

Readability is our business!

Text:
Sabina Sieghart

Wieso sollten Kommunikationsdesigner sich mit neuesten Erkenntnissen der Sprachwissenschaft oder kognitiven Neuropsychologie zum Thema Lesen beschäftigen? »It's not my business. – Geht mich nichts an«, denken wir Designer gern, wenn es sich nicht direkt um einen Auftrag handelt. Aber: Wir sollten uns informieren, weil Texte lesbar zu machen und Spaß am Lesen zu schaffen unser Beruf ist – also sehr wohl unser Business! Wir haben das Know-how. Und wir sollten es als unsere Verantwortung sehen, vielleicht sogar als Verpflichtung, uns in benachbarten Bereichen einzumischen, wenn Regelwerke entstehen, die unsere Domäne, unser Handwerk, unsere Forschungsinteressen betreffen. Wir sind daran beteiligt, wie die Zukunft des Lesens aussieht.

Manchmal aber scheinen wir in unserer Design-Blase gar nicht mitzubekommen, welche typografischen Regeln aufgestellt werden. So geschehen bei der Entwicklung des Regelwerkes für Leichte Sprache¹: Die Publikation des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) wurde zwar von einer namhaften Agentur gestaltet, jedoch möchte ich freundlicherweise annehmen, dass keiner der beteiligten Designer den Text gelesen hat. Da heißt es nämlich, die Schrift Arial in 14 pt wäre ideal für schwache Leser. Wie bitte? Wer hat das herausgefunden und getestet? Wie konnte es zu so einer Aussage kommen?

Dafür gibt es mehrere Gründe. Der offensichtliche Grund zuerst: Designer waren nicht an der Erstellung dieser Regeln beteiligt. Leichte Sprache entstand aus der Praxis heraus. Menschen mit sogenannter geistiger Behinderung (die selbst gewählte Bezeichnung lautet: Menschen mit Lernschwierigkeiten) wollten Texte verstehen. In Selbsthilfegruppen, Werkstätten und Vereinen wie dem Netzwerk Leichte Sprache entstand eine einfache, verständlichere Sprache. Die visuelle Umsetzung wurde mangels Budget mit Bordmitteln erledigt. Das war dann meist Microsoft Word in der Version 3.1. Darin gibt es nur eine Handvoll Schriften – und Arial war das kleinste Übel.

Die Schrift Arial wird fast nie von Designern eingesetzt. Mit gutem Grund. Sie wirkt unausgeglichen, der Grauwert ist zu dunkel, Buchstaben wie das große »I« und das kleine »i« lassen sich nicht voneinander unterscheiden. Trotz der mangelhaften Qualität ist Arial eine der meistverwendeten Schriften, weil sie mit den Programmen von Microsoft unweigerlich auf jedem Computer Einzug gehalten hat. Microsoft entschied sich seinerzeit für die Arial, weil sie billig war. Das sieht man. »Wenn damals Microsoft eine andere Schrift auserkoren hätte, würde sich die Welt heute auf einem visuell höheren Niveau drehen« (Ralf Turtschi).

Designer kamen erst nach der Ratifikation der UN-Konvention für Menschen mit Behinderungen mit dem Regelwerk in Berührung. Seit 2009 sind Behörden und Unternehmen verpflichtet, allen Menschen eine uneingeschränkte Teilhabe zu gewähren. Informationen müssen nun barrierefrei aufbereitet sein und Leichte Sprache ist eines der Werkzeuge. Wir Designer müssen also in vielen Fällen mit Leichter Sprache arbeiten.

Nun veröffentlicht 2014 ein Bundesministerium diese oben genannten typografisch fragwürdigen Empfehlungen. Das hat fatalerweise zur Folge, dass Auftraggeber denken, dass die Empfehlungen richtig und unumgänglich sind, und

sie die Designer zu einer Gestaltung entlang dieser Regeln verdonnern. Wissenschaftler aus anderen Disziplinen übernehmen ungeprüft die Empfehlungen, veröffentlichen 2016 einen Ratgeber im Dudenverlag² und schwupps wird diesem Unsinn noch mehr Gewicht gegeben. Denn das Cover des Duden-Ratgebers nimmt die Gestaltung des Duden-Wörterbuchs auf, und das ist noch immer das Maß für korrekte deutsche Sprache. Die Marke Duden verleiht dem Inhalt Glaubwürdigkeit, auch visuell. Design wirkt!

Der zweite Grund dafür, dass sich Aussagen über die Leserlichkeit der Arial hartnäckig halten: Die Regeln für Leichte Sprache werden seit einigen Jahren wissenschaftlich erforscht. Jedoch hauptsächlich von Sprach- und Sozialwissenschaftlern. Designforscher sind kaum beteiligt. Wieso? Wieso erlauben wir anderen Disziplinen, fundamental falsche Aussagen zu unserem Fachgebiet zu treffen?

