



# VGKK spricht Klartext – Kommunikation mit den Kunden in klarer, eindeutiger und verständlicher Sprache



**Doris Brüstle-Fäßler** ist seit dem Jahr 1998 in der Infrastrukturabteilung im Projektmanagement der VGKK tätig. Im Mai 2017 wurde sie mit der Projektleitung von „VGKK spricht Klartext“ beauftragt.



**Robert Henry** ist seit dem Jahr 1990 bei der VGKK und seit 1996 im Direktionsbüro der VGKK tätig. Er ist Kernteammitglied im Projekt „VGKK spricht Klartext“.

Sprache verändert sich laufend. Und damit verbunden auch die Kommunikation im Alltag, im Privatleben und im Beruf. Die Vorarlberger Gebietskrankenkasse (VGKK) ist ein kundenorientiertes Unternehmen. Es ist deshalb wichtig, mit den Kunden (Versicherte, Dienstgeber, Vertragspartner) auf Augenhöhe zu kommunizieren. Dazu gehört eine klare, eindeutige und allgemein verständliche Sprache.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, stellte die VGKK im Vorjahr mit Hilfe von Kommunikationsexperten die gesamte Korrespondenz auf den Prüfstand. Das Motto lautete „VGKK spricht Klartext“. Die Vorgabe: Jedes Schreiben, jede Antwort, die an einen Kunden gerichtet ist, muss so formuliert sein, dass möglichst keine Verständnisfragen offenbleiben. Auf diese Weise erhielten rund 660 Schriftstücke eine Rundum-Erneuerung. Das Folgeprojekt „VGKK Klartext goes online“ bezog sich auf die Website der VGKK. 200 Seiten sind nun in medien-gerechter, leicht verständlicher und serviceorientierter Sprache verfügbar.

Die Klartext-Regeln gelten zudem in der digitalen Kommunikation der VGKK: e-Mail-Korrespondenz, Onlinetexte und Social Media.

Bei den Projekten war es Ziel, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv einzubinden. Viele von ihnen haben sich auch als Klartext-Redakteure direkt an der Umsetzung beteiligt.

## Ausgangssituation

Den Briefverkehr der VGKK prägten Schachtelsätze mit sperrigen Rechtsverweisen. „Beamtendeutsch“ und „Fachchinesisch“ waren charakteristisch. Vor dem Start des Projekts wurden alle Briefvorlagen und Website-Texte erhoben und analysiert. Schon vor dem Projektstart war klar, dass die Vorlagen nicht einfach ein externer Kommunikationsexperte überarbeiten sollte. Klare Vorgabe der Geschäftsführung war: „VGKK spricht Klartext“ muss Teil der Unternehmenskultur werden. Hilfe holte sich die VGKK dazu bei den Experten der Firma clavis in Bregenz. Gemeinsam setzten die Partner den Klartext-Qualitätsmanagement-Prozess auf.

## Die Projektziele von „VGKK spricht Klartext“

- Die schriftliche Kommunikation modernisieren;
- Regeln für eine verständliche Sprache entwickeln;
- Regeln vermitteln
- Fähigkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trainieren
- Rund 660 Briefvorlagen in eine verständliche und kundenorientierte Sprache bringen
- VGKK-Redakteurinnen und -Redakteure bei der Bearbeitung der Texte unterstützen und Qualität sicherstellen
- Bewusstsein für verständliche und serviceorientierte Kommunikation dauerhaft in der Organisation verankern

→ Kundenzufriedenheit erhöhen und Verwaltungsaufwand minimieren

**Die Projektziele von „VGKK Klartext goes online“**

- Rund 200 Website-Texte in eine mediengerechte, leicht verständliche und serviceorientierte Sprache bringen
- Regeln vermitteln
- Fähigkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trainieren
- Den bestehenden Klartext-Leitfaden um Regeln für die digitale Kommunikation erweitern
- Die Kompetenzen für Kommunikation über digitale Medien stärken
- Eine Kommunikations-Mappe erstellen

Große Vorhaben mit vielen Beteiligten erfordern eine klare Projektstruktur. Damit ist gewährleistet, dass jede und jeder Beteiligte weiß, für welche Aufgabe sie bzw. er verantwortlich ist. Die Struktur, die die VGKK von Beginn an festgelegt hat, ist in Tabelle 1 ersichtlich.

