

# Klare Sprache – klare Wiedererkennung

Zahlreiche Unternehmen haben mittlerweile erkannt, wie wichtig eine «Corporate Identity» ist. Dass dazu auch eine «Corporate Language» gehört, wissen aber nur wenige. Ein professioneller Terminologieaufbau bedeutet einen grossen Initialaufwand, der sich jedoch langfristig dank des wirtschaftlichen Erfolgs bezahlt macht.

**W**er kennt das nicht: Sie erklären jemandem einen Sachverhalt und wundern sich, warum er Sie nicht versteht, denn Ihnen selbst ist sonnenklar, was Sie meinen. Da jeder seine eigene Sprache spricht, vergisst man darüber, dass manche Gegenstände, Dienstleistungen oder Prozesse auch anders benannt werden können. Fragen Sie beispielsweise zehn Ihrer Mitarbeiter, wie sie das Ding auf dem Kassenlaufband nennen, das zwischen der eigenen Ware und der des nächsten Kunden liegt – und Sie erhalten zehn verschiedene Antworten: Warentrenner, Kassentablerone und Kundentrennstab sind nur einige mögliche Beispiele, direkt aus dem Alltag. Dass damit Missverständnisse vorprogrammiert sind, liegt auf der Hand.

## Wichtig für Fachtexte

Stellen Sie sich nun vor, diese Missverständnisse würden einen wesentlicheren Begriff als «Warentrenner» betreffen: Der Irrtum könnte zu einem Sicherheitsrisiko werden und in schwerwiegenderen Fällen zu Unfällen und Rechtsstreitigkeiten führen. So kam es beispielsweise am 27. März 1977 wegen eines terminologischen Missverständnisses zu einer fatalen Flugzeugkatastrophe, bei der knapp 600 Menschen ihr Leben verloren. Daraufhin wurden in



Exakte Ausarbeitung von Terminologie-Listen und Translation Memories.

der Aviatik klar definierte Termini und Funksprüche eingeführt – seither ist kein Flugzeugabsturz bekannt, der auf ein fehlendes Terminologie-Management oder auf eine unklare Terminologie zurückzuführen ist.

Dieses Beispiel zeigt, dass ein Terminologie-Aufbau in der Regel leider erst als Reaktion und nicht als Aktion erfolgt. Oft wird die Bedeutung einer konsistenten Wortwahl und eines fundierten Terminologie-Managements von der Geschäftsleitung unterschätzt. Der terminologische Nutzen wird vom anfänglich eher kosten- und zeitintensiven Aufwand in den Hintergrund gedrängt, dabei zahlt er sich sowohl quantitativ als auch qualitativ aus: Kunden und Mitarbeiter erhalten so nicht nur über die Produktpalette, sondern gleich über das ganze Unternehmen einen

detaillierten Überblick. Ausserdem profiliert sich ein Unternehmen über sein Fachgebiet und sein Fachwissen, weshalb es schon fast fahrlässig erscheint, das entsprechende Terminologie-Management einfach wegzulassen.

## Keine Corporate Identity ohne Terminologie-Management

Zum anderen ist eine einheitliche Terminologie auch für ein erfolgreiches Marketing zentral: Mit einem klar festgelegten Wording und einer ebenso durchschlagenden Marketingstrategie kann man sich effizient von der Konkurrenz distanzieren. Je präziser und prägnanter die Sprache eines Unternehmens ist, desto grösser ist der Wiedererkennungseffekt bei den Kunden. «I'm lovin' it» – Sie wissen bereits, welches Unternehmen gemeint ist, ohne dass ein Name

genannt worden ist. Da der Wiedererkennungseffekt bekanntlich zum Wiederkauf und letztlich zur Kundentreue führt, wäre es unverzeihlich, diese Möglichkeiten nicht auszuschöpfen. Andere haben es ausserdem sogar geschafft, ihren Firmen- oder Produktnamen zum Gattungsnamen zu machen: Es benützt niemand «Kosmetiktücher» oder gar «Korrekturflüssigkeit», sondern alle verwenden «Kleenex» oder «Tipp-Ex» – egal, wer der eigentliche Hersteller ist. Welches Unternehmen wünscht sich nicht, einen solchen Status zu erreichen?

## Spart Zeit, bringt Geld

Des Weiteren erhöht ein Unternehmen mit einem einheitlichen sprachlichen Auftritt seine Glaubwürdigkeit – sowohl seinen Kunden als auch seinen Mitarbeitern gegenüber. Ein durchdachter Jargon lässt ein Unternehmen professionell und strukturiert wirken. Durch eine störungsfreie Kommunikation können nicht nur der Informationsfluss und damit die zwischenmenschlichen Beziehungen gefördert, sondern auch Zeit und Kosten eingespart werden, denn das Nachfragen wird überflüssig, und Fehllieferungen, die auf Missverständnissen beruhen, fallen ebenfalls weg.

Zusammenfassend gesagt ist eine eindeutig definierte Terminologie überall dort notwendig, wo es um unmissverständliche Kommunikation geht.



## Zum Autor

Roman Probst  
Translation-Probst AG  
Jägerstrasse 2  
CH-8406 Winterthur  
Telefon +41 (0)840 12 34 56  
www.translation-probst.com  
info@translation-probst.com