

Steffen Grütjen,
Friederike Herrmann
und Milan Skusa (Hrsg.)

Journalismus leicht verständlich

Berichterstattung für Menschen
mit eingeschränkter Literalität

OBS-Arbeitspapier 81
ISSN: 2365-1962 (nur online)

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Can Gülcü

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt am Main

Tel.: 069-6693-2584

E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de

www.otto-brenner-stiftung.de

Für die Autor*innen:

Prof. Dr. Friederike Herrmann

Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

E-Mail: friederike.herrmann@ku.de

Redaktion & Lektorat:

Robin Koss (OBS)

Satz und Gestaltung:

Isabel Grammes, think and act

Titelbild:

Adriana/AdobeStock.com

Redaktionsschluss:

24. Juli 2025

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:



Dieses Arbeitspapier ist unter der Creative Commons „Namensnennung – Nicht-kommerziell – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International“-Lizenz (CC BY-NC-SA 4.0) veröffentlicht.

Die Inhalte sowie Grafiken und Abbildungen dürfen, sofern nicht anders angegeben, in jedwedem Format oder Medium vervielfältigt und weiterverbreitet, geremixt und verändert werden, sofern keine Nutzung für kommerzielle Zwecke stattfindet. Ferner müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben gemacht, ein Link zur Lizenz beigefügt und angegeben werden, ob Änderungen vorgenommen wurden. Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

In den Arbeitspapieren werden die Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich.

Download und weitere Informationen:

www.otto-brenner-stiftung.de

Inhalt

	Zusammenfassung in Leichter Sprache	3
1	Einleitung	8
	Friederike Herrmann	
	<i>Werkstattbericht 1 „Einfache Sprache in den Nachrichten: Herausforderungen und Chancen“</i>	
	Annette Meisters (Deutschlandfunk)	13
2	Leichter verständlicher Journalismus: Eine qualitative Befragung der Zielgruppen	17
	Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa (Mitarbeit: Sophie Hepach)	
	<i>Werkstattbericht 2 „Die ‚tagesschau‘ in Einfacher Sprache“</i>	
	Sonja Wielow (ARD-aktuell).....	27
	<i>Werkstattbericht 3 „Nachrichten in Leichter Sprache aus Mittel-Deutschland“</i>	
	Patrick Herz (MDR).....	38
3	Themen und Teilhabe in Demokratien.....	41
	Liane Rothenberger und Annika Sehl	
	<i>Werkstattbericht 4 „Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache“</i>	
	Anika Würz (Hamburger Abendblatt).....	48
4	Wie die Informationen zu den Menschen kommen: Distributionsstrategien für einen leichter verständlichen Journalismus	51
	Karin Boczek	
	<i>Werkstattbericht 5 „Leitstern Verständlichkeit: Wie Medien mit Einfacher und Leichter Sprache umgehen“</i>	
	Marco Bertolaso und Francisca Zecher (Deutschlandfunk)	55

5	KI-Unterstützung für verständliche Informationen	60
	Milan Skusa	
	<i>Werkstattbericht 6 „Nachrichten in Einfacher Sprache im Österreichischen Rundfunk“</i>	
	Robert Ziegler und Franz-Joseph Huainigg (ORF).....	67
6	Ein Angebot für Schüler:innen – Die Nachrichtenapp <i>NaKlar</i>	70
	Sophie Hepach	
7	Fazit: Empfehlungen für die journalistische Praxis.....	76
	Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa	
8	Übersicht: Journalistische Angebote für Menschen mit eingeschränkter Literalität.....	79
	Literaturverzeichnis.....	80
	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	85
	Hinweise zu den Herausgeber:innen und Autor:innen	86

Zusammenfassung in Leichter Sprache

Jeden Tag ist viel los auf der Welt.
Zum Beispiel: Es findet ein Fußball-Spiel statt.
Oder es gibt ein Erdbeben.
Oder es findet eine Wahl statt.

Die Menschen sehen das im Fernsehen.
Oder sie hören davon im Radio.
Oder sie lesen es im Internet.
Diese Nachrichten und Berichte nennt man Journalismus.
Alle Menschen sollen diese Berichte leicht verstehen können.

Wie kann man die Berichte leicht verstehen?
Wie muss man dafür schreiben?
Das waren unsere Fragen.
Wir sind 6 Forscherinnen und Forscher.
Wir arbeiten an einer Universität.
Die Universität heißt Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt.
Wir untersuchen den Journalismus.



© Europäisches Logo für einfaches Lesen:
Inclusion Europe. Weitere Informationen
unter www.leicht-lesbar.eu

Wir haben mit 28 Menschen gesprochen.
Diese Menschen verstehen Leichte Sprache
oder Einfache Sprache besser.

Wir haben sie zum Beispiel gefragt:

- Was wünscht ihr euch von den Berichten?
- Wie lest oder hört ihr Berichte?

Das haben wir von den Menschen gehört:

1.

Nachrichten in Leichter Sprache oder Einfacher Sprache
kennen nur wenige.

2.

Nachrichten sollen von Menschen erzählen.
Sie sollen die **Gefühle** von den Menschen zeigen.
Dann können die Menschen die Nachrichten besser verstehen.

3.

Nachrichten in Leichter Sprache oder Einfacher Sprache
müssen wir leicht finden können.
Im **Internet** sollten sie zum Beispiel eine besondere Farbe haben.
Dann sehen die Menschen die Angebote sofort.
So bekommen alle Menschen wichtige Berichte.

4.

Nachrichten schreiben ist viel Arbeit.

Computer-Programme können dabei helfen.

Die Programme heißen **Künstliche Intelligenz**.

Die Abkürzung dafür ist **KI**.

KI kann Texte schnell schreiben.

KI kann auch Texte in Leichte Sprache oder Einfache Sprache übersetzen.

KI und Menschen können **zusammen arbeiten**.

5.

Die Menschen sagen:

In den Medien soll es mehr **Tipps** geben.

Die Menschen möchten wissen:

- Was sind meine Rechte?
- Wie kann ich wählen gehen?
- Wo finden Konzerte und Ausstellungen statt?
- Sind die Konzerte und Ausstellungen barriere-frei?
Kann man also zum Beispiel mit dem Rollstuhl überall gut hinkommen?

Diese Tipps wünschen sich die Menschen zum Beispiel über **WhatsApp**.

Auch im **Fernsehen** möchten sie diese Tipps bekommen.

Welche Angebote gibt es schon in Leichter Sprache und Einfacher Sprache?

Hier ist eine **Liste**:

- **Hamburger Abendblatt**: Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache – Internet und Podcast
- **Mitteldeutscher Rundfunk (MDR): Nachrichten in Leichter Sprache** – Internet und Podcast
- **nachrichtenleicht (Dlf)** – Internet, WhatsApp, Instagram, Radio
- **Österreichischer Rundfunk (ORF)**: Nachrichten in Einfacher Sprache – Fernsehen und Internet
- **tagesschau in Einfacher Sprache** – Fernsehen und Internet
- **TopEasy News** – Internet

Das hier ist der Link zu dieser Liste:

lesj.ku.de/medien



Dieser Text in Leichter Sprache ist von Steffen Grütjen und Milan Skusa.

Dieser Text wurde geprüft auf Verständlichkeit von Henri Hirt und Marco Kölln.



Leichte Sprache

Leichte Sprache ist eine barrierearme Sprachform, die sich insbesondere an Menschen mit kognitiven Einschränkungen richtet. Sie folgt strengen Regeln und nutzt kurze Sätze und einfache Wörter. Sie zeichnet sich auch durch ihre visuelle Aufbereitung aus, einschließlich des Einsatzes von Piktogrammen, erläuternden Bildern und größerer Schrift. Ein zentrales Element ist, dass Vertreter:innen der Zielgruppe als sogenannte *Prüfer:innen* ausgebildet werden, die Texte, die in Leichter Sprache geschrieben wurden, kritisch geglesen und Änderungen anregen. Es gibt verschiedene Konzepte, die mehr oder weniger strenge Regelwerke vertreten, sodass die Umsetzung in den fertigen Texten durchaus unterschiedlich sein kann.

Einfache Sprache

Einfache Sprache, oft im Zusammenhang mit Leichter Sprache genannt, dient ebenfalls dem Ziel der Verständlichkeit. Sie reduziert sprachliche und inhaltliche Komplexität, um Texte zugänglicher zu machen. Einfache Sprache ist komplexer als Leichte Sprache und kommt einer breiteren Adressat:innenschaft zugute. Ihr Regelwerk ist weniger streng.

Lernbotschafter:innen

Lernbotschafter:innen sind Expert:innen in eigener Sache. Sie haben erst im Erwachsenenalter Lesen und Schreiben gelernt, besuchen Alphabetisierungskurse und sind nun als Multiplikator:innen tätig. Die Personenbezeichnung stammt vom Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung und wird von diesem geprägt.



Mehr Informationen zum Projekt unter: <https://lesj.ku.de>

1 Einleitung

Friederike Herrmann

Demokratie bedeutet Teilhabe. Journalismus ist für die Demokratie so wichtig, weil er diese Teilhabe ermöglicht. Er ist eine von Politik und Wirtschaft idealerweise unabhängige Quelle für Informationen, die die Bürger:innen für Meinungsbildung und Entscheidungsfindung benötigen. Was aber, wenn diese Informationen manche Bürger:innen nicht wirklich erreichen? Vielleicht, weil die Beiträge kompliziert sind und die Schulbildung mangelhaft war. Vielleicht, weil kognitive Einschränkungen das Verstehen erschweren. Oder weil Deutsch nicht die Muttersprache ist.

Das kann bedeuten, dass Bürger:innen zwar das Wahlrecht haben, aber vergeblich nach Grundlagen für ihre Wahlentscheidung suchen. So wie diese Frau, die für die vorliegende Studie befragt wurde und anschaulich schildert, wie schwer die Orientierung ist, wenn man eingeschränkt literarisiert ist:

„Wählen bin ich gegangen, ich weiß, es ist wichtig, dass man wählt, das weiß ich aber erst, seitdem ich bei Lesen und Schreiben e.V. war [...]. Vorher habe ich gewählt nach Farben, weil ich ja nicht wusste, was das ist. Ich konnte lesen, grün, blau und rot, schwarz,

gelb, das konnte ich lesen. Dann habe ich einfach die Farbe genommen, die ich lesen konnte und habe angekreuzt, dann habe ich bestimmt Mist angekreuzt.“

Wählen nach Farben, weil andere Informationen nicht zugänglich sind: Von solchen Einschränkungen ist ein durchaus wesentlicher Teil der Bevölkerung betroffen. Rund zwölf Prozent der Bürger:innen zwischen 18 und 64 Jahren in Deutschland verfügen über eine eingeschränkte Literalität (vgl. Grotlüschen et al. 2019). Sie haben Lernschwächen, vorübergehende oder dauerhafte Behinderungen oder Krankheiten oder sie lernen gerade erst Deutsch. Das sind mehr als sechs Millionen Erwachsene, deren Lese- und Schreibkompetenzen für eine vollständige berufliche, gesellschaftliche und politische Teilhabe nicht ausreichen. Diese Menschen lesen beispielsweise weniger schriftliche Berichterstattung über Politik, tauschen sich seltener über politische Themen mit anderen aus und gehen seltener zu einer Wahl als der Durchschnitt der Bevölkerung (vgl. ebd.). Die audiovisuellen Medien können dies nicht wirklich ausgleichen, weil auch ihre Informationen häufig zu umfassend, zu komplex und in zu hohem Tempo gesendet sind, was das Verstehen erschwert.

Die Konzepte Leichter und Einfacher Sprache

Für eine demokratische Gesellschaft ist die mangelnde Inklusion so großer Bevölkerungsgruppen ein Problem. Unter anderem deshalb wurde das Konzept der „Leichten Sprache“ der UN-Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) entwickelt, ein Regelwerk, das auch bei eingeschränkter Lesefähigkeit Texte verständlich machen soll, etwa durch bestimmte Wortwahl und kurze Sätze (vgl. Kellermann 2014). Die Konvention gilt seit 2009 auch in Deutschland. Insbesondere Behörden arbeiten schon seit vielen Jahren mit dem Konzept der Leichten Sprache. Das in Berlin ansässige „Netzwerk Leichte Sprache“ hat das Regelwerk maßgeblich mitentwickelt und fungiert als Prüforgang für die Texte (vgl. Puffer 2021).

Inzwischen hat das Konzept sich in vielen Bereichen etabliert: Behördentexte und weitere Angebote öffentlicher Kommunikation verfügen in der Regel auch über ein Angebot in Leichter Sprache und werden dabei von Institutionen wie der Forschungsstelle Leichte Sprache an der Universität Hildesheim beraten und unterstützt. Dies hat maßgeblich dazu beigetragen, Menschen mit eingeschränkter Literalität Zugang zu Informationen zu verschaffen und auch mehr Aufmerksamkeit auf die Bedürfnisse der betroffenen Bürger:innen zu richten. Dennoch handelt es sich um einen „Forschungsgegenstand, der weiterhin zahlreiche Fragen aufwirft, die einerseits die Texte mit den verschiedenen sprachlichen Ebenen und andererseits die heterogene Gruppe der Leserinnen und Leser betreffen“ (Bock/Pappert 2023: 9). Bettina M. Bock verweist darauf, dass die notwendig allgemeingültigen Regelwerke zu

Leichter Sprache die Vielfalt der Sprachverwendung und die Spezifik einzelner Kommunikationssituationen nicht abbilden. So können die allgemeinen Regeln beispielsweise nicht die besonderen Anforderungen journalistischer Informationen sowie der verschiedenen Zielgruppen berücksichtigen und wirken darum in den jeweiligen Situationen „immer unvollständig bzw. zu rigide“ (Bock 2018: 17). Nicht zuletzt deshalb wird in der journalistischen Praxis oft nicht das Regelwerk für Leichte Sprache verwandt, sondern auf das Konzept der Einfachen Sprache zurückgegriffen, dessen Vorgaben etwas flexibler sind (vgl. bpb 2014).

Leichter verständlicher Journalismus

Die Funktionen und Aufgaben des Journalismus verlangen nach einem eigenen Zugang, wenn eine bessere Verständlichkeit ermöglicht werden soll. Journalismus richtet sich ausdrücklich an ein „disperses Publikum“, an alle Bürger:innen (vgl. Maletzke 1998: 46), und unterliegt besonderen Kriterien wie Aktualität und Relevanz. Die aus der Sprachwissenschaft entwickelten Konzepte zur Leichten und Einfachen Sprache müssen hieran angepasst und um inhaltliche Überlegungen erweitert werden, beispielsweise um Kriterien für die Selektion von Nachrichten. Aber auch sprachlich unterliegt der Journalismus spezifischen Anforderungen. So kann es beispielsweise seine Aufgabe sein, schwierige Wörter, die in aktuellen Debatten eine Rolle spielen (z. B. Zustrombegrenzungsgesetz) nicht um der Verständlichkeit willen zu vermeiden, sondern einzuführen und zu erläutern, um den Zielgruppen die Orientierung im aktuellen Geschehen zu ermöglichen.

Auch für die Auswahl und den Aufbau der Beiträge gibt es im Journalismus bestimmte Regeln, die beispielsweise vorgeben, Nachrichten nach spezifischen Nachrichtenwerten auszuwählen und die relevanten Informationen an den Anfang des Beitrags zu stellen. Solche Kriterien müssen für einen leicht verständlichen Journalismus neu überprüft und diskutiert werden, weil ein Vollangebot von Nachrichten die Zielgruppen mit eingeschränkter Literalität überfordern würde. Wir wissen, dass die Inhalte von Nachrichten insgesamt vom Publikum eher schlecht aufgenommen und erinnert werden, was mit deren Darstellungsform, dem Aufbau und der isolierten Präsentation von Fakten, zusammenhängen könnte (vgl. Herrmann 2013a). Auch klassische Nachrichtenmedien wie die 20-Uhr-Tagesschau bemühen sich inzwischen häufiger um einen stärker erzählerischen Stil, der den Fakten mehr Kontext gibt.

In der Kommunikationswissenschaft ist das Gebiet eines leicht verständlichen Journalismus für die spezifischen Zielgruppen mit eingeschränkter Literalität weitgehend ein Forschungsdesiderat. Nur wenige Studien haben sich – im Kontext übergreifender Erkenntnisinteressen – mit den Themen Beeinträchtigungen und Barrierefreiheit befasst (vgl. z. B. Adrian et al. 2017; Bosse/Hasebrink 2016; Haage 2021). Von Seiten der journalistischen Praxis gibt es seit nahezu fünfzehn Jahren verschiedene Projekte von Redaktionen, die ein Angebot für Zielgruppen mit eingeschränkter Literalität bereitstellen. Beispielhaft genannt sei hier das Angebot *nachrichtenleicht* des Deutschlandfunks (Dlf) und die *tagesschau in Einfacher Sprache* der ARD. Das Angebot *nachrichtenleicht*

veröffentlicht jeden Freitag auf einer Website die wichtigsten Nachrichten der Woche in leicht verständlicher Form, die sich an dem Konzept der Einfachen Sprache orientiert und bietet darüber hinaus auch jeweils einen Kanal auf den Plattformen Instagram und WhatsApp. Entstanden ist das Format aus einer Kooperation des Senders mit der Fachhochschule Köln im Jahr 2011. Das Angebot der *tagesschau in Einfacher Sprache* gibt es seit dem Sommer 2024 als Online- und Fernsehangebot, das täglich von Montag bis Freitag um 19 Uhr die wichtigsten Nachrichten des Tages sendet. Nach den ersten Ausstrahlungen gab es eine heftige Diskussion über die angeblich zu simpel präsentierten Nachrichten (vgl. Deáky 2024), wohl auch, weil viele nicht verstanden, dass die etwas ungewohnte Präsentation auf Wissen über die Rezeptionsgewohnheiten der spezifischen Zielgruppen beruhte. „Wenn wir Inklusion wirklich ernst nehmen, gehört die ‚Tagesschau in einfacher Sprache‘ ins Hauptprogramm, gleich vor die 20-Uhr-Ausgabe. Dazu noch weitere einfache Angebote im Programm“, entgegnete Medienjournalist Steffen Grimberg in der Berliner *taz* (Grimberg 2024). Das ist auch deshalb nicht abwegig, weil gerade die öffentlich-rechtlichen Sender nach dem Medienstaatsvertrag den Auftrag haben, ihr Angebot möglichst barrierefrei zu präsentieren (vgl. MStV 2020).

Masterstudierende des Faches Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt haben in inzwischen vier Lehrforschungsprojekten zum Thema eines leicht verständlichen Journalismus mit den entsprechenden Redaktionen des Dlf und der *tagesschau* kooperiert. In diesen Veranstaltungen zeigte sich, dass das allgemei-

ne Konzept Leichter und Einfacher Sprache für die journalistische Arbeit angepasst werden muss. Studierende und Lehrende erwarben eine Expertise zum Thema, die nicht einfach in der Schublade verschwinden sollte. So entstand die Idee, einige der Überlegungen in einem Forschungsprojekt und der vorliegenden Veröffentlichung zu vertiefen.

Zum Aufbau dieses Arbeitspapiers

Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Frage, wie journalistische Angebote in Leichter und Einfacher Sprache von den verschiedenen Zielgruppen genutzt werden. Ihr ist die vorliegende Studie in 28 qualitativen Interviews mit Personen mit eingeschränkter Literalität nachgegangen und hat Nutzungsmuster und -motive sowie Bedürfnisse und Wünsche an das Angebot herausgearbeitet. Die Dokumentation und Diskussion der Aussagen stehen am Anfang dieser Veröffentlichung (Kapitel 2). Auffällig ist insbesondere, welche große Rolle Empathie und Anteilnahme bei der Nachrichtenrezeption für die Befragten spielen. Dies kann, so die Hypothese, als besonders wichtige Voraussetzung für die Aufnahme von Informationen durch die untersuchten Zielgruppen gelten. Ergänzend werden im Anschluss an die Darstellung der Ergebnisse besondere methodische Herausforderungen und Limitationen für wissenschaftliche Interviews mit diesen Zielgruppen diskutiert, die sich aus der Studie ergaben.