Die Aufstellung zeigt den hohen Stellenwert des frühen Einbindens und des ständigen Austausches mit allen Beteiligten. Die Experten haben die Klartext-Regeln mit hohem Praxisbezug und mit Hilfe vieler Beispiele aus der täglichen Arbeit vermittelt. Die zeitnahe Umsetzungsphase ermöglichte es den Redakteurinnen und Redakteuren, das Gelernte schnell in der Praxis anzuwenden. Ihre Fähigkeiten bauten sie durch Feedbackschleifen mit den Experten laufend aus.

**Prozessablauf**

Der Klartext-Prozess umfasste bei den Projekten fünf Stufen:

**Analyse der Texte**

- Bestehende Texte und Regeln für die schriftliche Kommunikation analysieren
- Grundlagen für den Klartext-Leitfaden entwickeln und abstimmen

Tabelle 1: Festgelegte Struktur	
Steuerungsgruppe	
Mitglieder • Direktion VGKK • alle Abteilungsleitungen • Experten extern • Projektleitung	Aufgaben • Definition Projektziele und Prozess-Design • Steuerung des Gesamtprozesses
Clearingcenter	
Mitglieder • Direktion VGKK • Experten extern • Projektleitung	Aufgaben • Entscheidung offener Punkte • Abstimmung in Jour-Fixe-Terminen
Kernteam	
Mitglieder • Projektleitung • zwei fachliche und ein technischer VGKK-Mitarbeiter • Experten extern	Aufgaben • Entwicklung des „VGKK Klartext-Leitfadens“ und der Klartext-Regeln • Abstimmungen mit den Fachabteilungen • Reflexion und Aktualisierung des „VGKK Klartext-Leitfadens“ nach dem Klartext-Prozess • laufende Information aller Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen über den Prozess • Überwachung des Projektfortschritts und Zeitplans
Redaktionsteam	
Mitglieder • Redakteure/Redakteurinnen • Fachgruppenleiter/-innen • Experten extern	Aufgaben • Teilnahme an einem praktischen „Schreibseminar“ • Textanalysen und -verbesserungen • Verantwortung als Klartext-Botschafter in ihren Abteilungen

- Prozesse entwickeln und abstimmen
- 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Projekt „VGKK spricht Klartext“ auswählen
- 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Projekt „VGKK Klartext goes online“ auswählen
- Teammitglieder aus den Fachabteilungen arbeiten als Redakteurinnen bzw. Redakteure sowie als Fachgruppenleiter

**Die Größe des Projektes machte eine strikte Projektstruktur notwendig.**

**Grundlagen erarbeiten und schaffen**

- Klartext-Leitfaden ausarbeiten
- Gemeinsamer Kick-off mit allen Beteiligten.
- Schreibseminare und Mustertexte
- Eine sichere, internetbasierte Kollaborations-Plattform einrichten
- Prozessschritte abbilden
- TextLab-Software installieren

**Verbesserung und Qualitätssicherung**

- Redakteurinnen und Redakteure überarbeiten die Texte
- Feedback durch die Experten von clavis
- Fachgruppenleitung prüft fachlich und gibt frei

**Klartext-Implementierung**

- Alle VGKK-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter über die begleitende interne Kommunikation sensibilisieren und vorbereiten

