

WHITEPAPER

EINFACH VERSTÄNDLICH

**ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN
MIT ZIELGRUPPENGERECHTER SPRACHE**



INHALT

1. WARUM LEICHE SPRACHE?	03
1.1. 32 PROZENT MIT LESESCHWÄCHEN	03
1.2. UNTERSCHIEDLICHSTE GRUPPEN BETROFFEN	04
1.3. HÖHERE KOSTEN DURCH UNVERSTÄNDLICHE KOMMUNIKATION	04
1.4. SPRACHNIVEAU VS. KOMPETENZNIVEAU	04
2. VON DER STEUERERKLÄRUNG BIS ZUM BEIPACKZETTEL	06
2.1. UNVERSTÄNDLICHKEIT SCHWÄCHT DAS VERTRAUEN	06
2.2. INFORMATIONS-BARRIEREN	08
2.3. EINFACHE SPRACHE WIRKT – FÜR ALLE BRANCHEN UND MÄRKTE	08
3. WAS IST LEICHE/EINFACHE SPRACHE?	09
3.1. DIE REGELN FÜR LEICHE SPRACHE	09
3.2. NACHRICHTENTEXTE IM VERGLEICH	13
3.3. GRAFIKEN IM VERGLEICH – AUS „SCHWER“ MACH „LEICHT“	16
3.4. DAS STUFENMODELL „LEICHT LESEN“	17
3.5. EIN ÜBERBLICK ÜBER DIE FORMATE	18
3.6. UMSETZUNGSIDEEN	18
3.7. APA-SERVICES IN EINFACHER SPRACHE	18
4. TOP-TIPPS FÜR LEICHT VERSTÄNDLICHE INFORMATIONEN	19

1. WARUM LEICHE SPRACHE?

Ratlosigkeit und Verwunderung: Das sind oft die ersten Reaktionen, wenn Menschen mit dem Thema „leichte Sprache“ konfrontiert werden. „Das klingt ja komisch!“ oder „Wer braucht denn so was?“ sind die Sätze, die oft zu hören sind. Und immer wieder wird auch gleich der Verfall der deutschen Sprache als drohendes Szenario an die Wand gemalt. Tatsächlich sind Texte in leichter Sprache beim ersten Lesen durchaus irritierend, unterscheiden sie sich doch deutlich vom „normalen“ Ursprungstext. Da ist es naheliegend, nach dem Warum zu fragen.

Eine wissenschaftliche Antwort gibt die sogenannte Level-One-Studie (LEO) der Universität Hamburg aus dem Jahr 2018. Die LEO-Studie untersucht die Literalität der Deutsch sprechenden erwachsenen Bevölkerung in Deutschland – das heißt, ihre Lese- und Schreibkompetenzen. Dafür wurden knapp 7.200 Personen im Alter von 18 bis 64 Jahren befragt und auf ihre Kompetenzen getestet. Zusätzlich wurde erhoben, welche Auswirkungen mangelnde Lese- und Schreibkompetenz auf die gesellschaftliche Teilhabe und den Alltag haben können.

1.1. 32 PROZENT MIT LESESCHWÄCHE

Die Ergebnisse der LEO-Studie 2018 sind überraschend, ja sogar erschütternd. Rund 12 Prozent der Befragten erreichen maximal das Sprachniveau Alpha 3. Auf diesem Niveau sind Menschen in der Lage, einzelne Sätze zu lesen und zu schreiben. Sie scheitern aber an zusammenhängenden – auch kürzeren – Texten. Und weitere rund 20 Prozent der Studienteilnehmer kommen über Alpha 4 nicht hinaus. Sie haben eine auffällig fehlerhafte Rechtschreibung auch bei einem einfachen Wortschatz, sodass auch bei ihnen von einem eingeschränkten Textverständnis beim Lesen ausgegangen werden muss. Rund 32,6 Prozent der Erwachsenen in Deutschland haben also Probleme beim Verstehen von Texten – ein Befund, der wohl auch für Österreich in sehr ähnlichem Umfang gilt.

Alpha 1	Buchstabenebene	Einzelne Buchstaben werden erkannt und geschrieben, die Wortebene wird aber nicht erreicht.
Alpha 2	Wortebene	Eine Person kann zwar einzelne Wörter lesen oder schreiben, aber keine ganzen Sätze.
Alpha 3	Satzebene	Personen sind in der Lage, einzelne Sätze zu lesen und zu schreiben. Sie scheitern aber an auch kürzeren Texten.
Alpha 4	Fehlerhaftes Schreiben	Bei Verwendung eines alltäglichen Wortschatzes kann eine Person zwar lesen und schreiben, macht aber sehr viele Fehler.

FACTBOX:

Wie viele Menschen in Österreich können nicht gut lesen?

Es sind 1.900.000.

(Berechnung für Ö: ca. 5.911.000 Erwachsene zwischen 15 und 65 Jahren, davon 32,6%)

CHRISTIAN KNEIL
Leiter APA-MultiMedia,
Newsmanager APA



Credit: APA

GRAVIERENDE GESELLSCHAFTLICHE FOLGEN

Das Nicht-Verstehen von Texten hat für die Betroffenen, aber auch für die Gesellschaft insgesamt, gravierende Folgen. Laut LEO-Studie gehen Menschen mit geringer Lesekompetenz seltener zu Wahlen und lesen kaum Zeitungen (egal ob gedruckt oder im Web). Sie haben auch Probleme,

gesundheitsbezogene Informationen wie z.B. Beipackzettel von Medikamenten oder juristische Behördenbriefe zu verstehen. Und das sind nur einige Beispiele, wie sich geringe Literalität im Alltag auswirkt.

1.2. UNTERSCHIEDLICHSTE GRUPPEN BETROFFEN

Von diesem dramatischen Mangel an Lese- und Schreibkompetenzen sind unterschiedlichste Bevölkerungsgruppen betroffen. Zum einen handelt es sich um Menschen mit einer Lernbehinderung oder mit Lernschwächen. Zum anderen haben besonders Personen mit einem geringen Bildungsgrad – egal welchen Alters – Probleme beim Verstehen von Texten. Viele Seniorinnen und Senioren stehen zudem vor der Herausforderung, dass sie mit technischen Begriffen und Anglizismen nicht zureckkommen. Eine Gruppe, die stark betroffen ist, sind Personen mit nicht-deutscher Muttersprache aus bildungsfernen Sozialschichten. Auch Menschen mit Hör- oder Sehbehinderung sind oft auf Texte in einfacher Sprache angewiesen.

Wer dieses Problem erkannt hat, ist bereits einen Schritt näher an der Lösung. **Erfolgreiche Kommunikation braucht eine zielgruppengerechte Sprache.** Für fast ein Drittel der Bevölkerung muss Information besonders gut verständlich sein – leichte Sprache eben!

