

Checkliste: So werden Buttons international wirksam

Buttons sind kurze, handlungsorientierte Texte auf Websites. Gerade in mehrsprachigen Projekten reicht es nicht, sie einfach zu übersetzen. Hier erfahren Sie, worauf es bei der Formulierung und Lokalisierung ankommt.

1. Ist klar, welche Handlung der Button auslösen soll?

- Beschreibt der Button eine konkrete Aktion (z. B. «Termin buchen» statt «Weiter»)?
- Ist eindeutig, was nach dem Klick passiert?

2. Wurde der Text für den konkreten Nutzungskontext formuliert – oder nur übersetzt?

- Passt der Button zum Nutzungskontext (Formular, Kauf, Download)?
- Ist die Funktion des Buttons klar verständlich – oder wurde lediglich das Wort übertragen?

3. Entspricht der Button den sprachlichen Konventionen im Zielmarkt?

- Klingt die Formulierung in der Zielsprache natürlich und vertraut?
- Werden kulturelle Unterschiede bei Handlungsaufforderungen berücksichtigt?

4. Entspricht der Button der Markenstimme und dem Corporate Wording?

- Passt die Tonalität zur Marke (z. B. direkt, zurückhaltend, beratend)?
- Werden definierte Begriffe und Formulierungen konsequent verwendet?

5. Schaffen die Buttonbeschriftungen eine klare Orientierung?

- Werden gleiche Aktionen gleich benannt?
- Sind unterschiedliche Aktionen eindeutig voneinander abgegrenzt?

6. Sind kritische Punkte so formuliert, dass sie Vertrauen schaffen?

- Sind Buttons bei sensiblen Schritten (z. B. Kauf, Formular) besonders klar und verständlich?
- Unterstützen die Formulierungen eine einfache Entscheidung statt Unsicherheit?

7. Wurden bestehende Übersetzungen bewusst hinterfragt?

- Gibt es wortgleiche Übersetzungen, die überprüft werden sollten?
- Welche alternativen Formulierungen können verwendet werden?

8. Wurde SEO bei verlinkten Buttons berücksichtigt?

- Führt der Button auf eine wichtige SEO-Seite oder einen Blogartikel?
- Enthält die Buttonbeschriftung ein relevantes Keyword, das sinnvoll und natürlich wirkt?
- Ist der Button trotz SEO klar, kurz und handlungsorientiert formuliert?

9. Gibt es einfache Möglichkeiten zum Testen und Optimieren?

- Können Varianten für wichtige Buttons getestet werden?
- Ist die Länge für das Interface oder Design geeignet?
- Werden Rückmeldungen oder Nutzungsdaten berücksichtigt?

10. Wird das Thema systematisch mitgedacht – oder nur punktuell gelöst?

- Sind Buttons Teil von Projekten (z. B. Relaunch, neue Sprache)?
- Gibt es einfache Leitlinien für Übersetzung und Lokalisierung?
- Werden Anpassungen dokumentiert und wiederverwendet?

Lassen Sie uns darüber sprechen, wie wir Sie bei der Formulierung und Lokalisierung wirksamer Buttontexte auf Ihrer Website unterstützen können.

Gemeinsam sorgen wir dafür, dass Ihre Handlungsaufforderungen in jeder Sprache klar, markengerecht und verständlich sind.

Nadia Gaille
Head of Apostroph Switzerland

+41 44 265 40 30
sales@apostrophgroup.ch

