



VERSTÄNDLICH SCHREIBEN

DAS HAMBURGER MODELL DER
TEXTVERSTÄNDLICHKEIT

Content
Marketing
Akademie



Schreibszene

VERSTÄNDLICH SCHREIBEN: KENNEN SIE DIE 4 DIMENSIONEN DER TEXTVERSTÄNDLICHKEIT?

Was Sie auch vorhaben: **Ein Text, den keiner versteht, bringt Sie nicht weiter.**

Aber auf was müssen Sie achten, um verständlich zu schreiben? Gibt es dafür Regeln?. Es gibt sie. **Verständliches Schreiben hat vier Dimensionen.**

In den 70er-Jahren des 20. Jahrhunderts begannen Psychologen, die Merkmale der **Textverständlichkeit systematisch zu untersuchen**. So entstand das Hamburger Verständlichkeitsmodell. Danach hängt die Textverständlichkeit von vier Merkmalen ab:

- Einfachheit
- Gliederung/Ordnung
- Kürze/Prägnanz
- Anregende Zusätze

Wer die Verständlichkeit eines Textes beurteilt, bewertet jedes dieser Merkmale entlang einer 5er Skala:

Top	Gut	O.K.	Na ja	Schlecht
++	+	0	-	--

Um die Bewertung entlang der Skala anschaulicher und einheitlicher zu machen, haben die Erfinder des Modells einen **Bewertungsrahmen** definiert (siehe unten). Die Wertung «++» ist angemessen, wenn der Text der linken Seite des Rahmens voll entspricht. Trifft die rechte Seite genau zu, dann ist die Wertung «-». Die Wertungen «+», «o» und «-» kommen zum Zug, wenn der Text zwischen den Extremen liegt.

Die folgenden Kriterienpaare bilden den Bewertungsrahmen des Modells:

1. EINFACHHEIT

einfach heisst:	kompliziert heisst:
kurze, einfache Sätze	lange, verschachtelte Sätze
geläufige Wörter	ungeläufige Wörter
Fachwörter erklärt	Fachwörter nicht erklärt
Konkret, anschaulich	abstrakt, unanschaulich

Einfachheit ist der wichtigste Verständlichmacher. Wer ein breites Publikum mit vielfältigem Bildungshintergrund erreichen möchte, muss vor allem einfach schreiben.

Optimum: ++

2. GLIEDERUNG/ORDNUNG

gegliedert und geordnet heisst:	ungegliedert heisst:
folgerichtig	zusammenhanglos, wirr
übersichtlich	unübersichtlich
gute Unterscheidung von Wesentlichem und Unwesentlichem	schlechte Unterscheidung von Wesentlichem und Unwesentlichem
der rote Faden bleibt sichtbar	man verliert den roten Faden
alles kommt der Reihe nach	alles geht durcheinander

Dieser Verständlichmacher wird immer wichtiger, je länger der Text ist. Der «rote Faden» soll immer sichtbar sein.

Optimum: ++

3. KÜRZE/PRÄGNANZ

kurz und prägnant heisst:	weitschweifig heisst:
aufs Wesentliche beschränkt	viel Unwesentliches
gedrängt	breit
konzentriert	abschweifend
knapp	ausführlich
jedes Wort notwendig	vieles hätte man weglassen können

Suchen Sie einen gesunden Mittelweg zwischen Kürze und Weitschweifigkeit. Es gilt das Motto: So kurz wie möglich und so lang wie nötig. Es geht also nicht ums Kürzen um jeden Preis. Ein zu knapper Telegrammstil überfordert. Alle wesentlichen Informationen müssen enthalten sein. Aber Füllmaterial und Nebensächliches steht der Verständlichkeit im Weg.

Das Optimum liegt in der Mitte: o oder +

4. ANREGENDE ZUSÄTZE

mit anregenden Zusätzen heisst:	ohne anregende Zusätze heisst:
anregend	nüchtern
interessant	farblos
abwechslungsreich	gleichbleibend neutral
persönlich	unpersönlich

Eine trockene Faktensammlung ermüdet die Aufmerksamkeit. Lebendige Texte werden leichter verstanden und besser erinnert. Gönnen Sie Ihrem Leser zwischendurch ein kleines Extra, das Fantasie und Gefühl anspricht. Allerdings: Übertreiben Sie es nicht. Ist ein Text gut gegliedert, so tragen anregende Zusätze zum Verständnis und zur Lust am Lesen bei. Bei unübersichtlichen Texten erhöhen Sie die Verwirrung zusätzlich. Zu viele anregende Zusätze sind auch mit der Kürze/Prägnanz nicht zu vereinbaren.

Optimum: o oder +

DIE MERKMALE IM ÜBERBLICK

Ein optimal **verständlicher Text zeigt das folgende Muster:**

Optimal	
Einfachheit: ++ oder +	Gliederung/Ordnung: ++
Kürze/Prägnanz: o oder +	Anregende Zusätze: o oder +

Das Modell wurde gelegentlich kritisiert, weil es **keine eindeutig messbaren Kriterien** enthält. In der Praxis hat sich aber gezeigt, dass die Bewertungen verschiedener Benutzer meist nah beieinander lagen.

Trotz der Kritik ist das Hamburger Modell bei Schreibern beliebt. Es ist hilfreich, um die Verständlichkeit eigener oder fremder Texte zu analysieren und **festzustellen, woran ein Text krankt**, der als schwer verständlich empfunden wird.

