



## **PRESSEINFORMATION**

**Ulm, 25. Februar 2020**

### **E-Mobilität: Alles (un)klar für Stadtwerke-Kunden?**

**Die Verkehrswende hin zu E-Mobilität kommt nur langsam voran. Das liegt an der Komplexität des Themas – und möglicherweise auch daran, wie es vermittelt wird. Darauf deuten die Ergebnisse einer Studie hin, die das Institut H&H Communication Lab zusammen mit der Universität Hohenheim durchgeführt hat. Demnach könnten viele der untersuchten 30 Stadtwerke ihre Kundeninformationen deutlich verständlicher aufbereiten.**

Mal leicht lesbar, mal auf dem Niveau einer Doktorarbeit: Die Verständlichkeit der Informationen zur E-Mobilität schwankt den Studienautoren zufolge sehr stark. „Einige Stadtwerke verspielen so die Chance, die E-Mobilität und die Akzeptanz der Ladelösungen voranzubringen“, fasst Oliver Haug, Geschäftsführer des Communication Lab, die Ergebnisse zusammen: „Durch verschachtelte ‘Satzmonster’, Wortungetüme, Fachbegriffe und Passivsätze bleiben die Informationen abstrakt, können keine Nähe zum Adressaten aufbauen und wirken nicht echt.“

Dabei sind viele „Fallstricke“ für die gute Verständlichkeit hausgemacht – und liegen nicht am Thema E-Mobilität. Dazu gehören lange Sätze, ein passiver Sprachstil und Formulierungen mit vielen Floskeln. „Am häufigsten stören jedoch lange, verschachtelte Sätze mit zu vielen Informationen die Verständlichkeit“, erläutert Professor Dr. Frank Brettschneider vom Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim. „Teilweise gab es Sätze mit mehr als 60 Wörtern.“

Doch es gibt auch positive Beispiele. Am verständlichsten haben der Studie zufolge die Stadtwerke Bremen (SWB) ihre Kundeninformationen aufbereitet. Auch die Energieversorgung Oberhausen (EVO) und die Energieversorgung Hildesheim (EVI) konnten mit klarer Sprache punkten. Einige andere Produktinformationen dagegen waren ähnlich komplex formuliert wie ein wissenschaftlicher Fachtext.

#### **Verständlichkeit als Chance**

Die Experten empfehlen den Stadtwerken deshalb, die Sprache klarer an den Adressaten auszurichten. Um Verständlichkeit zu erreichen, gibt es einige Grundregeln. Dazu gehört, kurze und deutliche Sätze zu formulieren, möglichst auf Fach- und Fremdwörter sowie auf unübliche Anglizismen zu verzichten. Auch Passivsätze und



Nominalstil tragen zu einer sprachlichen Barriere zwischen Unternehmen und Kunden bei. „Wir empfehlen auch immer, dass die Sprache einen höheren Stellenwert im Unternehmen bekommt. Denn verständliche Sprache kann viel zum guten Ruf eines Unternehmens beitragen und Vertrauen und Glaubwürdigkeit verbessern“, so Sprachforscher Haug.

### **Hintergrund zur Textanalyse**

Möglich werden diese Analysen durch die von H&H Communication Lab und von der Universität Hohenheim entwickelte Software TextLab. Die Software berechnet verschiedene Lesbarkeitsformeln sowie Textfaktoren, die für die Verständlichkeit von Bedeutung sind. Das sind zum Beispiel Satzlängen, Wortlängen, Schachtelsätze und der Anteil abstrakter Wörter. Aus diesen Werten setzt sich der „Hohenheimer Verständlichkeits-Index“ zusammen, der die Verständlichkeit der Texte auf einer Skala von 0 (unverständlich) bis 20 (sehr verständlich) abbildet. Dazu kommen noch Tonalitätsprüfungen, mit denen gemessen werden kann, wie persönlich oder unpersönlich ein Kunde angesprochen wird.

### **Kontakt:**

H&H Communication Lab GmbH  
Oliver Haug  
Hindenburggring 31  
89077 Ulm  
Telefon: +49 731 932 84-11  
E-Mail: [o.haug@comlab-ulm.de](mailto:o.haug@comlab-ulm.de)  
Internet: [www.comlab-ulm.de](http://www.comlab-ulm.de)

### **Über die H&H Communication Lab GmbH**

Die H&H Communication Lab GmbH ist ein inhabergeführtes Institut für Verständlichkeit. Seit 2006 entwickelt das Institut Lösungen zur Verbesserung der Kommunikation von Unternehmen. Hierzu werden neueste wissenschaftliche Erkenntnisse genutzt und eigene Forschungen betrieben. Das Institut hat sich auf die Analyse, Bewertung und Optimierung von Kommunikation spezialisiert. Es berät Unternehmen in allen Fragen rund um die kundenfreundliche und verständliche Informationsvermittlung. Das Institut ist in den verschiedensten Branchen tätig. Zu den Kunden zählen DAX-Konzerne, Finanzkonzerne und Verwaltungen, aber auch kleine und mittelständische Unternehmen.

### **Über TextLab**

TextLab ist eine Software, mit der Texte per Knopfdruck auf Verständlichkeit, Terminologie, Kundenansprache und Sprachstil analysiert werden können. Die Funktionen basieren auf wissenschaftlichen Methoden und Verfahren. Das Programm ist vielseitig einsetzbar und auch für Nutzer ohne technisches Spezialwissen einfach zu bedienen. TextLab bewertet die Qualität der Texte und ermittelt, ob sie für die jeweiligen Zielgruppen geeignet sind. TextLab deckt Schwachstellen im Text auf, liefert Hinweise zur Optimierung und unterstützt bei der Verbesserung.