik pedig pénzügyi szemétdombnak tűnt a Kürt az adók minimalizálására tervezett pénzügyi rendszerünk miatt. Végül elváltak útjaink, de elhatároztuk, hogy részvénytársasággá alakulunk (1998-ban át is



TUDTA-E? ⇨ Számok

A Stormregion kezdettől fogva a nemzetközi piacra dolgozik, mivel a magyar piacon eladható játékok bevétele önmagában nem fedezné a fejlesztési költségeket. Csak egy példa: A Codename Panzers Phase One magyarországi értékesítése a németországinak az egy százalékát sem érte el – és akkor még szóba sem hoztuk a többi piacot. Ezeknek az arányszámoknak a láttán egyetlen hazai fejlesztő sem teheti meg, hogy csak Magyarországon gondolkozik – hangsúlyozta Weibel Balázs. – Az, hogy ezekhez a programokhoz magyar szinkron és magyar weboldal készül, a hazai játékosoknak szánt gesztus – tette hozzá Nagy-Szakáll Ferenc. •

alakultunk), mivel a következő kérést már nem akartuk elszalasztani. Tudomásul kellett vennünk, hogy a globalizáció szűk mezsgyét jelölt ki nekünk: vagy önállóan kell a tőzsdén elindulnunk, vagy valakihez kapcsolódnunk kell, hogy gyorsított növekedési pályára állhassunk.

A cég külföldi megrendeléseket is teljesíteni kezdett, s lassan a külföldi jelenlét is kialakult. A tökehiányos vállalkozás partneri együttműködésben terjeszkedett: a vállalat adta a terméket, s ahhoz a helyi partner tette hozzá a marketinget meg a kereskedelmi háttérrel. Ez az üzleti modell több éven át sikeresen működött, mindaddig, ameddig egy cég el nem kezdte felvásárolni a 16 országra kiterjedő hálózatot – s bele nem fogott a saját termékének az értékesítésébe. Másodszori nekifutásra leányvállalatot alapítottak: Kürti Sándor szerint az alkalmazottak magas fokú lojalitása, az állam és a magánszféra bizalmi együttműködése, a piac méretéből adódó forgalomnövekedés és a fizetési fegyelem segítették őket sikerre.

Mint a wimbledoni fű

Kürti Sándor visszatekintve abban látja a cég titkát, hogy nincs semmi titok: a Kürt

Határozott elgondolásuk van a cég működéséről és tíz körömmel ragaszkodnak hozzá, mindennap fejlesztik és minden továbbfejlesztéshez is tíz körömmel ragaszkodnak.

átlátható, megismerhető. Határozott elgondolásuk van a cég működtetéséről – ezt cégkultúrának nevezik és tíz körömmel ragaszkodnak hozzá, mindennap fejlesztik és minden továbbfejlesztéshez is tíz körömmel ragaszkodnak. Olyanok, mint a wimbledoni fű: semmi különös, csak naponta locsolni és vágni kell. Kürti Sándor, mint mondja, abban hisz, hogy ha van egy piacképes ötlet és megvan a megvalósításához szükséges technológia is, akkor a várható eredmény 1 százaléka már kézben van, csak a hiányzó 99 százalékot kell összehordani PR-ral, marketinggel, salesszel, fejlesztéssel, stratégiával, HR-rel, pénzzel, elszántsággal, kitartással, felelős gondolkodással, cselekvéssel és egy kis szerencsével.

Ha mindez együtt van, akkor teljesen mindegy, hogy miért küzdünk – kedvesünk megnyeréséért, a családi béke létrehozásáért vagy az európai piacok meghódításáért – jó esélyünk lesz, mert mások (a versenytársaink) várhatóan nem fognak ennyi energiát beleölni ebbe az egy projektbe, nekünk meg ez a létező legfontosabb.

Értéke nyolcszorosaért megvásárolt cég

A Kürt-höz hasonlít egy másik sikeres magyar cég, a szoftverfejlesztéssel foglalkozó Recognita. 1989-ben alapították, brit-magyar vegyesvállalatként. A cég felvásárlás révén vált nemzetközi szereplővé, s időközben többször is változott a tulajdonosa, de a budapesti fejlesztőréteg folytatja munkáját. Érdekeség, hogy maguk a dolgozók is részvényesei, vagyis tulajdonosai a vállalatnak – mondja Reszler Ákos, a vállalat vezérigazgatója.