1.4. SPRACHNIVEAU VS. KOMPETENZNIVEAU

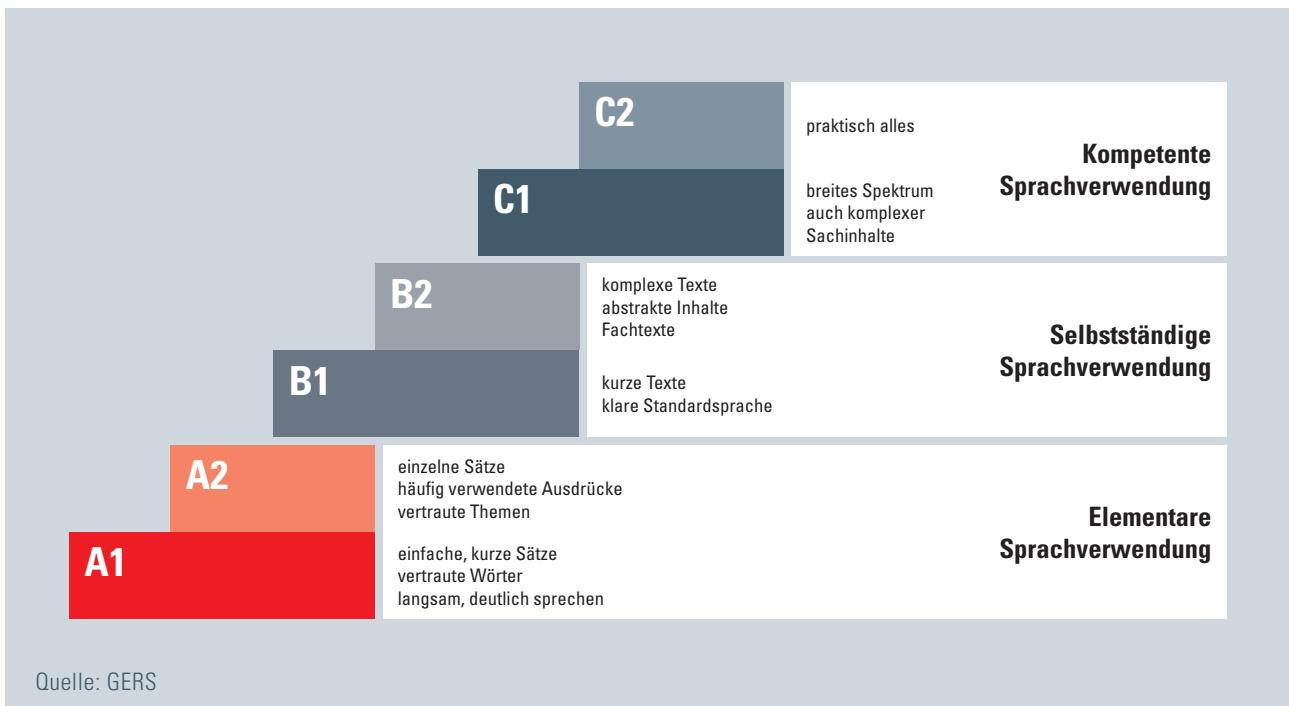
Wer eine Fremdsprache lernt, der kennt den GERS – den Gemeinsamen Europäischen Rahmen für Sprachen. Dieser differenziert Sprachkompetenzen in einer Globalskala von A1 bis C2.

- ▶ Die Beherrschung der Sprachstufen A1 und A2 sind gesellschaftlich erforderlich. In Österreich ist A2 für den Erhalt einer befristeten Aufenthaltsgenehmigung notwendig.

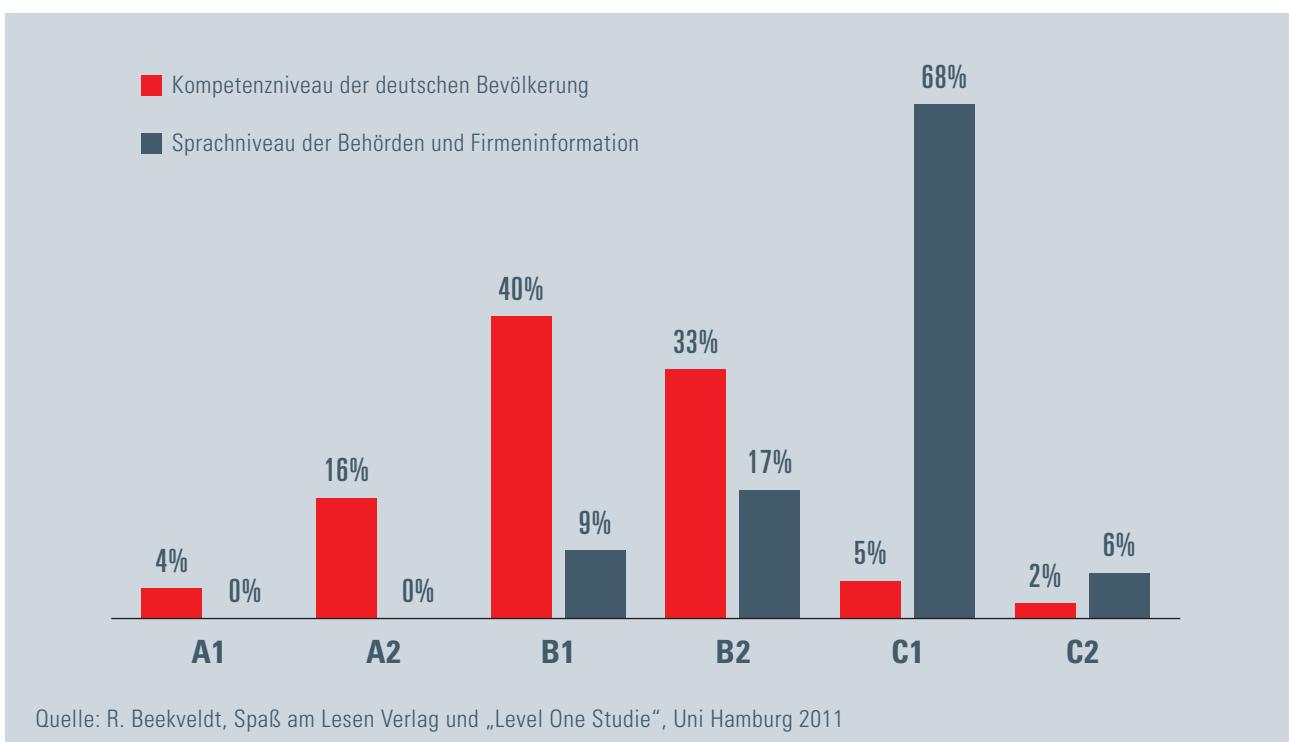
1.3. HÖHERE KOSTEN DURCH UNVERSTÄNDLICHE KOMMUNIKATION

Der Erfolg von Unternehmen, aber auch von politischen Parteien, Organisationen oder der öffentlichen Verwaltung hängt unmittelbar davon ab, ob sie von ihren Kundinnen und Kunden verstanden werden. **Die beste Kommunikationsstrategie ist sinnlos, wenn die Botschaft nicht ankommt.** Im schlechtesten Fall entstehen sogar noch zusätzliche Kosten, wenn aufgrund nichtverständiger Texte die Anzahl der Nachfragen steigt und mehr Service-Ressourcen nötig werden.

- Die Beherrschung der Sprachstufen B1 und B2 sind schulisch und beruflich erforderlich. Nach dem Abschluss der Pflichtschule sollte man das Level B1 erreicht haben. Dieses ist auch für den Erhalt einer Staatsbürgerschaft in Österreich notwendig. Zum Vergleich: Boulevardmedien schreiben in B1, während Qualitätsmedien die Sprachstufe B2 verwenden.



