



Kompetenznetzwerk  
Informationstechnologie zur Förderung der  
Integration von Menschen mit Behinderungen

---

# Easy-to-Read Leichte Sprache

Grundsätze  
und  
deren Umsetzung im Web

# Übersicht

- Warum Easy-to-Read?
- Was ist Easy-to-Read?
- Für wen ist Easy-to-Read?
- Welche Texte in Easy-to-Read?
- Wie kommt man zu Texten in Easy-to-Read?
- Easy-to-Read und Web
- Schwierigkeiten bei der Erstellung von Materialien in Easy-to-Read

## Warum Easy-to-Read?

Es ist ein *"demokratisches Grundrecht, Zugang zu Kultur, Literatur und Information zu haben, und zwar in verständlicher Form.*

*... Lebensqualität ist ein weiterer wichtiger Faktor. Die Fähigkeit zu lesen vermittelt Menschen sehr viel Selbstvertrauen. Sie können ihre Horizonte erweitern und ihr Leben selbst in die Hand nehmen. Durch Lesen können Menschen ihre Ideen, Gedanken und Erfahrungen austauschen und sich persönlich weiterentwickeln."* (Tronbacke 1999)

## Was ist Easy-to-Read? (1)

*„Die Methode, Informationen in leichter verständliche Sprache zu übersetzen, heißt Easy-to-Read. Sie wurde entwickelt, um schriftliche Informationen, Literatur und Multimedia-Angebote Personen zugänglich zu machen, die Lernschwierigkeiten haben und über ein geringes Sprachverständnis oder Lesevermögen verfügen.“*

Definition des Vereines MAIN

<http://www.mainweb.at/infopool/begriffe/e/easy-to-read/>

## Was ist Easy-to-Read? (2)

- Einfach, verständlich, qualitativ hochwertig
- Kriterien zur Erstellung von Texten
  - Inclusion Europe: „Sag es einfach“
  - Internationaler Verband der bibliothekarischen Vereine und Institutionen Den Haag: Richtlinien für Easy-Reader Material
  - Lebenshilfe Bremen: Kriterien der Leichten Sprache
  - Mencap England: Am I making myself clear?
- Vermeidung von verkündlicher Sprache
- Respektvolle Ansprache der Zielgruppe
- **Rückbindung!**

## Für wen ist Easy-to-Read?

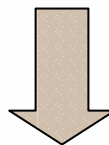
- Menschen mit Lernschwierigkeiten und Behinderungen
- Menschen nicht-deutscher Muttersprache:
  - 8 % der österreichischen Bevölkerung im Jahr 2001 (Statistik Austria)
  - 7,16 Mio Urlauberinnen und Urlauber im Jahr 2007 (Statistik Austria)
- Gehörlose Menschen:
  - 0,1 % der österreichischen Bevölkerung im Jahr 1995 (Mikrozensus)
- Menschen mit funktionalem Analphabetismus
  - Ca. 4 % der österreichischen Bevölkerung im Jahr 1998 (Akademie der Wissenschaften)
- Menschen mit Sehbeeinträchtigungen
  - Ältere Menschen: 14 % der österreichischen Bevölkerung 65 Jahre oder älter im Jahr 2001 (Statistik Austria)
- Menschen, die eine Information schnell erfassen möchten
- ...

## Welche Texte in Easy-to-Read?

- Informationen zum Alltag
  - Nachrichten
  - Arztbesuche
  - Ämter
  - Berufliche Informationen (z.B. Arbeitssicherheit, Was tun bei Mobbing und Diskriminierung)
  - ...
- Gesetze
- Services für Menschen mit Lernschwierigkeiten
- Reisen
- Untersuchungen z.B. Bericht über die Lage der behinderten Menschen in Österreich
- ...

## Wie kommt man zu Texten in Easy-to-Read?

Text laut Kriterien verfassen



Rückbindung mit der Zielgruppe  
Änderungen im ursprünglichen Text einarbeiten





## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (1)

	Print	Web
<b>Allgemein</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzeichnung der Texte in Einfacher Sprache</li> <li>• Kennzeichnung mit einem Zeichen</li> <li>• Evtl. zusätzlich Erklärung: „Dieser Text / diese Webseite ist in leichter Sprache geschrieben, damit ihn/sie alle Menschen gut verstehen können.“</li> <li>• Humor</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Seite muss valide sein.</li> <li>• Die Seite muss den Zugänglichkeitsrichtlinien der WAI entsprechen.</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (2)

	Print	Web
<b>Zielgruppe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für wen schreibe ich?</li> <li>• kein Wissen voraussetzen</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppe bestimmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgruppe bestimmen (im WWW nicht so exakt möglich)</li> </ul>
<b>Motivation</b>	<p>Was möchte man schreiben und warum?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Warum wird das Dokument geschrieben?</li> <li>• Was möchte man sagen?</li> <li>• Werden Hintergrundinformationen benötigt?</li> <li>• Welche Informationen braucht die Leserin oder der Leser wirklich?</li> <li>• Wie ist die logische Reihenfolge meiner Informationen?</li> <li>• Wie wird die Leserin oder der Leser die Information benutzen?</li> </ul>	

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (3)