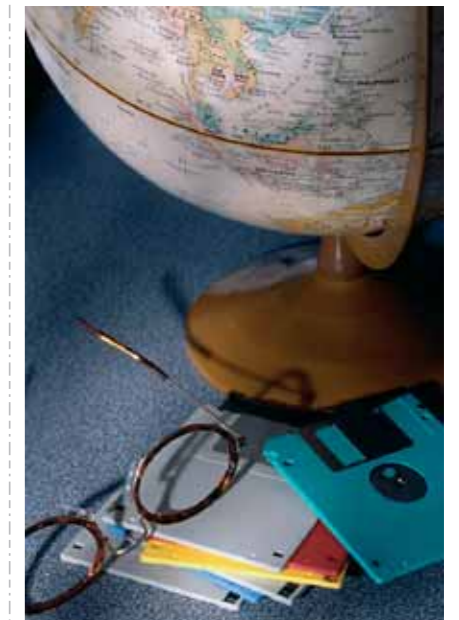
Az egykori magyar főtulajdonost, az SzKI-t egy amerikai befektető, a MAVA (Magyar–Amerikai Vállalkozási Alap) váltotta fel, s felvásárolta azokat a részvényeket, amelyek nem a dolgozók kezében voltak (ez a részvényeknek nagyjából 80 százalékát teszi ki). Ez volt az az időszak, amikor egy jó nevű amatőr cégből olyan céget kellett formálni, amely jó áron eladható egy stratégiai befektetőnek.

Ez 1996-ban meg is történt: ebben az

évben az egyik legnagyobb piaci versenytárs, a kaliforniai Caere cég vette meg a Recognitát.

A vállalat a dolgozók részvényeit is megvette; a dolgozók később kedvezményt kaptak az anyavállalat részvényeinek vásárlására.

Ez a magyar szoftveripar egyik siker-történetének is nevezhető, mivel a Caere hatalmas árkülönbözetet, névértékének nagyjából a nyolcszorosát fizetette ki a



cégért – ezzel a részvényesek, a dolgozókat is beleértve, nagyon sokat kerestek.

Nyelvben az erő

Joggal tehetjük fel a kérdést: vajon miért érte meg mindez a Caere-nek. Reszler Ákos szerint az volt a siker egyik előmozdítója, hogy a Recognita saját fejlesztésű szoftvere akkor a Xerox termékével holtversenyben az első helyen végzett egy amerikai egyetem által rendszeresen végzett összehasonlító felmérésben. És az sokat nyomott a latban, hogy a nagy amerikai versenytársak megoldásaihoz képest sokkal több nyelvet ismert. Ennek jóvoltából a Recognita sok olyan piacra is betehette a lábát, ahová a vetélytársai nem. A vezérigazgató szerint a Caere voltaképpen kétszeresen nyert a felvásárlással, mert ha valaki más karolja fel a Recognitát, akkor a Caere-nek nehéz el-

Adatok a cikkünkben szereplő cégekről

Cégnév	Digital Reality	Kürt Rt.	MorphoLogic Kft.	Nuance-Recognita Rt.	Stormregion Kft.
Alapítási év	1994	1989	1991	1989	2001
Alkalmazottak száma	120	70	28	100	90
Exportország	világszerte	Svájc, Franciaország, Hollandia, USA, Izland, Málta, Szlovákia, Csehország, Horvátország, Szlovénia, Románia, Vietnam	világszerte	világszerte	világszerte
Mely országokban van irodája	Magyarország	Magyarország, Ausztria, Németország	Magyarország	Magyarország	Magyarország

lenfele lett volna a piacon. Így meg a cég teljes munka- és szellemi kapacitásával a Caere-nek dolgozott.

A bővülés éve

2000-ben megint változott a helyzet: a Caere-t és vele a Recognitát is megvásárolta egy harmadik piaci szereplő, a Xerox karakterfelismeréssel foglalkozó akkori leányvállalata, a ScanSoft. A ScanSoft a felvásárlással egy időben megszüntette a Caere-t, bezárta a Caere kaliforniai irodáját, és gyakorlatilag minden fejlesztést a Recognita budapesti irodájába vitt át. Ez nagy feladat volt a cégnek, mivel át kellett vennie a már futó fejlesztéseket is – hogy azok egy pillanatra se akadjanak meg –, és át kellett vennie a meglévő ügyfelek kiszolgálását is. Ekkorra már jóval nagyobb lett a létszám (kezdetben körülbelül harmincan dolgoztak a cégnél, most százan).



