

Stern vom 6.8.2010

Sprechblasen aus dem Wirtschaftsleben:

Wir brauchen Quick wins, aber asap

Verstehen Sie manchmal auch nur "Train station", wenn Marketingleute, Chefs und Digitalexperten mit Ihnen sprechen? Eine Liste der nervigsten Begriffe - und was sie bedeuten sollen.

Worthülsenfrüchte, die für kommunikative Flatulenz sorgen, gibt es viele. Hier eine Auswahl besonders nerviger Exemplare, die heutzutage in vielen Präsentationen zu Internet- und Social-Media-Projekten auftauchen und die Luft verpesten.

Gefunden bei "iBusiness". Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung des High Text Verlags.

"Expertise"

Wo es herkommt: Es ist das englische Wort für "Gutachten" Was der Präsentator eigentlich meint: "Erfahrung" "Es macht Sinn"

Wo es herkommt: aus dem Englischen "It makes sense" Was der Präsentator eigentlich meint: "Es ist sinnvoll."

"Business Case"

Wo es herkommt: Streng genommen bedeutet das Wort auf Englisch "Aktenkoffer". In der Sprache von Consultingfirmen ist es ein Geschäftsszenario. Oder ein Geschäftsmodell. Was der Präsentator eigentlich meint: Irgend etwas Cooles. Auf keinen Fall ein schlichtes Geschäftsmodell.

"Success Story"

Wo es herkommt: aus dem Englischen. Was der Präsentator eigentlich meint: "Erfolgsgeschichte". Aber die klingt im Deutschen immer so nach Märchen - was ja ganz oft auch stimmt.

"Quick wins"

Wo es herkommt: aus dem Englischen. Was der Präsentator eigentlich meint: Schnell zu erzielende Erfolge. Beispielsweise, wenn die Agentur mal eben die

grauenhaftesten Fehler aus dem Webdesign ausbaut.

"ASAP"

Wo es herkommt: SMS-Slang für "As soon as possible" ("so schnell wie möglich")
Was der Präsentator eigentlich meint: "Bringen Sie Ihren verdammten Arsch in Bewegung". Und genau so klingt es auch.

"proaktiv"

Wo es herkommt: Englisch für "Eigeninitiative zeigen". Was der Präsentator eigentlich meint: Normalerweise wird es als Synonym für "irre aktiv" verwendet.

"Fokussierung auf die Kernkompetenzen"

Wo es herkommt: Managementsprech. Es ist die Rückseite der Medaille von "Expansion". Beide Strategien wechseln sich im Drei-Jahres-Rhythmus im Management ab. Was der Präsentator eigentlich meint: "Wir machen jetzt alles dicht, was mein Vorgänger mit viel Geld aufgebaut hat."

"Benchmark"

Wo es herkommt: aus der EDV. Dort ist es ein Vergleichsindex von Systemen. Was der Präsentator eigentlich meint: "Wir schauen, was die Konkurrenz macht und kupfern es ab. Ist billiger, als es selbst zu entwickeln."

"zielführend"

Wo es herkommt: aus dem Marketingsprech. Was der Präsentator eigentlich meint: "sinnvoll".

"Content is King"

Wo es herkommt: aus US-Technikblogs. Wörtlich: "Inhalte sind wichtig". Was der Präsentator eigentlich meint: "Wir kaufen jetzt PR-Texte ein oder lassen Nutzer selbst irgend etwas schreiben. Das ist billiger."

"Momentum"

Wo es herkommt: aus dem Englischen. "To gain momentum" heißt "in Fahrt kommen". Was der Präsentator eigentlich meint: irgendetwas mit "Schwung", "Wucht", "Impuls" oder "Dynamik".

"Google Juice"

Wo es herkommt: aus der SEO-Szene (SEO = Suchmaschinen-Optimierung). Es meint die Relevanz, die man (beispielsweise durch Back-Links) erhält. Was der Präsentator eigentlich meint: Verlinkungen.

"Core Values"

Wo es herkommt: Im Englischen heißt es "Grundwerte". Was der Präsentator eigentlich meint: "Core Assets". Und das heißt eigentlich: "zentrale Werte".

"viral seeden"

Wo es herkommt: Marketingsprech. Inhaltshappen als Köder in die Blogger-Szene streuen, damit sie aufgenommen und weiter getragen werden. Was der Präsentator eigentlich meint: "Ich habe jetzt viel Geld für die Viral-Agentur ausgegeben. Hoffen wir, dass wir bei den 20 Prozent erfolgreichen Kampagnen dabei sind."

"Wisdom of the Crowd"

Wo es herkommt: von Blogberatern, die glauben, dass es eine "Weisheit der Massen" gibt. Was der Präsentator eigentlich meint: "Ich weiß auch nicht, warum keiner unsere Website mag".

"Branded Entertainment"

Wo es herkommt: aus dem Englischen. Was der Präsentator eigentlich meint: "Sponsoring". Oder Werbespiele.

"Web 1.0"

Wo es herkommt: aus der Web-2.0-Blase. Was der Präsentator eigentlich meint: "irgendwie uncool".

"Old Economy"

Wo es herkommt: aus der Web-1.0-Blase. Meint klassische Unternehmen, die tatsächlich richtige Produkte herstellen. Was der Präsentator eigentlich meint: "irgendwie uncool".

"Performance-orientiert"

Wo es herkommt: aus der Werber-Sprache. Meint erfolgsabhängige Werbeformen.

Was der Präsentator eigentlich meint: "Wir wollen nur die Hälfte zahlen"

"Die Kampagne darf nicht zu aggressiv sein"

Wo es herkommt: wenn Werber das Adjektiv "aggressiv" verniedlichen. Was der Präsentator eigentlich meint: "Vielleicht ist das Ganze doch zu plump?"

"Am Ende des Tages"

Wo es herkommt: Übersetzung aus dem Englischen, "At the end of the day" Was der Präsentator eigentlich meint: "unterm Strich". Oder einfach: "letztlich"

"Join the conversation"

Wo es herkommt: aus dem Englischen, natürlich. Was der Präsentator eigentlich meint: "noch Fragen?" Oder: "Kommentare bitte".

"Game Changer"

Wo es herkommt: Englisch für "Spiel-Wechsler" Was der Präsentator eigentlich meint: etwas Revolutionäres, das den Markt und seine Mechanismen prinzipiell verändert.

"Fundamental Change"

Wo es herkommt: Englisch für "prinzipielle Änderung". Was der Präsentator eigentlich meint: "Game Changer"

"Revolution"

Wo es herkommt: aus der Politik. Was der Präsentator eigentlich meint: "was Neues".