In anderen Ländern, allen voran Großbritannien, gibt es fundierte Designforschung zum Plain Writing Act und weiteren ähnlichen Ansätzen, Sprache und/oder Behördenkommunikation für eine breite Masse verständlicher zu gestalten.³ In Deutschland hingegen ist praxisorientierte Designforschung im Bereich visueller Kommunikation noch kaum verbreitet. Wir lehren unsere Studierenden, welche Schriften für welche Anwendungen geeignet sind und bestenfalls auch, wie sie ihre Entscheidung argumentativ stützen können. Es gibt unzählige Praxishandbücher, aber die wissenschaftliche Aufarbeitung, warum welche Schriften funktionieren, kommt zu kurz. Wir wissen, dass Typografie ein komplexes System ist, mit vielen ineinander verzahnten und sich gegenseitig bedingenden Einzelfaktoren. Dass es Jahre dauert, das Auge zu schulen und das tradierte Wissen erfolgreich anwenden zu können. Aber es fehlen Studien, die die Wirkung von Design für andere Disziplinen nachvollziehbar darstellen. Nur mit wissenschaftlichen Studien können wir jedoch zum Beispiel das oben genannte Regelwerk verändern.

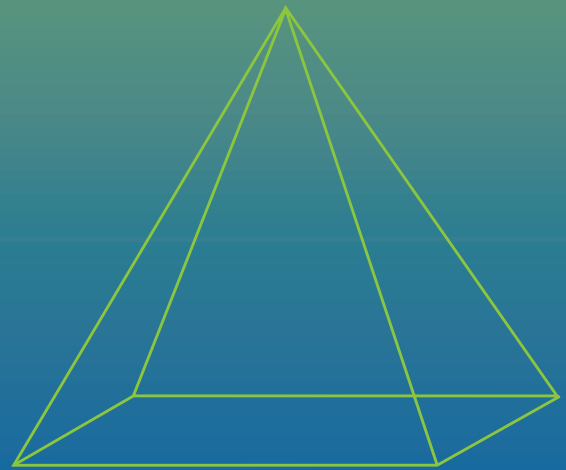
Deshalb begann ich 2016 mit der Designforschung. Eine Studie zur Schriftverwendung mit 145 Lesern Leichter Sprache hat ergeben, dass Arial im Fließtext langsamer gelesen wird als Schriften, die dem dynamischen Formprinzip folgen. Serifenschriften werden etwas schneller gelesen und die Schriftgröße von 2,25 mm x-Höhe (ca. 12 pt) ist absolut ausreichend.⁴ Diese Ergebnisse erstaunen Designpraktiker nicht. Sie decken sich mit dem Wissen über die Leserlichkeit von Schriften bei unbeeinträchtigten Lesern. Erstaunlich ist vielmehr, dass sich eine unbegründete Beurteilung von Nichtfachleuten zu Schriftart und Schriftgröße über so viele Jahre halten konnte. Und noch erstaunlicher: Diese Aussagen wurden getroffen, ohne die Behauptung jemals mit der Zielgruppe zu testen.

¹ Bundesministerium für Arbeit und Soziales. 2014. Leichte Sprache. Ein Ratgeber. (<https://www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/a752-leichte-sprache-ratgeber.html>)

² Bredel, Ursula und Christiane Maaß. 2016. Leichte Sprache. Theoretische Grundlagen. Orientierung für die Praxis. Berlin: Bibliographisches Institut; Duden. (<https://shop.duden.de/Shop/Leichte-Sprache>)

Gelungene Kommunikation ist angemessen und verständlich.

Die fünf Dimensionen der ANGEMESSENHEIT



und die vier Dimensionen der VERSTÄNDLICHKEIT

Analysemodell aus der Forschung von BETTINA M. BOCK und SABINA SIEGHART

Am schlimmsten ist diese fatale Fehlinformation letztlich für die Zielgruppe. Denn diese muss sich mit dysfunktionaler, das Lesen erschwerender Gestaltung herumschlagen. Wer sich sowieso schon schwertut mit dem Lesen, der bekommt noch mal einen extra Stein in den Weg gelegt. Hier ist der Einsatz von Designern und Designforschern gefragt.

³ Waller, Robert. 2011. The Clear Print standard: arguments for a flexible approach, Technical paper 10, Simplification Center, Reading (<https://www.simplificationcentre.org.uk/resources/technical-papers>)

⁴ Sieghart, Sabina. 2020. Angemessene Kommunikation mit Leichter Sprache, in Bildgestalten – Topographien medialer Visualität, Buechner-Verlag, Marburg. (<https://www.buechner-verlag.de/buch/bildgestalten/>)

Hier kommt nun der dritte Grund für die fehlende Beteiligung von Designern bei der Untersuchung von Lesbarkeit ins Spiel: Forschung muss finanziert werden. Im Gegensatz zu anderen Disziplinen fehlt in der Designlehre die Einbindung der Forschung an Hochschulen. Oftmals wird Design an Fachhochschulen ohne Promotionsrecht gelehrt und die Lehrenden haben weder die Möglichkeit noch die Zeit, geschweige denn eine Finanzierung, um Forschung zu betreiben.