Haegemonia: Legions of Iron

Az OmniPage elnevezésű karakterfelismerő program (ez volt korábban a Caere márkanéve) a Recognita, a ScanSoft és a Caere három motorjának (engine) ötvözéséből állt össze. Mivel mindegyiknek más az erőssége, azért a szoftver mindig azt választja ki közülük, amelyek az aktuális feladatra a legjobb. A Recognita az OmniPage mellett forgalmazza a szintén maga fejlesztette PaperPort elnevezésű dokumentumfeldolgozó és -kezelő szoftvert, illetve a PDF-ek Microsoft-termékekbe való oda- és visszakonvertálására alkalmas PDF Converter alkalmazást. Az OmniPage-é a teljes világgpiacnak nagyjából a 80 százaléka. A budapesti társaság által fejlesztett termékek világszerte évi 70-80 millió dollár bevételt hoznak.

Nemrégiben ismét megváltozott a vállalat neve: ScanSoft-Recognitáról Nuance-Recognitára. Az ok a termékportfólió

bővülése volt: már nemcsak lapolvasás (scan) kapcsolatos termékek vannak benne, hanem egyre inkább nyelvi technológiákkal és beszédfelismeréssel kapcsolatos termékek is, s azokat a korábbi ScanSoft név már nem fogta át.

A nyelv mesterei

Sokan talán nem is tudják, hogy a Microsoft Word szövegszerkesztő programban működő, a napi munkát megkönnyítő – bár némelyeknek talán bosszantó – helyesírás- és nyelvhelyesség-ellenőrzőt, illetve szinonimaszótárt is egy magyar cég, a MorphoLogic Kft. készítette. A cég idén ünnepli megalakulásának tizenötödik évfordulóját.

A MorphoLogic három alapító tagja, *Prószéky Gábor*, *Tibanyi László* és *Pál Miklós* útjai akkor találkoztak, amikor helyesírás-ellenőrzőt kellett készíteni a legendás XyWrite szövegszerkesztő program magyar változatához, az Írnokhoz. Egy másik csapat már hosszú idő óta dolgozott rajta, de csak nem akart elkészülni.

Prószéky Gábor ekkoriban már ismert volt számítógépes nyelvészeti kutatásairól, s 1989-ben meg is jelent ezzel a címmel egy hatszáz oldalas könyve. Kutatómunkájában olyan nyelvi leírásokat készített, amelyek egyetlen nyelv helyesírás-ellenőrzésénél jóval többre is alkalmasak voltak. Ma már elmondható, hogy ez a megoldás később nagyban hozzájárult a külföldi sikerekhez is.

DOS-tól a Windowsig

A program első változata még csak egyszerű szövegállományokat kezelte; a cég 1992-ben tette meg az első igazán nagy lépést: belefoglalta a helyesírás-ellenőrzőt az akkor legnépszerűbb szövegszerkesztőbe, a WordPerfectbe. Ez szoftvertechnológiai szempontból is bravúr volt, mivel a DOS-os korszakban legfeljebb 640 kilobájt memóriával lehetett gazdálkodni, és a WordPerfect abból eleve elvitt 500-at. A MorphoLogicnak Pál Miklós algoritmus segítségével sikerült 80 kilobájt alá szorítani a memóriaigényt. A megoldás a Lotusnak is megtetszett, ezért megbízást adott a cégnek, hogy foglalja bele a helyesírás-ellenőrzőt az ő AmiPro elnevezésű, Windowson futó szövegszerkesztőjébe is. Innen már egyenes út vezetett a Microsofthoz – a MorphoLogic 1993-ban kötött vele szerződést, s mindmáig kapcsolatban vannak egymással. A helyesírás-ellenőrzőt az elválasztó, majd a ragozott szavak kezelésére alkalmas szinonimaszótár követte, majd a nyelvhelyesség-ellenőrző. Mivel a MorphoLogic megbízható partnernek bizonyult, azért a Microsoft



VÉLEMÉNYÜNK SZERINT

Egy magyar klasszikus


Még ma is emlékszem az Imperium Galactica képernyője előtt eltöltött hosszú estékre, az igen kifinomult játékmenetre, az addig látott legösszetettebb űrmenedzselési részre és az egyik legnépszerűbb újtásra: arra, hogy magyar nyelvű volt a program. Több olyan embert is ismerek, aki az Imperium Galactica hatására fordult a stratégiai játékok felé. A második rész is jóra sikerült, egy online közösség mindmáig aktívan játszik vele. Szerencsére több bosszantó hibát is kijavítottak benne, például a bolygó-



Vadmalacvadászat Répaföldön (S.W.I.N.E.)



