

## Workshop-Reihe Verständliche Kundenkommunikation

Jeder Dritte trifft im Alltag häufig auf schwer verständliche Informationen. Während einige Versicherer bereits aktiv daran arbeiten, Produktinformationen, AGBs, Briefe und weitere Elemente der Kundenkommunikation verständlicher zu gestalten, haben die meisten Unternehmen noch kein übergreifendes „Verständlichkeits-Management“. Dies wird jedoch eine Schlüsselqualifikation im Social-Media-Zeitalter werden. Offenheit, Vertrauen und Transparenz fordern viele Kunden heute bereits ein.

Hier setzen die Workshops zur verständlichen Kundenkommunikation an, die wir gemeinsam mit unserem Partner Communication Lab anbieten. **Ziel** ist die **Entwicklung eines unternehmensübergreifenden Verständlichkeitsmanagements** mit konkreten Handlungsempfehlungen. Die Workshop-Teilnehmer erhalten eine solide, wissenschaftliche fundierte Basis zum Thema Verständlichkeit. Jedes teilnehmende Unternehmen erhält so das Rüstzeug zum professionellen Aufbau eines individuellen Verständlichkeitsmanagements für das eigene Unternehmen.

Jeder der fünf Workshops bietet Gelegenheit zur Diskussion und zum Erfahrungsaustausch mit den Kollegen aus anderen Versicherungen sowie Praxisberichte von Unternehmen.

Alle Workshops finden in Düsseldorf statt und beinhalten Mittagessen und Tagungsgetränke sowie eine Dokumentation der Veranstaltung. Eine Übersicht zu den Workshop-Inhalten finden Sie auf der folgenden Seite.

### Konditionen

Die Teilnahmegebühr beträgt für AMC-Mitgliedsunternehmen 660,- € pro Person / pro Workshop, für Nicht-AMC-Mitglieder 990,- € pro Person / pro Workshop. Bei Buchung aller fünf Workshops erhalten Sie 5% Preisnachlass auf den Gesamtpreis. Bei Buchung bis 30.09.2012 erhalten Sie einen Frühbucherrabatt in Höhe von 5%. Alle Preise zzgl. ges. MwSt.

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung, die mit Erhalt fällig ist. Bei Stornierung der Teilnahme bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn berechnen wir 50%, danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers die volle Gebühr. Stornierungen können nur in schriftlicher Form angenommen werden. Selbstverständlich ist die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers möglich. Änderungen, Absage vorbehalten. Bei Absage der Veranstaltung seitens des AMC wird die Teilnahmegebühr zurückerstattet, darüber hinausgehende Ansprüche bestehen nicht.

**Antwortfax an 0221-997868-21 oder per Email an [raake@amc-forum.de](mailto:raake@amc-forum.de)**

**Ja**, ich nehme zu den genannten Konditionen an folgendem/n Workshop(s) in Düsseldorf teil:

- 1. „Verständlich kommunizieren“ am 15.01.2013
- 2. „Briefe“ am 16.01.2013
- 3. „Corporate Language“ am 09.04.2013
- 4. „AVBs“ am 10.04.2013
- 5. „PIB“ am 23.04.2013
- Workshop 1. bis 5. (abzgl. 5% Preisnachlass)

Unternehmen / Name / Telefon / Email

Unterschrift

Stand 08/2012. Änderungen vorbehalten. Ansprechpartner: Stefan Raake, Tel. 0221-997868-11.

---

## Workshop-Reihe

### Verständliche Kundenkommunikation

#### 1. Verständlich kommunizieren als Herausforderung

---

15.01.2013, Düsseldorf, 10:00 bis 16:30 Uhr

- Was bedeutet Verständlichkeit?
- Wie prüfe ich Verständlichkeit? Interne/externe Maßnahmen zur Kontrolle von Verständlichkeit.
- Typische Barrieren und wie ich diese erkenne. Wie werden Barrieren abgebaut?
- Qualitätssicherung von Verständlichkeit – wie wird Verständlichkeit langfristig gesichert?
- Welche Herausforderungen ergeben sich? Juristische und unternehmensinterne Aspekte.