Das anschließende Kapitel ordnet die Ergebnisse in theoretische Konzepte zu den demokratischen Funktionen des Journalismus ein (Kapitel 3). Hieraus ergeben sich wiederum wichtige Anhaltspunkte für die journalistische Praxis, bei-

spielsweise für die Gewichtung von Nachrichtenfaktoren und für Selektionsentscheidungen, wenn der Umfang der Berichterstattung für Angebote in Leichter und Einfacher Sprache reduziert werden muss.

Eines der Forschungsergebnisse dieser Studie ist, dass bestehende Angebote oft als schwer zugänglich gelten und bei den Zielgruppen noch unzureichend bekannt sind. Dieses Problem greift ein eigenes Kapitel auf, das Verbreitungswege und Plattformen diskutiert, hinsichtlich ihrer Eignung für ein Angebot in Leichter und Einfacher Sprache und auch hinsichtlich der Gestaltung von Beiträgen, die der Plattformlogik angepasst sind und gleichzeitig die Zielgruppen passend bedienen (Kapitel 4).

Eine empirische Teilstudie dieser Veröffentlichung widmet sich der Frage, wie Redaktionen Künstliche Intelligenz (KI) in ihren Arbeitsabläufen einsetzen können, um die Übersetzung konventioneller Nachrichten in Leichte oder Einfache Sprache ressourcenschonend zu gestalten. Das erscheint auch deshalb wichtig, weil einige Angebote der Medien in der Vergangenheit nach kurzer Zeit wegen mangelnder Kapazitäten wieder eingestellt wurden. Eine Redaktionsbeobachtung beim Dlf und ein Einblick in die Angebote, insbesondere von Start-ups in diesem Bereich, lotet Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes der KI aus und diskutiert ihre Einbindung in die Arbeitsorganisation (Kapitel 5).

Nicht allen Fragen, denen wir gerne nachgegangen wären, konnten in dieser Studie bearbeitet werden. Es bedarf weiterer Forschung zu diesen

in vielen Dimensionen noch neuen Themen. Ebenso zentral ist ein enger Austausch zwischen Wissenschaft und journalistischer Praxis. Dazu möchten wir mit diesem Arbeitspapier einen Beitrag leisten und im Sinne eines Transfers Theorie, empirische Forschung und Praxis verbinden.

Im Folgenden sind daher an verschiedener Stelle, oft ergänzend zu den jeweiligen wissenschaftlichen Texten, Berichte und Reflexionen von Redakteur:innen unterschiedlicher Medien platziert. Sie berichten von ihren journalistischen Projekten in Leichter und Einfacher Sprache, diskutieren Grundlagen, Ziele, Herausforderungen und Arbeitsabläufe. Dabei kommt es zu überraschenden Einsichten, wie der, dass die redaktionelle Arbeit mit Einfacher Sprache durchaus

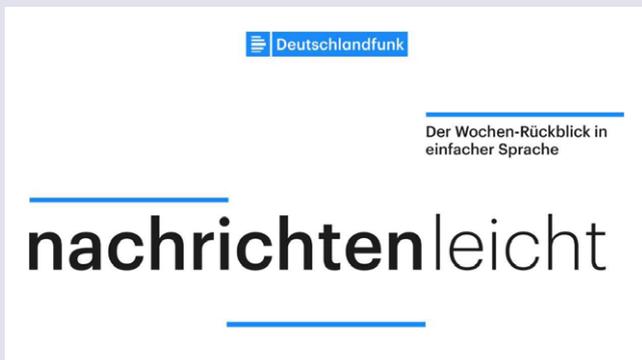
auch im Standardprogramm zu verständlicheren Beiträgen führen kann.

Im Kontext der Praxisbeispiele wird auch das Konzept für eine App vorgestellt, das Studierende der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt entwickelt haben, um Schüler:innen ein Angebot für Nachrichten auf verschiedenen Sprachniveaus bereitzustellen (Kapitel 6).

Ergänzt und abgerundet wird das Arbeitspapier durch Empfehlungen und Handreichungen für die Praxis, die sich aus unserem Forschungsprojekt ergeben haben (Kapitel 7). Am Ende findet sich eine Übersicht über die aktuellen journalistischen Angebote in Leichter und Einfacher Sprache (Kapitel 8).

Einfache Sprache in den Nachrichten: Herausforderungen und Chancen

Annette Meisters, Leiterin der Entwicklung der nachrichtenleicht-Angebote
des Deutschlandfunks



Am 16. Januar 1975 sendete der Deutschlandfunk in seinen Nachrichten die folgende Meldung:

„Der CSU-Vorsitzende Strauß ist heute von der gesamten chinesischen Führungsspitze empfangen worden. Nach einer überraschenden Zusammenkunft mit Parteichef Mao-Tse-tung konferier-

te er am Abend in Peking mit Ministerpräsident Tschou-En-lai. Wie die amtliche chinesische Nachrichten-Agentur meldete, nahm an der Begegnung mit dem erkrankten Tschou-En-lai in einem Hospital auch Außenminister Tschiao Kuan-Hua teil. [...] Regierungssprecher Bölling meinte zu dem Empfang bei Mao-Tse-tung, dadurch werde deutlich, wer in Peking als wichtigster Politiker der Unionsparteien betrachtet werde. [...]“

Die Meldung war in dem für den Deutschlandfunk wohl typischen Stil verfasst: ausgesuchte Wortwahl, Gebrauch von Genitiv und Konjunktiv, Synonyme statt Redundanz. Ein Stil, der den Hörerinnen und Hörern ein hohes Maß an Bildung abverlangt, wenn sie dem gesprochenen Wort folgen wollen. Viele schalten den Deutschlandfunk aber gerade deshalb seit Jahrzehnten ein: Neben den Inhalten schätzen sie das anspruchsvolle Sprachniveau, wie Zuschriften immer wieder zeigen. Und sie reagieren mitunter überaus kritisch auf Veränderungen oder gar Vereinfachungen.

Das mussten wir 2013 erfahren, als wir *nachrichtenleicht*, den Wochenrückblick in Einfacher Sprache, ins lineare Radioprogramm des Deutschlandfunks aufnahmen. Bis heute stößt er bei manchen Menschen, die zum ersten Mal freitags um kurz nach 19 Uhr zuhören, auf Empörung. Ein Beispiel aus einer E-Mail vom 3. Mai 2024:

„Es ist mehr als befremdlich, wenn man das Radio einschaltet und auf der Frequenz des Deutschlandfunks plötzlich eine Nachrichtensendung hört, die für Kleinkinder oder Debile gemacht zu sein scheint. Ist das Ihre neue Zielgruppe? Haben Sie wirklich den Eindruck, Ihre Hörer wären nicht in der Lage einen normal formulierten Satz zu erfassen? [...] Ist es ein Überlegenheitskomplex? Wohin auf dem Frequenzband sollen gewöhnliche Halbgebildete wie ich einer bin denn noch fliehen, wenn sie etwas halbwegs Gehaltvolles hören wollen? [...] Ich denke ernsthaft darüber nach wieder mit dem Rauchen anzufangen und mir in der Werkstatt meines Vertrauens einen Aschenbecher dahin montieren zu lassen, wo jetzt noch mein Radio verbaut ist.“

Einfache Sprache polarisiert

Zuschriften dieser Art zeigen, wie sehr Einfache Sprache in einem Umfeld, in dem komplexe Standardsprache üblich ist, polarisiert. Oft fehlt das Bewusstsein dafür, dass sehr viele Menschen in Deutschland auf Einfache oder Leichte Sprache angewiesen sind, um an Informationen zu gelangen.

Laut der Hamburger LEO-Studie aus dem Jahr 2018 sind in der Bundesrepublik etwa 6,2 Millionen Deutsch sprechende Erwachsene zwischen 18 und 64 Jahren gering literalisiert. Das entspricht einem Anteil von 12,1 Prozent der erwachsenen Bevölkerung. Diese Menschen können „allenfalls bis zur Ebene einfacher Sätze lesen und schreiben“ (Grotlüschen et al. 2019: 4).

Einfache Sprache ist schwierig

Dennoch regt sich in Teilen der Gesellschaft regelmäßig Protest gegen Einfache Sprache. Zuletzt durfte das der NDR in Hamburg erfahren, als er im Juni 2024 mit der *tagesschau in Einfacher Sprache* an den Start ging. Widerstände gab es auch immer schon gegen *nachrichtenleicht*. Zum Beispiel wurde – in der Anfangszeit auch in unserer Redaktion – über die Frage diskutiert, ob es Aufgabe des Deutschlandfunks sei, ein Angebot in Einfacher Sprache zu machen.

Inzwischen hat sich *nachrichtenleicht* jedoch fest etabliert. Um das zu erreichen, haben wir viel Zeit in Schulungen investiert. Denn eine gute Meldung in Einfacher Sprache zu schreiben, kann überaus schwierig sein. Es erfordert eine völlig andere Herangehensweise – in punkto Meldungsaufbau, Wortwahl und Grammatik. Wir setzen – wenn überhaupt – nur sehr wenig Grundwissen voraus, steigen nur selten mit den eigentlichen „news“ ein und erklären schwierige Zusammenhänge in einfachen Worten. Dabei offenbart sich nicht selten, dass man einen Sachverhalt selbst noch nicht im Detail erfasst hat und noch einmal nachlesen muss, bevor die Meldung in Einfacher Sprache gelingt. Ein kurzer Satz zur groben Einordnung reicht hier nicht aus.

Positive Auswirkungen auf das „klassische“ Nachrichtengeschäft

Oft ist der Zeitaufwand bei *nachrichtenleicht* also größer als bei den klassischen Nachrichten für den Deutschlandfunk. Aber die Mühe lohnt sich – auch redaktionsintern.

Denn die Arbeit in Einfacher Sprache wirkt sich positiv auf das klassische Nachrichtengeschäft des Deutschlandfunks aus. Kolleg:innen, die regelmäßig in Einfacher Sprache schreiben, erkennen schneller, wenn komplexe Zusammenhänge in einer Meldung nicht ausreichend erklärt wurden. Je routinierter wir in Einfacher Sprache sind, desto eher vermeiden wir komplizierte Satzkonstruktionen und gönnen den Hörer:innen auch einmal Redundanz, wo wir früher angestrengt nach (verwirrenden) Synonymen gesucht hätten. Fremdwörter werden mit mehr Bedacht eingesetzt.

Unsere Beschäftigung mit Einfacher Sprache macht also auch unsere Nachrichten in Standardsprache verständlicher. Wir schließen weniger Menschen auf der Suche nach Informationen aus.

Auch Nachrichten in Standardsprache werden verständlicher

Ein sehr großes Lob für *nachrichtenleicht* haben wir einmal von der Schauspielerin, Kabarettistin und Sängerin Maren Kroymann bekommen. Sie sagte im November 2023 in einem Interview der Frankfurter Allgemeinen Zeitung:

„Meine absolute Lieblingssendung [im Deutschlandfunk] sind aber die Nachrichten in einfacher Sprache am Freitagabend. Ich finde großartig, wie klar da politische Zusam-



Annette Meisters Dem ist nichts hinzuzufügen.

menhänge ausgedrückt werden. Die Disziplinierung, die die einfache Sprache fordert, ist förderlich für die Klarheit der Haltung. Das klingt manchmal wie politische Agitation, dabei ist es nur Subjekt, Prädikat, Objekt. Daran merkt man, wie verschlüsselt, wie verdruckst, wie beschönigend Sprache oft ist.“ (Staun 2023)

Bildquelle: privat | Logo: Deutschlandfunk

2 Leichter verständlicher Journalismus: Eine qualitative Befragung der Zielgruppen

Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa

Mitarbeit: Sophie Hepach

2.1 Sample und Fragestellung

Im Mittelpunkt dieser Studie steht die Frage, wie Menschen mit eingeschränkter Literalität die Angebote des verständlichen Journalismus nutzen und welche Wünsche sie an diese Angebote haben.¹ Angesichts des noch wenig erforschten Feldes und der spezifischen Herausforderungen, die sich bei Interviews mit diesen Zielgruppen stellen, wurde ein qualitativer Zugang gewählt. Er erlaubt, sich explorativ dem Forschungsfeld zu nähern und sich individuell auf die Möglichkeiten und Grenzen der Interviewpartner:innen einzustellen. Es wurden qualitative Leitfadeninterviews mit 28 Personen geführt, die unterschiedliche Zielgruppen der Angebote in Leichter oder Einfacher Sprache abbilden (vgl. Bock/Pappert 2023: 24). Die Interviews wurden mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (vgl. Mayring 2022). Da es nur wenige Erhebungen gibt, empfahl sich eine offene Interviewführung, die Raum für überraschende und unerwar-

tete Einsichten bietet (vgl. Nawratil/Schönhagen 2021: 299; zum Desiderat aus interdisziplinärer Perspektive vgl. Jacobi 2020: 96). Auch kann auf nur wenige Erfahrungen der Kommunikationswissenschaft zurückgegriffen werden, wie diese Zielgruppen mit einer solchen Befragung umgehen und wo Verständnissgrenzen sind. Forschung gibt es bislang vor allem zum allgemeinen Gebrauch Leichter und Einfacher Sprache aus linguistischer Perspektive, die die Besonderheiten journalistischer Information allerdings nicht berücksichtigt.

Die Auswahl des Samples zielte darauf ab, einen ersten Stand zu den Bedürfnissen und Perspektiven der verschiedenen Zielgruppen zu erfassen und spezifische Herausforderungen der Verständlichkeit und Barrierefreiheit zu identifizieren. Ziel ist es, durch explorative Interviews das Forschungsfeld für weitere Untersuchungen besser beschreiben zu können und Anhaltspunkte für Projekte der journalistischen Praxis zu entwickeln.

¹ In dieser Studie wird der Begriff ‚leicht verständlicher Journalismus‘ genutzt, um alle Angebote zusammenzufassen, die sich an Menschen mit eingeschränkter Literalität richten. Da viele der aktuellen journalistischen Angebote auf Konzepte der ‚Leichten oder Einfachen Sprache‘ zurückgreifen, werden diese Begriffe entsprechend der jeweils beschriebenen Angebote genutzt.

Ein Teil der Befragten des Samples waren Prüfer:innen für Leichte Sprache, also Menschen mit kognitiven Einschränkungen, die ausgebildet sind, um die Verständlichkeit von Texten in Leichter Sprache zu überprüfen und gegebenenfalls Empfehlungen für ihre Verbesserung zu geben. Ergänzend wurden Lernbotschafter:innen interviewt, die vom Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung vermittelt wurden. Diese Personen haben aus unterschiedlichen Gründen während ihrer Schulzeit nicht richtig Lesen und Schreiben gelernt und sind daher eine weitere Zielgruppe für leicht verständliche journalistische Angebote. Darüber hinaus wurden Menschen mit Migrations- oder Fluchterfahrung in die Befragung einbezogen. Diese Personen können von Inhalten in Leichter und Einfacher Sprache profitieren, während sie (noch) Deutsch lernen. Mit voranschreitenden Deutschkenntnissen können sie

auch Standardtexte rezipieren, gehören also mitunter nur in einer bestimmten Phase zur Zielgruppe.

Es haben Vorgespräche mit Einrichtungsleitungen und Ansprechpartner:innen in Werkstätten und Sozialverbänden stattgefunden, über die dann Personen für die Interviews vermittelt werden konnten. Die Interviews wurden im Zeitraum September 2023 bis Februar 2024 sowohl in Präsenz als auch digital geführt und im Anschluss transkribiert. Während der Interviews wurde den Befragten eine Auswahl von Instagram-Posts in Einfacher Sprache und in Standardsprache vorgelegt, um an konkreten Beispielen die Zugänglichkeit von Informationen zu erheben. Die Auswertung der Interviews erfolgte mit Unterstützung durch die Analyse-Software MAXQDA (vgl. Kuckartz/Rädiker 2022).

Tabelle 1:
Sample

Zielgruppe	Anzahl der interviewten Personen
Personen mit kognitiven Einschränkungen	15
Prüfer:innen mit kognitiven Einschränkungen	2
Lernbotschafter:innen (als Erwachsene alphabetisiert)	7
Menschen mit Migrations- oder Fluchtgeschichte	4

Quelle: Eigene Darstellung.

Folgende Fragestellungen waren forschungsleitend für die Interviews:

- Wie werden journalistische Angebote in Leichter und Einfacher Sprache von den Befragten genutzt?
- Welche Plattformen, die auch journalistisch genutzt werden, sind für die Befragten attraktiv?

In der folgenden Darstellung werden die Ankerbeispiele aus den Interviews auch mit sprachlichen Unebenheiten dokumentiert. Angelehnt an das Konzept einer partizipativen Forschung kommen so die Betroffenen selbst zu Wort (vgl. Unger 2014). Dies ist auch deshalb wichtig, weil mit dieser Studie einer der wenigen direkten Einblicke in die Bedürfnisse dieser Zielgruppen an einen leicht verständlichen Journalismus gegeben wird.

2.2 Die Mediennutzung der Befragten: Der Wunsch nach Teilhabe und politischen Informationen, Medienrepertoire und Themeninteresse

Die Idee eines eigenen journalistischen Angebotes, das leichter verständlich, weniger komplex und weniger umfangreich sein soll, kann dazu verführen, sich dessen Nutzer:innen als einigermaßen homogene Gruppe vorzustellen. Doch diese Vorstellung ist falsch. Die einzige Gemeinsamkeit dieser Zielgruppen besteht darin, dass sie leichter verständliche Informationen benötigen, als sie das journalistische Standardangebot bietet. Jenseits dieser Gemeinsamkeit sind auch

diese Menschen so divers wie es das Medienpublikum immer ist: Sie haben unterschiedliche Gründe für die eingeschränkte Verstehensfähigkeit, sie haben unterschiedliche Interessen, eine unterschiedliche Gestaltung ihres Alltags und darum auch höchst unterschiedliche Mediennutzungsgewohnheiten. Die Interviews mit den Befragten führen diese Bandbreite noch einmal deutlich vor Augen. Im Folgenden wird diese Vielfalt nachgezeichnet, im Mittelpunkt stehen aber verbindende Aspekte, die ein leichter verständlicher Journalismus berücksichtigen sollte. Wie wichtig ein verständliches Angebot für das Politikinteresse ist, unterstreicht diese Aussage einer Befragten:

„Durch die Leichte Sprache interessiere ich mich immer mehr für Politik. Wie war das damals für Wahlen? Also, wenn man wählen geht, da habe ich mich früher nicht so interessiert, aber dann wurde das in Leichter Sprache übersetzt. Ich glaube, da wurde der Bundestag, wenn ich mich nicht täusche, gewählt [...]. Oh, cool, habe ich mir gedacht, jetzt verstehe ich es endlich.“

Der Wunsch nach Teilhabe und politischer Information

Zentral ist sicher die Einsicht, dass den Medien und speziell dem Journalismus von fast allen Interviewten große Bedeutung beigemessen wird. Angebote, die etwa durch Leichte Sprache bessere Verständlichkeit bieten, werden allein schon deshalb positiv bewertet, weil sich die Betroffenen wahrgenommen fühlen und die Befragten es als Zeichen lesen, dass ihre Teilhabe

an der Gesellschaft erwünscht ist, sie nicht ausgegrenzt werden:

„Und ich finde die leichtsprachigen Sachen, allgemein Bücher, Nachrichten sind sehr wichtig [...] diese nachrichtenleichtsprachige Bücher oder aktuelles Thema verbindet mich und die Gesellschaft in Deutschland. Und ich fühle mich nicht allein dann.“

Auch von diesen Zielgruppen wird das breite Angebot der Medien und Plattformen genutzt, allerdings fallen bei den Interviewten einige Besonderheiten auf: So scheint häufig die Politikberichterstattung als besonders schwer verständlich wahrgenommen zu werden, insbesondere in Zeitungstexten. Oft wird berichtet, dass die Nachrichten eher im Fernsehen angesehen werden:

„Ich benutze alle Medien. Ich benutze [...] meinen Computer auch, aber jetzt das Tablet. Fernsehen, Zeitung. Wobei ich Politik mir im Fernsehen angucke oder im Radio anhöre. Aber in der Zeitung Politisches lesen, das mag ich nicht so gerne. Da lese ich dann andere Sachen.“

Hierbei spielt auch eine Rolle, dass vielen der Interviewten sehr bewusst ist, dass es insbesondere in den sozialen Medien wie Facebook Falschinformation gibt, die nur schwer zu erkennen sind.