Valami füstlik Afrikában (Codename Panzers Phase Two)

felszint sem lehetett többé kinőni. Sokkal jobbá vált az automatizálás, a stratégia legalantasabb, apró-cseprő feladatait már a mesterséges intelligencia végzi el, persze a játékostól származó beállítások szerint. A külső is finomodott: alapkövetelmény volt a 3dfx kártya (van, aki emlékszik még ezekre a grafikus gyorsítókártyákra?). A játék ennek megfelelően bővelkedett az akkori szemmel nézve hihetetlen grafikai elemekben – elég csak az űrsatákra vagy az építkezésekre visszaemlékezni. Túlzás nélkül állítható, hogy az egyik legnépszerűbb magyar játék volt, ha ugyan nem a legnépszerűbb, és az értékét jól mutatja, hogy a második résszel még manapság is igen kellemesen lehet játszani. 

megbízta a térség más nyelvi változatainak (román, cseh) elkészítésével is. Mindközben a MorphoLogic betört a kiadványszerkesztők területére is; itt a nyelvi programok Macintosh-változatai (Quark, InDesign stb.) kínálták a fő piacot. Sok más céget és területet lehetne még felsorolni a MorphoLogickal összefüggésben – a Xerox és az imént bemutatott Recognita karakterfelismeréssel kapcsolatos szoftverek is használják a MorphoLogic magyar, lengyel és más nyelvi leírásait.

A másik vonal

Nagyon röviden ez volt a cég hazai és külföldi indulása. A MorphoLogicnak azonban vannak dobozos (illetve ma már egyre inkább internetről letölthető) termékei is; ezek – alapjában szótárak és fordító alkalmazások – főleg a hazai piacra készültek. A MorphoLogic két legismertebb szótárrendszer a MoBiDic és a MoBiMouse, illetve a kettő ötvözte, a MoBiMouse Plus. A MoBiDic vagy 40 különféle nyelvű és tematikájú szótárral és nyelvtechnológiai kiegészítésekkel ellátott szótárkészlet; a MoBiMouse megértéstámogató alkalmazás, és akkor aktíválódik, ha az egérmutatót megállítjuk a képernyőn a lefordítandó szó fölött. Ilyenkor a program – a szöveggörnyezetet is figyelembe véve – egy kis felugró ablakban mutatja meg a szó jelentését magyarul, illetve idegen nyelven.

A gépi fordítással foglalkozó, Tihanyi László vezette MetaMorpho projektnek két fő terméke van: a MoBiCAT szolgáltatás és a MorphoWord fordítórendszer. A MoBiCAT folyamatosan működő, a felhasználók reakciói alapján frissülő internetes szolgáltatás, a MorphoWord pedig a Word szövegszerkesztőbe beleágyazódó angol-magyar fordítóprogram.

A MorphoLogic munkatársai a fejlesztés mellett könyveket, cikkeket írnak, és több egyetemen oktatnak; a cég igen aktív a hazai és uniós kutatási, fejlesztési pályázatokban.

Mint Prószéky Gábor elmondta, létrehozott programjainak nem az a legfőbb funkciójuk, hogy az ember helyett gondolkozzanak, hanem hogy segítsenek helyesen létrehozni, könnyen megtalálni vagy megérteni ezt vagy azt a szöveget.

Garázsból a világgpiacra

A 2001-ben alakult Stormregion viszonylag friss vállalkozás, nem régi hagyományokra épül tehát, mint az eddig bemutatott cégek, hanem számítógépes játékszoftvereket fejleszt. Kezdetben csak baráti társaság volt – munka vagy tanulás mellett hobbiként, voltaképpen a játékok szeretetétől hajtva írtak programokat. Munkatársainak csak technikai (programozási) tudásuk volt, arról még nem voltak tapasztalataik, hogyan kell játékok el-

adni egy kiadónak vagy hogyan kell céget irányítani. A dolog az 1990-es évek végéig ment így, ám addigra a játékok olyannyira bonyolulttá váltak, hogy már nem lehetett őket „garázsprojektben”, rész munkaidőben fejleszteni.

