WO IHRE KUNDEN NUR BAHNHOF VERSTEHEN

Veröffentlicht am 12. Juli 2012 von Annette

Das digitale Zeitalter hat längst eine Fülle von eigenen **Fachbegriffen** hervorgebracht, die immernoch **von überraschend vielen Benutzern nicht verstanden** werden. Das hat eine Studie des Usability-Experten eresult ergeben.

Wenn man selbst mit dem Medium Internet groß geworden ist, vergisst man häufig, dass die Sprache, die man so selbstverständlich verwendet, längst nicht von jedem verstanden wird. Umso hilfreicher sind repräsentative Umfragen. An der im Mai 2012 durchgeführten Befragung nahmen insgesamt 1500 deutsche Internetnutzer teil. Was kam dabei heraus?

Social Media sind bekannt - aber "liken"?

Vom sozialen Netzwerk **Facebook** haben ganze **95,8 Prozent** der Befragten bereits gehört. 58 Prozent kannten Google+. Allerdings konnten sich nur 49,2 Prozent unter dem Begriff "liken", also "Gefällt mir"-Klicken, etwas vorstellen. Hier sollte man also trotz massiver Social-Media-Nutzung in der Gesellschaft seine Worte überdenken - sie könnten von der Mehrheit nicht verstanden werden.

QR-Code, was ist das?

Als besonders unbekannt hat sich der QR-Code erwiesen - trotz rapide zunehmender Verbreitung von Smartphones. Die Pixelquadrate findet man mittlerweile an vielen Stellen. Aber wissen die Kunden auch, um was es sich dabei handelt? Über die Hälfte der Befragten konnten mit dem Begriff nichts anfangen. 14 Prozent hatten schonmal davon gehört, kannten aber die genaue Bedeutung nicht. Die **Unkenntnis nimmt auch mit dem Alter der Befragten zu**: 66,5 Prozent der 30- bis 49-jährigen und 84,8 Prozent der über 50-jährigen wusste nicht, worum es sich bei einem QR-Code handelt. Hier gibt es also noch massiv Handlungsbedarf.

Sonderangebote oder Sale?

Im Bereich des Online Shoppings hat sich herausgestellt, dass **deutschsprachige Begriffe eindeutig bevorzugt werden**. Die Begriffe Schnäppchen (29,9 Prozent) und Sonderangebote (21,6 Prozent) belegten die ersten beiden Plätze. Besonders beliebt sind diese bei älteren Befragten. "Sale" mochten nur sehr wenige der Befragten. Überhaupt wurden englische Begriffe hauptsächlich von Jüngeren bevorzugt.

Fazit: Wähle deine Worte weise.

Man sollte also bei der Gestaltung von Webseiten in jedem Fall ein Auge darauf haben, welche Fachbegriffe benutzt werden. Es gilt also, **branchenspezifische Begriffe zu hinterfragen** und gegebenenfalls an die Zielgruppe anzupassen. Denn wenn ein Benutzer einer Webseite die verwendete Sprache nicht versteht, wird er sich ganz schnell eine Andere suchen, die ihm zugänglicher erscheint.

Stolpern Sie häufig über Fachbegriffe? Wir freuen uns über Ihre Kommentare!