**PRAXIS-BEISPIELE**

**Hubschraubertransportrechnung**

Sehr geehrte Frau Vorname Familienname,  
 die Voralberger Gebietskrankenkasse übernimmt entsprechend der Satzung eine Kostenerstattung für den Hubschraubertransport im Inland in die nächstgelegene, geeignete Krankenanstalt, sofern die medizinische Notwendigkeit des Flugtransportes durch den vertrauensärztlichen Dienst der Kasse anerkannt wird.  
 Da diese Voraussetzungen in Ihrem Fall nicht gegeben sind und gemäß § 131 Absatz 4 des Allgemeinen Sozialversicherungsgesetzes (ASVG) die Bergungskosten und die Kosten der Beförderung bis ins Tal bei Unfällen in Ausübung von Sport und Touristik nicht ersetzt werden, kann auf die eingereichte Rechnung kein Rückersatz geleistet werden.  
 Wir bedauern Ihnen keine andere Mitteilung machen zu können.  
 Mit freundlichen Grüßen



Arbeitsgruppe Kundenbetreuung

**Kostenerstattung für Hubschraubertransport**

Sehr geehrte Frau Vorname Familienname,  
 Sie haben uns eine Rechnung für einen Transport mit dem Hubschrauber gesendet. Leider können wir Ihnen diese Kosten nicht erstatten.  
 Die Gründe dafür sind: Wir als gesetzliche Krankenversicherung übernehmen die Kosten für Flugrettungseinsätze nur dann, wenn sie medizinisch notwendig waren. Bei Sport- und Touristikunfällen können wir die Kosten der Bergung und der Beförderung ins Tal grundsätzlich nicht erstatten.  
 Auf der folgenden Seite finden Sie allgemeine Informationen, wie Sie nun weiter vorgehen können.  
 Haben Sie noch Fragen zu diesem Thema? Ich berate Sie gerne zu unseren Öffnungszeiten.



Mehrere Faktoren waren für den Erfolg des Projektes verantwortlich.

- Alle neuen Vorlagen in das IT-System nach dessen Freigabe übernehmen
- Online-Stellen aller neuen Web-Texte auf der VGKK-Homepage
- Klartext-Leitfaden überarbeiten und ergänzen
- Klartext-Leitfaden an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verteilen

#### Dauerhafte Verankerung

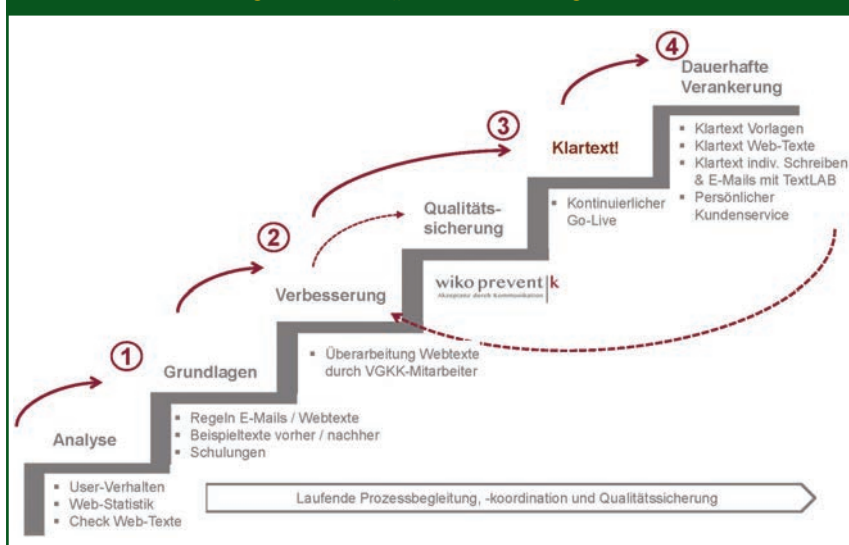
- Klartext- und TextLab<sup>1</sup>-Schulungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Jährliche Auffrischungs-Schulungen für alle Klartext-Redakteurinnen und Redakteure
- Erstellen einer Kommunikations-Mappe für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Abbildungen 1 und 2 machen den Prozessverlauf anschaulich.