A kezdő lökés

A cég első játékának, az S.W.I.N.E.-nek a közönség által is ismert változata már az Automex közreműködésével készült: ez a vállalat karolta fel az ezredforduló környékén a fejlesztőcsapatot, és megadta a szükséges pénzügyi és gazdasági támogatást is: gondoskodott a teljes infrastruktúráról, az irodáról, a hardverről, a szoftverekről és a hálózatról. Az Automexnek ez időre már voltak játékefejlesztési tapasztalatai is (a Screamer 4X4 terepjáró szimulátorral) – s azokat szintén átadhatta a Stormregionnak. Az Automexnek a hardver mellett szoftveres oldalon is fontos disztribútori kapcsolatai voltak, s azokat felhasználva utat nyithatott a fejlesztőcégnak a nagy külföldi játékkiaadókhoz.

A komoly fejlesztőmunka elindulása után újra kellett gondolni magát a játékot is – a kezdeti techdemókban még kétdimenziós nyulak harcoltak egymással. A 2001-ben hivatalosan is kiadott S.W.I.N.E. már egy háromdimenziós, humoros témájú, valóságos idejű stratégiai játék (RTS – Real Time Strategy) volt: nyulak és disznók harcoltak egymással a répaföldért.

A Stormregion későbbi játéka is az RTS műfajba tartoztak, a cégnek ehhez a játéktílushoz van meg a tudása és a szükséges szoftverkörnyezete – grafikus motorját, a Gepardot is ehhez a műfajhoz fejlesztette ki.

Az egymásra találás

Az S.W.I.N.E., jöjjön kedves és viszonylag népszerű játék volt, nem hozott igazi áttörést; az csak 2004-ben jött el, a kétéves fejlesztés után megjelent a Codename Panzers Phase One elnevezésű, II. világháború csatáit felelevenítő stratégiai játékkal. Ekkorra a Stormregion az értékesítésben is előbbre lépett: megállapodást kötött a német CDV-vel. A Stormregion működéséért felelős igazgató, *Weibel Balázs* szerint a játékefejlesztő cégeknek csak velük azonos, „súlyú” kiadóval célszerű szerződniek, különben a kiadó elnyomja a fejlesztőket, gátat szab az alkotói szabadságnak, a saját ötleteinek a kivitelezésére használja a fejlesztőcéget, s ez általában rosszul sül el. A CDV-nek szintén jót tett a szövetség, a korábbi években ugyanis sok gyengébb minőségű játékot adott ki – tulajdonképpen a Pan-

zers mentette meg a csődtől. A Codename Panzers Phase One teljes árú terméként nyolc hétig vezette a német eladási listákat, és a legtöbb európai országban bekerült a három legnépszerűbb játék közé. Egyebek között azért válhatott ilyen népszerűvé, mert egészséges arányban vegyítette a taktikai és stratégiai elemeket, több oldalról is játszható volt, és kiegyensúlyozott volt az ellenfelek harcereje. A pályadíjazn is az erősségei közé tartozott. A játéknak 2005-ben megjelent a folytatása is (Phase Two) – voltaképpen egy kiegészítő rész; bár lehetett vele játszani az eredeti játék nélkül is. Ez a Codename Panzers Phase Two az első rész történetét folytatta az afrikai hadszíntereken.

Komplex jövő

A cég dinamikusan bővült az utóbbi másfél évben. Erre szüksége is volt, mert egy játékefejlesztő cég ma már nem teheti meg,



hogy egyszerre csak egy projekten dolgozzon – hangsúlyozta *Nagy-Szakáll Ferenc* marketing- és PR-menedzser. A Phase One megjelenésekor hozzávetőleg 20 fő dolgozott a cégnél, ma viszont már vagy 90 – ehhez gyakorlatilag a Codename Panzers teljes profittját visszaforgatták a fejlesztésbe.