„Ich gucke im Fernsehen die Nachrichten, weil in Facebook habe ich schon schlechte Erfah-

rungen gemacht. Und gerade weil – ich konnte nicht rauspicken, ist das jetzt echt oder unecht, die Nachrichten. Also das konnte ich nicht entscheiden. Das ist schwierig auf Facebook. Also dadurch gehe ich lieber im TV rein.“

Genutzt werden für politische Informationen in der Regel die bekannten Sendungen, explizit genannt werden die ARD-tagesschau und die Nachrichtensendungen des ZDF und von RTL.

Für einige der Befragten spielen Nachrichten jedoch keine größere Rolle. Das mag zum Teil mit mangelndem politischem Interesse zusammenhängen. Gleichzeitig wird auch deutlich, dass es an einem für die Zielgruppen verständlichen Angebot fehlt, durch das Interesse an gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen überhaupt erst entstehen kann. Zumindest werden Phasen der Nichtnutzung von Nachrichten durchaus mit der Überforderung durch das bestehende Angebot begründet, etwa damit, dass es „zu anstrengend“ sei, wie eine der Interviewten erklärt. Eine Person sagt explizit, dass sie sich intensiver mit Nachrichten auseinandersetzen würde, wenn es ein zugängliches Angebot gäbe:

„Wenn es in Leichter Sprache gemacht ist, dass es kürzere Sätze sind, leichte Wörter sind, sodass das wirklich jeder versteht, könnte ich mir auch vorstellen, dass ich mich mal am Tag so eine Stunde hinsetze und das lese.“

Das ARD-Angebot der tagesschau in Einfacher Sprache gab es zum Zeitpunkt unserer Befragung

noch nicht², weshalb wir hierzu keine Meinungen erheben konnten.

Das Medienrepertoire

Die Informationsquellen der befragten Nutzer:innen unterscheiden sich nicht grundsätzlich von der Standardnutzung der Bevölkerung in Deutschland im Jahr 2023. Auch für die Befragten sind – neben dem Gespräch mit Bekannten – die Suche im Internet, Zeitungs-, Fernseh- und Radioberichte wichtig (vgl. Newman et al. 2024). Als typisch darf diese Aussage gelten, in der TV und digitale Angebote im Mittelpunkt der Nutzung stehen:

„Also da mache ich auch den Fernseher an, ntv, Welt, Euronews, dann über mein Handy natürlich. Das sind so die Informationsquellen.“

Auch für diese Zielgruppen scheint Google als Suchmaschine eine entscheidende Rolle zu spielen, viele der Befragten suchen hier gezielt nach Informationen und rufen auch journalistische Nachrichten auf diese Weise ab.

Allerdings gibt es Anzeichen für eine etwas andere Gewichtung der Medien bei den Zielgruppen eines leichter verständlichen Journalismus, insbesondere, weil das Lesen von Texten auch und gerade online als anstrengend empfunden wird. Das gilt aber vermutlich vor allem für manche

Menschen mit kognitiven Einschränkungen, während Personen mit Migrationsgeschichte auch eher Texte lesen, beispielsweise auf den Plattformen der Sozialen Medien, wie diese Befragte:

„Normalerweise hatte ich Twitter, auf Twitter informiert. Jetzt benutze ich nicht so oft. Aber auch Instagram. Manchmal ich folge Instagram jetzt und manchmal lese ich Zeitung und Kinderinformationen darüber, wenn ich habe eine bestimmte Thema.“

Zum Zeitpunkt der Befragung nutzen die Interviewpartner:innen im alltäglichen Gebrauch vorrangig das Standardangebot der journalistischen Medien, was aber auch damit zusammenhängen könnte, dass journalistische Angebote in Leichter und Einfacher Sprache oft nicht gefunden werden oder gar nicht bekannt sind.

So wissen wenige vom Angebot *nachrichtenleicht* des Deutschlandfunks, auch wenn die Resonanz bei denjenigen, die es kannten oder die von den Interviewer:innen darauf hingewiesen wurden, positiv war. Bemerkenswerterweise wird gerade die Möglichkeit, Nachrichten als reines Audio zu hören als Vorteil bewertet – auch im Vergleich zum Fernsehen:

„Also ich hab’ früher immer mit Fernseher das halt angeschaut und wo ich das mal gesehen habe mit ‚nachrichtenleicht‘, das fand ich

2 Die Erstaussstrahlung der *tagesschau in Einfacher Sprache* war am 12. Juni 2024. Die Interviews wurden im Zeitraum September 2023 bis Februar 2024 geführt.

schon toll. Da konnte man einfach mal nur zuhören und ohne mit den Augen zu gucken.“

Eine Befragte sieht allerdings lieber fern, weil sie findet, dass dort langsamer gesprochen wird als im Radio.

Ein anderer Teilnehmer der Interviews, der sich vor allem über Soziale Medien informiert, freut sich hingegen gerade darüber, dass das *nachrichtenleicht*-Angebot des Deutschlandfunks auch auf Instagram zu finden ist. Er erfuhr dies allerdings auch erst durch die Interviewer:innen.

„Instagram, ich wusste gar nicht, dass es das gibt da. Ja, aber ich gehe da halt in Instagram, ich gehe halt einfach so reinschauen, was da so los ist.“

Von vielen Befragten aber werden Soziale Medien wie Instagram als anstrengend empfunden, wenn sie keine Möglichkeiten bieten, sich den geschriebenen Text auch vorlesen zu lassen – sofern sie Soziale Medien überhaupt nutzen und kennen. Oft fühlen die Befragten sich unsicher im Umgang mit diesen Medien und brauchen Unterstützung beim Einrichten der Plattformen und der Bedienung. Eine interviewte Person bemängelt die Schriftgröße in manchen Formaten und stöhnt, als ihm von den Interviewer:innen Posts vorgelegt werden: „Oh Jesus. Muss ich das jetzt lesen?“

Auch die Möglichkeit zu kommentieren, wird eher nicht wahrgenommen. WhatsApp hingegen wird von den meisten der Befragten genutzt, nicht nur zur Kommunikation untereinander, son-

dern auch zum Weiterleiten von Informationen und zur Suche nach Hintergründen, wie dieser Befragte erläutert, wenn er sich dort über eine Auseinandersetzung zu Besitzverhältnissen im Hamburger Hafen informiert:

„Im Augenblick ist es bei WhatsApp bei uns in der Gruppe zum Hafen. Das Ganze. Wo ich mich auch mit rege beteilige, noch und versuche da nochmal Verständnis zu kriegen und Hintergrundwissen zu kriegen.“

Das Themeninteresse

Themen, die von den Befragten als für sie besonders interessant genannt werden, beziehen sich auf den eigenen Erfahrungsraum und bestätigen damit auch für diese Zielgruppen ein allgemeines Ergebnis der Mediennutzungsforschung (vgl. Breunig et al. 2020). Die Interviewten nennen insbesondere regionale und lokale Angebote, die sie bevorzugt rezipieren. Genannt werden hier insbesondere Radiosender, was damit zusammenhängen mag, dass diese regional ausgerichtet sind und neben der Arbeit, beispielsweise in Werkstätten, gehört werden können. Auf die Frage, was er besonders gerne im Radio höre, antwortet ein Befragter:

„Regionale Sender, weil was interessiert mich, was in Berlin oder so ist?“

Ganz ähnlich ein anderer Hörer:

„Ja. Regional. Also Radio Hamburg bei uns jetzt hier. Sender, die hier oben im Norden sind.“

Von Interesse für die Zielgruppen sind zudem bestimmte Themen, die im Sinne eines Nutzwertjournalismus im Alltag weiterhelfen können. Sie bedauern aber auch, dass diese Informationen oft fehlen. So sagen Befragte mit Behinderung, dass sie interessiert an mehr verständlichen Informationen zu juristischen Zusammenhängen seien, die sie betreffen. Sie wünschen sich beispielsweise Erklärungen oder mehr Hinweise, welche der in den Medien angekündigten Veranstaltungen barrierefrei sind.

Auffällig ist, dass immerwieder Ergänzungen der Nachrichten eingefordert werden, die Tipps zur Bewältigung des Alltags geben. So wünscht sich eine Lernbotschafterin mehr Informationen zu Streiks. Ganz konkret nennt sie beispielsweise die Frage, wann der jeweilige Streik beginnt, wie lange er dauert und welche Folgen das für die Bürger:innen hat, beispielsweise, welche Bahnen nicht fahren.

Solche praktischen Tipps werden gerade auch bei politischen Themen eingefordert, was nochmal unterstreicht, dass bei diesen Themen oft zu viel Wissen vorausgesetzt wird. So wünschen sich Befragte mehr Hintergründe und Informationen darüber, warum Bürger:innen wählen sollten und vor allem auch ganz praktische Ratschläge, etwa wie man konkret einen Wahlzettel ausfüllt.

Tipps und Fakten finden bei den Zielgruppen des leichter verständlichen Journalismus insbesondere auch dann Aufmerksamkeit, wenn sie

sich auf die eigenen Interessen und Hobbies beziehen, wie bei diesem Nutzer, der sich wegen seiner Reisen besonders für Schiffe interessiert, aber auch für Kochrezepte:

„Also ich mache ja gerne Kreuzfahrten auch mit meinen Eltern und da ist es so, dass ich dann immer die neuesten Sachen über die Schiffe erfahre. Zum Beispiel was es da gibt oder was da passiert ist oder halt auch so allgemein, wo wir vorhin beim Kochen waren, was es halt gerade für Rezepte gibt und also alles Mögliche.“

Und wie bei anderen Zielgruppen auch, steht die Sportberichterstattung bei vielen Nutzer:innen ganz oben auf der Liste und da natürlich insbesondere der Fußball, wie es dieser Interviewte auf die Frage, was er gerne schaut, erläutert:

„Also Sportnachrichten. Zum Beispiel, wie Bayern München gestern gespielt hat [...]. Und schaue ich diese Höhepunkte in YouTube. Ich schaue oder sehe Nachrichten, die für mich leichter und interessanter sind. Zum Beispiel die Politik schaue ich fast nie.“

2.3 Empathie als Faktor der Nachrichtenrezeption

Nicht nur die Nähe zum eigenen Alltag begründet bei den Befragten das Interesse an der journalistischen Berichterstattung. Aufmerksam werden auch Themen rezipiert, die emotional berühren,

selbst wenn sie dem eigenen Erfahrungsraum zunächst fern zu sein scheinen. Der Faktor Emotionalität ist zwar laut Nutzungsforschung für das gesamte Publikum zentral (vgl. Kühne 2014). Eine Hypothese, die sich aus dieser Untersuchung ergibt, wäre aber, dass Empathie und Affekte in den Interviews mit den Zielgruppen des leicht verständlichen Journalismus besonders unmittelbar geäußert werden. Bemerkenswert deutlich werden in den Interviews die eigenen Gefühle angesichts der Nachrichtenlage angesprochen. Ein Befragter äußert angesichts des Konflikts im Gazastreifen:

„Mann, was diese Leute weinen müssen.“

Solche Empathie weckt auch ein Instagram-Post zum Hochwasser im Ahrtal, der im Laufe der Interviews vorgelegt wurde. Viele Befragte nehmen dieses Beispiel intensiv auf, können die Inhalte gut wiedergeben und äußern insbesondere großes Mitgefühl mit der betroffenen Bevölkerung. So kritisiert eine Person, sie sei „traurig“, dass den Menschen im Ahrtal anscheinend nicht ausreichend finanziell geholfen wurde, und fordert eine Berichterstattung ein, die die Notwendigkeit der Hilfe mehr in den Vordergrund rückt:

„Leider bisschen traurig, wenn man so liest, dass die teilweise kein Geld gekriegt haben und sowas. Das ist natürlich eine Sache, die nochmal ein bisschen mehr betont werden müsste, um den Leuten die Hilfe zu gewähren, die sie brauchen.“

Ein anderer bringt das Thema in Verbindung mit der Not der Menschen bei anderen Naturkatastrophen, Krisen und Kriegen und sieht die Politik in der Pflicht:

„Also manche haben Probleme ihre Häuser wiederaufzubauen. Ja, das ist auch mit den ganzen Umweltkatastrophen, mit Erdbeben und das alles. Hat auch viel zu tun damit, das wiederaufzubauen. Und ... auch mit dem Krieg, was da passiert. Sind wir wieder bei Politik.“

Hier wird deutlich, wie das Themeninteresse durch die Identifikation mit den betroffenen Menschen geweckt wird und daran anschließend auch die Verbindung zu den abstrakteren Dimensionen von Politik und Gesellschaft gezogen werden kann.

Die emotionale Beteiligung wird auch bei weniger dramatischen Themen explizit und zum Teil selbstständig hergestellt. Dies gilt etwa für Meldungen, die allein auf der sachlichen Ebene äußerer Fakten bleiben, wie ein Instagram-Post zum Thema Fachkräftemangel: Hier stellen einige der Befragten den Bezug zu den betroffenen Menschen her und nehmen von sich aus deren Perspektive ein, obwohl diese in der Meldung selbst nicht vorkommt. So ordnet eine Befragte explizit die Probleme des Fachkräftemangels vor dem Hintergrund der Belastungen in einigen der genannten Berufe ein und ist dadurch näher an den Menschen als die eigentliche Meldung:

„Aber es sind auch anstrengende Berufe dabei, Pflegeberufe, das ist ja nicht ein leichter Beruf. Oder medizinische Fachangestellte zum Beispiel, das auch.“

Ein anderer kommentiert, weniger empathisch, aber doch auch wieder in Bezug auf individuelle Erfahrungen:

„Ja, wenn es zu wenig Leute interessiert, die Arbeit. Und die wollen das nicht machen, da kann man ja auch nichts ändern.“

Eine Lernbotschafterin stellt den Bezug zur eigenen Lebenswelt über offenbar schlechte Erfahrungen mit der Arbeitsvermittlung her:

„Also die vom Jobcenter, die sollten erst mal was machen, damit die Leute diesen Beruf kriegen. Also, boah. Da rege ich mich ja schon wieder auf.“

Insgesamt fällt auf, dass die Befragten die Themen der Instagram-Posts selbstständig weiter erzählen. Sie geben den Nachrichten Kontext

Abbildung 1:

„Fachkräftemangel“-Post von *nachrichtenleicht*



Quelle: Instagram, nachrichtenleicht, 05.06.2023. Abrufbar unter: <https://www.instagram.com/p/CtGmC6Kqjij/>.

und Hintergründe, ergänzen sie mit Erfahrungen und Wissen aus ihrem Alltag, mitunter mit Einblicken in ihre Lebenswelt. So kennt eine Person den Fachkräftemangel aus eigener Erfahrung: „Das stimmt, wir haben auch zu wenig Betreuer“.

Eine andere Befragte ergänzt, dass unzureichende Bezahlung ein Grund für den Fachkräftemangel sein könnte und stellt ihn in den Kontext aktueller Streiks:

„Für manche Gebiete wird halt gesucht. Viele Leute wollen ja Geld haben. Stundenlohn mehr haben. Vor kurzem hat auch die Deutsche Bahn protestiert, die wollen mehr Geld haben.“

Allerdings erleichtern die intensiven emotionalen Reaktionen den Nachrichtenzugang nicht immer, sondern können, wie auch beim Publikum des Standardangebotes, zur Nachrichtenvermeidung führen, weil die Berichterstattung als zu belastend empfunden wird:

„Ich informiere mich eigentlich gar nicht. Asche auf mein Haupt, ich weiß. Aber ich gucke raus und sehe, was für ein Mist draußen passiert, dann muss ich den Mist nicht im Fernsehen sehen. [...] Das tut mir, mir blutet das Herz, also wenn ich so etwas lese. Ich muss das nicht lesen, also nein, das ist Stress für mich und das mag ich überhaupt nicht.“

Die Befragten setzen sich mit gesellschaftlich relevanten Themen auseinander, die sie nachvollziehen können. Persönliche Bewertungen schließen sich an. So gibt eine Person mit kognitiver Einschränkung eher beiläufig im Interview an, die Fernsehnachrichten der ARD zu verfolgen, und sagt:

„Wenn Amoklauf ist, ich finde sowas immer schlimm [...]. Das einzige was ich hoffe ist einfach mal, dass es hier mal zufriedener ist, kein Krieg ist und sowas. Das wünsche ich mir schon, weil sowas ist für viele Leute schon hart.“

Insgesamt zeigen diese Beispiele, dass die oft geforderte Anbindung abstrakterer politischer und gesellschaftlicher Themen an konkrete Erfahrungen einzelner Menschen für die Befragten besonders wichtig ist und das Nachrichteninteresse erhöhen kann. Leisten könnten das Nachrichten, die aus der Perspektive der Erfahrungen und des Erlebens von Bürger:innen berichten und eher reportagehaft oder erzählerisch verfasst sind (vgl. Herrmann 2013a; Herrmann 2013b). Wichtig für diese Zielgruppen scheinen aber insbesondere auch Zugänge, die Emotionen aufgreifen, die durch das Nachrichtengeschehen ausgelöst werden können. Es wäre durchaus überlegenswert, solche Bezüge explizit und kontinuierlich in einem leichter verständlichen Journalismus anzubieten.

Die tagesschau in Einfacher Sprache

Sonja Wielow, ARD-aktuell/Projektleiterin tagesschau in Einfacher Sprache



Am 12. Juni 2024 um 19 Uhr wurde die erste Ausgabe der *tagesschau in Einfacher Sprache* ausgestrahlt – bei tagesschau24, dem Nachrichtenkanal der ARD. Seitdem produzieren wir von montags bis freitags jeweils eine Sendung mit Nachrichten in Einfacher Sprache. Neben der Ausstrahlung bei tagesschau24 stellen wir die Sendung auf tagesschau.de, in der ARD Mediathek, bei YouTube und als Podcast zur Verfügung.

Die *tagesschau in Einfacher Sprache* richtet sich an Menschen, für die komplexe Sachverhalte und kompliziertere Texte eine Herausforderung sind. Wir bieten ihnen Nachrichten in *tagesschau*-Qualität, gründlich recherchiert, sachlich und ausgewogen. Wir produzieren die Sendung im gewohnten *tagesschau*-Setting. Präsentiert wird sie von unseren bekannten Moderierenden des Nachmittags: Susanne Holst, Susanne Stichler und Michail Paweletz. Die Meldungen und Beiträge werden deutlich langsamer als in den Regelsendungen gesprochen.

Die *tagesschau in Einfacher Sprache* richtet sich an Menschen, für die komplexe Sachverhalte und kompliziertere Texte eine Herausforderung sind. Wir bieten ihnen Nachrichten in *tagesschau*-Qualität, gründlich recherchiert, sachlich und ausgewogen. Wir produzieren die Sendung im gewohnten *tagesschau*-Setting. Präsentiert wird sie von unseren bekannten Moderierenden des Nachmittags: Susanne Holst, Susanne Stichler und Michail Paweletz. Die Meldungen und Beiträge werden deutlich langsamer als in den Regelsendungen gesprochen.

Die *tagesschau in Einfacher Sprache* ist eine Ergänzung unserer bestehenden Angebote. Wir wollen damit noch mehr Menschen erreichen – auch die, die sich möglicherweise aufgrund verschiedener Verständnisprobleme von der nachrichtlichen Berichterstattung abgewendet haben. Wir wollen ihnen verlässlich Orientierung bieten in der Flut unzähliger Informationen.

Wir wollen Wissen durch wiederholte Formulierungen aufbauen und eine Teilhabe am gesellschaftlichen Diskurs ermöglichen. Wir kommen aber nicht nur unserem Bildungsauftrag nach. Wir haben damit auch das einzige Produkt dieser Art in Deutschland: nationale und internationale Nachrichten in Einfacher Sprache mit tagesaktuellem Bewegtbild.

