

Medieninformation, November 2012

## Verständlichkeit als Teil der Corporate Identity D.A.S.-Rechtsschutzversicherung schreibt Klartext

Wien, November 2012. – „Wir machen Recht verständlich“ verspricht ab sofort die D.A.S. Rechtsschutzversicherung. Corporate Language-Spezialist Martin Dunkl (Dunkl Corporate Identity) begleitete das Versicherungsunternehmen und seine MitarbeiterInnen durch einen mehrstufigen Prozess zu mehr Verständlichkeit im Schriftverkehr. Ab sofort schreibt D.A.S. „Klartext“.

[www.dunkl.com](http://www.dunkl.com) | [www.das.at](http://www.das.at)

„Wir wanderten auf dem schmalen Grat zwischen präziser Fachsprache und verständlicher Kundenansprache“, beschreibt D.A.S. Vorstandssprecher Dir. **Johannes Loinger** das Kommunikationsproblem der Rechtsschutzversicherung. Juristische Fachbegriffe, lange Schachtelsätze, Floskeln oder bürokratische Formulierungen waren in der täglichen Korrespondenz mit Kunden und Kundinnen an der Tagesordnung.



D.A.S.-Vorstandssprecher  
Dir. Johannes Loinger

Das las sich in etwa so:

*„Mit oben angeführtem Schreiben wurden wir informiert, dass der gegenseitige Versicherungsvertrag vorzeitig beendet werden soll, weil im Zusammenhang mit dem versicherten Betrieb Veränderungen eingetreten sind.“*

Schließlich entschied sich die D.A.S. Rechtsschutzversicherung dafür, mehr Klarheit in die eigene Sprachwelt zu bringen und damit einen großen Schritt auf die Kunden und Partner zuzugehen. „Verstehen schafft Vertrauen. In allen Lebenslagen will die D.A.S. Rechtsschutz-Versicherung ihren Versicherten als Partner auf Augenhöhe begegnen. Deshalb haben wir die **Initiative Verständlichkeit** ins Leben gerufen“, so Mag. **Michael Wasserbauer**, Leiter der D.A.S. Betriebsorganisation.

### Jeder Brief stärkt die Marke

Für die Neugestaltung ihrer schriftlichen Außenkommunikation engagierte die D.A.S. die Agentur **Dunkl Corporate Identity**. **Martin Dunkl** hat sich nebst Corporate Design auf **Corporate Language**,



Martin Dunkl, Dunkl Corporate Identity

die geschriebene Unternehmenssprache, spezialisiert. „Ein Bild sagt vielleicht mehr als tausend Worte. Aber tausend unangebrachte Worte können ein Bild zerstören“, erläutert Dunkl. „Immer mehr Unternehmen erkennen, dass auch der Stil, in dem Briefe an Kunden und andere Texte verfasst werden, stark auf das **Unternehmensimage** wirkt.“ Mit dem **Sprachwissenschaftler Manfred Glauning** und dem **Lektor Stefan Winterstein** entwickelte Martin Dunkl einen mehrstufigen Prozess, der die tägliche Korrespondenz von Unternehmen verständlicher macht.

Das oben genannte Beispiel einer D.A.S. Korrespondenz liest sich heute – kurz und knapp – so:

*„Sie möchten Ihren Versicherungsvertrag wegen betrieblicher Veränderungen vorzeitig beenden.“*

### Sprache im Einklang mit der Unternehmensphilosophie

Martin Dunkl und sein Team analysierten die D.A.S. Markenwerte und leiteten daraus Kriterien für den Sprachstil ab. Beispiel gefällig? Das Kundenversprechen „**Sicherheit gewährleisten**“ lösen die MitarbeiterInnen auf der Kommunikationsebene ein, indem sie nunmehr **Konjunktive vermeiden**.