Abbildung 1: Prozess „VGKK spricht Klartext“



Abbildung 2: Prozess „VGKK Klartext goes online“



## Erfolgsfaktoren

Mehrere Faktoren machen das Klartext-Projekt zum Erfolg:

### Wissenschaftliche Begleitung

Die Basis bildete ein Auftaktworkshop der Führungskräfte mit Prof. Dr. Frank Brettschneider. Er ist seit dem Jahr 2006 Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaften an der Universität Hohenheim. Der Experte, der auch mit der Firma clavis zusammenarbeitet, erklärte den Nutzen eines solchen Projekts. Gleichzeitig wies er auf die notwendigen Erfordernisse hin.

### Qualitätssteigerung mit der TextLab-Software

Per Knopfdruck misst TextLab (siehe Fußnote 1) die Verständlichkeit der Texte nach dem Hohenheimer Verständlichkeitsindex (HIX). Im Prozess konnten die Redakteure die erreichte Verbesserung gut nachvollziehen. Rund 660 Briefe haben den Klartext-Prozess durchlaufen. Die durchschnittliche HIX-Verbesserung lag bei 8,62 Punkten. Das heißt, die Briefe hatten anfangs einen Durchschnitts-HIX-Wert von 8,44 Punkten, und die Redakteurinnen und Redakteure steigerten den Wert auf 17,06. Der jeweilige Vorher-nachher-Vergleich zeigte die erreichte Verbesserung sehr gut.

Im Projekt „VGKK Klartext goes online“ durchliefen rund 200 Website-Texte den Prozess. Die durchschnittliche HIX-Verbesserung lag bei neun Punkten. Der Wert verbesserte sich von 4,09 auf 13,09 Punkte.

### Vermittlung mit hohem Praxisbezug

Verständliche Sprache lässt sich mit einigen wenigen einprägsamen Regeln gut vermitteln. Die Umsetzung im beruflichen Alltag ist ungleich schwerer. Hier ist der Bezug zu den konkreten Themen und Kommunikationsanlässen entscheidend, ein kritischer Blick auf die eigenen Texte und die ersten Versuche, den Text selbst zu verbessern. Ein Schlüsselerlebnis waren die Mustertexte, die aus den eigenen Vorlagen entwickelt wurden. Der Vergleich zwischen vorher und nachher sowie die Frage „Was brauchen die VGKK-Kunden wirklich?“ waren dabei besonders hilfreich. Wichtig sind auch Formulierungsvorschläge und Textbausteine.

### Persönlicher Austausch und Vernetzung

Ein Klartext-Projekt steht und fällt mit dem persönlichen Austausch. Alle Redakteure wurden von externen Qualitätsmanagern, die die Themen und Sachverhalte eines jeden einzelnen Redakteurs kannten, individuell betreut. Bei den Klartext-Treffen tauschten die Redakteurinnen und Redakteure

<sup>1</sup> TextLab ist eine Software für eine verständliche und kundenfreundliche Unternehmens-Kommunikation. Es wird seit dem Jahr 2006 von der H& H Communication Lab GmbH in Zusammenarbeit mit der Universität Hohenheim entwickelt. Mit der Software lassen sich Texte auf verschiedenen Merkmale untersuchen. Per Knopfdruck misst TextLab die Verständlichkeit der Texte nach dem Hohenheimer Verständlichkeitsindex (HIX). Ein hoher HIX-Wert steht für eine hohe Verständlichkeit. Die Skala reicht von 0 bis 20.

ihre Erfahrungen aus. Fragen und heikle „Fälle“ besprochen und lösten wir. So entstand im Prozess zusätzliche Dynamik und ein Mehrwert für alle Beteiligten.

**Klartext als Lernprozess – Redakteure werden Botschafter**

Das Projekt „VGKK spricht Klartext“ war von Anfang an als Lernprozess konzipiert. Mit zunehmender Erfahrung entwickelten sich die Redakteurinnen und Redakteure zu Klartext-Botschaftern. An ihre Kolleginnen und Kollegen gaben sie ihr Wissen weiter. In jeder Fachabteilung gibt es Klartext-Botschafter, die ihr Wissen auch bei der Kommunikation mit unseren Kunden anwenden. Sei es schriftlich, per E-Mail, persönlich am Schalter oder am Telefon.