Inhaltlich orientieren wir uns an den Regelausgaben der *tagesschau* (Vormittags- und Nachmittagsausgaben). Bei der Themenauswahl berücksichtigen wir auch die möglichen Interessen unserer Zielgruppe. Wir bauen dabei sowohl auf unsere Erfahrungen als Nachrichtenredakteur:innen als auch auf die Beratung durch renommierte Sprachwissenschaftler:innen. Dabei ist es uns bewusst, dass sich unsere Zielgruppe aus Menschen mit ganz unterschiedlichen Erwartungen zusammensetzt. So kann die Sendung in Einfacher Sprache genauso für Menschen von Nutzen sein, die Deutsch lernen, wie für solche, die eine Erkrankung wie einen Schlaganfall hinter sich haben – um nur zwei Beispiele der Bandbreite der unterschiedlichen Bedürfnisse zu nennen. Um diese noch besser zu bedienen, werden wir Befragungen von Nutzenden auswerten und die Ergebnisse entsprechend umsetzen. Positives Feedback aus der Community, von Verbänden und aus der Politik spiegelt uns aber schon jetzt, dass unser barrierefreies Angebot als wichtig, richtig und dringend benötigt erachtet wird.



Sonja Wielow

Für die Sendung in Einfacher Sprache wurde ein Pool von Mitarbeitenden fachlich geschult. In zwei Schichten pro Ausgabe wählen sie Themen aus, übersetzen Meldungen in Einfache Sprache, texten und vertonen Beiträge. Dabei werden O-Töne unter Wahrung des Inhalts ebenfalls übersetzt. Bei der Abnahme gilt das Vier-Augen-Prinzip.

Wir halten uns an die Regeln der DIN-Norm für Einfache Sprache. Wir ändern aber meist die Struktur der klassischen Meldung: Der eigentlichen Neuigkeit stellen wir Erklärungen der Sache voran, um den Nutzenden unsere Nachrichten bestmöglich zu vermitteln.

Bildquelle: Hendrik Lüders | Logo: ARD-aktuell

2.4 Hürden beim Zugang zu Nachrichten

Sperrige (zusammengesetzte) Wörter, Eigennamen und geografische Bezeichnungen sind für viele Befragte hinderlich beim Verständnis von Instagram-Posts, die während der Interviews vorgelegt wurden (vgl. Tabelle 2). Solche komplexen Begriffe bedürfen in der Textgestaltung einer Kontextualisierung und Erklärung. Beispiele für schwer verständliche Begriffe sind in Abbildung 2 hervorgehoben.

Individuelle Lese- und Schreibkompetenzen stellen eine Herausforderung für die journalistische

Umsetzung von Inhalten in Leichter und Einfacher Sprache dar. Die Befragten können Texte zum einen unterschiedlich schnell erfassen, zum anderen ist die Lesekompetenz und das damit einhergehende Verstehen unterschiedlich stark ausgeprägt. Diese beiden Beispiele aus den Leitfadeninterviews verdeutlichen diesen Umstand:

„Da bin ich in Neukölln sehr sensibilisiert worden. Unsere Lehrer haben immer darauf geachtet, dass wir auch diese Fachbegriffe, das nennt man ja so, dass wir die auch verstehen. Und wir haben auch Unterricht gehabt, Sozialunterricht, wo wir genau alle die Wörter

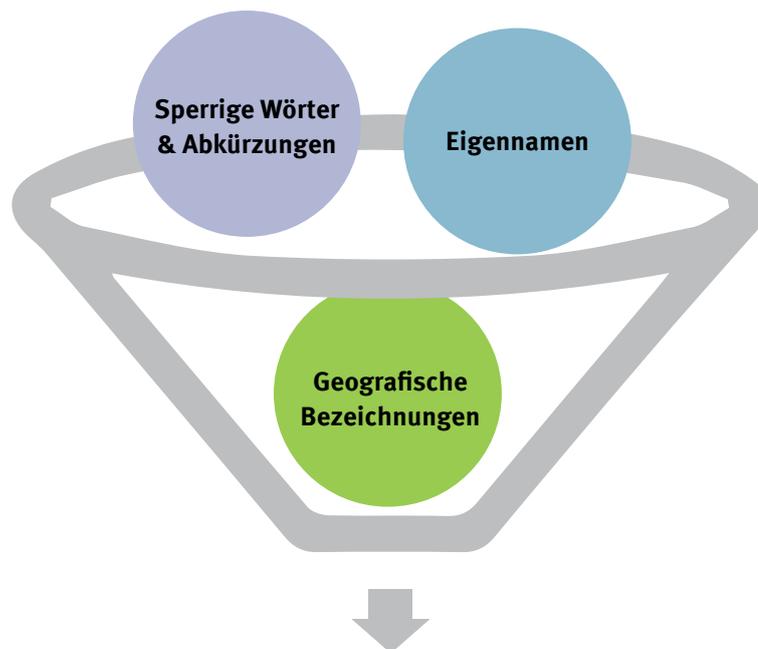
Tabelle 2:
Übersicht über die vorgelegten Instagram-Posts in Einfacher Sprache (*nachrichtenleicht*) sowie in Standardsprache (*ZDFheute* und *tagesschau*)

Instagram-Profil	Thema	Veröffentlichungsdatum
nachrichtenleicht	Fachkräftemangel	05.06.2023
ZDFheute	Fachkräftemangel	02.06.2023
nachrichtenleicht	Erinnerung an Flutkatastrophe im Ahrtal	14.07.2023
ZDFheute	Erinnerung an Flutkatastrophe im Ahrtal	14.07.2023
nachrichtenleicht	Rekord für Barbiefilm	06.08.2023
tagesschau	Rekord für Barbiefilm	06.08.2023
nachrichtenleicht	Grenzöffnung Ägypten	01.11.2023
ZDFheute	Grenzöffnung Ägypten	01.11.2023
nachrichtenleicht	Neuer Song der Beatles	02.11.2023
tagesschau	Neuer Song der Beatles	02.11.2023

Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 2:

Korpus schwer verständlicher Wortkategorien und alphabetisch angeordneter Beispiele auf Grundlage der vorgelegten Instagram-Posts von *tagesschau*, *ZDFheute* und *nachrichtenleicht*



Auswahl schwer verständlicher Wortkategorien

Beispiele für sperrige Wörter & Abkürzungen:

Analyse, Berufskraftfahrer, Engpass, Gastronomie-Service, Grenzübergang, Handwerkermangel, IT, Kraftfahrzeugtechnik, Terrororganisation, Update, Zweitpass

Beispiele für Eigennamen:

Al-Kahira News, Deutschlandfunk, Generalsekretär, Hamas, Palästinenser, Roter Halbmond

Beispiele für geografische Bezeichnungen:

Ahrtal, Ahrweiler, Gazastreifen, Nord-Sinai, Rafah

Quelle: Eigene Darstellung.

auseinandergenommen haben. In Silben so geschrieben haben. Man kam einem manchmal vor, als ob man wirklich so 14 Jahre ist.“

„Aufarbeiten, das ist mit diesen Präpositionen ‚auf‘: Muss ich denken, was ist das genau? ‚Arbeiten‘, klar, aber mit diesen Präpositionen, die sind schwieriger [...], muss ich wieder lesen und denken. Aber für mich ist nicht klar, was es genau bedeutet und ‚aufarbeiten‘ vielleicht kann ich nur verdächtigen. Naja, das ist auch schwierig.“

Visuelle Orientierungshilfen können das Verständnis erleichtern, den Einstieg und Zugang zu journalistischen Inhalten möglichst niedrig-

schwellig halten. Am Beispiel des ZDFheute-Instagram-Posts „Erste Gruppe von Menschen verlässt Gazastreifen nach Ägypten“ (vgl. Abbildung 3) schlägt ein Lernbotschafter vor, die geografischen Bezüge durch verständliche Erklärungen im Text zu konkretisieren:

„Also wenn über diesen halben Mond und das geredet wird, was damit gemeint ist überhaupt, dass Ägypten damit gemeint ist, roten Halbmond [...]. So eine kleine Landkarte für die Leute. Weil die wissen ja nicht, wie das ist, dass auch der Jemen daneben ist, und wie die Staaten überhaupt heißen. Aber es sind ja auch mehrere kleine Staaten, die daneben sind.“

Abbildung 3:

Instagram-Post von ZDFheute



Quelle: Instagram, ZDFheute, 01.11.2023, Screenshot ohne direkte URL.

Die Hürden beim Zugang zu Nachrichten beschrieben die Interviewten oft sehr konkret. Ein paar Beispiele:

„Entweder nuscheln die, quatschen zu schnell, oder die reden so, dass ich das nicht verstehe.“

„Es sollte grundsätzlich mit allen Dingen, die so ablaufen, immer nahe an den Menschen sein.“

„Wenn viele Fremdwörter drinnen sind, hauptsächlich. Das ist mein Problem, weil das haben alle, die nicht richtig lesen und schreiben können.“

2.5 Medienvertrauen

Das Vertrauen in Medien spielt eine zentrale Rolle für die Informationsbeschaffung und gesellschaftliche Teilhabe. Dass die Befragten der Untersuchung Medien teils skeptisch gegenüberstehen, spiegelt sich in verschiedenen Aussagen wider. Dabei werden einerseits persönliche Unsicherheiten im Umgang mit Nachrichtenquellen deutlich, andererseits zeigt sich teilweise auch eine grundsätzliche Skepsis gegenüber etablierten Medien.

Vertrauensverlust und Unsicherheit im Umgang mit Medien

Einige der Befragten äußern Unsicherheit darüber, welchen Quellen sie vertrauen können. Besonders in den Sozialen Medien fällt es ihnen schwer, zwischen verlässlichen und fragwürdigen Informationen zu unterscheiden:

„Ich gucke im Fernsehen die Nachrichten, weil in Facebook habe ich schon schlechte Erfahrungen gemacht. Und gerade weil, ich konnte nicht rauspicken, ist das jetzt echt oder unecht, die Nachrichten. Also das konnte ich nicht entscheiden. Das ist schwierig auf Facebook. Also dadurch gehe ich lieber im TV rein.“

Die Unsicherheit darüber, was glaubwürdig ist und was nicht, kann auch zu einer verstärkten Nutzung alternativer Quellen wie Telegram führen, wo Informationen jedoch ebenso nicht immer seriös oder journalistisch aufbereitet sind:

„[Über] Politik informiere ich mich meistens in Telegram. Oder so. Weil [schwer verständlich; Anm. d. Verf.] kann man nichts mehr glauben.“

Skepsis gegenüber politischen und journalistischen Akteur:innen

In den Interviews wird deutlich, dass sich ein Misstrauen gegenüber politischen Akteur:innen in vielen Fällen auch auf die Medien überträgt. So sagt etwa eine Befragte, dass die Politiker:innen „eh nur machen, was sie wollen“. Diese Skepsis überträgt sich auch auf Medien, die über politische Vorgänge berichten, und verstärkt das Misstrauen weiter. Ein Befragter äußert den Eindruck, dass Journalismus nicht unabhängig sei:

„Teilweise halte ich davon was und teilweise sehe ich das so, als ob das wieder benutzt wird. Also es wird so benutzt, wie man das haben will. Also die Politiker. Also wenn man so was schreibt, das muss so sein.“

Andere fühlen sich von den Medien nicht ausreichend repräsentiert oder haben das Gefühl, dass ihre Themen nicht vorkommen:

„Warum sind da eigentlich keine Berufe, die auch behinderte Menschen machen können? Weil die meisten Firmen wollen ja keinen Behinderten haben.“

Auch mangelnde Medienkompetenz zeigt sich an mehreren Stellen als Herausforderung. So berichten einige Befragte, dass sie Nachrichten eher beiläufig wahrnehmen oder ungefiltert konsumieren:

„Und im Allgemeinen, wenn ich was wissen will, dann geben wir das über Google ein. Dann kommt ja die Information.“

„Im Internet ploppt das ja immer wieder auf und dann guckst du dir das an oder du klickst es eben weg.“

Eine bewusste Medienauswahl findet hier nicht statt, sondern die Rezeption erfolgt eher zufällig. Dies kann dazu führen, dass unzuverlässige Quellen unkritisch übernommen werden. Eingeschränkte Medienkompetenz zeigt sich auch an weiteren Beispielen. So lobt eine Befragte ein Video, das die Politik in ihren Augen gut gemacht habe, weil sie sich davon gut unterhalten fühlte. Tatsächlich handelte es sich jedoch um eine KI-generierte Werbung der BILD, in der Aufnahmen des Bundestags mit einer gefälschten Stimme von Olaf Scholz unterlegt wurden. Hier wird deutlich, wie schwer es für die Befragten mitunter ist, zwischen seriösen und manipulativen Inhalten zu unterscheiden.

Die Medienwahrnehmung der Befragten ist teilweise von Unsicherheiten und Skepsis geprägt. Besonders durch die Sozialen Medien entstanden neue Herausforderungen, zwischen glaubwürdigen und unglaubwürdigen Informationen zu unterscheiden. Klassische journalistische Medien gelten bei unseren Befragten zwar als verlässlicher, werden jedoch gleichzeitig als schwer verständlich empfunden.

2.6 Wünsche und Erwartungen

„Menschen mit Behinderung sollte man nicht abschirmen von der Öffentlichkeit und auch nicht von dem Weltgeschehen.“

Die Befragten äußern nicht nur Vorstellungen zu inhaltlichen und gestalterischen Aspekten der journalistischen Angebote in Leichter und Einfacher Sprache, sondern auch Wünsche und Erwartungen, die inklusionspolitische Faktoren aufs Tableau bringen. Es handelt sich um Forderungen, die sowohl an den Journalismus gerichtet als auch auf die Gesellschaft bezogen sind.

Die Befragten wünschen sich mehr Sichtbarkeit und Präsenz in journalistischen Angeboten. Sie möchten ihre Stimme einbringen, bei der Themenauswahl berücksichtigt werden und die Gelegenheit erhalten, ihre Perspektiven zu verdeutlichen.

So argumentiert eine Person mit kognitiven Einschränkungen, die sich für einen engeren Kontakt zwischen Journalist:innen und dem Publikum ausspricht, um gehört zu werden und Entscheidungen selbstständig treffen zu können:

„Eine ganz wichtige Sache. Die sollten nachfragen. Den Endverbraucher. Ich muss mich damit dann auseinandersetzen. Wenn die den Text so vorbereiten, dass er leicht verständlich ist, wäre zum Beispiel auch mir geholfen.“

Ein Prüfer für Leichte Sprache würde es im Sinne eines gegenseitigen Erfahrungsgewinns befürworten, Menschen mit Behinderung in eine Redaktion aufzunehmen. Ihm missfällt, dass die Belange von Menschen mit Behinderung im Alltag oft zu kurz kommen: „Man redet immer von Inklusion und man muss dies, man muss das machen, aber umgesetzt wird da eigentlich gar nichts“. Er sieht Vorteile für beide Seiten, wenn Redaktionen mit gutem Beispiel vorangehen und Medienunternehmen sich personell diverser aufstellen:

„Menschen mit Handicap könnten aus der Werkstatt austreten und sagen ‚Hey, ich arbeite jetzt beim großen Fernsehsender. Ich kann da Sachen für die prüfen‘ [...]. Wenn man da sagen könnte, wir machen da einen inklusiven Arbeitsplatz draus und stellen Menschen mit Behinderung ein, die auf sowas angewiesen sind, dann wäre das eine Win-Win-Situation.“

Die gesellschaftsrelevanten Wünsche und Erwartungen überschneiden sich vielfach mit den zuvor skizzierten journalismusspezifischen Dimensionen. Die Befragten regen mehr Offenheit gegenüber den Themen Lese- und Schreibschwierigkeiten sowie Behinderung an. Der Wunsch nach einer Enttabuisierung wird

geäußert und das Ziel, Vorurteile abzubauen. Die Befragten sprechen sich darüber hinaus dafür aus, ihre Lebensumstände wertzuschätzen und wünschen sich, dass jede:r Einzelne hinreichend unterstützt wird. Wie sich Medien und Gesellschaft hierzu verhalten könnten, klingt in dieser Aussage eines Lernbotschafters an:

„Also wichtig wäre noch mal dieses Thema auch nicht totzuschweigen, sondern viel öfters mal drüber reden. Dass das nicht in diese Schublade reinfällt: abgehakt sozusagen [...]. Weil viele Leute sehen das, aber machen die Augen zu und gehen weg. Sondern im Gegenteil: Den mal an der Hand nehmen und den mal zur Volkshochschule oder einem anderen Träger zu bringen, wo sie das Problem aufarbeiten können.“

Teilhabe und die Möglichkeit, dass auch ihre Stimme öffentlich gehört wird, ist den Befragten besonders wichtig. Sie möchten ihre Interessen vertreten wissen. Eine Person mit kognitiven Einschränkungen wünscht sich aus diesem Grund, dass die Menschen unabhängig von ihren Einschränkungen und als Teil einer Gemeinschaft wahrgenommen werden:

„Manche können sich auch nicht so ausdrücken [...]. Sie sollten das Recht haben, sich auch äußern zu können. Weil sonst denke ich halt auch, dass das eine Barriere ist und eine Einschränkung ist und eigentlich schon fast eine Bevormundung ist, zu sagen, okay, er kann das nicht machen, aufgrund, weil er halt das nicht kann.“

In den Interviews werden sehr unterschiedliche Gründe dafür genannt, warum die Befragten Schwierigkeiten beim Lesen, Schreiben und Verstehen von Texten haben. Die folgenden zwei Aussagen werfen ein Licht auf die Rolle, die Lebensumstände in Kindheit und Jugend dafür spielten. Die Aussagen unterstreichen noch einmal die Heterogenität der Zielgruppen, die von Leichter und Einfacher Sprache profitieren können:

„Ich hatte nie die Gelegenheit zur Schule zu gehen. Ich musste gleich immer arbeiten gehen [...]. Ich komme aus einer Familie, die völlig verrückt war. Ich bin teilweise auch so früher geworden, dass ich getrunken habe, gekiffert habe [...]. Aber dass man mehr akzeptiert wird und dass sie auch eine Chance sehen. Das würde ich mir sehr wünschen, auch im Beruf.“

„Weil meine Mama da auf dem großen Bauernhof gearbeitet hat, und die hat sehr wenig Zeit gehabt für mich. Und ich war auch bloß das einzige Kind, der einzige Sohn. Und die hat viel auf dem Bauernhof gearbeitet und die hat mir das Lesen nicht beibringen können. Und das Schreiben hat sie mir nicht beibringen können.“

2.7 Formaler Zugang: Veröffentlichungswege und -zeitpunkte

Der formale Zugang zu journalistischen Nachrichtenangeboten in Leichter und Einfacher Sprache ist durch unterschiedliche zeitliche und technische Barrieren geprägt. Der Wochenrückblick in Einfacher Sprache *nachrich-*

tenleicht des Deutschlandfunks (Dlf) wird etwa freitagabends gesendet. In Werkstätten für Menschen mit kognitiven Einschränkungen laufen hingegen häufig Musikprogramme, die auf Unterhaltung ausgerichtet sind, während Wortprogramme wie der Dlf, der sich durch tagesaktuelle Nachrichten und Information auszeichnet, dort nicht gehört werden. Dies stellt eine erhebliche Hürde dar, wenn es darum geht, das Zielpublikum mit Nachrichtenangeboten in Leichter oder Einfacher Sprache zu erreichen. Für eine gezielte Ansprache der Zielgruppe ist es entscheidend, die Ausstrahlungszeitpunkte im Falle von linearen Nachrichtenangeboten in Leichter und Einfacher Sprache entsprechend zu planen. So könnte eine Auspielung des Wochenrückblicks während der regelmäßigen Arbeitszeit in den Werkstätten weitere Menschen erreichen und Gespräche über die Nachrichten zwischen Beschäftigten und Betreuer:innen aktiv anregen.