#### 2. Freundliche und höfliche Briefe, die funktionieren

---

16.01.2013, Düsseldorf, 10:00 bis 16:30 Uhr

- Die Bedeutung von Briefen in der Kundenkommunikation. Typische Fehler von Briefen.
- Sprache in Briefen: Höflichkeit, Transparenz und direkte Ansprache des Kunden
- Struktur von Briefen: Betreff, Einleitung, Mittelteil und Ausstieg
- Standardisierung von Briefen: welche Chancen und Risiken bergen Textbausteine?
- Briefe systematisch optimieren. Welche Strategien gibt es?
- Qualitätssicherung und -kontrolle: wie halte ich Standards auch in Zukunft und bei wechselnden Mitarbeitern ein?

#### 3. Regeln für eine Corporate Language

---

09.04.2013, Düsseldorf, 10:00 bis 16:30 Uhr

- Was ist Corporate Language?
- Worauf muss man achten? (Schreibweisen, Ausdrucksweisen, Kontrolle)
- Was kann standardisiert werden?
- Wie geht man mit Floskeln oder Fachbegriffen um?
- Wie führt man Corporate Language als Standard im Unternehmen ein?
- Wie prüft man Texte auf die Einhaltung von Corporate Language?

#### 4. AVB und Vertragsunterlagen – was muss der Verbraucher wissen?

---

10.04.2013, Düsseldorf, 10:00 bis 16:30 Uhr

- Die Bedeutung von AVBs
- Die Sprache von AVBs – juristische Richtigkeit versus Verständlichkeit?
- Möglichkeiten und Grenzen der Optimierung in AVBs
- Glossare als Hilfsmittel
- Aufbau, Struktur und Gliederung von AVBs

#### 5. PIB – transparent und verständlich auf zwei Seiten

---

23.04.2013, Düsseldorf, 10:00 bis 16:30 Uhr

- Die Bedeutung von PIBs für Verbraucher
- Inhalte von PIBs: was gehört in die PIB, was gehört nicht in die PIB?
- Aufbau, Struktur und Gliederung in der PIB
- Optische Gestaltung: wie kann die Verständlichkeit in PIBs grafisch unterstützt werden?
- Glossare: Aufbau und Sprache von unterstützenden Glossaren

## **Communication Lab**

Die H&H Communication Lab GmbH ist ein inhabergeführtes Institut für Verständlichkeit. Als Ausgründung der Universität Hohenheim und Universität Augsburg entwickeln wir seit 2006 Lösungen zur Verbesserung der Kommunikation von Unternehmen. Hierzu nutzen wir neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und sind selbst in der Forschung aktiv.

Kommunikation messbar besser machen – das ist unser Anspruch.

Mit innovativen Verfahren und wissenschaftlichen Methoden nehmen wir die Kommunikation von Unternehmen und Behörden unter die Lupe. Dabei ist es unser Anliegen, neueste wissenschaftliche Methoden und unsere umfangreiche Praxiserfahrung in optimale Produkte für Sie umzusetzen.

Wir versprechen nicht nur Qualität, sondern bringen auch den Nachweis. Kommunikation ist messbar – Erfolg auch. Es ist unser Antrieb, optimale Lösungen und Ergebnisse für unsere Kunden zu erzielen.

Als Unternehmen stellen wir die Erwartung an uns selbst, beim Thema Verständlichkeit Vordenker und Vorreiter zu sein. Wir wollen das Konzept der Einfachheit in die Welt der Unternehmenskommunikation tragen. Dafür arbeiten wir an innovativen Konzepten und entwickeln Lösungen für die Praxis.

Wir arbeiten in den verschiedensten Branchen. Denn Verständlichkeit und qualitativ starke Kommunikation ist branchenübergreifend ein zentrales Thema. Besonders stark sind wir in der Finanz- und Versicherungsbranche, Verwaltung und Pharmaindustrie vertreten. Zu unseren Kunden zählen DAX-Konzerne, Finanzkonzerne, Verwaltungen aber auch kleine und mittelständische Unternehmen.