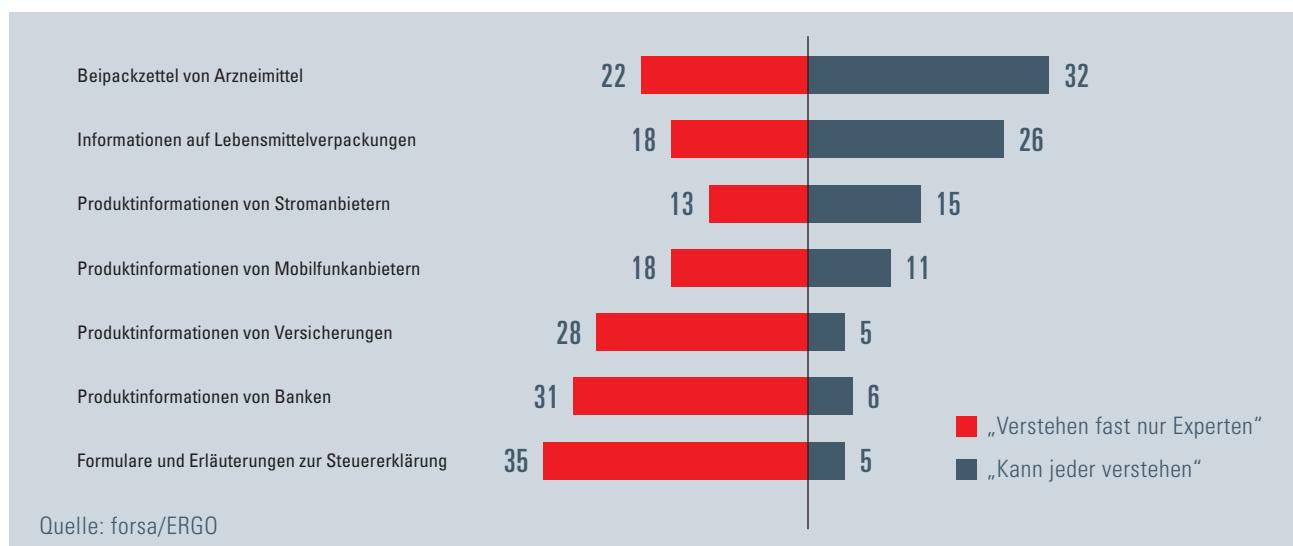
Vergleicht man das Kompetenzniveau der Bevölkerung mit dem Sprachniveau der Kommunikation von Unternehmen und Behörden, so wird schnell ersichtlich, dass die Informationen für viele Personen schwer oder unverständlich sind.



2. VON DER STEUERERKLÄRUNG BIS ZUM BEIPACKZETTEL

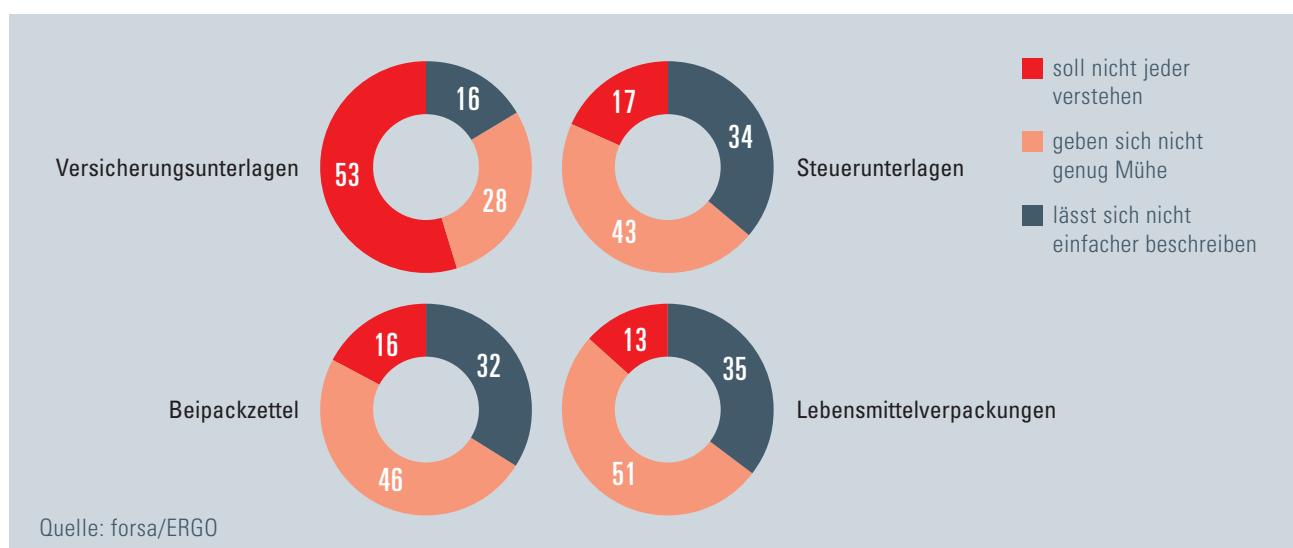
Ob Gebrauchsanweisungen, Verträge, Produktinformationen oder Bescheide, in unserem Alltag haben wir häufig mit komplizierten Inhalten zu tun. 2011 untersuchte das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag der ERGO Versicherungsgruppe die Erfahrungen und den Umgang mit schwer verständlichen Informationen.

Am unverständlichsten wurden Unterlagen zu Steuererklärungen und Informationen von Banken und Versicherungen wahrgenommen, so das Ergebnis der Studie. Im Gegensatz dazu waren die Befragten der Meinung, dass Informationen im Gesundheitsbereich leichter zu verstehen sind.



2.1. UNVERSTÄNDLICHKEIT SCHWÄCHT DAS VERTRAUEN

Was passiert aber, wenn Informationen schwer verständlich sind? Viele Menschen reagieren ungeduldig, fühlen sich verunsichert und handeln falsch oder gar nicht. Umständliche Formulierungen, Fachbegriffe und unpersönliche Sprache werden von Konsumentinnen und Konsumenten als störend empfunden, verärgern diese sogar und schwächen das Vertrauen in Unternehmen und Behörden.



WALBURGA FRÖHLICH
Geschäftsführerin des Grazer Sozialunternehmens atempo
www.atempo.at



Credit: atempo

WAS SIND HINWEISE AUF UNVERSTÄNDLICHE KOMMUNIKATION?

Nicht, oder nur schlecht lesen können, ist tabuisiert. Das bindet man nicht jedem auf die Nase. Deshalb hören wir auf Seiten der betroffenen Menschen:

„Oh, ich habe heute meine Brille vergessen, können Sie mir vorlesen, was da steht?“

„Ach, ich schreibe so hässlich, würden Sie für mich ausfüllen?“

Auf Seiten der Behörden und Unternehmen hören wir:

„Die Leute füllen ständig die Formulare falsch aus.“

„Meine Mitarbeiter halten sich einfach nicht an die Regeln.“

„Die lesen meine Mails nicht.“

„Ich verstehe nicht, warum sich niemand für mein Angebot interessiert.“

Tja, verwirrter Kopf kauft nicht.

WIE KÖNNEN WIR DIESES PROBLEM LÖSEN?

Wir können ja nicht alle diese Menschen wieder in die Schule schicken. Abgesehen davon würden sie auch dann daran scheitern, dass alle diese Texte, die von Unternehmen und Behörden ausgegeben werden, sich auf den Kompetenzstufen von B2 aufwärts befinden und zudem von diversen Fachwörtern oder Amtssprache durchdrungen sind.

Basisbildung ist wichtig und hilfreich, das ist keine Frage. Aber was wir noch viel mehr brauchen, ist eine Umwelt, die es diesen Menschen ermöglicht,

Anschluss zu finden. Das bedeutet, Informationen so zu gestalten, dass sie wieder „andocken“ können. Informationsbarrieren wegräumen und erwachsene Menschen wieder befähigen, sich zu informieren, Informationen lesen und verstehen zu können. So können Erwachsene ihre Lesekompetenzen nachhaltig erwerben und verbessern.

Um Informationen barrierefrei machen zu können, müssen wir uns als Erstes damit beschäftigen, was denn eigentlich Informations-Barrieren sind.