A Stormregion most öt programon dolgozik, s az ötből kettőt hivatalosan is bejelentett. A német Deep Silver kiadásában (ez a Koch Media egyik részlege, egyebek között az Earth sorozat és az X3: Reunion fűződik a nevéhez) hamarosan piacra kerül a Rush For Berlin: a hagyományokhoz híven egy II. világháborús RTS. A Stormregion emellett dolgozik a Codename Panzers tényleges második részén is; ez várhatólag 2007 vége felé fog megjelenni a német 10Tacle (GTR, GT Legends) forgalmazásában. Ez a tényleges második rész már a Gepard motor következő nemzedékével dolgozik majd – az már nem csak az RTS műfajt szolgálja.

FELMÉRÉS ⇌ Száraz adatok

A KSH legfrissebb, 2004-es ez irányú adatai szerint a számítástechnikai tevékenységet főtevékenységként végző vállalkozások száma folyamatosan nőtt 1998 és 2004 között, 3622-ről 9920-ra. 2004-ben az ágazatra leginkább jellemző gazdasági forma továbbra is a korlátolt felelősségű és a betéti társaság volt – ezek tették ki a vállalkozások túlnyomó részét, ez az arány valamelyest még mindig növekszik, 2004-ben 97 százalékos volt. Ami a vállalkozások létszámát illeti, a kisméretű (1–9 fős, az utolsó évi adatok szerint átlagosan 1,9 főt foglalkoztató) vállalkozások vannak többségben. Arányuk 2002-ig folyamatosan nőtt, 95 százalékosra, és ez az arány 2003 és 2004 között sem változott. Az ágazat összes nettó árbevétele 2004-ben 527 milliárd forint volt, a 12 százaléka (63 milliárd forint) export.

2004-ben ezeknek a cégeknek az alaptevékenységen kívüli tevékenységekből adódó bevételeiben 59 százalékot (113

milliárd forint) tett ki a nem saját előállítású hardver és szoftver értékesítése. Jóllehet az exportból származó árbevétel jobban növekedett, mint az összes nettó árbevétel, még mindig kicsi (12 százalékos) a részesedése. Ugyanez a helyzet az alaptevékenységből származó exportbevételekkel, de az arány valamivel magasabb: 13 százalék.

A KSH adatai szerint 2004-ben 583 cég foglalkozott szoftverkiadással; ezek a cégek összesen 2639 alkalmazottat foglalkoztattak és 40,5 milliárd forint volt a nettó árbevételük. Egyéb szoftver-szaktanácsadással, -ellátással 4778 cég foglalkozott, alkalmazottaik száma 15 263 fő, nettó árbevételük 243,8 milliárd forint volt. Szoftveres tevékenységgel általában kisvállalkozások foglalkoznak: a szoftverkiadással foglalkozó cégek 89,5 százaléka foglalkoztat 1–9 alkalmazottat, az egyéb szoftver-szaktanácsadással foglalkozó cégeknek pedig a 95,1 százaléka. •

TIPP ⇌ Állami segítség

A magyar IT-cégek külföldi elindulását 2003 októbere óta az Informatikai és Hírközlési Minisztérium alapította Magyar Technológiai Központ (Hungarian Technology Center) segíti. A központ többnyire az IT-cégek külföldi kiállításokon való megjelenéséhez, az oda való eljutáshoz ad támogatást. Egy március 15-én lezárult pályázat révén a cégek másfél millió forintot, vissza nem térítendő támogatáshoz juthattak, s ezt

az összeget ázsiai vagy amerikai „külpaci jelenlét” támogatására használhatták fel. Az iroda a 2003-ban induló amerikai HTEC mellett 2005 őszén Kínában is megvetette lábát, ezenfelül Brüsszelben és Moszkvában képviselteti magát. A program 2005-ben 270 millió forintból gazdálkodhatott, az idén 245 millióból. A további pályázati lehetőségekről a www.htec.hu weboldalon vagy az IHM oldalán (www.ihm.hu) lehet érdeklődni. •

A piaci igényekben a PC mellett megjelennek a következő generációs és hordozható konzolok (Xbox 360 és Sony Playstation); ezeknek folyamatosan nő a piacuk. A megfelelő fejlesztőkapacitás fenntartásához előreláthatólag tovább kell növelni az alkalmazottak létszámát – a mostani infrastruktúra nagyjából 120 embert szolgálhat ki.