## Medieninformation, November 2012

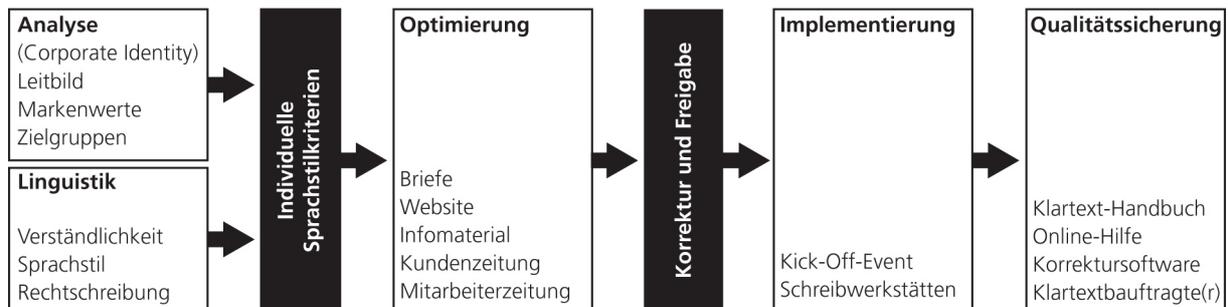
Im nächsten Schritt überarbeiteten die Sprachexperten zahlreiche Textbeispiele entsprechend den Sprachstilkriterien und Verständlichkeitsregeln. Die Fachabteilungen überprüften alle korrigierten Texte auf juristische Korrektheit. So entstanden **optimierte Klartext-Bausteine**. In Workshops trainierten die D.A.S. MitarbeiterInnen freies Klartext-Schreiben und erarbeiteten gemeinsam relevante Vorlagen.

„Wir haben unseren Schreibstil überprüft, entrümpelt, überholte und schwer lesbare Floskeln entfernt und durch einen klaren, kurz gefassten Schreibstil ersetzt. Das wird nicht nur uns, sondern vor allem auch den Versicherungsnehmern zugute kommen“, resümierte eine juristische Referentin den Klartext-Workshop.

Ein **Klartext-Handbuch** unterstützt die D.A.S. MitarbeiterInnen langfristig in der Formulierung von Texten. Darin findet sich u. a. ein Glossar, das Fachbegriffe erläutert und Ersatzwörter vorschlägt. Darüber hinaus ernannte die D.A.S. eine **Klartext-Beauftragte** und lädt ihre KundInnen dazu ein, das Unternehmen auf schwer verständliche Textstellen aufmerksam zu machen. Bei Verbesserungsvorschlägen, die die D.A.S. auch konkret umsetzen kann, erhalten die KundInnen eine Prämiegutschrift. Zur weiteren Qualitätssicherung prüfen die D.A.S. und Martin Dunkl derzeit die speziell auf die D.A.S. abgestimmte Korrektursoftware **TextLab**.

Ein Video zum Thema Verständlichkeit in der D.A.S. ist unter <http://bit.ly/TNFI5U> abrufbar.

### Corporate-Language-Prozess



Grafik: Dunkl Corporate Identity

### Erfolgreich formulieren leicht gemacht

Stilsicher und verständlich zu schreiben ist heute in den unterschiedlichsten Geschäftsbereichen von eminenter Bedeutung. Durch moderne, klare Sprache komplettiert ein Unternehmen seine Corporate Identity und stärkt die Kundenbindung. „Wer ein paar Basisregeln beachtet, hat schon viel für die Verständlichkeit eines Textes getan: Aktiv statt passiv formulieren, Sätze kurz und einfach halten, Floskeln vermeiden“, so **Martin Dunkl**. Einen kurzen Überblick über die Basisregeln für moderne Sprache und Tricks für erfolgreiche Briefe bietet der **Leitfaden „Corporate Language“**. Er kann per Email an [martin.dunkl@dunkl.com](mailto:martin.dunkl@dunkl.com) angefordert werden.

#### Kontakt

Dunkl Corporate Identity  
Mag. Martin Dunkl  
M +43 (0) 676 720 50 77  
E [martin.dunkl@dunkl.com](mailto:martin.dunkl@dunkl.com)  
W <http://www.dunkl.com>

#### Pressekontakt & Rückfragehinweis

die jungs kommunikation – Martin Lengauer e.U.  
Martin Lengauer, Eva Neumeier  
T +43 (0)1 216 48 44 22  
M +43 (0) 650 33 99 880  
E [presse@designaustria.at](mailto:presse@designaustria.at)  
W [www.diejungs.at](http://www.diejungs.at)