

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 71 (2015)
Heft: 2

Rubrik: Sprachwissen: Merkmale leicht verständlicher Texte

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Sprachwissen:

Merkmale leicht verständlicher Texte

Ergänzung zum Schwerpunkt 1/2015: Das Hamburger Modell

«Da ich keine Zeit habe, Dir einen kurzen Brief zu schreiben, schreibe ich Dir einen langen», erklärt der achtzehnjährige Goethe seiner Schwester; er hat diesen Satz bei Cicero gefunden.

Mich begleiten beim Texten bereits seit Jahrzehnten die von den drei Hamburger Professoren Inghard Langer, Friedemann Schulz von Thun und Reinhard Tausch erarbeiteten vier Merkmale leicht verständlicher Texte.

Einfachheit

Ein Text kann nie zu einfach abgefasst sein, wobei einfach nicht mit simpel verwechselt werden darf. Der Wortschatz unserer Sprache soll reichhaltig sein. Gefragt sind dabei möglichst geläufige Wörter, die als bekannt vorausgesetzt werden können. Fachwörter, die nur Spezialisten kennen, müssen erklärt werden. Vereinfachungen, die den Inhalt verzerrt wiedergeben – vielleicht mit dem Ziel, den Leser oder Zuhörer zu manipulieren, wie wir es von der Politik gelegentlich kennen –, stehen auf einem anderen Blatt.

Einfach und leicht verständlich wirken Sätze, die nicht mehr als einen Gedanken enthalten. Der Punkt als natürliche Grenze zwischen zwei

Gedanken trägt wesentlich zu einem leicht verständlichen Text bei. Das bedeutet aber nicht, dass ein Text nur kurze Sätze enthalten soll, im Gegenteil: Kürzere Gedanken wechseln sich mit etwas anspruchsvolleren ab und verleihen damit dem Text die willkommene Spannung.

Äussere Gliederung und innere Ordnung

Gliederung und Ordnung sind dafür verantwortlich, dass sich der Leser im Text leicht zurechtfindet, den Überblick gewinnt und die Zusammenhänge versteht. Dabei erleichtern Untertitel die optische Übersicht. Oft ist aber zu beobachten, dass die Untertitel sich lediglich auf wenige Sätze des betreffenden Kapitels beziehen und damit den Leser eher verwirren. Wohl wichtiger als die Frage der Untertitel ist die konsequente Gliederung in Abschnitte. Für jede Gedankengruppe ist ein eigener Abschnitt vorzusehen. Bei zu vielen und nur sehr kurzen Abschnitten wirkt der Text aber zergliedert; der Überblick wird erschwert.

Viele Texte lassen die innere Ordnung vermissen. Die einzelnen Sätze stehen beziehungslos zueinander. Sie sind gedanklich nicht verbunden. Der Autor muss den Leser nahtlos von einem Gedanken zum nächsten führen. Die streng logische Verknüpfung von Gedanken führt zu Argumentationsketten, bei denen jeder Gedanke zwingend aus dem vorhergehenden abgeleitet wird.

Kürze und Prägnanz

Ein Text kann nie zu einfach formuliert und zu gut gegliedert sein. Er kann aber als zu kurz und zu prägnant empfunden werden. Informationen, die in sehr gedrängter Form auf den Leser einstürzen, werden oft nicht vollumfänglich wahrgenommen. Es besteht die Gefahr, dass Wichtiges nicht beachtet wird. In der Praxis begegnen uns aber selten Texte, die zu kurz formuliert sind, am ehesten dort, wo mangelhaft recherchiert wurde. Ein Beispiel aus meiner früheren Tätigkeit: Die Assistentin des Personaldirektors eines Konzerns feierte ihren 50. Geburtstag. Der Direktor kam zu mir und sagte: «Ich kann meiner Mitarbeiterin doch nicht einen Brief überreichen, den sie schon hunderte Male für andere eingepackt hat. Könnten Sie für meine Assistentin einen ganz persönlichen Brief aufsetzen?»

Die andere Gefahr, Inhalte zu weitschweifig darzustellen, ist bedeutend grösser. Viele Texte enthalten Erläuterungen, die mit dem Thema kaum etwas zu tun haben. Oft gesellt sich zur inhaltlichen noch eine sprachliche Weitschweifigkeit in Form einer umständlichen Ausdrucksweise, von Wiederholungen und Füllwörtern. Unwesentliches und Überflüssiges lenken den Leser von den zentralen Aussagen ab.

Anregende Zusätze

Ein Text ohne anregende Zusätze ist wie eine Suppe ohne Salz. Sie sind es, die beim Leser das Interesse wecken, die Lust am Lesen hervorrufen. In vielen Texten sind es die treffenden Beispiele, die die Aussagen veranschaulichen. Sie sind die Bilder des Textes; sie geben ihm die Farbe. Aber auch hier gilt: Anregende Zusätze, die ausufern, bringen den Text aus dem Gleichgewicht und beeinträchtigen die Übersicht.

Anregend schreiben erfordert deshalb viel Disziplin. Trotzdem: Persönlich ziehe ich einen farbigen, leicht aus der Kontrolle geratenen Text einem klar strukturierten, aber blutleeren doch noch vor.

Johannes Wyss, Thalwil

Literatur

Langer, Schulz von Thun, Tausch: Sich verständlich ausdrücken. 9. Auflage, 2011.

Johannes Wyss: Aufsatzcoaching. 1991, vergriffen.