2.2. INFORMATIONS-BARRIEREN

Welche Barrieren hindern uns daran, Informationen zu verstehen und zu verarbeiten? Hier gibt es vier große Bereiche, die für die Aufnahme, Speicherung und Verarbeitung von Informationen relevant sind:

- ▶ **Wahrnehmung:** Welche der menschlichen Sinne (Sehen, Hören, Riechen, Tasten) werden zur Informationsaufnahme gebraucht? Kann die Information auch verstanden werden, wenn einer oder mehrere dieser Sinne beeinträchtigt sind?

Beispiel: Wird ein Text per Screenshot in eine Website eingepflegt, wird vom Screenreader nur „Dateiname.jpg“ vorgelesen. So ist der Text für Menschen mit Beeinträchtigungen des Sehsinns nicht nutzbar.

- ▶ **Erfassen:** Beeinträchtigen Umgebung, Fremdsprachen oder Lernschwierigkeiten das Erfassen der Information?

Beispiel: Ein Informationstext in der U-Bahn muss schnell und einfach erfassbar sein, denn in den öffentlichen Verkehrsmitteln haben Menschen nur wenig Zeit zum Lesen, sind gestresster oder abgelenkt. Eine Broschüre, die vorwiegend im Büro oder zu Hause gelesen wird, kann hingegen viel umfassendere Informationen enthalten und in der grafischen Aufbereitung anders gestaltet sein.

- ▶ **Vorwissen:** Wie viel Vorwissen zu dem Thema ist bei der Zielgruppe bereits vorhanden? Welche Informationen und Fachbegriffe sind bekannt?

Beispiel: In vielen Gartenratgebern findet man den Tipp: Rosen sollen im Spätherbst bis zu einem bestimmten Auge geschnitten werden. Dieser Text bleibt für Laien solange unverständlich bis der Begriff „Auge“ in diesem Zusammenhang geklärt ist. Dabei ist es irrelevant welches Sprachniveau die Person besitzt, hier zählt nur das Vorwissen zu einem sehr spezifischen Thema.

- ▶ **Vorerfahrung:** Welche Vorerfahrungen hat die Zielgruppe mit dem Thema bereits machen können?

Beispiel: Es gibt physische und virtuelle Warenkörbe (Einkaufswagen). Erst wenn eine Person einen Kauf online getätigt hat, weiß sie, dass es auch virtuelle Warenkörbe gibt.

Für die Gestaltung von zielgruppengerechter Information muss auf alle vier Bereiche Rücksicht genommen werden. Kriterienkataloge helfen beim Umgang mit den Barrieren Wahrnehmung und Erfassen. Überprüfungen in den Zielgruppen zeigen, ob durch fehlendes Vorwissen oder Vorerfahrung das Verstehen einer Information beeinträchtigt ist.

2.3. EINFACHE SPRACHE WIRKT – FÜR ALLE BRANCHEN UND MÄRKTE

Das Thema zielgruppengerechte Information und Kommunikation betrifft alle Branchen und Märkte.

Das Bundesbehindertengleichstellungsgesetz und die UN-Behindertenrechtskonvention, die 2008 in Österreich in Kraft getreten ist, geben einen gesetzlichen Rahmen für den öffentlichen Bereich. Dadurch erfolgte ein Paradigmenwechsel: Behinderung wird nicht mehr als „Privatsache“ angesehen. Vielmehr müssen Institutionen und Organisationen dafür sorgen, dass ihre Dienstleistungen und Services allen Menschen frei zur Verfügung stehen. Das betrifft nicht nur bauliche Maßnahmen, sondern auch den Zugang zu und die Aufbereitung von Informationen.

Beispiele dafür gibt es mittlerweile viele: Mittels Screenreader werden Inhalte auf Websites barrierefrei gemacht, Behörden-Bescheide sind per QR-Code in einer App in verschiedenen Sprachstufen verfügbar, Programme in öffentlich-rechtlichen TV-Sendern werden untertitelt und Anleitungen zum Stellen von Anträgen werden in Animationsvideos leicht verständlich aufbereitet.

Verständliche Informationen führen zu höherer Akzeptanz und positiven Emotionen. Zwei Vorteile, die vermehrt auch in der Privatwirtschaft erkannt und genutzt werden. So stellen beispielsweise Banken ihre Produktunterlagen in unterschiedlichen Sprachniveaus zur Verfügung, Energieversorger verschicken ihre Jahresabrechnungen in einfach verständlichen Versionen und Museen erschließen neue Zielgruppen durch spezifisch aufbereitete Informationen.

Doch nicht nur die Kommunikation nach außen zu den Kundinnen und Kunden sollte zielgruppengerecht aufbereitet sein. Auch die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen die Informationen der Geschäftsleitung verstehen. Das reicht von Aushängen in der Kantine, über Handbücher bis zu notwendigen und manchmal auch lebenswichtigen Sicherheitshinweisen im Umgang mit Maschinen oder gefährlichen Substanzen.

WALBURGA FRÖHLICH
Geschäftsführerin des Grazer Sozialunternehmens atempo
www.atempo.at



Credit: atempo

WAS IST DER NUTZEN VERSTÄNDLICH GEMACHTER INFORMATION?

Bescheide werden viel leichter akzeptiert, wenn sie verständlich sind. Im Land Oberösterreich beispielsweise gehen die Einsprüche bei Bescheiden massiv zurück, seitdem man diese im „Leicht Lesen“ Format ausstellt.

Unternehmer wissen, dass Arbeitssicherheitsunterweisungen im Leicht Lesen Format jedenfalls zeigen, dass man seine Pflicht sehr ernst genommen hat. Selbst wenn einmal etwas passieren sollte.

Und Banken erzählen uns, dass sie ihre Leicht Lesen Informationsprodukte aus dem Budget für Reputationsmanagement finanzieren. Weil Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen nicht nur gutes Geld verdienen, sie wollen mit ihrem Unternehmen auch zu den Guten gehören.

Das ist nur eine Auswahl von Kundenzitaten. Aber sie zeigt uns, dass verständliche Informationen nicht nur den Menschen mit Lernschwierigkeiten Nutzen bringen.

3. WAS IST LEICHE/EINFACHE SPRACHE?

3.1. DIE REGELN FÜR LEICHE SPRACHE

Der Bedarf an leicht verständlichen Texten ist – wie bereits beschrieben – sehr groß. Doch was ist leichte Sprache denn überhaupt? Wie funktioniert die Vereinfachung von Texten? Ist es schwer, Sprache leicht zu machen?

Im Folgenden eine kurze Regelkunde vom „Netzwerk Leichte Sprache“ – beginnend mit Überlegungen von Betroffenen:

Für Leichte Sprache gibt es feste Regeln.

Menschen mit und ohne Lern-Schwierigkeiten haben überlegt:

**Wie muss ein Text sein,
damit jeder den Text gut verstehen kann?
Sie haben alles aufgeschrieben.**

Zum Beispiel:

- ▶ Es darf nur bekannte Worte geben.
- ▶ Die Sätze sollen kurz und einfach sein.
- ▶ Fotos und Bilder sind gut, weil sie den Text erklären.
- ▶ Alle Texte werden geprüft.

Beispiel von APA-Nachrichten in der Sprachstufe A2

Die Inflation in Österreich ist im Jänner gestiegen



Credit: APA/Hochmuth

Auf dem Bild sieht man, wie jemandem die Schlüssel für eine Mietwohnung überreicht werden.

Im Jänner ist die Inflation in Österreich stärker gewesen als im Dezember.
Das heißt, das Leben in Österreich ist insgesamt spürbar teurer geworden.

Deutlich teurer wurden Mieten,
Wasser und Energie.
Auch Essen im Lokal und
Wohnen im Hotel wurden teurer.
Auch Benzin und Diesel wurden teurer.