Darüber hinaus stellt sich die grundsätzliche Frage nach der optimalen Form der sprachlichen Aufbereitung solcher Angebote. Hier wird der Anspruch deutlich, ein Angebot zu schaffen, das alle potenziellen Rezipient:innen anspricht. Ein Prüfer für Leichte Sprache fasst dies zusammen:

„Aber dann ist halt die Frage, wo kommt man da hin. Da müsste man einmal an die Älteren denken, man müsste an die Einwanderer denken, man müsste an die Behinderten denken. Also dann müsste ja jeder ein eigenen Kanal haben, jedes Programm. Das ist schwierig umsetzbar natürlich. Das verstehe ich auch.“

Auch bei der Nutzung von Sozialen Medien und (Nachrichten-)Apps müssen technische Hürden bedacht werden. Viele Menschen, die auf Nachrichtenangebote in Leichter oder Einfacher Sprache angewiesen sind, haben eingeschränkten Zugang zu digitalen Technologien oder verfügen nicht über die erforderlichen Medienkompetenzen, um komplexe Anwendungen zu nutzen. Sie benötigen barrierearme Zugänge, Apps und Plattformen müssten für sie sowohl in der Benutzeroberfläche als auch in der sprachlichen Gestaltung vereinfacht werden und intuitiv benutzbar sein.

2.8 Methodische Reflexion

Wissenschaftliche Interviews mit Personen geringer Literalität und kognitiven Einschränkungen erfordern von den Forscher:innen eine besondere Reflexion der Forschungsbedingungen (vgl. Bigl et al. 2024). Im Folgenden sollen einige der Faktoren, die in dieser Untersuchung eine Rolle spielten, diskutiert werden. So stellten die sprachlichen Barrieren der Interviewten eine besondere Herausforderung für die Untersuchung dar.³ Der Leitfaden für die Interviews wurde in Leichter Sprache formuliert, um eine möglichst hohe Verständlichkeit der Fragen zu ermöglichen. Wenn Fragen nicht verstanden wurden, wurde versucht, sie im direkten Gespräch noch einfacher zu formulieren. Neben der sprachlichen Anpassung von Erhebungsinstrumenten

mussten auch Fragen des Datenschutzes berücksichtigt, sowie eine ausdrückliche Einwilligung der Teilnehmenden zur Forschungsarbeit eingeholt werden (Nind 2008: 6). Auch die Einverständniserklärung wurde bewusst kurz gehalten und gegebenenfalls mündlich erläutert.

Im Vorfeld wurden die Befragten ausführlich über den Hintergrund des Interviews und die Verwendung der Antworten aufgeklärt. Bei der Suche nach Interviewpartner:innen wurde in vielen Fällen zunächst Kontakt zu Einrichtungsleitungen, Behindertenwerkstätten und Sozialverbänden aufgenommen, die anschließend Teilnehmende für die Studie vermittelt haben.

Für die von vornherein begrenzte Zahl von Teilnehmenden einer qualitativen Befragung wurde das Sample auf drei Gruppen beschränkt: Menschen mit kognitiven Einschränkungen (wie geistiger Behinderung und Lernschwierigkeiten), Menschen mit Migrations- und Fluchtgeschichte und Lernbotschafter:innen. Im Sample waren zudem auch Personen vertreten, die in der Vergangenheit bereits als Prüfer:innen für Wahlprogramme und journalistische Texte tätig waren.

Der Begriff der Validität wird in der qualitativen Forschung kontrovers diskutiert und hat grundsätzlich eine andere Bedeutung als in der quantitativen Forschung. Während in der quantitativen Forschung Validität die Messgenauigkeit

3 Stellenweise waren Aussagen der Interviewten unverständlich und konnten auch im Gespräch sowie nach mehrmaligem Hören der Audioaufnahmen nicht identifiziert werden, wodurch kleine Teile der Interviews nicht für die Auswertung berücksichtigt werden konnten.

eines Instruments meint, geht es in der qualitativen Forschung um die Nachvollziehbarkeit, Transparenz und Plausibilität der gewonnenen Erkenntnisse. Die Validität ergibt sich hier aus der Offenlegung der forschungsleitenden Perspektiven, der Kontextualisierung sowie der reflexiven Auseinandersetzung mit dem eigenen Erkenntnisprozess (vgl. Flick 2011: 492–499).

Hauser (2020: 222) konstatiert hinsichtlich der Validität, dass die „Perspektiven auf bestimmte zu untersuchende Phänomene immer durch subjektive Annahmen geprägt sind, weshalb die exakte Darstellung der Wirklichkeit nicht möglich ist, sondern nur deren begründete Abbildung“. Valide sei qualitative Forschung, wenn das „Zustandekommen nachvollziehbar und die daraus folgenden Schlüsse begründet sind. Deshalb geht es weniger um die richtige oder gültige Version einer Information als mehr um die Offenlegung der jeweiligen Perspektiven auf den Untersuchungsgegenstand“ (ebd.). Daran hat sich diese Untersuchung orientiert und umfassend die Aussagen der Befragten dokumentiert, die unseren Folgerungen zugrunde liegen.

Ein methodisches Problem der Untersuchung, das in der Auswertung deutlich wurde, betrifft die Reihenfolge, in der journalistische Beispiele den Interviewten gezeigt wurden. So wurde zunächst ein Beitrag des Dlf-Formates *nachrichtenleicht* gezeigt und erst anschließend Beiträge von *tagesschau* oder *ZDFheute* zum gleichen Thema. Diese Reihenfolge könnte zu einer ungewollten Verzerrung geführt haben, da die Teilnehmenden den ersten Beitrag möglicherweise unausgesprochen als Referenz bewerteten oder im

Vergleich zu den darauf folgenden Angeboten – die eine höhere Lesekompetenz erforderten – anders wahrgenommen haben. Dies wird in der Auswertung daher als methodische Limitation berücksichtigt. In zukünftigen Untersuchungen wäre eine Variation oder Zufallszuordnung der Reihenfolge sinnvoll, um solche Effekte zu minimieren und eine möglichst unabhängige Einschätzung der jeweiligen Nachrichtenangebote zu ermöglichen.

Die Durchführung von Interviews mit Menschen mit kognitiven Einschränkungen bringt spezifische methodische und ethische Herausforderungen mit sich (vgl. Gilbert 2004: 305). In einigen Fällen fielen die Antworten sehr knapp aus, und es ist nicht auszuschließen, dass eine Tendenz zum Ja-Sagen (Akquieszenz) als Ausdruck sozialer Erwünschtheit auftrat, was bei Menschen mit Einschränkungen häufiger vorkommen kann (vgl. Hauser 2020: 222). Die Tatsache, dass die Forschung mit den genannten Personengruppen ganz spezifische Herausforderungen birgt, soll jedoch nicht dagegen sprechen, Menschen vulnerabler Gruppen in die Forschung mit einzubeziehen. Ganz im Gegenteil: „research and evaluation studies are increasingly required to include the views and opinions of people with learning disabilities“ (Gilbert 2004: 298). Es sollte also nicht um die Frage gehen, ob Menschen mit Einschränkungen einbezogen werden, sondern wie: „the discussion moves to the principle that the challenge is one of method, rather than the ability to participate“ (Gilbert 2004: 306). Die Berücksichtigung von Menschen mit Lernschwierigkeiten oder Kommunikationsbarrieren ist nicht nur ethisch geboten, sondern

auch eine Notwendigkeit: „People with learning/communication difficulties have something to say that is worth hearing and experiences that are worth understanding, making it important to commit serious attention to the methodological challenges involved in researching them“ (Nind 2008: 4). In der durchgeführten Untersuchung wurde versucht, diesen Aspekten bestmöglich Rechnung zu tragen.

Das nachfolgende Kapitel bettet zentrale Aussagen aus den Leitfadeninterviews vor dem Hintergrund demokratietheoretischer Überlegungen zu den Funktionen der Massenmedien ein, um Relevanzkriterien für Inhalte eines leicht verständlichen Journalismus zu entwickeln. In diesem Kontext werden auch die Begriffe Teilhabe, Teilnahme, Inklusion und Integration diskutiert.

Nachrichten in Leichter Sprache aus Mittel-Deutschland

**Patrick Herz, Redakteur beim Mitteldeutschen Rundfunk
zuständig für die Koordination Leichte Sprache + Transkription**



Menschen mit Lernschwierigkeiten aber auch solche mit Migrationshintergrund, funktionale Analphabet:innen oder auch gehörlose Menschen haben einen Anspruch auf für sie geeignete Zugänge zum MDR-Nachrichten-

angebot. Deshalb hat der MDR 2016 mit den Vorbereitungen für die *Nachrichten in Leichter Sprache* begonnen. Dafür wurden unsere Redakteur:innen in Schulungen durch ein Übersetzungsbüro in die Besonderheiten von Texten in Leichter Sprache eingewiesen. In den Schulungen lernten die Redakteur:innen beispielsweise: Was ist Leichte Sprache? Welche Regeln gibt es für Leichte Sprache? Warum ist Leichte Sprache für viele Menschen wichtig? Und wie kann ich selbst Texte in Leichter Sprache schreiben?

Im Januar 2017 startete das Angebot zunächst mit sieben ausgewählten Nachrichten pro Woche aus verschiedenen Redaktionen, die freitags um 17 Uhr als Wochenrückblick veröf-

fentlicht wurden. Die Auswahl der Nachrichten, die inhaltliche Kontrolle der Übersetzung und der Einbau dieser auf der MDR-Seite erfolgt seitdem durch unsere Redakteur:innen. Die Übersetzung der Nachrichtenauswahl übernimmt seither ein spezialisiertes Büro, das über langjährige Übersetzungserfahrungen verfügt und in dem Menschen mit Lernschwierigkeiten in einer Prüfgruppe arbeiten. Mitte 2018 haben wir die Nachrichten in den MDR Teletext und Ende 2018 auch in die MDR AudioApp integriert, um die Reichweite dieses barrierefreien Nachrichtenangebots zu erhöhen. Im April 2019 haben wir unser Angebot zunächst auf drei und Anfang 2021 dann auf vier werktägliche Nachrichten umgestellt, die um 13 Uhr veröffentlicht werden.

Das MDR-Angebot in Leichter Sprache liefert zusätzlich Hintergrundinformationen zu herausgehobenen Ereignissen. Zur Bundestagswahl 2017 haben wir beispielsweise einen Text „Wie geht wählen?“ übersetzen lassen, der u.a. das Wahlverfahren und Details der Wahl in Leichter Sprache erklärt hat. Es war das erste Mal, dass eine Landesrundfunkanstalt einen solchen Text angeboten hat. Da uns der Zugang zu Informationen und Nachrichten vor und nach Wahlen ein wichtiges Anliegen ist, um Menschen mit Lernschwierigkeiten und anderen Gruppen eine bessere Teilhabe zu ermöglichen, begleiten wir seit 2019 regelmäßig die Kommunal-, Landtags- und Europawahlen im Sendegebiet in Leichter Sprache.

Mit Beginn der Corona-Pandemie im März 2020 haben wir zudem ein Angebot in Leichter Sprache zum Corona-Virus erstellt, um so über aktuelle Nachrichten und Corona-Regeln im Sendegebiet zu informieren. Außerdem begleiten wir immer wieder MDR-Programmschwerpunkte in Leichter Sprache, z. B. „100 Jahre Weimarer Verfassung“, „30 Jahre selbstbestimmt“, die Olympischen Winterspiele und die Paralympics 2018 oder die Special Olympics 2023.

Seit März 2021 werden die Nachrichten durch Studierende der Sprechwissenschaften der MLU Halle-Wittenberg eingesprochen und seit Anfang 2022 die kompletten Nachrichten des Tages als Podcast in Leichter Sprache angeboten. Im Februar 2024 haben wir im Rahmen eines gemeinsamen Forschungsprojektes mit den Sprechwissenschaften der MLU Halle-Wittenberg und auf Grundlage von Wirkstudien einen Leitfaden zur Ansprechhaltung von Nachrichten in Leichter Sprache erarbeitet. Als wichtigste Punkte haben sich herausgestellt, dass die Nachrichten sowohl freundlich zugewandt als auch angemessen sachlich/nachrichtlich vorgetragen werden sollen. Das Sprechtempo ist eher langsamer. Wichtig ist es, ausreichend Pausen zu setzen.

Damit wir unser Angebot stetig ausbauen und verbessern können, führen wir regelmäßig Schulungen unserer Redakteur:innen durch. Außerdem haben wir im Herbst 2018 und Ende 2023 die Nachrichten durch eine Gruppe von Menschen mit Lernschwierigkeiten und eine Gruppe von funktionalen Analphabet:innen evaluieren lassen. Dabei wollten wir u. a. wissen, ob die Auffindbarkeit und der Aufbau unserer Seite nutzerfreundlich ist und ob die ausgewählten Themen für die Nutzer:innen interessant sind. Die Erkenntnisse und Wünsche aus dem Kontakt mit Nutzer:innen sollen uns bei der kontinuierlichen Verbesserung unseres Angebots in Leichter Sprache helfen.



Patrick Herz

Künstliche Intelligenz (KI) ist auch bei Leichter Sprache ein Thema. Deshalb haben wir die aktuellen Möglichkeiten einer Übersetzung mittels KI getestet. Derzeit benötigt eine KI-Übersetzung komplexerer Texte, wie z. B. Nachrichten, zu viel Korrekturarbeit struktureller oder inhaltlicher Fehler. Bei einfacheren Texten hingegen haben wir bessere Erfahrungen gemacht. Mit Hilfe einer leistungsfähigen KI könnte das Angebot in Leichter Sprache aber in Zukunft hoffentlich deutlich erweitert werden.

Bildquelle: privat | Logo: Mitteldeutscher Rundfunk

3 Themen und Teilhabe in Demokratien

Liane Rothenberger und Annika Sehl

Massenmedien erfüllen in Demokratien unterschiedliche Funktionen (für einen Überblick siehe Burkart 2002: 378–412; Pürer 2015: 40–47). Zuvorderst vermitteln sie Themen und Inhalte aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Technologie und Lokalem, um Bürger:innen zu informieren. Nur so können diese *mündige Bürger:innen* werden, die auf Basis relevanter und ausreichender Informationen Entscheidungen treffen und an gesellschaftlichen Entwicklungen teilhaben. Diese Informationsfunktion ebenso wie weitere soziale, politische und ökonomische Funktionen der Massenmedien sowie die Frage der Themenrelevanz sind Ausgangspunkt dieses Kapitels. Es fragt danach, welche journalistischen Informationen Menschen mit Lernschwierigkeiten, mit Demenz, solche, die Deutsch erst lernen oder nicht gut lesen können, aus demokratietheoretischer Sicht für gesellschaftliche und vor allem politische Teilhabe benötigen, wenn aus Ressourcen Gründen oder auch in Anbetracht der begrenzten Aufnahmefähigkeit der Zielgruppen nur ein Teil in Einfache oder Leichte Sprache gebracht werden kann. Ebenso ist die Frage wichtig, welche Themen und Inhalte sie besonders interessieren oder von ihnen genutzt werden. Bisherige Studien haben vor allem die technische Ausstattung und Barrierefreiheit in Hinblick auf verschiede-

ne Arten und Grade von Einschränkungen untersucht (vgl. Bosse/Hasebrink 2016; Adrian et al. 2017; Haage 2021), die Themen und Inhalte aber nicht immer in den Fokus gerückt. Genau hierauf richten wir im Folgenden den Fokus und diskutieren die Relevanz von Themen und Informationen mit Bezug auf die mediale Funktion, demokratische Teilhabe zu ermöglichen und zu stärken. Nach einer knappen theoretischen Einleitung verbinden wir die zentralen theoretischen Konzepte und Ziele jeweils mit den Sichtweisen der in unserer Studie interviewten Personen.

Funktionen von Massenmedien

Massenmedien erbringen Leistungen für die Gesellschaft, aber auch für den oder die Einzelne (vgl. Pürer 2015: 42–47). Eine zentrale Funktion ist die *Informationsfunktion*. Damit Bürger:innen an demokratischen Prozessen der Meinungs- und Willensbildung teilhaben können, müssen sie über relevante Themen und Inhalte in Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur informiert sein. Weil sie sich über viele Vorgänge jedoch nicht in ihrer direkten Umwelt informieren können und diese zumeist auch komplex sind, übernimmt der Journalismus eine wesentliche Rolle in der Selektion und Bereitstellung von Themen (für einen Überblick siehe Burkart 2002: 404–

407). Was aber genau ist ein relevantes Thema oder eine relevante Information? Dazu zeigt der Forschungsstand zu Relevanz als Qualitätskriterium im Journalismus, dass zwischen sachlicher und sozialer Relevanz unterschieden werden kann, zwischen externer und interner Relevanz (Wichtigkeit eines Themas oder Ereignisses versus Vorkommen von Akteuren oder Positionen innerhalb eines Beitrags) sowie nach kommunikator- und rezipientenbezogenen Ansätzen (berufsspezifische versus zielgruppenbezogene Relevanzansätze). Ferner kann auch Aktualität als Relevanzfunktion gesehen werden (für einen Forschungsüberblick siehe Wyss 2002: 131–139). Für die Informationsvermittlung werden in der

Literatur zudem Ansprüche wie Vollständigkeit, Objektivität und Verständlichkeit gestellt (für einen Überblick siehe Burkart 2002: 407–412).

Jenseits der zentralen Informationsfunktion, die sich über alle journalistischen Teilbereiche spannt, wird zwischen sozialen, politischen und ökonomischen Funktionen der Massenmedien unterschieden (vgl. Burkart 2002: 382).

Zu den *sozialen Funktionen* zählt die *Sozialisationsfunktion*: Journalismus vermittelt Werte und Normen einer Gesellschaft, welche Denken und Handeln anleiten sollen. Hinzu tritt die *soziale Orientierungsfunktion*, d.h. es wird dem

Abbildung 4:
Funktionen der Massenmedien

Funktionen der Massenmedien		
soziale	politische	ökonomische
Informationsfunktion		
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sozialisationsfunktion ■ Soziale Orientierungsfunktion ■ Rekreationsfunktion (Unterhaltung/ Eskapismus) ■ Integrationsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Herstellen von Öffentlichkeit ■ Artikulationsfunktion ■ Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion ■ Kritik- und Kontrollfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zirkulationsfunktion + Wissensvermittlung + Sozialtherapie + Legitimationshilfe ■ Regenerative Funktion ■ Herrschaftliche Funktion
soziales	politisches	ökonomisches
Gesellschaftliches System		
Quelle: Darstellung nach Burkart (2002: 382).		

oder der Einzelnen ermöglicht, sich in einer komplexer werdenden Umwelt mit ihrer Fülle an Informationen zurechtzufinden. Die *Rekreativ-funktion* oder *Gratifikationsfunktion* bezieht sich auf Angebote der Zerstreuung, Ablenkung, Unterhaltung oder des Eskapismus. Schließlich unterstreicht die *Integrationsfunktion*, dass Medien das Zusammenwirken in der Gesellschaft fördern und ein Auseinanderfallen verhindern sollen (für einen Überblick zu den sozialen Funktionen siehe Burkart 2002: 383–390).

Zu den *politischen Funktionen* gehört zunächst die Herstellung von Öffentlichkeit im Sinne eines Raumes, in dem sich verschiedene Akteure austauschen können. Das knüpft eng an die *Artikulationsfunktion* an, die besagt, dass alle demokratischen Akteure mit ihren Perspektiven in diesem Raum vertreten sein sollen. Die *politische Sozialisationsfunktion* von Medien zielt darauf ab, den Einzelnen zu Möglichkeiten und Chancen der politischen Teilhabe anzuleiten. Die *politische Bildungsfunktion* ergänzt die Fähigkeit, politische Informationen zu rezipieren und zu verstehen, sodass sie zur Meinungsbildung genutzt werden können. Die *Kritik- und Kontrollfunktion* bezieht sich auf die Kontrollaufgaben der Massenmedien, insbesondere in Bezug auf das politische System (für einen Überblick zu den politischen Funktionen siehe Burkart 2002: 390–397).

Mit Blick auf *ökonomische Funktionen* der Massenmedien lässt sich die *Zirkulationsfunktion* nennen, wonach Medien den Warenumschlag beschleunigen, sei es durch ihre Rolle als Werbeträger oder durch redaktionelle Informationen. Holzer (1994: 202–203) argumentiert darüber hi-

naus, dass Massenmedien auch eine regenerative und herrschaftliche Funktion übernehmen, indem sie die Marktwirtschaft stärken (für einen Überblick zu den ökonomischen Funktionen siehe Burkart 2002: 397–402).

