

KOMMENTAR

Generationen- vertrag

„Psst, sage meiner Mutter nicht, dass ich bei einer Internetfirma arbeite! Sie denkt, ich sei Rausschmeißer in einem Bordell.“

Wie so viele witzige Sprüche enthält auch dieser ein Körnchen Wahrheit:

Unsere Eltern verstehen nicht, was wir tun, wenn wir Keyword-Kampagnen optimieren, Produkt-

datenbanken matchen oder Behavioral Targeting erproben. Noch viel schlimmer: Auch mit den Produkten dieser Arbeit, mit den Websites und Onlineshops, die auf diese Art entstehen, können alte Menschen häufig nichts mehr anfangen. Neulich berichtete mein Kollege Frank Puscher von einem Usability-Test, bei dem 26 Probanden im Alter über 50 auf Reisesites losgelassen wurden. Sie sollten unter anderem eine Reise buchen – was auf der Tui-Website keinem (!) der 26 Testkandidaten gelang. Immerhin hatte man den Senioren einen fertig konfigurierten Rechner vorgesetzt. Als ich neulich meinem Schwiegervater dabei helfen sollte, seinen PC an T-DSL anzuschließen, waren die Installationshürden, welche die Telekom ihren Kunden zumutet, für den 71-jährigen definitiv zu hoch – und auch ich wäre um ein Haar daran gescheitert.

Wer Eltern oder andere ältere Verwandte hat, sollte sich wirklich mal die Mühe machen, mit ihnen gemeinsam ins Internet zu gehen, sie beim Surfen zu beobachten und ihre Wünsche anzuhören. Und zwar nicht nur, damit unsere alten Herrschaften mehr Verständnis dafür haben, was wir da so den ganzen Tag treiben. Sondern deshalb, weil die Senioren die einzige lukrative Zielgruppe sind, die das Internet sich noch erschließen muss. Und ganz ehrlich: Benutzermenüs, Installationsroutinen und Produktbeschreibungen, die einen Rentner überfordern, sind auch für jüngere Surfer selten eine optimale Lösung.



Frank Kemper,
Stv. Chefredakteur