Aber Gas zum Kochen oder Heizen wurde etwas billiger.
Auch einige Lebensmittel wurden billiger.

Erklärung: Inflation

Man bemerkt die Inflation daran,
dass alles teurer wird.

Deshalb nennt man sie auch Teuerung.

Ist die Inflation niedrig,
steigen die Preise nur leicht.
Ist die Inflation hoch,
steigen die Preise stärker.

Bei der Inflation wird das Geld
immer weniger wert.

Deshalb braucht man mehr Geld,
wenn man sich etwas kaufen will.

Im Vergleich: Der Nachrichtentext in der Sprachstufe B1

Im Jänner ist die Inflation in Österreich gestiegen

Die Inflation in Österreich ist im Jänner wieder etwas gestiegen. Insgesamt wurde das Leben in Österreich um 2 Prozent teurer. Im Dezember lag die Inflation bei 1,7 Prozent.

Am stärksten stiegen die Preise für Mieten, Wasser und Energie. Aber auch Besuche in Restaurants und Hotels wurden teurer. Die Preise für Benzin und Diesel stiegen ebenfalls. Gas zum Heizen oder Kochen wurde etwas billiger. Auch einige Lebensmittel verbilligten sich im Jänner.

Erklärung: Inflation

Man bemerkt die Inflation daran, dass alles teuer wird. Deshalb nennt man sie auch Teuerung. Ist die Inflation niedrig, steigen die Preise nur leicht. Ist die Inflation hoch, dann steigen die Preise stärker. Bei Inflation wird das Geld immer weniger wert. Deshalb braucht man mehr Geld, wenn man sich etwas kaufen will.

Im Vergleich: Der Nachrichtentext im Original

Inflation im Jänner auf 2,0 Prozent gestiegen

Ein Preisanstieg bei Wohnen und Verkehr hat die Inflation in Österreich im Jänner auf 2,0 Prozent getrieben, wie die Statistik Austria am Freitag zu ihren monatlichen Berechnungen des Verbraucherpreisindexes (VPI) mitteilte. Im Dezember 2019 lag die Teuerungsrate wegen Preiserückgängen bei Benzin und Diesel bei 1,7 Prozent.

Treibstoffe verteuerten sich im Jänner um 2,7 Prozent, im Dezember hatten sie sich noch um 2,3 Prozent verbilligt. Die Preise für Wohnen, Wasser und Energie stiegen um 3,0 Prozent. Sie seien vor Restaurants

und Hotels im Jahresabstand der stärkste Preistreiber gewesen, teilte das Statistikamt mit. Gemeinsam verantworteten diese beiden Kostenblöcke etwa die Hälfte der Inflation.

Die Instandhaltung von Wohnungen verteuerte sich durchschnittlich um 3,0 Prozent. Haushaltsenergie kostete im Schnitt um 3,7 Prozent mehr, wozu vor allem die um 6,5 Prozent höheren Strompreise beitrugen. Auch für feste Brennstoffe (+3,0%), Heizöl (+2,7%) sowie Fernwärme (+0,8%) stiegen die Preise; Gas hingegen wurde günstiger (-0,9%). Die Mieten stiegen um 2,7 Prozent.

Für Verkehr insgesamt war durchschnittlich um 2,4 Prozent mehr zu bezahlen. Die Preise für neue Autos stiegen um 4,4 Prozent. Reparaturen privater Verkehrsmittel kosteten um 4,2 Prozent mehr und Flugtickets wurden um 7,9 Prozent teurer. Für Freizeit- und Kulturdienstleistungen war um 2,6 Prozent mehr zu bezahlen. Pauschalreisen kosteten um 3,4 Prozent mehr.

Die Preise für Nahrungsmittel stiegen weniger stark als die allgemeine Inflation – nämlich um 1,2 Prozent. Die Preise für Brot und Getreideerzeugnisse stiegen um 1,6 Prozent, jene für Milch, Käse und Eier verbilligten sich minimal um 0,1 Prozent. Für Obst gingen die Preise um 0,5 Prozent zurück, für Gemüse um 1,2 Prozent. Öle und Fette verbilligten sich deutlich um 5,9 Prozent, Butter wurde um 11,9 Prozent günstiger. Vegetarier lebten billiger: Die Preise für Fleisch stiegen um 3,8 Prozent, die für Fisch um 7,1 Prozent.

Das Preisniveau des Mikrowarenkorbs, der überwiegend Nahrungsmittel, aber auch Tageszeitungen oder den Kaffee im Kaffeehaus enthält und den täglichen Einkauf widerspiegelt, stieg im Jahresvergleich um 1,4 Prozent. Das Preisniveau des Miniwarenkorbs, der einen wöchentlichen Einkauf abbildet und neben Nahrungsmitteln und Dienstleistungen auch Treibstoffe umfasst, stieg um 1,8 Prozent. Die für Eurozonen-Vergleiche ermittelte harmonisierte Inflationsrate (HVPI) betrug im Jänner 2,2 Prozent (nach 1,8 Prozent im Dezember), um 0,2 Prozentpunkte mehr als der allgemeine VPI.

Was heißt das nun im Detail? Hier ein paar vertiefende Überlegungen:

► **Wörter:** Oft gibt es für Wörter einfachere Synonyme („erlauben“ ist besser als „genehmigen“). Auch sind viele Begriffe zu abstrakt, hier hilft eine genaue Beschreibung. So wird der „Öffentliche Verkehr“ zu „Bus und Bahn“. Innerhalb des Textes sollte man bei den gleichen Begriffen bleiben. Längere Worte werden mit einem Bindestrich unterteilt.

Ein weiteres Problem sind Fremdwörter oder Fachbegriffe. In beiden Fällen hilft es, das entsprechende deutsche Wort zu schreiben oder eine eigene Erklärung für den Begriff zu liefern. Ein Beispiel: „Herr Maier hatte einen schweren Unfall. Jetzt lernt er einen anderen Beruf.“ Das schwere Wort dafür ist „berufliche Rehabilitation“. Abkürzungen sind zu vermeiden – außer es handelt sich um gängige Abkürzungen wie WC oder Lkw.

► **Grammatik:** Aktives Handeln wird immer besser verstanden als passives. Ähnlich verhält es sich mit negativer Sprache: „Christian ist nicht krank“ wird schwerer verstanden als „Christian ist gesund.“ Zu vermeiden ist der

Konjunktiv. Dieser wird im Satz zu einem „vielleicht“. Aus dem gewohnten Genitiv (des, der ...) wird „von dem“, „von der“ usw. Zu guter Letzt muss auf Bildsprache verzichtet werden, sonst versteht man die „Raben-Eltern“ wortwörtlich als „Eltern von einem Raben.“ Die Lösung: „schlechte Eltern“

► **Zahlen und Zeichen:** Arabische Zahlen sind immer besser als römische. Ebenso sind Jahreszahlen zu abstrakt, hier reicht es „vor langer Zeit“ oder „vor ... Jahren“ zu schreiben. Große Zahlen und Prozentzahlen sollten immer vermieden werden – eine Annäherung durch „viele“ oder „sehr wenige“ reicht. Zudem müssen Zahlen immer als Zahl geschrieben und nicht ausgeschrieben werden („6“ statt „sechs“).

► **Sätze:** Je kürzer der Satz, umso besser verständlich. Sätze dürfen mit „Und“, „Oder“ „Wenn“ ... beginnen. Gut ist, wenn am Ende der Zeile keine Wörter getrennt werden.