Ziel: Teilhabe

Sowohl bei der Informations- als auch bei der sozialen Funktion bildet Teilhabe einen wesentlichen Aspekt. Die Teilhabeforschung hat sich in den letzten Jahren immer stärker zu einem eigenständigen Forschungszweig entwickelt. Die UN-Behindertenrechtskonvention betont die

„Erkenntnis, dass die Förderung des vollen Genusses der Menschenrechte und Grundfreiheiten durch Menschen mit Behinderungen sowie ihrer uneingeschränkten Teilhabe ihr Zugehörigkeitsgefühl verstärken und zu erheblichen Fortschritten in der menschlichen, sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung der Gesellschaft und bei der Beseitigung der Armut führen wird (Beauftragter der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen 2025: 6).“

Auch die Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich vermehrt mit dem Konzept der Teilhabe (vgl. Altmeyden 2019; Lünenborg 2015). So hält Altmeyden fest (2019: 187):

„Teilhabe ist ein bedeutungsvolles aber wenig beachtetes normatives Konstrukt im medien- und digital-ethischen Handlungsfeld. Bedeutungsvoll ist es, weil es eng verknüpft ist mit der öffentlichen und demokratischen Funktion der Medien. Wenig beachtet ist es

aber unter anderem, weil statt Teilhabe häufig andere Begriffe verwendet werden.“

Im Umfeld von „Teilhabe“ sind beispielsweise häufig die Begriffe Teilnahme, Inklusion und Integration zu hören. Sie dienen zum einen als Voraussetzungen für Teilhabe, zum anderen sind sie als Ziele anzusehen, die eintreten können, sollte Teilhabe gegeben sein. Abbildung 5 gibt einen Überblick über die verwandten Konzepte und ihre Bedeutungen.

Im Kern geht es darum, Personen aller Lebenslagen zu befähigen, in die Entwicklung der Gesellschaft einbezogen zu werden und Wahlmöglichkeiten auszuschöpfen (vgl. Bartelheimer et al. 2022). Dies kann nur geschehen, wenn entsprechende Ressourcen bereitgestellt werden, beispielsweise barrierearme Medienangebote. „Die Verwendung der Leichten oder Einfachen Sprache ist einer von vielen Wegen zur ‚Enthinderung‘, denn die Teilhabe an der Gesellschaft beginnt mit Kommunikation“ (Puffer 2021: 123).

Abbildung 5:
Teilhabe und verwandte Konzepte



Quelle: Darstellung nach Skusa & Rothenberger (2025: 437). Auf Grundlage von INSOS Schweiz (2018) und Beauftragter der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen (2025).

Ein Spezifikum der interviewten Zielgruppen ist, dass der Medienkonsum bzw. die Rezeption von Nachrichten häufig in einer Gruppe oder mit einer betreuenden Person erfolgt. Insofern werden hier Themen zum Teil ‚vorausgesucht‘, was aber durchaus die Motivation stärken kann, sich bestimmten Themen zuzuwenden, da die gemeinsame Auseinandersetzung mit Nachrichten das Interesse und die Involviertheit steigern.

Mehr Teilhabe durch Journalismus in leicht verständlicher Sprache: Relevante Themen und Informationen aus Perspektive der Zielgruppe

Die massenmediale Informationsfunktion erfordert, dass die journalistische Berichterstattung Komplexität durch eine Auswahl von Informationen reduziert. Dem Journalismus in leicht verständlicher Sprache stellt sich hier eine besondere Herausforderung. So zeigen die für unsere Studie durchgeführten Interviews beispielsweise, dass die ‚großen Themen‘ Politik und Wirtschaft durchaus als relevant erachtet werden, teils jedoch auf Desinteresse stoßen, was auch mit Präsentation, Konkretheit und Herangehensweise der Medien zusammenhängt, da die Themen häufig zu schwierig dargestellt würden. So erwähnt ein Interviewpartner:

„Aber jetzt bei der Politik, da müssten sie auch mehr in die Nachrichten bringen, aber nicht so, dass man das nicht versteht. Ich sitze davor und verstehe nichts. Man müsste z. B. auch, wenn man über Politik redet, was wichtig ist, dass die in der Politik sagen, warum man wählen geht, wie das funktioniert,

dann die Zettel vorstellen. Nicht, dass man da sitzt und denkt, meine Güte, so ein großer Zettel, was soll ich da machen? So geht es mir. Und dass sie dann auch sagen, wer nicht wählt, was passiert mit den Stimmen.“

Deutlich wird in dieser Passage auch, wie eng verbunden die journalistische Informationsvermittlung mit der politischen, Sozialisations- und Bildungsfunktion medialer Berichterstattung ist.

Die Herausforderung besteht darin, zunächst abstrakte Themen konkret nachvollziehbar zu machen. Dies wird in den Interviews mit Bezug auf politische Berichterstattung besonders deutlich. Selbst wenn das allgemeine Thema ‚Politik‘ als nicht so interessant eingeordnet wird, zeigt sich großes Interesse an konkreter Politik auf lokaler oder regionaler Ebene, beispielsweise die Abstimmung über den Neubau einer Straßenbahn oder sonstige Infrastrukturentscheidungen: „z. B. Fahrdienste, wie man die finanzieren kann. Oder Busse, wie ich da besser reinkommen kann“. Auch wird der Wunsch geäußert, dass auf Fallstricke und Tücken hingewiesen wird, damit Klarheit für eingeschränkte Personen herrsche. Zum Beispiel

„[g]ibt es viele Menschen, die Hartz IV bekommen, also Bürgergeld. Und die sind angewiesen auf diese komische Plastikkarte von der BVG. Also wenn sie sich die Monatskarte für neun Euro kaufen, aber diese Karte nicht haben, fahren sie schwarz. Sowas sollten sie in die Nachrichten bringen.“

Hier geht es folglich um soziale Funktionen, die Vermittlung von Normen der Gesellschaft.

Insgesamt besteht große Einigkeit darin, dass Beeinträchtigungen als Thema mehr Platz in den Medien erhalten sollten:

„Also insgesamt auf jeden Fall zum Thema Menschen mit Behinderung. Also da wird einfach viel zu wenig in Leichter oder Einfacher Sprache informiert. Das finde ich ganz, ganz schwierig. Insgesamt das Thema ist viel zu fachmännisch.“

Als positives Beispiel dafür, wie das Thema Beeinträchtigungen anschaulich vermittelt und beeinträchtigten Personen medialer Platz gegeben werden kann, sei an dieser Stelle der Podcast „Echt behindert!“ genannt, der bis Oktober 2022 im Zweiwochenrhythmus erschien, aber dann eingestellt wurde (vgl. Deutsche Welle 2021).

Grundsätzlich interessieren sich die interviewten Zielgruppen stark für das Thema Inklusion und für Tipps zur Bewältigung des Alltags, beispielsweise welche Barrierearmut bei lokalen Veranstaltungen gegeben ist, wann Streiks beginnen oder welche Züge konkret ausfallen, rechtliche Informationen zum Thema Selbstbestimmung und Vormundschaft, Erklärungen zum Ausfüllen von Formularen sowie Kochhilfen. Gerade bei als relevant erachteten Themen wie Streiks könnten folgende Fragen in Themenpaketen und Erklärstücken kompakt behandelt werden: Warum wird gestreikt? Wann ist der Streik zu Ende? Wieviel mehr Geld wird gefordert? Welche Züge fallen aus?

An diesen Fragen wird deutlich, dass die Befragten häufig einen Abgleich mit der eigenen Alltagsrealität vornehmen. So bestätigt eine Befragte beim Thema Fachkräftemangel: „Das stimmt, wir haben auch zu wenig Betreuer.“ Eine weitere Befragte erwähnt, dass sie sich nicht für „Beruf und Karriere“ interessiere, weil sie zu alt für das Thema sei. Auch das Thema ‚Reisen‘ stößt bei manchen Befragten aufgrund der Abhängigkeiten zum Beispiel in Heimeinrichtungen auf Desinteresse. Gerade beim Thema ‚Sport‘ wurde die persönliche Involviertheit häufig angeführt, etwa wenn sich Fußballspielende für Fußballnachrichten interessieren. Einschränkend muss aber auch ein Gegenbeispiel angeführt werden: „Ich mag Sport, aber nicht die Nachrichten vom Sport.“

Die Bedeutung des lokalen und regionalen Bezugs der Berichterstattung wird in den Interviews ebenfalls immer wieder hervorgehoben:

„Regionale Sender, weil was interessiert mich, was in Berlin oder so ist?“

„Alles Lokales, was im Umkreis ist und mich betrifft oder mich betreffen könnte.“

Nähe kann durch räumliche Nähe oder das konkrete Herunterbrechen eines Themas auf eine regionale Begebenheit erreicht werden, aber auch durch Moderator:innen oder Hosts, die eine persönliche Nähe vermitteln (unter anderem durch Empathie, vgl. hierzu auch Kapitel 2.3). Sind Personen mit Beeinträchtigungen direkt an der Berichterstattung beteiligt, schafft

auch das eine besondere persönlich-emotionale Nähe, die unabhängig von Themen besteht. Grundsätzlich gilt: Ist das Interesse an einem Thema geweckt, so wird es weiterverfolgt: „Zum Beispiel ein Krieg oder eine sportliche Sache. Danach suche ich Informationen in der Zeitung darüber.“ Geht es um negative Ereignisse wie Kriege, Naturkatastrophen, Gewalt, Hungersnöte oder menschliches Leid generell, reagieren die Befragten häufig stark emotional und empathisch (vgl. Kapitel 2.3). Sie wünschen sich Lösungen für diese Probleme – ein Wunsch, dem gegebenenfalls der konstruktive Journalismus, der einen Fokus auf Lösungen setzt (vgl. Meier 2018), nachkommen kann.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Befragten Medienfunktionen aus den drei Bereichen soziale, politische und ökonomische Funktion als wichtig empfinden, wobei die soziale Orientierungsfunktion, gerade in Bezug auf den unmittelbaren lokalen Erlebnisraum, eine besondere Stellung einnimmt. Diese Sichtweise gilt auch für die Einordnung der Themenrelevanz, die sich häufig aus der persönlichen Involviertheit und dem Wunsch nach Teilhabe ergibt. Damit stehen

unsere Ergebnisse im Einklang mit den wenigen Studien, die die Mediennutzung von Menschen mit Beeinträchtigungen bisher erhoben haben (vgl. u. a. Bosse/Hasebrink 2016; Adrian et al. 2017; Haage 2021) und die die Vielfältigkeit der Rezipient:innen und die damit einhergehenden unterschiedlichen Themenpräferenzen und Informationsrepertoires betonen. Übergreifend lässt sich allerdings mit Haage (2021: 325) festhalten: „Insgesamt wird die Barriere einer mangelhaften Verständlichkeit von Struktur und Inhalt in der Diskussion um die Barrierefreiheit von Medien und Informationsquellen zu wenig bearbeitet. Dies würde allen besonders benachteiligten Gruppen in allen Konstellationen helfen.“

Neben der Frage danach, welche Themen von besonderer Relevanz für die Rezipient:innen eines Journalismus in leicht verständlicher Sprache sind, stellt sich auch die Frage nach geeigneten Distributionsstrategien für solche Angebote. Dieser Frage wendet sich das folgende Kapitel vor dem Hintergrund aktueller Daten der Mediennutzungsforschung zu und diskutiert insbesondere die Vor- und Nachteile verschiedener Social-Media-Plattformen.

Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache

Anika Würz, Redakteurin beim Hamburger Abendblatt und Podcast-Host



Gerade eben habe ich Folge 104 von *Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache* aufgenommen. Völlig verrückt, dass ich nun schon seit zwei Jahren Woche für Woche die News ins Mikrofon spreche – und zwar schön langsam und deutlich. Der Podcast hat schließlich reichlich wenig mit dem zu tun, was ich als Redakteurin für Landespolitik beim Hamburger Abendblatt sonst so treibe. Die Zielgruppen des Audioformats und meiner Zeitungsartikel unterscheiden sich ganz schön. Und sowieso hatte ich nie vor, Podcast-Host zu werden. Wieso es *Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache* (glücklicherweise) trotzdem gibt? Das ist der Verkettung einiger Umstände zu verdanken.

Also von vorn: Ich bin selbst eine fanatische Sprachen-Lernerin. Weil das ewige Auswendiglernen von Vokabeln für Wetterphänomene, Kleidungs- und Möbelstücke (wie es so oft in Lehrwerken gefordert wird) mich aber anödet, kam ich schnell auf die Idee, Sprachen per Podcast zu lernen. Da ich ein politischer Mensch bin und eine Sprache im besten Fall die Tür zu einer anderen Lebenswirklichkeit öffnen soll, höre ich zum Sprachenlernen am liebsten Nachrichten-Podcasts. Der schwedische Sender Sveriges Radio hat zum Beispiel ein tolles Nachrichtenformat in Leichter Sprache (*Radio Sweden på lätt svenska*).

Vor einigen Jahren begann ich, mich in meinem Hamburger Stadtteil bei „Herzliches Lokstedt“ zu engagieren. Der Verein unterstützt Geflüchtete aus dem Viertel in allerlei Belangen, etwa bei Rechtsfragen oder dem Deutschlernen. Ich meldete mich als Ehrenamtliche, um jungen Erwachsenen unsere Sprache näher zu bringen. „Was mir hilft, hilft ihnen bestimmt auch“, dachte ich mir und suchte nach einem deutschen Nachrichten-Podcast in Leichter Sprache, den ich ihnen zeigen könnte. Blöd nur: Es gab zu diesem Zeitpunkt noch keinen! Lobend

erwähnt sei hier das Format des MDR, das jedoch nur Nachrichten für Mitteldeutschland umfasst.

Ich musste also selbst ran. Mein Job beim Abendblatt war die perfekte Voraussetzung dafür, denn der Chefredakteur Lars Haider hatte gerade die große Podcast-Offensive ausgerufen. Es gab nicht nur brandneue Aufnahmetechnik und Studios in der Redaktion, sondern auch viel Rückenwind für alle, die Lust auf ein eigenes Audio-Projekt hatten. Ich stellte meine Idee, einen wöchentlichen Nachrichten-Podcast in Leichter Sprache zu produzieren, vor – und wenige Wochen später saß ich schon aufgereggt im Studio, bereit, das erste Mal den roten Aufnahmeknopf zu drücken.

Seitdem darf ich *Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache* als Abendblatt-Podcast veröffentlichen. Und das, obwohl die von mir angesprochene Zielgruppe (Deutschlernende, Menschen mit Behinderung, auch Kinder) nicht unbedingt die Kernleserschaft des Abendblatts repräsentiert. Aber das Medienhaus hat die gesellschaftliche Relevanz von Nachrichten-Angeboten in Leichter Sprache erkannt und räumt mir die Zeit und Mittel für mein Podcast-Projekt ein.

Die Produktion der wöchentlichen Episode ist eine „One-Woman-Show“. Unter der Woche sammle ich Nachrichten, die mir relevant erscheinen. Dabei versuche ich, mich in die Zielgruppe hineinzusetzen. Da meines Wissens viele Geflüchtete den Podcast hören, bespreche ich die Entwicklungen im Ukraine-Krieg oder in Nahost möglichst jede Woche. Wichtig ist mir außerdem, über das politische Geschehen in Deutschland zu informieren. In meinen Augen birgt die Auseinandersetzung mit der hiesigen Politik ein enormes Integrationspotenzial. Manche Themen interessieren dabei sicherlich besonders: Gibt es beispielsweise asylpolitische Entwicklungen, finden sich diese auf jeden Fall im Podcast wieder. Ansonsten orientiere ich mich an meinem eigenen Nachrichtenkonsum und den Ereignissen, die in den Newslettern überregionaler deutscher Zeitungen eine Rolle spielen. Was hier mehrfach besprochen wird, findet Eingang in den Podcast.

Sind die Nachrichten erst gesammelt, folgt der größte Teil der Arbeit: Sie müssen in Leichte Sprache „übersetzt“ werden. Ich orientiere mich dabei an gängigen Richtlinien, halte mich aber nicht dogmatisch daran. Grundsätzlich gilt: Ich verwende kurze Sätze und einfaches Vokabular, vermeide Passivkonstruktionen, Verneinungen und Kommata möglichst, kopple

zusammengesetzte Wörter und erkläre schwierige. In einem eigenen „Leichte-Sprache-Wörterbuch“ halte ich mir Erklärungen zur Wiederverwendung fest. Oft ist mir auch das „Wörter-Buch in Leichter Sprache“ des MDR eine große Hilfe. Zwischenzeitlich durfte ich sogar ein von Künstlicher Intelligenz gestütztes Übersetzungs-Tool für Leichte Sprache in der Beta-Version testen. Das war eine spannende Zusammenarbeit. Doch leider: Zeit gespart hat mir die damals noch sehr fehleranfällige Software nicht.



Anika Würz

Je nach Nachrichtenlage ist eine Episode zwischen fünf und zehn Minuten lang. Form folgt Funktion, da bin ich ganz pragmatisch. Jeden Freitag zeichne ich eine neue Folge auf, entweder im Abendblatt-Studio oder zuhause – mittlerweile habe ich auch mein eigenes Aufnahme-Equipment. Anschließend schneide ich Versprecher heraus, versehe die Episode mit Intro und Outro und mache den Podcast fertig für den Upload auf [abendblatt.de](https://www.abendblatt.de) sowie allen gängigen Streaming-Plattformen, etwa Spotify. Dort lässt sich in den Shownotes auch der Text zum Mitlesen abrufen.

Aus einer spontanen Idee ist ein wöchentliches Nachrichtenformat gewachsen. Selbst nach zwei Jahren *Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache* stelle ich mich jede Woche aufs Neue mit Begeisterung der Herausforderung, komplexe Nachrichtenlagen so simpel wie möglich wiederzugeben. Auch weil die Auseinandersetzung mit politischen Ereignissen auf dieser Ebene ein ganz neues Verständnis für den Nachrichtenkern schafft. Und nicht zuletzt: Jede und jeder – egal welcher Herkunft und Muttersprache, welchen Alters oder mit welchen Startchancen – sollte Zugang zu verständlichen Nachrichten und Informationen haben. Das ist Teilhabe, eine Grundvoraussetzung für eine funktionierende Demokratie.

Bildquelle: Marvin Mertens | Logo: Hamburger Abendblatt

4 Wie die Informationen zu den Menschen kommen: Distributionsstrategien für einen leichter verständlichen Journalismus

Karin Boczek

Bei der Entscheidung, welche Verbreitungskanäle für Journalismus in Einfacher Sprache genutzt werden sollten, spielt genauso wie bei allen journalistischen Produkten eine entscheidende Rolle, welche Altersgruppen und Lebenswelten mit den redaktionellen Themen angesprochen werden sollen. Besonders wichtig ist allerdings bei der Wahl der Distributionsstrategie, dass technische Hürden möglichst gering gehalten werden sollten. Eine zusätzlich zu installierende App oder sich erst über Unterseiten zu den Inhalten in Einfacher Sprache durchklicken zu müssen, können große Hindernisse sein. Außerdem gilt es zu bedenken, dass Audios, beziehungsweise die Möglichkeit, sich Texte mit technischen Assistenten vorlesen zu lassen, für das Publikum von Journalismus in Einfacher Sprache einen höheren Stellenwert haben.

Während viele journalistische Angebote ihre etablierten Verbreitungswege haben, sind Angebote in Einfacher Sprache in Deutschland noch relativ neu. Für sie gelten wie für andere innovative Formatentwicklungen oder neue journalistische Produkte, dass die Macher:innen ihre Distributionsstrategie neu festlegen können. Dabei sind in der heutigen Medienlandschaft für Journalismus grundsätzlich zwei Aspekte

zu beachten: Mediennutzungsgewohnheiten sowie die Vielfalt an möglichen Verbreitungskanälen mit ihren unterschiedlichen Vor- und Nachteilen für journalistische Inhalte. Beim Journalismus in Einfacher Sprache kommt zusätzlich hinzu, dass die Zielgruppen besonders heterogen sind und durch klassische Werbung für neue Angebote nicht unbedingt erreicht werden. Wir werden uns in diesem Kapitel die allgemeinen Entscheidungsgrundlagen für eine Distributionsstrategie auf den Social-Media-Plattformen und die Aussagen aus den Interviews anschauen.