**Interne Kommunikation**

Wir halten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die Initiative „VGKK spricht Klartext“ ständig auf dem Laufenden. Dies ist uns sehr wichtig. Deshalb richteten wir im VGKK-Intranet eine eigene Rubrik ein. Zusätzlich erhalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter regelmäßig E-Mails mit Klartext-Tipps.

Anfang Jänner 2018 verteilten wir den Klartext-Leitfaden in Papierform. Dieser dient als Wegweiser. Wir erstellten zusätzlich noch ein Klartext-Magazin. Dieses erhielten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Ende Jänner 2018.

Die neuen Regeln aus dem Projekt „VGKK Klartext goes online“ arbeiten wir in den bestehenden Leitfaden ein. Noch im Frühjahr erhalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Mappe mit den VGKK-Kommunikationsregeln.

Klartext ist heute Teil der Unternehmensphilosophie. Eine interne Qualitätssicherung prüft stichprobenartig die ausgehenden Briefe auf die Anwendung der Klartext-Regeln.

Zum Projektabschluss bewerteten die Teammitglieder die Unterstützung im Prozess. Die besten Bewertungen erreichten die Schreibseminare und der Klartext-Leitfaden. Dem folgten die Mustertexte und der Kick-off-Workshop. Das Qualitätsmanagement von clavis erhielt den Wert 1,9 (die Bewertung erfolgte entsprechend den Schulnoten von 1 bis 5). Der Klartext-Prozess wirkte sich positiv auf die Serviceorientierung der Redakteurinnen und Redakteure aus. So erreichte die Aussage „Das Projekt hat mein Bewusstsein für die Bedürfnisse der Kunden gestärkt“ eine Zustimmung von 1,7<sup>2</sup>. Mit einem Mittelwert von 1,9 stimmten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer folgender Aussage zu: „Ich kann die Erfahrungen aus dem Projekt auch bei anderen Kommunikationsanlässen gut einsetzen.“

**Teil der Unternehmenskultur**

Standardvorlagen und -texte bleiben nicht die einzigen Texte, die klargetextet werden. Dazu kommt noch eine Reihe individueller Texte. Das sind zum Beispiel:

- Individuelle Texte an unsere Kunden, Behörden, Ämter und andere Partnern
  - Informationsbroschüren
  - Bescheide
  - Berichte für Sitzungen der Verwaltungskörper
- Um das zu erreichen, folgte der Wandel vom abgeschlossenen Projekt zur laufenden Initiative. Zusätzlich zu den Redakteurinnen und Redakteuren durchliefen weitere 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Schulungen. Alle neu eintretenden Mitarbeiter werden ebenso geschult.

**Bescheide**

Nach Gesprächen und Schulungen mit den Juristen fand Klartext auch Eingang in die Bescheide. Die Ergebnisse im Detail:

- Die Rechtssicherheit muss gewahrt bleiben.
- Bescheide werden klargetextet. Der sonst vorgegebene HIX-Wert ist jedoch nicht maßgeblich.
- Es erfolgt eine Begründung in Kurzform. Das heißt, in einer Kurzbegründung steht in verständlicher Sprache der rechtliche Verweis.
- In komplexen Fällen führen wir eine Chronologie an.
- Für die Rechtsmittelbelehrung gibt es klargetextete Standards. Diese werden als Textbausteine verwendet.<sup>3</sup>

Klartext wurde Teil der Unternehmensphilosophie der VGKK.

<sup>2</sup> Die Skala reicht von 1 = „ganz und gar“ bis 5 = „überhaupt nicht“.  
<sup>3</sup> PS: Dieser Artikel hat einen Wert von 11 auf dem Hohenheimer Verständlichkeitsindex.



