



Pressemeldung

Kundenkommunikation von Automobil-Herstellern im Vergleich Volvo hat die verständlichsten Produktbeschreibungen

München, 14.09.2015. Wie verständlich präsentiert sich die Automobil-Branche? Wie reagieren Unternehmen der Branche auf direkte Kunden-Anfragen? Diese und weitere Fragen untersucht eine neue Studie von Iskander Business Partner, der Universität Hohenheim und H&H Communication Lab. Das Ergebnis: Automobil-Hersteller schreiben oft nur schwer verständliche FAQs und Produktbeschreibungen zur Car Connectivity. Nur die E-Mail-Kommunikation schneidet insgesamt sehr verständlich ab.

Meldung [hier](#) twittern: Studie von #IBP, @UniHohenheim und H&H Communication Lab zeigt: Automobilhersteller kommunizieren unverständlich <http://bit.ly/IBP-HIX>

Vor allem große Automobilhersteller weiten ihre Modellpaletten aus und auch durch die zunehmende Vielfalt an digitalen Features wird Kundenkommunikation nicht leichter. Daher müssen die Unternehmen abseits von Design, Fahrleistung oder Preis punkten. „Aus unserer langjährigen Erfahrung im CRM und im Lead-Management der Automobilbranche wissen wir, dass eine einfache, relevante Kommunikation mit den Kunden eine zentrale Rolle einnimmt“, erklärt Ben Hagelauer, Berater bei Iskander Business Partner. „Besonders den neuen Technologien rund um Connected Car stehen viele Kaufinteressenten skeptisch gegenüber. Dabei schlummert hier großes Potenzial für die Automobilhersteller: Wer es schafft, neue Features gut verständlich zu vermitteln, kann die Kunden mit ins Boot holen und sich von der Konkurrenz absetzen.“

Barrieren der Verständlichkeit

Häufig werden Texte mit Mammut-Sätzen und Wort-Ungetümen gespickt. Beispiele nennt Oliver Haug vom Communication Lab: „Produktbeschreibungen voll mit Wörtern wie Kraftfahrzeug-Haftpflichtversicherungsbeiträge strengen an und machen nicht gerade Lust auf mehr. Kommen dazu noch endlose Sätze und Anglizismen, verabschiedet sich der Leser schnell“. Ein gutes Beispiel zeigt folgender Satz:

„Außerdem ist das Abspielen von Musik auf der Headunit via Bluetooth Audiostreaming möglich, wenn das Mobiltelefon ein Bluetooth fähiges Gerät mit A2DP-Standard ist.“

Auch komplexe Sachverhalte ließen sich verständlich kommunizieren, wenn bestimmte Regeln eingehalten würden, sagt Oliver Haug. Prof. Dr. Frank Brettschneider ergänzt: „Eine verständliche Sprache ist kein Luxus, den sich Unternehmen leisten, wenn sie sonst nichts zu tun haben. Produkte können noch so gut sein – wenn sie sprachlich nicht passend vermittelt werden, bleibt viel Potenzial auf der Strecke.“

Hohenheimer Verständlichkeits-Index

Die Verständlichkeits-Studie analysiert drei typische Textsorten in der Kundenkommunikation von Unternehmen: Produktbeschreibungen, FAQs und E-Mails. Die Texte von 14 Unternehmen wurden mit der Sprach-Software TextLab auf ihre formale Verständlichkeit untersucht. Bewertet wurden sie mit dem Hohenheimer Verständlichkeits-Index. Auf einer Skala von 0 (sehr schwer verständlich) bis 20 (sehr leicht verständlich) misst dieser Index die Verständlichkeit. Wichtige Kriterien sind unter anderem: kurze Sätze, aktiver Sprachstil und Vermeidung von Anglizismen sowie langen, zusammengesetzten Begriffen.



Größte Bandbreite bei Produktbeschreibungen zur Car Connectivity

Produktbeschreibungen weisen die größte Bandbreite an Verständlichkeits-Werten auf: Den ersten Platz erzielt Volvo, auf dem letzten Platz findet sich Audi. Mit 18,5 Punkten liegt der Spitzenreiter fast 14 Punkte vor dem Letzten mit 4,7 Punkten. Im Durchschnitt erreichen die Produktbeschreibungen 8,8 Punkte und verpassen damit deutlich den Zielwert von 16 Punkten.