- ▶ **Textaufbau:** Fragen im Text werden vermieden, ebenso Quer-Verweise auf eine andere Stelle im Text. Erlaubt sind Beispiele, um einen Inhalt plastischer werden zu lassen.
 - ▶ **Schrift/Gestaltung:** Folgende Schriften eignen sich für ein möglichst einfaches Schriftbild: Arial, Lucida Sans Unicode, Tahoma, Helvetica, Verdana (Web). Bei diesen seriflosen Schriften wird das reguläre Design verwendet. Vermieden wird also eine kursive, fettgedruckte oder unterstrichene Schreibweise. Innerhalb eines Textes bleibt es bei einer Schriftart. Die Schriftgröße darf sich zur besseren Lesbarkeit gerne bei 14 aufwärts bewegen, der Zeilenabstand soll mindestens 1,5 betragen.
 - ▶ **Bilder/Grafiken:** Fotos helfen der Leserin und dem Leser, Texte besser zu verstehen. Sie sorgen für Abwechslung sowie für Emotionen und Nähe. Die Bilder müssen scharf sein und eine möglichst eindeutige Aussage haben. Fotos müssen außerdem eindeutig zum Text passen. Die beschreibenden Bildtexte stehen dabei beim und nicht innerhalb des Fotos. Zu vermeiden sind witzige oder satirische Darstellungen.
- Genauso können Illustrationen oder Pikogramme zum besseren Verstehen beitragen. Sie werden möglichst genau auf das Zielpublikum ausgerichtet und sind inhaltlich auf das Wesentliche beschränkt.

3.2. NACHRICHTEN-TEXTE IM VERGLEICH

Die Originalmeldung der APA:

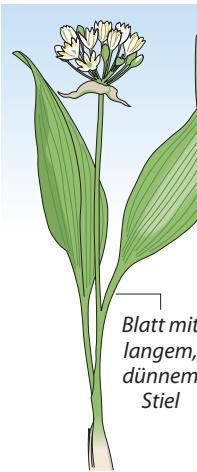
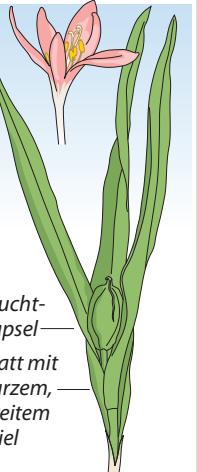
Bärlauch – Vorsicht vor tödlichen Verwechslungen

Bärlauch ist einer der ersten Frühlingsboten, sein Geruch sticht sonnenhungrigen Spaziergängern in Parks und Wäldern bereits in die Nase. Seine Blätter sind nicht nur schmackhaft, sie werden auch als Mittel gegen Atherosklerose und hohen Blutdruck verwendet, ebenso zur Entschlackung. Doch das Gewächs sieht Maiglöckchen und Herbstzeitlosen zum Verwechseln ähnlich, was tödlich enden kann.

Der stechende Knoblauchduft ist einmalig und schon aus mehreren Metern Entfernung wahrnehmbar, doch das äußere Erscheinungsbild kann täuschen. Wichtigstes Charakteristikum des Bärlauchs: Seine Blätter treiben einzeln aus dem Boden und sind deutlich in eine lanzettähnliche Blattfläche und einen dünnen Blattstiel gegliedert. Beim Zerreißen riecht der Saft stark nach Knoblauch.

Doch er tritt oft zeitgleich mit der tödlich giftigen Herbstzeitlose (*Colchicum autumnale*) auf. Deren Blätter sind schmal-länglich, sitzen ohne Stiel am Stängel und treiben in Büscheln aus dem Boden. Die jüngeren werden von den älteren Trieben umgriffen. Der Saft der Herbstzeitlose ist geruchlos. Wenn man zuvor schon Bärlauch gesammelt hat, kann allerdings der auf den Händen klebende Saft bei einer Überprüfung einen Knoblauch-Duft vortäuschen.

Bärlauch und seine giftigen Doppelgänger

Bärlauch	Mraiglöckchen	Herbstzeitlose
Laub- und Mischwälder, Auwälder essbar	Wälder giftig	Feuchte Wiesen und Wälder giftig
Blätter ab Febr./März, riechen intensiv nach Knoblauch, blüht April-Juni, weiße Blüten	Blüht Mai/Juni, weiße, duftende Blüten, zerriebene Blätter riechen nicht nach Knoblauch	Blüht erst im Herbst, Blätter umhüllen die Fruchtkapsel, riechen nicht nach Knoblauch
		

Blatt mit langem, dünnem Stiel

Fruchtkapsel

Blatt mit kurzem, breitem Stiel

Achtung – Nur Pflanzen essen, die man zweifelsfrei erkennt

© APA, Quelle: APA

Grafik zum Originaltext

Schon drei bis vier Blätter der Herbstzeitlose können tödlich sein. Dabei wirkt das in der Pflanze enthaltene Zellgift – Colchicin – erst nach mehreren Stunden. Erste Vergiftungserscheinungen treten in Form von Übelkeit und Erbrechen auf. Es folgen Durchfälle, Darm-, Blut- und Knochenmarkzellen werden zerstört, was nach etwa zwei Tagen zum Tod führen kann.

Verwechslungen mit Maiglöckchen (*Convallaria majalis*) haben meist nicht so gravierende Folgen: Giftig sind für den Menschen Glykoside, die Herzrhythmusstörungen verursachen können. Diese werden vom Darm jedoch nur schlecht aufgenommen und von der Niere rasch ausgeschieden. Lebensgefährliche Vergiftungen sind selten. Die Pflanze wächst meist paarweise, wobei ältere die jüngeren Blätter umgreifen.

Auch die Blätter der giftigen Garten-Tulpe (*Tulipa-Hybriden*), die gelegentlich verwildert, können für eine tödliche Verwechslung sorgen. Das Blumengewächs bildet, wenn es nicht zur Blüte kommt, nur ein einzelnes Blatt aus, das dem Bärlauch ähnelt. Darin befindet sich Tulipin, das eine ähnliche Wirkung wie das Colchicin der Herbstzeitlose besitzt. Schon 15 Minuten nach dem Konsum kann es zu Übelkeit, Erbrechen, Bauchschmerzen und Durchfall kommen. Starke Vergiftungen führen schließlich zu Schock, Apathie und durch Atemstillstand im schlimmsten Fall zum Tode.

Bärlauch wächst in schattigen, humusreichen Auen und Flusswäldern mit besonders vielen Nährstoffen. In den Alpen findet man die 15 bis 30 Zentimeter langen Blätter und Stängel bis in Höhen von 1.700 Meter. In der Küche werden nur junge Blätter vor der Blüte verwendet. Da der „wilde Knoblauch“ nur örtlich in großen Mengen wächst, sollten lediglich ein bis zwei Blätter abgezupft werden und die Zwiebel eingegraben bleiben.

Der knoblauchähnliche Geschmack des Bärlauchs ist milder als Garten-Knoblauch und verursacht, in mäßigen Mengen genossen, keinen lästigen Geruch. Zum Würzen werden am besten frische Blätter verwendet. Bärlauch sollte generell nicht gekocht, sondern roh unter heiße Speisen – wie Suppen, Soßen und Gemüse – gemischt oder als Salat verwendet werden. Gesund ist die Pflanze nicht nur für Menschen: Auch Bären suchen das Kraut angeblich nach dem Winterschlaf, um Magen, Darm und Blut zu reinigen.