## Was sagen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?



„Unser Ziel ist es, uns als moderner und kundenorientierter Dienstleister zu präsentieren. Dabei ist besonders wichtig, dass wir mit unseren Kunden freundlich und verständlich kommunizieren. Das Projekt ‚VGKK spricht Klartext‘ war für alle Beteiligten eine Herausforderung. Wir sind stolz auf unsere Leistung und freuen uns, das gewonnene Wissen nun weiter zu verankern und zu leben.“

Mag. Christian Weiß (Bereichsleiter Allgemeine Verwaltung, VGKK)



„Nach einer kurzen Eingewöhnungszeit war es kein Problem mehr, die Formulare Klartext-konform zu gestalten. Dabei war für mich die Trennung zwischen Floskeln und Fachbegriffen die größte Herausforderung.“

Markus Hämmerle (Redakteur, VGKK)



„Uns hat am meisten erstaunt, wie schnell die Redakteurinnen und Redakteure der VGKK viele Tipps und Hinweise in leicht verständliche Sätze umwandeln konnten. Der persönliche Kontakt hat uns sehr geholfen und das Verständnis füreinander hat den Prozess wesentlich erleichtert.“

Mag. Marie Bohm (Qualitätsmanagement, clavis Bregenz)

### Wie geht es mit „VGKK spricht Klartext“ weiter?

In die Umsetzungsphase des zweiten Projekts „VGKK Klartext goes online“ fiel die Gesetzgebung zur Zusammenlegung der Gebietskrankenkassen (GKKs) zur Österreichischen Gesundheitskasse (ÖGK). Das führte zur Frage der Sinnhaftigkeit des Projekts. Schließlich war und ist nicht gesichert, ob die klargetexteten Websites überhaupt Bestand haben werden. Trotz dieser Unklarheit hat sich die VGKK entschlossen, das Projekt im Interesse ihrer Kunden umzusetzen.

Für diese Entscheidung gab es mehrere Gründe.

Unter anderem häuften sich Beschwerden von Unternehmerseite über unfreundliche Schreiben. Und dann hatte das VGKK-Projekt zudem einen kleinen Schönheitsfehler. Die VGKK überarbeitete zwar rund 600 eigene Briefe und 200 Web-Texte, aber nicht die Briefe aus den Standardprodukten der Sozialversicherung.

Aus Sicht der VGKK sollte die ÖGK die Chance auf eine Kommunikation mit ihren Kunden auf Augenhöhe nutzen und das Klartext-Projekt auch für die Standardprodukte und die gesamten Web-Texte umsetzen. Immerhin sprechen die Erfolge für sich: wissenschaftlich belegt und messbar.

Verständliche Sprache wird in allen Lebensbereichen immer wichtiger.

## Interview mit Prof. Dr. Frank Brettschneider

*Welchen Stellenwert hat verständliche Sprache heutzutage in Unternehmen und großen Institutionen? Und wie hat sich das in Ihrer Wahrnehmung in den letzten Jahren entwickelt?*

**Prof. Dr. Brettschneider:** Verständliche Sprache wird immer wichtiger. Wenn Produkte, Dienstleistungen und Preise ähnlicher werden, benötigen Unternehmen andere Unterscheidungsmerkmale im Wettbewerb. Dazu gehört die Reputation, also der gute Ruf. Und dazu gehört auch eine verständliche Sprache. Zudem sind die Bürgerinnen und Bürger anspruchsvoller geworden. Wenn sie etwas nicht verstehen, sehen sie die Ursache dafür nicht mehr in erster Linie bei sich, sondern beim Absen-

der der Kommunikation. Und drittens: Nur wer verstanden wird, kann überzeugen. Die meisten Vorstandsvorsitzenden der DAX-30-Unternehmen halten sich daran. Wir untersuchen seit dem Jahr 2012 ihre Reden auf den Jahreshauptversammlungen: Sie sind im Durchschnitt von Jahr zu Jahr verständlicher geworden.