Plattform-Wirrwarr:

Raus aus dem Begriffs-Labyrinth

Früher war die Medienwelt einfacher strukturiert: Journalismus wurde auf Zeitungspapier gedruckt oder in Radios bzw. im Fernsehen gesendet. Heute verbreitet eine journalistische Marke in der Regel auf mehreren Wegen ihre Inhalte. Diese Entwicklungen werden in der Journalismusforschung als „dislocation“ (Ekström/Westlund 2019) und „platformization“ (Hase et al. 2023; Nieborg/Poell 2018) bezeichnet. Beispielsweise bereiten Redaktionen ihre Recherchen für ein Kolleg:innengespräch im Radio auf und erstellen zugleich einen Artikel für die Website sowie

einen Instagram-Post. In der Kombination dieser Wege besteht eine große Vielfalt. Die Wege, wie Journalismus zum Publikum gelangt, werden Medien, Plattformen, Distributionskanäle und Verbreitungswege genannt. Der Begriff „Medien“ ist dabei häufig noch mit physischen Geräten wie Radio, Fernsehen oder Zeitung verknüpft, während das Wort Plattform oft synonym zu Sozialen Medien genutzt wird. Um einer Begriffsverwirrung vorzubeugen, bezeichnen wir die Distributionswege folgend als Kanäle. Grundsätzlich unterscheiden lassen sich Verbreitungswege, die vollständig von den Redaktionen selbst gestaltet werden können und Kanäle von Fremdanbietern, die Redaktionen nutzen, aber auf deren Gegebenheiten sie keinen Einfluss haben. Eigene Verbreitungswege können beispielsweise ein Radiosender, eine eigene Website, ein Podcast oder eine Mediathek sein. Fremdkanäle sind Social-Media-Plattformen wie Instagram oder TikTok, die Technologieunternehmen im Ausland gehören. Bei Fremdkanälen gibt es eine klare Machtasymmetrie: Deutsche journalistische Redaktionen haben in der Regel keinerlei Möglichkeit, die Rahmenbedingungen der Ausspielung ihrer Inhalte zu gestalten.



Entscheidungsfragen für die Distributionsstrategie:

- Welche Anzahl von Kanälen wäre durch die verfügbaren Ressourcen möglich?
- Welche Strategie in Bezug auf eigene und Fremdkanäle gibt es bereits in der Redaktion/im Medienhaus?

Nachteile von Social-Media-Plattformen:

Zwänge

Social-Media-Plattformen haben, was im Englischen als „Affordances“ bezeichnet wird: Sie geben einen klaren Rahmen vor, was Nutzer:innen sowie Redaktionen als professionelle User hier tun können und sollen, aber auch dürfen. Beispielsweise sind auf Instagram Posts ohne Bild oder Video nicht möglich und reguläre Posts können keine Verlinkungen enthalten, sodass alle User:innen mit ihrer Aufmerksamkeit innerhalb von Instagram bleiben. Für journalistische Redaktionen bedeutet dies klare Einschränkungen, wie sie arbeiten können.

Für Journalismus in Einfacher Sprache wäre es beispielsweise wünschenswert, Hörversionen von Texten bereitstellen zu können oder verschiedene Versionen des Beitrags für Personen mit spezifischen Einschränkungen zu verlinken. Dies erlaubt Instagram zurzeit nicht. Die spezifischen Affordances jeder Social-Media-Plattform sollten bei der Wahl einer Distributionsstrategie bedacht werden.



Entscheidungsfragen für die Distributionsstrategie:

- Mit welchen Einschränkungen durch Plattformen-Affordances können wir uns arrangieren?
- Schränken die Plattformen-Affordances das für unsere Zielgruppen notwendige Level an Barrierefreiheit ein?

Vorteile von Social-Media-Plattformen: Mediennutzungsgewohnheiten

Während eigene Kanäle zunächst die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen müssen, sind Social-Media-Plattformen Teil des Alltags einer großen Zahl von Menschen. Social Media hat bei vielen Deutschen inzwischen den Rang abgelaufen – es wird von etwa einem Drittel als Informationsquelle zu aktuellen Ereignissen genutzt, die Zeitung nur von einem Fünftel (vgl. Newman et al. 2024). Fernsehen ist für 60 Prozent eine Nachrichtenquelle, ist damit in den letzten zehn Jahren in der Bedeutung um zehn Prozentpunkte gesunken und liegt nun hinter Online mit 67 Prozent (wobei hier Social Media eingeschlossen ist). Im Vergleich der Social-Media-Plattformen untereinander sagen 65 Prozent der Deutschen ganz allgemein, dass sie WhatsApp nutzen, 51 Prozent YouTube, 37 Prozent Facebook, 31 Prozent Instagram, und 14 Prozent TikTok (vgl. Newman et al. 2024: 83). Ein erheblicher Anteil der Personen verwendet diese sozialen Netzwerke auch als Nachrichtenquelle, vor allem YouTube (21 Prozent) sowie Facebook (16 Prozent) und WhatsApp (15 Prozent, vgl. ebd.). Journalistische Inhalte können das Publikum aufgrund der Empfehlungsalgorithmen der Plattformen erreichen, ohne dass Redaktionen dafür werben müssen. Dies kann beispielsweise passieren, weil Nutzer:innen thematisch ähnliche Inhalte anschauen oder sich an Orten aufhalten, die zu den journalistischen Inhalten passen.

Außerdem vereinfachen es soziale Netzwerke mit ihren Affordances anderen Personen im eigenen Umfeld, journalistische Inhalte wei-

terzuempfehlen, was ebenfalls die Reichweite von Inhalten in Einfacher Sprache erhöhen kann. Soziale Medien können mit ihren Interaktionsfunktionen (Kommentare, Reaktionen) das Entstehen einer aktiven Community rund um journalistische Angebote befördern, wenn das Publikum gewöhnt – beziehungsweise bereit dafür – ist, sich auf diesem sozialen Netzwerk selbst einzubringen.



Entscheidungsfragen für die Distributionsstrategie:

- Haben wir die Möglichkeit, das Marketing für unsere eigenen Verbreitungskanäle zu verbessern (beispielsweise Werbeplakate oder Briefe an Einrichtungen und Vereine)?
- Welche Bedeutung hat eine aktive Community für unseren Journalismus?
- Welche technischen Hürden müsste unser Publikum überwinden, um selbst aktiv werden zu können? Hat das avisierte Publikum dazu die Möglichkeit?

Heterogenität der Zielgruppe und Parallelen zum Gesamtpublikum

In unseren Interviews mit Personen aus den Zielgruppen für Journalismus in Einfacher Sprache sehen wir eine große Heterogenität. Zu den Zielgruppen gehören unterschiedliche Altersgruppen, Personen aus Stadt und Land und mit unterschiedlichen Mediennutzungsgewohnheiten. Teilweise wird in Werkstätten oder Einrichtungen gemeinsam Radio gehört oder ferngesehen, einige lesen Zeitung oder haben Facebook-Seiten von

Medienmarken abonniert. Audio ist für einen Teil der Zielgruppe aufgrund von Leseschwierigkeiten besonders wichtig. „Oh Jesus. Muss ich das jetzt lesen?“ sagte uns eine Person im Interview zu einem Post in Einfacher Sprache. Wir sehen klare Parallelen zum Gesamtpublikum: Erstens variieren Mediennutzungsgewohnheiten mit dem Alter. Zweitens nutzen in dieser Zielgruppe wie insgesamt in Deutschland sehr viele Personen WhatsApp, um mit Freunden oder Familie zu kommunizieren und sich zu informieren: „Im Augenblick ist es bei WhatsApp bei uns in der Gruppe zum Hafen. Wo ich mich auch mit rege beteilige, noch und versuche da nochmal Verständnis zu kriegen und Hintergrundwissen zu kriegen.“ Insgesamt war in der Zielgruppe eine Verbreitung von Inhalten in Einfacher Sprache via WhatsApp erwünscht und könnte leichte Auf-

findbarkeit und hohe Verbreitung sicherstellen. Als Ausblick wäre es aber aufgrund des schnellen Wandels der Mediennutzungsgewohnheiten wichtig, die Distributionsstrategien immer wieder anzupassen und deswegen in der Medienforschung die Zielgruppen für Einfache Sprache zu inkludieren.



Entscheidungsfragen für die Distributionsstrategie:

- Welche Altersgruppen wollen wir mit unseren Inhalten erreichen?
- Wenn möglich: Was findet Medienforschung über unsere Zielgruppen und ihre Mediennutzungsgewohnheiten heraus?

Leitstern Verständlichkeit: Wie Medien mit Einfacher und Leichter Sprache umgehen

Marco Bertolaso und Francisca Zecher,

Leiter:innen der Nachrichtenredaktionen der drei Deutschlandfunk-Programme



Unser Grundgesetz stammt im Wesentlichen aus dem Jahr 1949. Und gegen die landläufige Erwartung kommunizierten die Mütter und Väter der Verfassung damals häufig klarer und verständlicher als viele Medien heute. Ein Beispiel ist Artikel 5, Absatz 1 GG. Da heißt es, beinahe schon in Einfacher Sprache:

„(...) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet.“ (Art. 5 Abs. 1 GG)

In deutlichen Worten wird hier das aktive und passive Recht auf freie Information festgelegt. Und auch wenn dies 1949 vielleicht noch nicht als entscheidend mitgedacht wurde, so liegt aus unserer Sicht in Artikel fünf auch etwas anderes mitbegründet: Das Adverb „ungehindert“ beschreibt die Pflicht zur größtmöglichen technischen und inhaltlichen Barrierefreiheit. Denn nur so erhalten alle oder doch zumindest die meisten in unserer Gesellschaft die Chance auf informierte staatsbürgerliche Teilhabe.

Verständlichkeit als Pflicht des Rundfunks

Anders als Artikel fünf des Grundgesetzes ist die Prosa des Bundesverfassungsgerichts nicht immer leicht verständlich. Im jüngsten Rundfunk-Beschluss von 2021 etwa heißt es:

„Freie Meinungsbildung als Voraussetzung sowohl der Persönlichkeitsentfaltung als auch der demokratischen Ordnung vollzieht sich in einem Prozess der Kommunikation, der ohne

Medien, die Informationen und Meinungen verbreiten und selbst Meinungen äußern, nicht aufrechterhalten werden könnte. Unter den Medien kommt dem Rundfunk wegen seiner Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft besondere Bedeutung zu.“

(Beschluss des Bundesverfassungsgerichts 2021)

Der höchstrichterlich beschriebene „Prozess der Kommunikation“ gelingt sicher besser, wenn die Absender:innen die Bedürfnisse und Bedingungen der Empfänger:innen mitdenken. Schon in einem Urteil aus dem Jahr 1981 hatte das Bundesverfassungsgericht für die Rundfunkfreiheit den Begriff der „dienenden Freiheit“ eingeführt (Urteil des Bundesverfassungsgerichts 1981). Der von den Bundesländern einberufene „Zukunftsrat“ bezieht dies in seinem Abschlussbericht aus dem Januar 2024 auf den öffentlich-rechtlichen Teil des Markts und schreibt:

„Daraus ergibt sich der ‚Funktionsauftrag‘ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Deshalb werden sein Bestand, seine Entwicklung und seine Finanzierung garantiert. Die Öffentlich-Rechtlichen haben demgemäß den Auftrag, eine breite audiovisuelle ‚Grundversorgung‘ für ganz Deutschland bereitzustellen. Ihr Angebot muss die Vielfalt der Gesellschaft und der in ihr vertretenen Auffassungen im Rahmen der freiheitlich demokratischen Grundordnung angemessen spiegeln.“ (Zukunftsrat 2024)

An anderer Stelle betont der Rat:

„Bürgerinnen und Bürger sind mehr denn je auf einen leichten Zugang zu verlässlich recherchierter Information und Diskussionsformaten durch eine von Regierenden und anderen Machträgern unabhängige und kritische Instanz angewiesen.“ (ebd.)

Die „breite Grundversorgung“, der „leichte Zugang“, auch diese Ziele stehen in enger Verbindung mit möglichst hoher Verständlichkeit.

Lange keine Priorität

Genau das war allerdings lange keine Priorität der Medienbranche. Manchmal schien es gar wie in der katholischen Kirche früherer Jahre, als die Messe in lateinischer Sprache zelebriert wurde. Journalist:innen nutzten wie Priester eine besondere, den Laien schwer zugängliche Sprache, die sie kundig, würdig und mächtig erscheinen lassen sollte. Und wie in der Kirche half auch der mediale Spezialjargon vielleicht, die eine oder andere Wissenslücke zu kaschieren.

Schon in den 1970er Jahren gab es harte Kritik am häufig hermetischen Kanzleideutsch der Medien. Wissenschaftler:innen wie der Linguist Erich Straßner stellten den Informationsangeboten im Radio ein vernichtendes Urteil aus. Der Spiegel schrieb damals:

„Wenn aus dem Radio der Gongschlag ertönt, übt sich mancher deutsche Bürger in Resignation. Denn die neuesten Nachrichten, die dann folgen, versteht er meist nur schlecht und oft falsch“ (Der Spiegel 1972).

Seitdem sind die Medien nicht untätig geblieben. Es gibt zahllose journalistische Ausbildungsangebote wie „Schreiben fürs Sprechen“ oder „Schreiben fürs Hören“. Es gibt besondere Angebote für ausgewählte Teile des Publikums. Die Branche spricht von „zielgruppenorientierten Formaten“. Die Kindernachrichten sind ein Beispiel. Auch die jungen Erwachsenen adressieren öffentlich-rechtliche Radiosender seit Jahrzehnten mit Programmen, die eine besondere Ansprechhaltung haben.

Leichte und Einfache Sprache im Trend

Inzwischen ist die Verständlichkeit noch weiter oben auf der Prioritätenliste angekommen. Facebook, Instagram oder TikTok machen den Redaktionen Beine. Die gesellschaftlichen Spaltungstendenzen und die wachsende Kritik an den klassischen Medien sorgen für zusätzlichen Druck, auch aus Aufsichtsgremien und Parlamenten.

Den ehrlichen Willen zur Veränderung merkt man vielen Redaktionen, nicht zuletzt dem öffentlich-rechtlichen Marktführer in Sachen Information, an. „Das unverständliche Ritual“, so nannte die Süddeutsche Zeitung einst die *tagesschau*. Heute sagt ARD-aktuell Chefredakteur Marcus Bornheim: „Wir bemühen uns, unsere Sprache ‚umgangssprachlicher‘ zu machen. So, wie ich es meinem Nachbarn am Gartenzaun erzähle.“ Das sei ein großer Schritt für seine Redaktion, aber auch für die Korrespondent:innen im In- und Ausland. Bornheim hebt hervor: „Das Ziel ist, eine größere Nähe zum Publikum aufzubauen und dabei verständlicher zu werden.“¹

Mittlerweile kennt unsere Gesellschaft allenthalben Angebote in Leichter oder Einfacher Sprache. Vom Bundeskriminalamt über Aldi Süd bis zum Deutschen Gewerkschaftsbund und

1 Zitat aus einer E-Mail von Marcus Bornheim an die Autor:innen.

Amnesty International – nur noch wenige Behörden, Unternehmen, Verbände und Organisationen verzichten darauf. Sie alle bewegt das seit Jahren bedeutender werdende gesellschaftliche Ziel der Inklusion.

Auch für viele Medien ist Inklusion eine zentrale Norm geworden. Sie motiviert neben dem allgemeinen Anspruch auf Verständlichkeit die Anstrengungen in Sachen Leichter und Einfacher Sprache. Der Deutschlandfunk leistet hier mit [nachrichtenleicht.de](https://www.nachrichtenleicht.de) seit 2013 Pionierarbeit. Im Fernsehen bedeutet die 2024 eingeführte *tagesschau in Einfacher Sprache* einen weiteren Durchbruch. Beide Angebote setzen auf die Einfache Sprache, die die meisten Menschen erreicht und mehr inhaltliche Komplexität ermöglicht als die Leichte Sprache.

Die besondere Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Rundfunksender sind hier nicht zufällig besonders engagiert. Denn im Medienstaatsvertrag finden sich in Abschnitt II, Paragraph 7 und darüber hinaus zahlreiche Anforderungen hinsichtlich der Barrierefreiheit (vgl. MStV 2020). Sicher, Informationsangebote in Einfacher und Leichter Sprache sind, wie übrigens auch die Kindernachrichten, in der journalistischen Herstellung anspruchsvoll. So ergeben sich kaum lukrative Geschäftsmodelle. Darum muss – und darf – es bei beitragsfinanzierten Medien jedoch nicht in erster Linie gehen. So schreibt das Bundesverfassungsgericht dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in seinem bereits angesprochenen Beschluss aus dem Jahr 2021 ins Stammbuch:

„Er hat die Aufgabe, als Gegengewicht zu den privaten Rundfunkanbietern ein Leistungsangebot hervorzubringen, das einer anderen Entscheidungsrationale als der der ökonomischen Anreize folgt und damit eigene Möglichkeiten der Programmgestaltung eröffnet.“
(Beschluss des Bundesverfassungsgerichts 2021)

Risiken und Ausblick

Verständlichkeit und Inklusion – über die Sprache allein sind diese Ziele nicht erreichbar. Die Auswahl der Themen, die Vielfalt der Perspektiven, das Wahrnehmen und Bedenken möglichst aller gesellschaftlicher Gruppen, all dies spielt ebenfalls eine wichtige Rolle.

Außerdem lauern Fallstricke: Boulevardmedien etwa sind häufig sehr verständlich – aber taugen sie als allgemeines Vorbild? Wohin führt uns die manchmal im doppelten Sinn

radikale Komplexitätsreduktion in den sogenannten sozialen Medien eigentlich? Gehen die Vereinfachungen einiger politischer Kräfte nicht zu weit? Solche Punkte beschäftigen Redaktionen Tag für Tag. Wir sehen hier nicht zuletzt einen Auftrag an die klassischen Medien, das Einfache und Verständliche nicht den groben und manchmal auch gefährlichen Vereinfachern zu überlassen. Das gilt erst recht für die digitale Welt, in der Aufregung Aufmerksamkeit schafft und Algorithmen die Informationen vor allem nach wirtschaftlicher Logik steuern.



Francisca Zecher



Marco Bertolaso

Schließlich bleibt abzuwarten, welche Dynamik die Künstliche Intelligenz (KI) entfalten wird. Schon heute gibt es eine Reihe leistungsstarker Softwarelösungen, die bestehende Texte in Einfache und Leichte Sprache übertragen, sowie sie ins Englische oder Portugiesische übersetzen. Wird die KI die redaktionelle Leistung unterstützen oder sie am Ende ersetzen? Diese Frage bleibt bis auf weiteres offen, wie in vielen anderen Anwendungsbereichen der Künstlichen Intelligenz.

Ohne Zweifel sinnvoll und geboten scheint uns jedoch, was der bereits angesprochene „Zukunftsrat“ ganz zu Beginn seiner Empfehlungen für eine langfristige, gesellschaftlich akzeptierte Perspektive des öffentlich-rechtlichen Rundfunks festhält:

„Die Demokratie- und Gemeinwohlorientierung sollte deutlicher und nachdrücklicher formuliert sein – mit dem Ziel, die Öffentlich-Rechtlichen stärker auf ihren Beitrag zur demokratischen Selbstverständigung zu verpflichten und einen common ground zu schaffen.“
(Zukunftsrat 2024)

Wenn dieser Beitrag wirksam sein soll, dann müssen möglichst viele Menschen erreicht werden. Verständlichkeit und Erklärung im Allgemeinen sowie Einfache und Leichte Sprache im Besonderen sind dafür unverzichtbar.

