

Readability is our Business!

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 mit zu bekommen, welche typografischen Regeln aufgestellt werden. So geschehen bei der Entwicklung des *Regelwerkes für Leichte Sprache*: Die Publikation des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS 2014) wurde zwar von einer namhaften Agentur gestaltet, jedoch möchte man 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 von 3.1. Darin gibt es nur eine Handvoll Schriften – und Arial war das kleinste Übel.

Illustration

Arial

Illustration

Thesis The Serif

Die Schrift Arial wird fast nie von Designern eingesetzt. Mit gutem Grund. Sie wirkt unausgeglich, der Grauwert ist zu dunkel, Buchstaben wie das große »I« und das kleine »l« 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 Dudenverlag (Bredel/Maaß 2016) 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 Lesbarkeit 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?

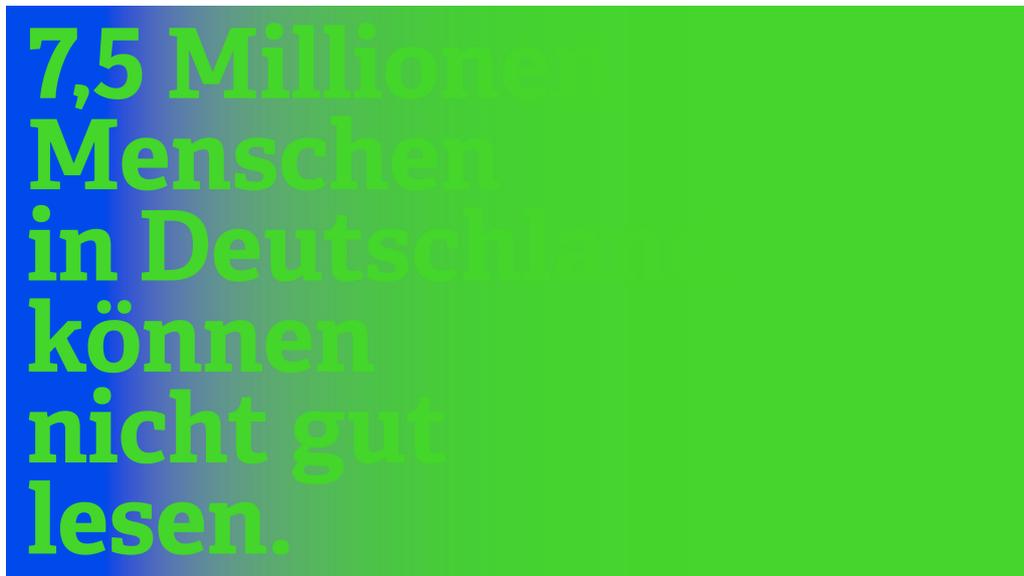
Schriften fair vergleichen



In anderen Ländern, allen voran UK, gibt es fundierte Designforschung zum *Plain Writing Act* und weiteren ähnlichen Ansätzen, Sprache und/oder Behördenkommunikation für eine breite Masse verständlicher zu gestalten (Waller 2011). 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 z. B. das oben genannte Regelwerk verändern.

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 (Sieghart 2020). 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.



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 nochmal einen extra Stein in den Weg gelegt. Hier ist der Einsatz von Designern und Designforschern gefragt.

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, eine *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 arbeitete ich als Teil einer motivierten Gruppe von Experten 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 sind. 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.

Sabina Sieghart, März 2021

Quellen

BMAS (2014): *Leichte Sprache. Ein Ratgeber*.

<https://www.bmas.de/DE/Service/Medien/Publikationen/a752-leichte-sprache-ratgeber.html> <5.2.2021>

Bredel, Ursula und Christiane **Maaß** (2016): *Leichte Sprache. Theoretische Grundlagen. Orientierung für die Praxis*. Berlin: Bibliographisches Institut; Duden. <5.2.2021>

Sieghart, Sabina (2020): Angemessene Kommunikation mit Leichter Sprache, in *Bildgestalten – Topographien medialer Visualität*, Böhner-Verlag, Marburg.

Waller, Robert (2011): *The Clear Print standard: arguments for a flexible approach*, Technical paper 10, Simplification Center, Reading.

© 2021: Sabina Sieghart, DESIGNABILITIES Design Research Journal (ISSN 2511-6264) Authors retain the rights to their articles, which are published by DESIGNABILITIES Design Research Journal with their permission. Any use of these materials provide proper citation to the author and DESIGNABILITIES | www.designforschung.org

Citation Information:

Sieghart, Sabina (2021): Readability is our Business!. In: DESIGNABILITIES Design Research Journal, (3) 2021. ISSN 2511-6274 <https://tinyurl.com/y3wv3j6z>