	Print	Web
<b>Layout &amp; Inhalt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• serifenlose Schrift, max. zwei Schrifttypen</li> <li>• Linksbündig</li> <li>• Keine Kursivschrift und Wörter in Großbuchstaben</li> <li>• Übersichtliche Gestaltung</li> <li>• Kontrast</li> <li>• Eventuell vorgelesene Texte, Hörspiele oder Videos anbieten</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schriftgröße mind. 14 pt</li> <li>• 1,5 Zeilenabstand</li> <li>• Fettdruck und Unterstreichungen zur Hervorhebungen im Textfluss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mittlere Schriftgröße (skalierbar)</li> <li>• Standardmäßig vorhandene Schrifttypen (serifenlos)</li> <li>• Zeilenabstand ausreichend groß, mitskalieren</li> <li>• Fettdruck zur Hervorhebung von zentralen Begriffen – keine Unterstreichungen (Zeichen für Hyperlinks)</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (4)

	Print	Web
<b>Begriffe &amp; Sätze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurze, nicht verschachtelte Sätze (nur einfache Gliedsätze mit Zeilenumbruch nach Sinneinheiten)</li> <li>• Alltagssprache (immer gleiche Begriffe)</li> <li>• Aktive Sprachformen</li> <li>• Respektvolle, direkte Anrede der Leserin / des Lesers</li> <li>• Keine Abkürzungen, Akronyme, Initialen, Metaphern und abstrakte Begriffe</li> <li>• Schwierige Inhalte in Dialogform</li> <li>• Schwierige Worte/Fachbegriffe umschreiben/erklären (Wörterbuch)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationswiederholungen, um Bereiche hervorzuheben/in Erinnerung zu rufen</li> <li>• Einen Absatz nicht auf zwei Seiten aufteilen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wörterbuch oder Glossar</li> <li>• interaktive „Lernmodule“ zur Wiederholung von wichtiger Information</li> <li>• Hilfsmittel nicht zu stark einsetzen – Gefahr der kognitiven Überlastung</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (5)

	Print	Web
<b>Gliederung des Textes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „roter Faden“</li> <li>• Prägnante Formulierungen</li> <li>• 1 Aussage pro Satz (pro Zeile, falls Gliedsatz notwendig)</li> <li>• Zusätzliche Gliederung (z.B. aussagekräftige Überschriften, Absätze)</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Querbezüge vermeiden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Internet ist eine Plattform, die von Hyperlinks – Querbezügen – lebt → hier Vermeidung nicht sinnvoll (statt dessen: durch Verlinkung schnelles Nachschlagen von Begriffen)</li> <li>• längere Fließtexten → Zusammenfassung anbieten</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (6)

	Print	Web
<b>Bilder</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte."</li> <li>• immer in der Nähe des Textes platzieren, den sie unterstützen</li> <li>• muss Textinhalt darstellen</li> <li>• leicht verständlich (Rückbindung von Grafiken)</li> <li>• <u>Ein</u> Bild zu <u>einem</u> Thema.</li> <li>• Klischees vermeiden</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotoqualität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute Qualität &amp; schnell ladbar</li> <li>• ALT-Text</li> <li>• Falls animierte Grafiken → ausschaltbar sein, damit Konzentration auf Inhalt möglich</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (7)

	Print	Web
<b>Druck- version</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seiten in angemessener Form druckbar</li> <li>• Druckversion sollte den E2R-Richtlinien für Print entsprechen</li> </ul>
<b>Navigation</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktdaten</li> <li>• Startseite – was wird angeboten</li> <li>• Home- und Hilfe-Button groß, klar ersichtlich, gleiche Position</li> <li>• Navigationsleiste – gleiches Aussehen, gleiche Position</li> <li>• klare Navigation</li> <li>• Links enthalten genügend Information über ihr Ziel.</li> <li>• maximal 3 Ebenen</li> <li>• Sitemap</li> </ul>

## Easy-to-Read Kriterien für Print und Web (8)

	Print	Web
<b>Papier-qualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mattes Papier</li> <li>• gute Papierqualität</li> </ul>	
<b>Rück- bindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückbindung mit Expertinnen und Experten der Zielgruppe</li> <li>• Ergebnisse in den Text einarbeiten</li> <li>• Der Text wird überprüft, nicht die Expertinnen und Experten!</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückbindung von             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Text</li> <li>- Startseite</li> <li>- Struktur</li> <li>- Navigation</li> </ul> </li> </ul>



## Realisierungsmöglichkeiten im Web

- Gesamter Inhalt in Nicht-ETR und in ETR  
100 % : 100 % [Beispiel](#)
- Gesamter Inhalt in Nicht-ETR und Teile davon in ETR  
100 % : 50 % oder 100 % : 30 %, ... [Beispiel](#)
- Teile des Inhaltes in Nicht-ETR und andere Teile in ETR  
50 % : 50 % oder 30 % : 70 %, ... [Beispiel](#)
- Gesamter Inhalt in ETR  
0 % : 100 % [Beispiel](#)

# Schwierigkeiten und Lösungsansätze

- Inhomogene Gruppen
  - Informationen nur mit Bildern vermittelt
  - Bild und Text in Easy-to-Read
  - Nur Text in Easy-to-Read
- Eventuell starke Erhöhung der Seitenzahl
  - Beschränken auf nötige Informationen
  - Abklären mit Auftraggebern
- Akzeptanz
  - Klare Kennzeichnung der Texte als LL
- Qualität
  - Zielgruppe so gut wie möglich bestimmen
  - Rückbindung
- Erstellungsprozess nicht standardisiert
  - Kriterien
  - Rückbindung



**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**