Der Nachrichten-Text gekürzt in der Sprachstufe B1

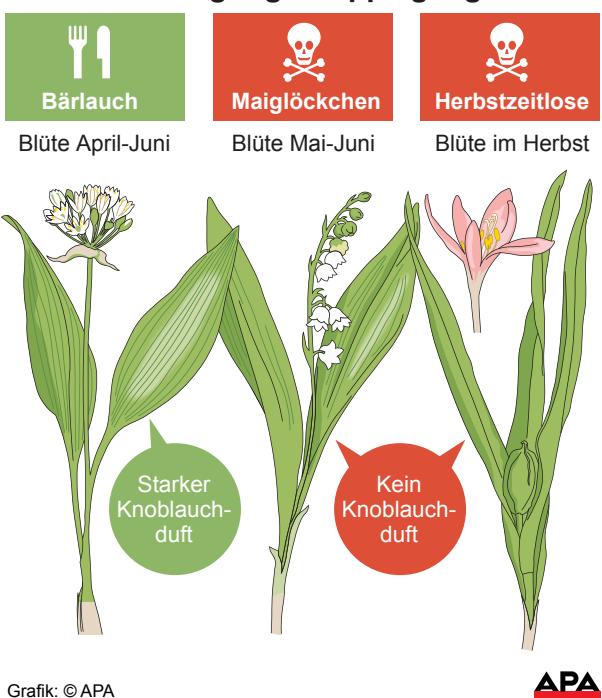
Vorsicht beim Sammeln von Bärlauch

Bärlauch ist eine essbare Pflanze, die im Wald wächst. Viele Menschen mögen Bärlauch und sammeln ihn im Wald. Dabei muss man aber sehr aufpassen, dass man ihn nicht mit giftigen Pflanzen verwechselt.

Die Herbstzeitlose ist stark giftig und sieht sehr ähnlich aus wie Bärlauch. Schon 4 Blätter können tödlich sein. Auch Maiglöckchen sind giftig und sehen ähnlich aus wie Bärlauch. Sie sind aber nicht so stark giftig wie die Herbstzeitlosen.

Man kann Bärlauch aber am Geruch erkennen. Wenn man die Blätter zerreißt, riechen sie stark nach Knoblauch.

Bärlauch und giftige Doppelgänger



Grafik: © APA

APA

Auf dem Bild sieht man eine Zeichnung von Bärlauch, Maiglöckchen und Herbstzeitlosen. Man kann die Unterschiede zwischen den Pflanzen erkennen.

Der Nachrichten-Text gekürzt in der Sprachstufe A2

Wenn man Bärlauch sammelt, muss man vorsichtig sein

Bärlauch ist eine Pflanze, die man essen kann.

Bärlauch schmeckt so ähnlich wie Knoblauch und wächst im Wald.

Manche Menschen sammeln

Bärlauch im Wald.

Dabei muss man aber sehr aufpassen.

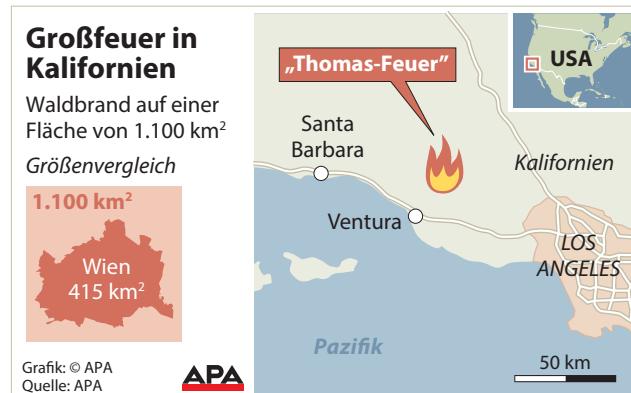
Denn es gibt giftige Pflanzen,
die so aussehen wie Bärlauch.

Zum Beispiel die Herbstzeitlose.
 Wenn man davon einige Blätter isst,
 kann man daran sterben.
 Auch Maiglöckchen sind giftig und
 sehen so ähnlich aus wie Bärlauch.

Man kann den Bärlauch
 aber am Geruch erkennen.
 Wenn man Bärlauch-Blätter zerreißt,
 dann riechen sie stark nach Knoblauch.
 Die giftigen Pflanzen riechen nicht nach Knoblauch.