Stratégia játékban és azon kívül

A Digital Reality szintén játékfejlesztő cég; 1994-es indulásától kezdve teljes egészében magyar tulajdonban van, és ez feltehetően így is marad. Az alapító tulajdonosokhoz már sok megkeresés érkezett, de ők – mellesleg maguk is részt vesznek a fejlesztésekben – nem szándékoznak eladni a vállalatukat. A Digital Realityt néhány lelkes fiatal alapította, és

hobbifejlesztésből fejlődött a PC-s játékipiac meghatározó vállalatává.

Zúr az űrben

A Digital Reality első játéka, a Reunion – egy űrben játszódó stratégiai játék – 1994-ben jelent meg Amigára és PC-re az angol Grandslam Kiadó forgalmazásában. A játék – többek között átlátható és kellemes kezelőfelülete jóvoltából – igen népszerű lett. A cég a sikeren felbuzdulva újabb űrstratégiai játék fejlesztésébe kezdett. Az Imperium Galactica 1997-ben jelent meg, a folytatása 2000-ben; mindkettőt a GT Interactive (Duke Nukem 3D, Total Annihilation) adta ki. Ez a játék a maga nagy népszerűségével külföldi ismeretséget hozott a cégnek. A Imperium Galactica második részének zenéjét egyébként a Brit Filmakadémia BAFTA (British Academy

Award) díjjal jutalmazta (Best Original Game Music – legjobb eredeti játékmusika). Magyar cég azóta sem kapott ilyen rangos díjat a szűkebb szakmában. A program zenéjét Nagy Ervin és Kreiner Tamás komponálta, mindketten közreműködtek a fejlesztőcég későbbi munkáiban is.

Visszatérés a földre

2002-ben jelent meg a Haegemonia: Legions of Iron; ez volt a Digital Reality utolsó űrben játszódó stratégiai játéka – ha nem számítjuk ide a program 2003-as folytatását, a Haegemonia: The Solon Heritage-et (Wanadoo). A cég nem azért váltott témát, mert kifogyott volna az ötletekből; a piaci igények változtak meg: megcsappant a kereslet az űrstratégiák iránt. A szintén 2002-ben – a Monte Cristo (City Life) kiadásában – megjelent, a földön játszódó RTS, a Platoon sikere is lendületet adott az új irányzatnak. Ehhez új motort (engine) kellett kifejleszteni; ezt az új motort a cég később Walkernek nevezte el, s ma már a harmadik nemzedéknél tart.

A Monte Cristoval kötött stratégiai szövetségben a Platoon mellett még két földi RTS jött létre: a Desert Rats vs. Afrika Korps és a D-Day. Az akkori irányzatokkal összhangban mindkettő II. világháborús témát dolgozott fel. A Digital Reality most öt játékon dolgozik. A Monte Cristo kiadásában hamarosan megjelenik a War on Terror – egy, a közeli jövőben játszódó, terrorelhárítással kapcsolatos stratégiai játék. Emellett készülőben van a War Front – ezt az alternatív II. világháborús témájú RTS-t a német CDV fogja kiadni. A többi program részleteit a cég később fogja majd bejelenteni.

Közös jövőkép

A jövő a PC-s játékok mellett a következő generációs konzoloké lesz. A cég most azon kísérletezik, hogy miként lehetne a stratégiai játékokat „konzolosítani”. Valószínűleg hamarosan elindul majd az RTS-ek egy új irányzata, amelyeknek a konzolok és konzolok felhasználóinak igényeihez igazított játékmeneete lesz.

Az új platformok több munkaerőt kívánnak. A Digital Reality itthon tartja a fő fejlesztéseket, de forráskihelyezéssel is végeztet kisebb részmunkákat.

Reiker Teodortól, a cég marketing- és értékesítési menedzserétől azt kérdeztük, mennyire határozzák meg a külföldi nagy kiadók a fejlesztési irányt. Mint mondta, a cég partnerei általában hosszú távú együttműködésre törekednek, s ez a közös, konszenzusos döntéshozástól függ. Az a benyomás, hogy a Digital Reality elköteleződött volna az RTS műfaj mellett, szintén a kiadókkal való partnerkapcsolatokból, illetve a bevált, kiforrott technológiából és a felhalmozott tapasztalatból adódik; de ebből egyáltalán nem következik, hogy a Digital Reality már nem fog más stílusú játékokat fejleszteni. ▀