*Was sind die besonderen Herausforderungen im Gesundheitssektor, was verständliche Sprache angeht? Wie ist da das Projekt der VGKK einzuordnen?*

**Prof. Dr. Brettschneider:** Im Gesundheitssektor gilt wie im Banken-Bereich: Es gibt umfangreiche staatliche Regulierungen. Der Gesetzgeber

schreibt hier oft bestimmte Formulierungen vor. Aber Texte, die sich an Versicherte richten, können rechtssicher und verständlich zugleich sein. Kein Gesetz dieser Welt legt fest, dass nur verschachtelte Bandwurmsätze rechtssicher sind. Und Fachbegriffe, die sich nicht vermeiden lassen, können wenigstens für Laien erläutert werden, denn dadurch können Rückfragen deutlich reduziert werden. Aus unseren Untersuchungen wissen wir, dass es bis zu 30 Prozent weniger Rückfragen gibt, wenn Informationen klar und verständlich formuliert werden. Dass verständliche Kommunikation im Gesundheitswesen funktioniert, zeigt besonders auch das Klartext-Projekt der VGKK. Den Vorarlbergern ist es gelungen, sowohl gesetzliche Vorgaben als auch medizinische Fachbegriffe verständlich zu vermitteln.

*Wenn sich eine Krankenversicherung vornimmt, ab sofort Klartext zu sprechen und zu schreiben, wie muss dieser Veränderungsprozess gestaltet werden?*

**Prof. Dr. Brettschneider:** Hier müssen viele Schritte ineinandergreifen. Das fängt mit der klaren Aussage des Vorstands an, dass ihm Verständlichkeit sehr wichtig ist. Es setzt sich dann auf allen Ebenen der Organisation fort: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen für Verständlichkeit sensibilisiert werden. Das ist gar nicht so schwer. Denn die meisten Menschen formulieren ja nicht absichtlich unverständlich. Ferner braucht man eine Bestandsaufnahme der Verständlichkeit der eigenen Texte – systematisch und verlässlich. Dann ist festzulegen, welche Texte in welcher Reihenfolge umgeschrieben werden sollen. Auch brauchen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Unterstützung bei der Klartext-Aufgabe. Hier hilft vor allem ein Verständlichkeitsprogramm, das auf Verständlichkeitshürden hinweist – wie ein Rechtschreibprogramm auf Schreibfehler. Und schließlich sollten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über ihre Erfahrungen austauschen und voneinander lernen. Evaluationen können hierfür wichtige Hinweise geben.

*Wie bewerten Sie vor diesem Hintergrund, was die VGKK gemacht hat?*

**Prof. Dr. Brettschneider:** Die VGKK hat alles richtig gehandelt. Sie versteht verständliche Kommunikation nicht als einmaliges Projekt, sondern als Daueraufgabe. Und sie versteht verständliche Kommunikation als Dienstleistung für die Versicherten. Die Haltung stimmt. Die Abläufe für das verständliche Kommunizieren stimmen auch. Das ist wirklich vorbildlich.

*Wichtig bei diesem Wandel ist, dass die Haltung nachhaltig verankert wird. Die VGKK setzt dabei unter anderem auf Redakteure als Botschafter, die*

*dabei helfen, den Prozess in die gesamte Organisation zu tragen. Was ist noch wichtig?*

**Prof. Dr. Brettschneider:** Redakteure als Klartext-Botschafter in der Organisation zu haben, ist sehr gut. Wichtig ist ferner, Verständlichkeitsfortschritte sichtbar zu machen und Erfolge beim Klartexten zu feiern. Die Unternehmensführung muss immer wieder daran erinnern, dass es sich um eine Daueraufgabe handelt. Und sie kann Impulse setzen. Andernorts hat sich auch bewährt, mit einem Kundenbeirat über weitere Anforderungen an kundenfreundliche, verständliche Texte zu reden.



### Kurzporträt Prof. Dr. Frank Brettschneider

Prof. Dr. Frank Brettschneider ist einer der führenden Kommunikationsexperten im deutschsprachigen Raum. Seit dem Jahr 2006 ist er Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft, speziell Kommunikationstheorie, an der Universität Hohenheim. Seine Forschungsschwerpunkte umfassen neben der Verständlichkeitsforschung die Kommunikation bei Bau- und Infrastrukturprojekten, die politische Kommunikation und das Kommunikationsmanagement. Besonders wichtig ist ihm die Verbindung von Wissenschaft und Praxis.