E-Mails sind am verständlichsten

Um die E-Mail-Kommunikation zu testen, wurden die Unternehmen mit typischen Kundenanfragen konfrontiert. Im Schnitt erzielten die E-Mail-Antworten 14,3 Punkte. Den besten Verständlichkeits-Wert in dieser Kategorie erzielt VW mit 18,1 Punkten (sehr verständlich). Die beste FAQ liegt bei 14,9 Punkten und stammt von Audi. Durchschnittlich sind die FAQs mit 11,3 Punkten etwas verständlicher als die Produktbeschreibungen.



















Aufschlussreich sind nicht nur die Ergebnisse zur Verständlichkeit, sondern auch zur allgemeinen Kundenorientierung. Verbesserungsbedarf besteht noch bei den Reaktionszeiten einiger Unternehmen: So antwortete ein Unternehmen im Untersuchungszeitraum auf eine Frage gar nicht. Am schnellsten geantwortet haben Audi, Dacia und Fiat.

Die Projektpartner

Die Studie wurde von Iskander Business Partner zusammen mit der Uni Hohenheim sowie H&H Communication Lab durchgeführt. Der Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Kommunikationstheorie, untersucht die Verständlichkeit der Kommunikation von Parteien, Unternehmen und Massenmedien. Die H&H Communication Lab GmbH ist ein inhabergeführtes Institut für Verständlichkeit und entwickelt seit 2006 Lösungen zur Verbesserung der Kommunikation von Unternehmen.

Die Ergebnisse der Studie [„Wie verständlich kommunizieren Unternehmen der Automotive-Branche“](http://i-b-partner.com/) steht ab sofort unter <http://i-b-partner.com/> zum Download zur Verfügung.



HIX-RANKING*	Car Connectivity Features	FAQ	E-Mails
Rang 1	 18,5	 14,9	 18,1
Rang 2	 12,9	 14,4	 17,9
Rang 3	 11,8	 13,4	 17,2
Rang -3	 6,2	 9,0	 11,1
Rang -2	 5,2	 8,6	 10,9
Rang -1	 4,7	 8,0	 8,4
Gesamt	Σ 14 Ø 8,8	Σ 14 Ø 11,3	Σ 13 Ø 14,3

* Der Hohenheimer Verständlichkeits-Index reicht von 0 (sehr schwer verständlich) bis 20 (sehr leicht verständlich) □ schwer verständlich □ weitgehend verständlich □ leicht verständlich

Ranking nach Hohenheimer Verständlichkeits-Index (HIX): Dieser misst die Verständlichkeit auf einer Skala von 0 (sehr schwer verständlich) bis 20 (sehr leicht verständlich).

Über Iskander Business Partner GmbH

Die [Iskander Business Partner GmbH](http://www.iskanderbusinesspartner.com) wurde 2005 gegründet und ist eine internationale Unternehmensberatung mit dem Fokus auf Marketing, Vertrieb und CRM sowie Customer Service. Zu ihren Spezialdisziplinen zählen die Konzeption und End-to-End-Implementierung von Wachstumsprojekten in der High-Tech-Branche. Der Branchenfokus liegt in den Bereichen Telekommunikation, Automotive, Media und Entertainment sowie E-Commerce. Mit kompetenten und unternehmerisch denkenden Beratern begleitet und unterstützt Iskander Business Partner seine Kunden interdisziplinär und auf allen Unternehmensebenen. Dabei werden ergebnisorientierte Konzepte für Produkt-, Marketing-, Vertriebs- und CRM-Strategien gemeinsam mit den Geschäftspartnern entwickelt und zur erfolgreichen Umsetzung begleitet. Vertrauen, Zuverlässigkeit und Effizienz bilden die Eckpfeiler der gesamten Unternehmensphilosophie von Iskander Business Partner und spiegeln sich in der Arbeit jedes einzelnen Beraters wider.

Folgen Sie Iskander Business Partner

Facebook: www.facebook.com/IskanderBusinessPartner

XING: <http://www.xing.com/companies/iskanderbusinesspartnergmbh>

LinkedIn: www.linkedin.com/company/iskander-business-partner

Pressekontakt:

Fortis PR

Monika Riedl

i-b-partner@fortispr.de

089/45 22 78 - 16