3.3. GRAFIKEN IM VERGLEICH – AUS „SCHWER“ MACH „LEICHT“

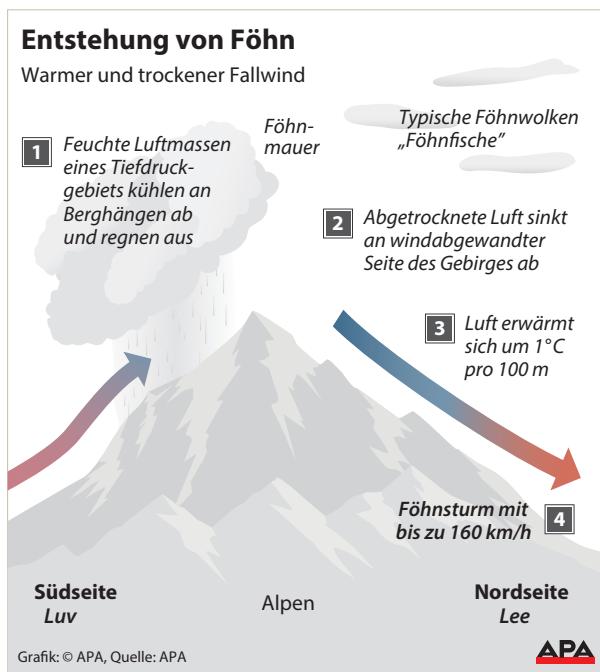
Original-Grafik



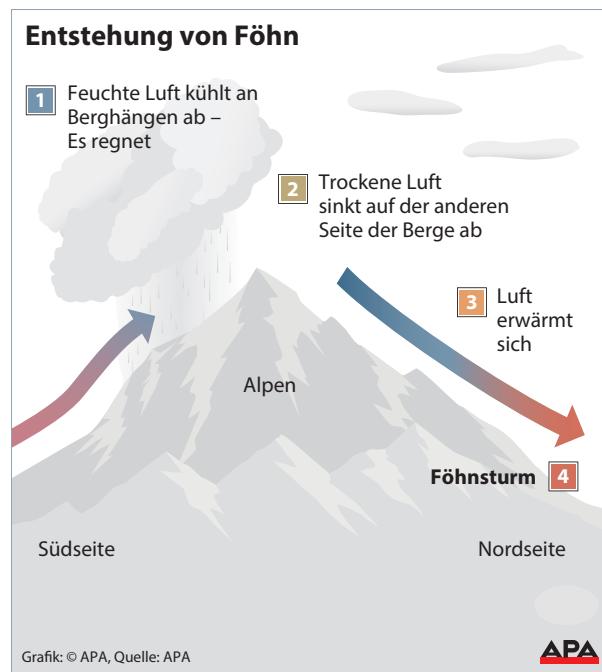
Grafik
 leicht verständlich



Original-Grafik



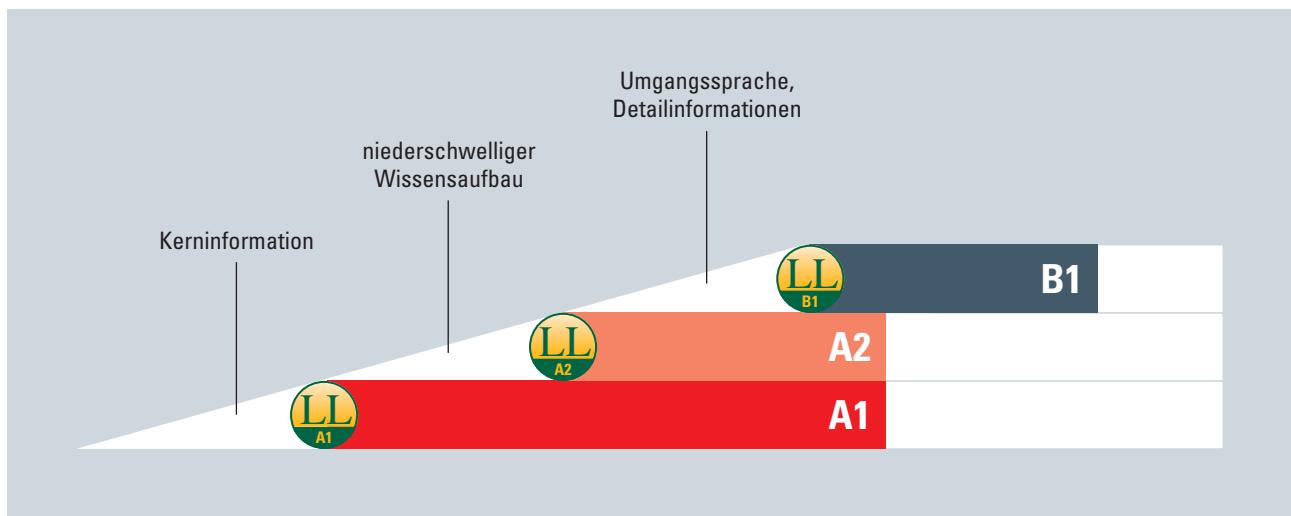
Grafik leicht verständlich



3.4. DAS STUFENMODELL „LEICHT LESEN“

Angelehnt an die Globalskala des GERS (Gemeinsamer Europäischer Rahmen für Sprachen) hat die Firma atempo/capito das TÜV-zertifizierte Stufenmodell „Leicht Lesen“ zur Erstellung von Texten in einfacher Sprache erstellt. Dieses Modell umfasst drei Sprachstufen: In der Sprachstufe A1 ist die Kernbotschaft in kurze Sätze und mit vertrauten Wörtern verpackt. Es folgt die Sprachstufe A2 um Wissen verständlich zu vermitteln. Auch hier findet nur elementare Sprachverwendung statt, mit einzelnen Sätzen, häufig verwendeten Ausdrücken und vertrauten Themen. Die dritte Stufe B1 geht schon etwas mehr ins Detail und verwendet eine klare Standardsprache und kurze Texte.

Dieses Modell wird auch von der APA bei ihren Übersetzungen verwendet.



3.5. EIN ÜBERBLICK ÜBER DIE FORMATE

Das gesprochene Wort ist meistens kürzer als das geschriebene, doch es ist nicht immer auch einfach verständlich. Sowohl für das geschriebene als auch das gesprochene Wort braucht es eine Übersetzung in einfache Sprache, die ein leichteres Verständnis ermöglicht.

Nicht nur Texte können leicht verständlich aufbereitet werden. Für alle hier aufgelisteten Formate gibt es Übersetzungen in leichte Sprache:

- ▶ Texte
- ▶ Bilder
- ▶ Grafiken
- ▶ Audios
- ▶ Videos

3.6. UMSETZUNGSIDEEN

Wie erreichen die Inhalte nun die gewünschte Zielgruppe? Dafür gibt es verschiedene Lösungen, die immer individuell an die jeweiligen Vorgaben angepasst werden müssen. Hier ein paar mögliche Umsetzungsideen:

- ▶ **Kundenmagazin:** Abdruck des Originalartikels und je nach Länge daneben oder danach Abdruck des Artikels in der jeweiligen Sprachstufe.
- ▶ **Informationsfolder:** Erstellung und Druck des gesamten Folders in der jeweiligen Sprachstufe.
- ▶ **Websites:** Einrichtung eines eigenen Bereichs mit leicht verständlichen Informationen oder Auswahl der Sprachstufe beim jeweiligen Informationstext.
- ▶ **QR-Code & App:** Druck der Publikation im Original inkl. QR-Code. Beim Scannen des Codes steht der Inhalt in der capito-App in den verschiedenen Sprachstufen zur Auswahl zur Verfügung.

3.7. APA-SERVICES IN EINFACHER SPRACHE

Tägliche Nachrichten in Textform: Die APA-Redaktion erstellt einen tagesaktuellen Nachrichtenüberblick bestehend aus 4-5 Meldungen in den Sprachstufen A2 und B1. Der Versand erfolgt via Newsletter und ist auch Bestandteil des APA-Basisdienstes.

Tägliche Nachrichten mit Bild und Grafik: Jede Meldung des Nachrichtenüberblicks wird mit einem Bild verknüpft. Jedes Bild wird mit einem beschreibenden Untertitel versehen. Zu manchen Nachrichten wird eine leicht verständliche Grafik erstellt.

Tägliche Nachrichten als Audio: In der Sprachstufe B1 wird der Nachrichtenüberblick jeden Tag aufgesprochen und als Audio-Version zur Verfügung gestellt.

Tägliche Nachrichten im ORF: Leicht verständliche Nachrichten (Sprachstufe B1) sind im ORF-Teletext ab Seite 470 zu lesen und unter <https://teletext.orf.at/channel/orf1/page/470/1>. Leichter verständliche Nachrichten (Sprachstufe A2) ab Seite 480 und unter <https://teletext.orf.at/channel/orf1/page/480/1>. Auf orf.at sind ebenfalls täglich aktuelle Nachrichten in einfacher Sprache verfügbar.

Top Easy on demand: Übersetzungen von Kundentexten in leicht verständliche Sprache. Die Texte können in einer oder mehreren Sprachstufen (A1, A2, B1) erstellt werden. Auf Wunsch erfolgt auch die Produktion einfacher Grafiken oder eine Audio-Version sowie die Lieferung von Bildern.

4. TOP-TIPPS FÜR LEICHT VERSTÄNDLICHE INFORMATIONEN

- 1. Bringen Sie das Thema in Ihrem Unternehmen auf die Agenda und stärken Sie das Bewusstsein dafür.**
- 2. Überprüfen Sie Ihre Zielgruppen. Welche Produkte und Dienstleistungen bieten Sie für welche Zielgruppe an? Wo könnte die Zielgruppe Probleme beim Verstehen Ihrer Produkte und Dienstleistungen haben?**
- 3. Werfen Sie einen kritischen Blick auf Ihre Informations-Unterlagen. Sind Produktbeschreibungen, Broschüren, der Content in Ihren Magazinen oder auf Ihrer Website für Ihre externen und internen Zielgruppe(n) verständlich?**
- 4. Priorisieren Sie Ihre Produkt- und Informations-Unterlagen. Sie können nicht alle Inhalte in leicht verständliche Sprache übersetzen, selektieren Sie die wichtigsten heraus.**
- 5. Lassen Sie die Inhalte in einfache Sprache übersetzen. Überlegen Sie sich auch, ob eine grafische Darstellung oder eine Bebilderung zusätzlichen Nutzen für die Zielgruppe bringt.**
- 6. Publizieren Sie die leicht verständlichen Inhalte prominent, damit diese auch Ihre Zielgruppen erreichen.**

Leicht verständlich für Smartphones

Gerade bei mobilen Anwendungen ist es wichtig, Informationen rasch zu lesen und einfach zu verstehen oder zwischen verschiedenen Sprachstufen mühelos zu wechseln.

Mit diesem QR Code kommen Sie direkt zu aktuellen Beispielen. Verwenden Sie Ihren QR Code Scanner oder laden Sie die capito App herunter und scannen den Code direkt in der App.



Autoren:

Christian Kneil, Julia Matousek,
Franz Spiegelfeld, Alexandra Roth (alle APA)

Gastbeitrag:

Walburga Fröhlich (atempo)

KONTAKT

APA – Austria Presse Agentur

Laimgrubengasse 10

1060 Wien

+43 1 36060-5830

topeasy@apa.at

<http://multimedia.apa.at>