



PRESSEINFORMATION

Ulm, 22. September 2020

H&H Communication Lab übernimmt Corporate Wording® von Hans-Peter Förster

Digitalisierung der Wirtschaft voranbringen: Führende Spezialisten für Unternehmenssprache zukünftig unter einem Dach

Sprache als Teil der Unternehmensidentität: Immer mehr Unternehmen und Marken setzen auf ein eigenes „Wording“ – etwa um sich von anderen abzuheben und Botschaften treffsicher zu formulieren. Dass Corporate Wording für Firmen wichtig und sinnvoll ist, hat Hans-Peter Förster schon Anfang der 1990er Jahre erkannt. Jetzt übernimmt die H&H Communication Lab GmbH das Lebenswerk des Sprachpioniers. Durch die Integration in die TextLab Software entsteht ein einzigartiges Werkzeug, um die Digitalisierung der Wirtschaft voranzubringen.

Hans-Peter Förster ist Deutschlands wohl bekanntester Experte für Corporate Wording. Vor 25 Jahren hat er diesen Begriff geprägt und markenrechtlich schützen lassen. Im Mittelpunkt steht dabei der Mitteilungsinhalt von Sprache. Wie drückt das Unternehmen Sachverhalte aus? Und welche Botschaften kommen bei den Kunden tatsächlich an? In zahlreichen Büchern und Beiträgen hat Förster seine Philosophie dargestellt. Hinzu kamen Lehraufträge an Hochschulen und die direkte „Spracharbeit“ mit Unternehmen.

Doch mit 66 Jahren gibt er das Unternehmen jetzt in die Hände der Sprachprofis vom Communication Lab. Wichtig war ihm dabei, dass sein Konzept und seine Anwendungen in die Methoden und Tools des Instituts einfließen. „Speziell unsere 4-Farben-Sprachmethode ergänzt das Leistungsspektrum von Communication Lab und die Software TextLab perfekt“, erläutert Förster seine Beweggründe.

Mehr Anwendungsmöglichkeiten in TextLab

Für das 2006 gegründete Communication Lab ist diese „Staffel-Übergabe“ ein echter Gewinn – und ein weiterer Schritt auf dem langjährigen Wachstumskurs. „Corporate Wording hat innovativen Lösungen entwickelt und umfangreiche Wortschätze erfasst. Damit können wir unsere Textoptimierungs-Software TextLab noch einmal deutlich erweitern und viele neue Funktionen anbieten“, betont Dr. Anikar Haseloff, Geschäftsführer von Communication Lab und verantwortlich für TextLab. Dabei geht es vor allem um psychologische Komponente der Zielgruppenanalyse, die die sprachwissenschaftliche Methode von TextLab erweitert. Damit ist das Tool in dieser Form in Deutschland einzigartig.

Neue Wege der Corporate Language

Bislang gehörten Communication Lab und Corporate Wording als Wettbewerber zu den führenden Dienstleistern, wenn es um die Entwicklung und Umsetzung von Sprachkonzepten ging. Durch den Erwerb von Corporate Wording baut Communication Lab seine Stellung im Markt nun weiter aus. „Die Erweiterung unseres Corporate Language Ansatzes um die Ansätze von Corporate Wording bietet uns ein noch breiteres Methodenportfolio. So können wir



für Unternehmen und Marken eigene, ganz individuelle Sprachdesigns erstellen“, ist Oliver Haug, Geschäftsführer von Communication Lab und verantwortlich für den Bereich Corporate Language, überzeugt.

Mit Andreas Förster konnte Communication Lab zudem den langjährigen Co-Partner von Corporate Wording® als Senior Consultant gewinnen. Für seinen Vater ist das das Tüpfelchen auf dem i. „Ich schätze es außerordentlich, dass mein Werk von einem kompetenten Team aus kreativen Wissenschaftlern und erfahrenen Praktikern weitergeführt wird. Und besonders großartig ist, dass mein Sohn meinen bisherigen Kunden erhalten bleibt. Die ‚1. Adresse‘ (und einzige) für Corporate Wording und Corporate Language ist nun in Ulm.“

H&H Communication Lab im Profil

Das Communication Lab entstand 2006 aus der universitären Forschung heraus. Von Anfang an standen dabei Verfahren zur Messung und Optimierung von Verständlichkeit und Corporate Language im Fokus. Heute unterstützt das Communication Lab Unternehmen und Behörden dabei, ihre schriftliche Kommunikation klar, markenkonform, modern und verständlich zu gestalten.

Ein wichtiger Baustein ist dabei die Software TextLab, entwickelt von Communication Lab und der Universität Hohenheim. TextLab ist die führende deutschsprachige Plattform für Verständlichkeit und Corporate Tonality. Der „Hohenheimer Verständlichkeits-Index“ hat sich deutschlandweit als Standard für die Messung von Verständlichkeit durchgesetzt. Mit dem „Corporate Language Index“ hat man zudem eine Methode entwickelt, wie Unternehmen die Umsetzung der eigenen Sprachregeln in jedem Dokument auf Knopfdruck messen können.

Zu den Kunden zählen DAX-Konzerne, Finanzkonzerne, Energieversorger, Krankenkassen und Verwaltungen, aber auch kleine und mittelständische Unternehmen.

Hans-Peter Förster und Corporate Wording® im Profil

Hans-Peter Förster begründete Corporate Wording bereits Anfang der 90er Jahre. Seine Kernbotschaft „Identität braucht eine klare Sprache“ veränderte das Verständnis für Unternehmenssprache – spätestens mit der Veröffentlichung seines CW-Standardwerks im Jahr 1994. Hans-Peter Förster ist Autor von über 40 Fach- und Sachbüchern – auch außerhalb des Themenfelds einer ganzheitlichen Unternehmenssprache.

Zuvor hatte Hans-Peter Förster bereits in den 80er Jahren Pionierarbeit geleistet, als er die Methode der 4-Farben-Sprache entwickelte. Seine Unternehmung führte er seit zehn Jahren gemeinsam mit seinem Sohn Andreas, CW-Partner und Projektleiter.

Kontakt:

H&H Communication Lab GmbH

Dr. Anikar Haseloff

Am Hindenburgring 31 – 89077 Ulm

Tel.: +49 731 9328412 – Fax: +49 731 9328421

E-Mail: a.haseloff@comlab-ulm.de

Web: www.comlab-ulm.de