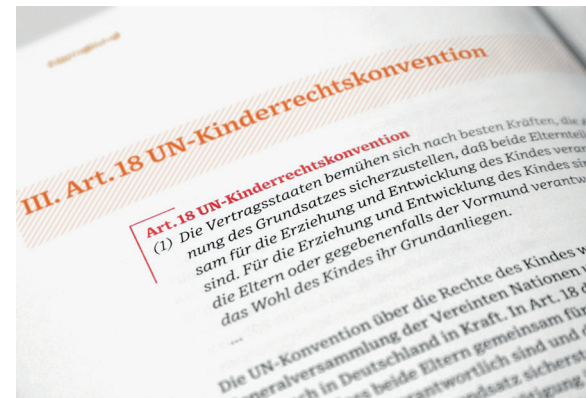
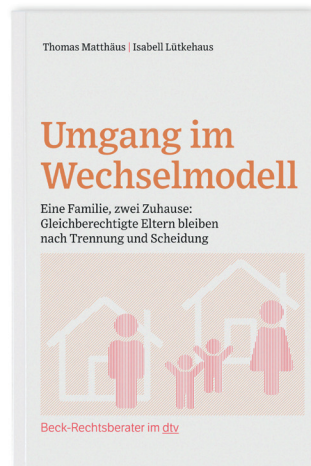
Diese strukturelle Schwäche erschwert auch die Mitarbeit von Designforschern in politischen Gremien. Dass diese unabdingbar ist, zeigt die aktuelle Entwicklung. 2019 hat das BMAS das Deutsche Institut für Normung (DIN) beauftragt, DIN-SPEC-Empfehlungen für deutsche Leichte Sprache zu entwickeln. Eine DIN SPEC kann die Basis einer DIN-Norm sein und soll zunächst den marktkonformen Standard einer Innovation formulieren. Eine DIN-Norm ist Grundlage aller staatlichen und auch vieler unternehmerischen Ausschreibungen und dann für alle Designer verbindlich. Es ist also absolut notwendig, dass wir an diesem Standard mitarbeiten, der die Arbeit vieler Designer so stark beeinflussen wird. Die Regeln zur Mitarbeit an DIN-Normen sehen vor, dass Mitglieder von Verbänden oder Mitarbeiter von Unternehmen in das Konsortium entsendet und finanziert werden. Zwar sind

sich alle Designverbände und der Deutsche Designtag einig, dass wir Designer in diesem Gremium vertreten sein müssen. Aber auch hier fehlt die notwendige Struktur und damit die Finanzierung. Momentan arbeite ich als Teil einer motivierten Gruppe von Experten unentgeltlich im DIN-Konsortium mit. Neben unserer eigentlichen Arbeit bemühen wir uns, die Politik auf die Missstände aufmerksam zu machen und eine Finanzierung zu erreichen.

Wir tun dies, weil wir überzeugt sind, dass wir Designer an der Zukunft des Lesens beteiligt werden müssen. Gut aufgestellte Designprojekte berücksichtigen seit jeher die Zielgruppe und schaffen Produkte, die für die jeweilige Zielgruppe lesbar sind und Lust machen auf Lesen. Designforschung kann auf Basis empirischer Studien zeigen, dass und warum das tradierte Designwissen funktioniert. Nur mit einer angemessenen visuellen Umsetzung der verschriftlichten Sprache gelingt eine verständliche Kommunikation. Nur mit dem Wissen der Designer kann die UN-Konvention erfolgreich in die Praxis umgesetzt werden. Wir sollten uns einmischen: als Designer, Forscher und Gestalter der Zukunft des Lesens.

www.gestaltungsinstitut.de ↗

Grafisches Konzept für die Beck-Rechtsberater im dtv, ausgewählte Seiten und Detail der Typografie. Gelungene Kommunikation ist angemessen und verständlich. In Theorie und Praxis wird dies überprüfbar anhand der fünf Angemessenheitsdimensionen (Adressat, Situation, Inhalt, Funktion und Sender) und der vier Dimensionen der Verständlichkeit (Gliederung, semantische Kürze/Lesbarkeit, sprachliche Einfachheit/Leserlichkeit und Motivation)⁵.



Gutes Design schafft Produkte, die gut lesbar sind und Lust machen auf Lesen.

⁵ Bock, Bettina M. und Sabina Sieghart. 2019. Analysemodell, Poster für die Junge Akademie (http://gestaltungsinstitut.de/wp-content/uploads/2020/05/Poster_Analysemodell_291119.pdf)