A B E R

Das Hamburger Verständlichkeitsmodell beschreibt, wie ein Text gemacht sein soll, damit er besonders leicht verständlich ist. Dennoch sind Sie nicht immer gut beraten, den optimal verständlichen Text zu schreiben. Wenn Ihr Text sich ausschliesslich an Fachleute richtet, könnten Sie Ihr Publikum mit Erklärungen zu Fachbegriffen leicht verärgern. «Für wie dumm hält der mich eigentlich?», denken Ihre Leser dann.

Sprache hat auch eine soziale Dimension. Sie grenzt den inneren Kreis der Eingeweihten von staunenden Zuschauern ab. Ärzte, Ingenieure und Wissenschaftler haben Jahre gebraucht, um die Fachbegriffe und sprachli-

chen Marotten ihres Fachs zu erlernen. Weil es ihnen gelungen ist, gehören sie jetzt dazu. Sofort erkennbar an der Art, wie sie reden und schreiben. Wenn Sie wie einer schreiben möchten, der dazugehört, müssen Sie auch die **(manchmal ärgerlichen) Eigenheiten der Fachsprache** übernehmen.

AKADEMIKER KAUDERWELSCH UND «LEICHTE SPRACHE»

Zwei Beispiele illustrieren das Spektrum der Verständlichkeit – von unerträglich verknorzt bis ultraleicht.

Sehr schwer verständliche Texte finden sich zum Beispiel bei **Juristen und Soziologen**. Aus einem Vorlesungsverzeichnis eines soziologischen Institutes stammt dieser Text:

«... Kommunikation, Kommunikationsmedien und Kommunikationstechnologien sind zu dominanten Phänomenen der modernen Gesellschaft geworden. Um bedeutungsvolle gesellschaftliche Trends und Phänomene ... verstehen und analysieren zu können, muss auf die Rolle von Kommunikationsmedien im Rahmen der Ausbildung einer in Funktionsbereiche differenzierten Weltgesellschaft Bezug genommen werden. Dabei ist ein umfassender, gesellschaftswissenschaftlicher Zugang erforderlich, der aktuelle Trends historisch rekonstruiert und diese als Grundlage für die Einschätzung möglicher Entwicklungen nutzen kann.»

Die Hauptaufgabe dieses Textes ist wohl, dem Ego der Autoren zu schmeicheln und die Studenten einzuschüchtern. Sonst hätten die Autoren einfach schreiben können: «In dieser Vorlesungsreihe untersuchen wir, wie die Kommunikationsmedien die Weltgesellschaft verändern.»

Das andere Extrem ist die **«Leichte Sprache»**. Was das ist, beschreibt der Verein «Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung Bremen e.V.» in leichter Sprache:

Ein Mensch mit geistiger Behinderung hat oft Schwierigkeiten. Zum Beispiel: Weil der Vortrag zu schwer ist. Oder beim Kochen, die Rezepte lesen. Oder der Fahrplan ist zu schwierig. Seit ungefähr 1995 wollen mehr Leute etwas daran ändern. Seitdem ändert sich auch einiges. Zum Beispiel gibt es einen Verein von selbst Betroffenen: Er heißt: Mensch zuerst Deutschland. In dem Verein sind nur Menschen mit Lern-Schwierigkeiten. Sie machen sich stark für Menschen mit Behinderung: Zum Beispiel, dass es mehr in Leichter Sprache gibt. Und was alles leichter werden muss. ... Leichte Sprache hat viele Regeln. Zum Beispiel: kurze Sätze, einfache Wörter und bestimmte Schriften. Wichtig ist auch, dass jeder Text geprüft wird. Das machen Menschen mit Lern-Schwierigkeiten. Denn nur sie können sagen, ob der Text leicht genug ist. Oder wo es noch zu schwer ist. Also: Wo es Hindernisse gibt.

Ihre Texte liegen wahrscheinlich irgendwo **zwischen diesen Extremen**. Das ist auch gut so. Der sinnfrei aufgeblasene Soziologenzargon ist nie eine gute Wahl. Es sei denn, Sie streben ein Soziologie-Examen an. Dann müssen Sie mit den Wölfen heulen.

Auch die «Leichte Sprache» ist nur dann geeignet, wenn Sie für Menschen mit Lernschwierigkeiten schreiben oder für Personen, die nur wenig Deutsch verstehen. Oder wenn Ihre Texte unter Extrembedingungen verständlich sein müssen – wie die Bedienungsanleitung eines Feuerlöschers.

Für alle anderen Situationen ist die «Leichte Sprache» zu einfach gestrickt. **Zu leichte und zu schwere Sprache – beides kann Ihre Leser verärgern.**

Das wars für heute.

Vielen Dank fürs Lesen.

Matthias Wiemeyer



Copyright © 2022 Matthias Wiemeyer

Gefunden auf: schreibszene.ch/blog

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung (*die im Regelfall aber gewährt wird – einfach anfragen an info@schreibszene.ch*) des Herausgebers in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln – elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen, Scannen oder auf andere Weise – reproduziert, gespeichert oder übertragen werden. Es ist illegal, diesen Text zu vervielfältigen, auf einer Website zu veröffentlichen oder auf andere Weise ohne Genehmigung zu verbreiten.

Veröffentlicht von schreibszene und Content Marketing Akademie