Bildquelle: Bettina Fürst-Fastré | Logo: Deutschlandfunk

5 KI-Unterstützung für verständliche Informationen

Milan Skusa

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI), insbesondere von großen Sprachmodellen (LLMs – Large Language Models), hat in den letzten Jahren auch im Bereich journalistischer Angebote an Bedeutung gewonnen. Eine quantitative Erhebung aus dem Jahr 2023 zeigt die wachsende Bedeutung von KI in der Nachrichtenproduktion. In der Befragung von 105 Nachrichtenorganisationen aus 46 verschiedenen Ländern gaben 75 Prozent der Redaktionen an, KI-Tools in mindestens einem Bereich ihrer Wertschöpfungskette zu verwenden (vgl. Beckett/Yaseen 2023: 14). Diese Zahlen verdeutlichen, dass KI bereits eine fest etablierte Technologie in der Nachrichtenproduktion ist. Schützender et al. (2024) haben zudem gezeigt, dass KI nicht nur als reines Automatisierungstool betrachtet werden kann, sondern zunehmend auch redaktionelle Prozesse ergänzt und transformiert. Es liegt auf der Hand, dass KI das Potenzial besitzt, auch die Produktion von Nachrichtenangeboten in Leichter und Einfacher Sprache zu erleichtern und insbesondere Möglichkeiten für eine effizientere redaktionelle Arbeit eröffnet. Zugleich erfordert der Einsatz von KI jedoch auch eine genaue Kontrolle durch Redakteur:innen, um die Qualität und Verständlichkeit der Inhalte sicherzustellen.

Forschung in Bezug auf die Einsatzmöglichkeiten von KI hinsichtlich Leichter und Einfacher Sprache ist noch rar. Daher wurde im Rahmen des Forschungsprojektes eine Redaktionsbeobachtung bei der Redaktion von *nachrichtenleicht* des Deutschlandfunks (Dlf) durchgeführt, um mögliche Einsatzmöglichkeiten zu identifizieren. Die Ergebnisse werden im Folgenden vorgestellt.

Praxisbeispiele: KI-Tools für Leichte und Einfache Sprache

Neuronale Sprachmodelle bieten das Potenzial, Nachrichten in Standardsprache teilautomatisiert in Leichte oder Einfache Sprache zu übersetzen. Man spricht hierbei von einer intralingualen Übersetzung, das bedeutet, es wird von deutscher Standardsprache in eine Varietät wie Leichte oder Einfache Sprache übersetzt. Dies kann ein wichtiger Baustein sein, um das Ziel einer barrierefreien Informationslandschaft zu erreichen (vgl. Apel et al. 2021: 240). KI-Tools können Redakteur:innen unterstützen, indem sie Vorschläge für vereinfachte Formulierungen generieren oder Texte auf Verständlichkeit prüfen. Doch um Missverständnisse oder faktische Fehler zu vermeiden, muss es eine zentrale Auf-

gabe bleiben, die Qualität der KI-generierten Inhalte durch Redakteur:innen zu überprüfen.

Neben bekannten KI-Sprachmodellen wie ChatGPT existieren weitere auf leicht verständliche Sprache spezialisierte Tools, die speziell darauf trainiert sind, Texte in Leichte oder Einfache Sprache zu übersetzen (vgl. Tabelle 3). Diese Tools analysieren den Eingabetext und geben eine vereinfachte Version aus, oftmals inklusive Erklärungen schwieriger Begriffe. Einige bieten auch die Möglichkeit, einen Text auf Verständlichkeit zu scannen und schwer verständliche Wörter oder zu lange Sätze zu markieren. Beispielsweise analysiert *capito* Texte und zeigt an,

in welchem Verständlichkeitsniveau ein Text verfasst ist. *Eye-Able* integriert eine Übersetzung in Einfache Sprache als Plugin für Websites, sodass Nutzer:innen per Klick eine vereinfachte Fassung des Inhalts erhalten können.

KI-gestützte intralinguale Übersetzungstools für Leichte und Einfache Sprache haben folgenden Balanceakt zu bewältigen: Einerseits dürfen sie nichts Wesentliches weglassen, andererseits müssen sie komplizierte Inhalte oft mit zusätzlichen Erklärungen anreichern, damit sie verständlich werden. Die Herausforderung besteht darin, die inhaltliche Deckungsgleichheit zwischen Original und einfacher Fassung sicherzustellen.

Tabelle 3:

Übersicht über KI-Tools für leicht verständliche Sprache (Auswahl)

Name	Sprachvarietät	Website
capito.ai	Leichte und Einfache Sprache	https://www.capito.eu/digital/
Eye-Able	Einfache Sprache	https://eye-able.com/de/einfache-sprache-ki
Klar und verständlich (Multisprech)	Einfache Sprache	www.klar-bot.org
Klartext St. Pauli	Einfache Sprache	https://einfachesprache.xyz/
Optimeil	Leichte Sprache	https://optimeil.de/leichte-sprache/
Simba	Einfache Sprache	https://publicinterest.ai/tool/simba
SUMM AI	Leichte und Einfache Sprache	https://summ-ai.com/
WORTLIGA Plain	Leichte und Einfache Sprache	https://wortliga.de/texte-umschreiben/

Quelle: Eigene Darstellung.

Neben den oben genannten teils kommerziellen Anbietern gibt es auch Open-Source-Initiativen. Ein Beispiel hierfür ist *Simba* – ein laufendes Projekt der Forschungsgruppe Public Interest AI am Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft. *Simba* bietet zwei KI-gestützte Werkzeuge an: eine Webapp, mit der Nutzer:innen eigene Texte eingeben und in vereinfachter Form zusammengefasst zurückbekommen, sowie eine Browser-Erweiterung, die beliebige Webseiten automatisch in Einfacher Sprache zusammenfasst. Wie mit dem derzeitigen technologischen Entwicklungsstand von KI-Tools in Redaktionen gearbeitet werden kann, zeigen zwei aktuelle Beispiele.

Beispiel 1: Apotheken Umschau. Die Apotheken Umschau hat ein KI-basiertes Angebot in Einfacher Sprache gestartet. In Kooperation mit der Universität Hildesheim (Forschungsstelle Leichte Sprache) und *Summ AI* wurde ein Tool entwickelt, das medizinische Artikel aus der Redaktion automatisch in Einfache Sprache überträgt (vgl. Bartl 2024). Zunächst erstellen die Fachredakteur:innen des Wort & Bild Verlags den Artikel in Standardsprache, anschließend übersetzt die KI den Text in Einfache Sprache, woraufhin die Redaktion das Ergebnis anschließend prüft und redigiert (vgl. Universität Hildesheim 2022).

Beispiel 2: Süddeutsche Zeitung. Auch große Tageszeitungen testen vereinzelt KI für leicht verständliche Sprache. So hat die Süddeutsche Zeitung (SZ) in gemeinsamer Recherche mit dem inklusiven Magazin „andererseits“ im

November 2024 eine Reportage zu Werkstätten für Behinderte veröffentlicht, bei der Leser:innen anhand eines Schiebereglers auf der Website den Artikel wahlweise in Standardsprache, in Einfacher oder in Leichter Sprache aufrufen konnten (vgl. Ebitsch et al. 2024). Für die Übersetzung in Einfache Sprache wurde dabei auf KI-Tools zurückgegriffen. Die genaue Vorgehensweise beschreibt die SZ in ihrem Transparenzblog (vgl. Alviani et al. 2024). Auch die Ergebnisse der Bundestagswahl 2025 hat die SZ mithilfe von KI übersetzt und in Einfacher Sprache aufbereitet (vgl. Ebitsch et al. 2025; Gundlach et al. 2025).

Beide vorgestellten Beispiele geben transparent gekennzeichnet an, an welchen Stellen KI bei der Produktion der Inhalte verwendet wurde und kombinieren die Automatisierung mit journalistischer Expertise. Im Juni 2025 wurde der „Kodex für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz für Leichte Sprache“ (vgl. Lange-Kniep et al. 2025) veröffentlicht. Der im Rahmen einer interdisziplinär besetzten Arbeitsgruppe erstellte Kodex enthält Empfehlungen für KI-gestützte Übersetzungen: von der strukturellen Aufbereitung der Inhalte über die sprachliche Vereinfachung bis hin zur unterstützenden Visualisierung. Darüber hinaus adressiert der Kodex zentrale ethische und rechtliche Anforderungen.

Der nachfolgende Abschnitt gibt einen Einblick in die Dlf-Redaktion von *nachrichtenleicht*, in der aktuell noch ohne KI gearbeitet wird und zeigt auf, wie KI die redaktionelle Arbeit zukünftig unterstützen könnte.

Redaktionsbeobachtung beim Deutschlandfunk: Einblicke in die Praxis von *nachrichtenleicht*

Die kommunikationswissenschaftliche Methode der Redaktionsbeobachtung (vgl. Brosius et al. 2022: 198 ff.; Quandt 2011: 277 ff.; Vicari 2016: 289 ff.) diente dazu, die bestehenden Arbeitsabläufe zur Produktion von *nachrichtenleicht* zu verstehen und erste Anhaltspunkte für den potenziellen Einsatz von KI-Technologien in diesem Umfeld zu sammeln. *nachrichtenleicht* ist ein crossmediales Angebot des Deutschlandfunks in Einfacher Sprache. Neben täglichen Beiträgen, die auf der Internetseite (www.nachrichtenleicht.de) sowie auf Instagram veröffentlicht werden, beinhaltet das Angebot auch einen Wochenrückblick, der auf der Internetseite erscheint und jeden Freitagabend im Radio ausgespielt wird. Im Rahmen einer am 2. und 3. Mai 2024 durchgeführten Beobachtung in der Redaktion wurde deutlich, dass die eigentliche Erstellung von Beiträgen laut der Aussage einer Redakteurin nur etwa ein Drittel der Arbeit des Redaktionsteams ausmacht, während die übrige Zeit technischen und organisatorischen Aufgaben gewidmet ist.

Ein wichtiger Bestandteil der redaktionellen Arbeit ist eine vom Dlf erstellte Stilfibel, die Redakteur:innen beim Verfassen von Nachrichten in Einfacher Sprache unterstützt. Darin sind Richtlinien zur sprachlichen Gestaltung von *nachrichtenleicht* festgehalten, die zum Beispiel vorgeben: kurze Sätze, einfache Satzstrukturen, Verzicht auf Nebensätze und Genitiv, direkte Rede statt des Konjunktivs sowie die Bevorzugung von

Wiederholungen gegenüber der Verwendung von Synonymen.

„Bekenntnis zur Inklusion“

Durch die Produktion von verständlichen Nachrichteninhalten sollen möglichst viele Menschen, unabhängig von ihren sprachlichen Fähigkeiten, Zugang zu Informationen erhalten. Ein Redakteur des Dlf beschreibt *nachrichtenleicht* als „Bekenntnis zur Inklusion“.

Eine zentrale Aufgabe bei der Erstellung von journalistischen Angeboten in Leichter und Einfacher Sprache kommt der Frage nach der angemessenen Detailtiefe in den Nachrichtentexten zu. Redakteur:innen müssen immer wieder entscheiden, wie Informationen vermittelt werden können, ohne dass die Verständlichkeit der Texte dadurch zu stark abnimmt. Dies betrifft insbesondere schwierige Begriffe: Beispielsweise wurde während der Redaktionsbeobachtung diskutiert, ob das Wort „Holocaust“ in einem Artikel verwendet oder durch eine alternative Formulierung wie „Nazi-Verbrechen“ ersetzt werden sollte. Immer wieder wurden Begriffe wie „Zivilisten“ kritisch reflektiert, da es keine klare Definition gibt, ab wann ein Begriff als verständlich oder bekannt für die Zielgruppen gilt.

Mögliche Einsatzmöglichkeiten von KI im redaktionellen Alltag

Zum Zeitpunkt der Redaktionsbeobachtung wurden für die Erstellung der Beiträge von *nachrichtenleicht* keine KI-Tools eingesetzt. Gleichwohl könnten KI-Tools den redaktionellen Alltag an verschiedenen Stellen unterstützen – zum Bei-

spiel, um mehrere Übersetzungsvarianten einer Agenturmeldung zu generieren, sodass Redakteur:innen die am besten geeignete Version auswählen können. Ebenfalls könnten über KI-Tools auch Vorschläge für Glossareinträge in Einfacher Sprache erstellt werden, wie sie *nachrichtenleicht* auf ihrer Website verwendet. Fachbegriffe wie „klimaneutral“ oder „Nachhaltigkeit“ stellen eine Herausforderung für Menschen der Zielgruppen dar, weil sie komplexe Konzepte beinhalten, die für einige schwer verständlich sein könnten. Hier kann KI helfen, geeignete Erklärungen zu finden und Vorschläge für die Vereinfachung solcher Begriffe zu machen.

Über die Generierung von Übersetzungsentwürfen hinaus gibt es weitere denkbare Anwendungsfälle für KI in Nachrichtenredaktionen, die Inhalte in Leichter und Einfacher Sprache erstellen. Einige Ideen, die anhand der Beobachtung identifiziert wurden, sind:

- **Automatische Markierung schwieriger Wörter:** Texte könnten von einem KI-Tool analysiert und alle potentiell schwer verständlichen Begriffe markiert werden, inklusive Vorschlägen für einfachere Formulierungen oder Erklärungen.
- **Abgleich mit vorhandenem Glossar:** Die KI könnte prüfen, ob ein schwer verständlicher Begriff bereits im *nachrichtenleicht*-Wörterbuch⁴ definiert ist. Ist dies der Fall, kann die Redaktion konsistent die vorhandene Defi-

nition nutzen. Dieser Abgleich automatisiert einen bisher manuellen Abgleich mit dem Glossar.

- **Bildbeschreibungen generieren:** Aktuell werden Bildunterschriften und Alternativtexte in der Redaktion manuell erstellt, um neben der sprachlichen Verständlichkeit auch weitere Elemente barrierearm zu gestalten. Eine KI-Bildanalyse könnte hier unterstützen, indem sie automatisch einfache Bildbeschreibungen vorschlägt. Für visuelle Inhalte ließe sich so schneller eine barrierearme Beschreibung erzeugen, die anschließend von Redakteur:innen geprüft und freigegeben werden müsste.

Die exemplarisch aufgeführten Anwendungsszenarien zeigen, dass KI an vielen Stellen des Produktionsprozesses ansetzen kann – von der inhaltlichen Vereinfachung über die Pflege des Glossars bis zur technischen Aufbereitung von Content. Wichtig ist, dass solche Tools immer unter der Kontrolle der Redakteur:innen eingesetzt werden. KI kann zuarbeiten, vorschlagen und Routinearbeit abnehmen, aber die journalistische Verantwortung liegt nach wie vor bei den Redakteur:innen. Gerade im Hinblick auf Qualitätssicherung ist diese Aufgabenteilung essentiell.

Herausforderungen im Einsatz von KI

Denn trotz der großen Chancen birgt der Einsatz von KI im Journalismus auch erhebliche

4 <https://www.nachrichtenleicht.de/woerterbuch>

Herausforderungen. So bringt der Einsatz von KI die Notwendigkeit mit sich, ethische und technische Fragen zu klären, insbesondere hinsichtlich der Transparenz und Kontrolle. Hurtz (2023: 10) betont, es solle „KI-Kompetenz und Autonomie statt Abhängigkeit“ erreicht werden. Besonders problematisch ist auch die Gefahr der algorithmischen Verzerrung (engl. Bias), die dazu führen kann, dass bestimmte gesellschaftliche Gruppen benachteiligt oder falsch repräsentiert werden (vgl. Schützeneder et al. 2024: 7). Der Einsatz von KI im journalistischen Kontext bedarf daher einer ständigen Überprüfung und Nachbesserung der Trainingsdaten, um diskriminierende oder irreführende Inhalte zu vermeiden. Die trainierten Algorithmen können dabei soziale Vorurteile nicht nur spiegeln, sondern sogar verstärken (vgl. Beckett/Yaseen 2023: 39).

Ein weiteres zentrales Risiko beim Einsatz von generativer KI, insbesondere von Large Language Models (LLMs), ist (aktuell noch) das Phänomen der sogenannten Halluzinationen. Dabei handelt es sich um die Generierung von Inhalten, die zwar grammatikalisch korrekt erscheinen, jedoch faktisch falsch oder irreführend sind (vgl. Sidhu 2025: 1). Halluzinationen entstehen, wenn die KI Informationen erfindet. LLMs antizipieren das wahrscheinlichste nächste Wort auf Basis ihrer Trainingsdaten – sie ‚wissen‘ aber nicht wirklich, was wahr oder falsch ist. Wenn eine KI also einen Text in Einfache Sprache übersetzt, kann es passieren, dass sie zur Erklärung eines Begriffs falsche Details hinzufügt, die im Original gar nicht vorkommen.

Im Kontext von Nachrichten in Leichter oder Einfacher Sprache ist die Gefahr besonders groß, da die Vereinfachung von Texten oft das Hinzufügen von Kontext oder Erläuterungen erfordert, da ein schwer verständlicher Begriff ohne Erklärung für die Leser:innenschaft nutzlos bliebe. Auch bei der Produktion von Nachrichten in Leichter und Einfacher Sprache muss der journalistischen Sorgfaltspflicht Rechnung getragen werden. Die Herausforderung besteht insbesondere darin, dass Übersetzungstools für Leichte und Einfache Sprache nicht wörtlich übersetzen, sondern erklärende Ergänzungen und zusätzlichen Kontext bereitstellen sollen. Diese notwendige Anpassung kann jedoch dazu führen, dass sich Halluzinationen häufen, weil die KI eigenständig Informationen hinzufügt, die nicht zwingend korrekt sind.

Ein Beispiel aus Tests mit einem Übersetzungstool für Einfache Sprache verdeutlicht dies: Im Ursprungsbeitrag wurde (der ehemalige) Gesundheitsminister Lauterbach erwähnt. Das eingesetzte Übersetzungstool für Einfache Sprache ergänzte dabei den Vornamen – allerdings nicht korrekt mit „Karl“, sondern mit „Thorsten“. Dies zeigt, dass die KI zwar dem Prinzip der Vereinfachung folgt, indem sie versucht, Informationen zu vervollständigen, dabei aber neue, potenziell falsche Details generiert. Solche Fehler können zu Verwirrung führen und die Glaubwürdigkeit der Inhalte herabsetzen, wenn sie ohne menschliche Endkontrolle veröffentlicht werden. Daher muss jede automatisierte Textproduktion gründlich von Redakteur:innen geprüft werden, um solche Fehler zu vermeiden.

Potenziale nutzen, redaktionelle Kontrolle ernst nehmen

Der Einsatz von KI bietet in der Produktion von Nachrichten in Leichter und Einfacher Sprache ein enormes Potenzial. Die Möglichkeit, Texte teilautomatisiert zu übersetzen, mehrere Varianten zu generieren und Vorschläge für die Vereinfachung neuer Begriffe zu machen, sind nur einige Beispiele dafür, wie die Arbeit der Journalist:innen unterstützt werden und eine schnellere und effizientere Produktion von Nachrichteninhalten in Leichter und Einfacher Sprache ermöglicht werden kann.

Langfristig könnte der Einsatz von KI auch über den Einsatz in den Redaktionen hinausgehen. Angehörige der Zielgruppen können möglicherweise in der Zukunft KI-gestützte Tools selbst nutzen, um Inhalte selbstständig zu vereinfachen oder schwierige Begriffe nachzuschlagen. Solche Entwicklungen würden einen wichtigen Schritt in Richtung sprachlich barriereärmerer Medien darstellen. Die Herausforderung besteht

darin, die richtigen Einsatzbereiche für KI zu finden und sich bewusst zu machen, dass eine 1-Klick-Übersetzung aktuell noch nicht möglich ist, um qualitativ hochwertige Inhalte zu generieren.

Angesichts des aktuellen Entwicklungsstandes empfiehlt sich ein gestufter Einsatz von KI in der Nachrichtenproduktion für barrierearme Sprache: Zunächst könnte KI als unterstützendes Werkzeug etwa zur Generierung von Textvorschlägen und zur Identifikation schwieriger Begriffe genutzt werden, langfristig möglicherweise als Co-Autor:in für optimierte und angepasste Inhalte. Dabei sollte stets sichergestellt werden, dass Redakteur:innen die letzte Entscheidung über die sprachliche Gestaltung treffen, um die journalistische Qualität zu gewährleisten. Dies ist besonders relevant, wenn KI-Modelle für die Übersetzung oder Vereinfachung von Sprache verwendet werden, da die algorithmische Logik nicht immer mit den Bedürfnissen der Zielgruppen übereinstimmt.

Nachrichten in Einfacher Sprache im Österreichischen Rundfunk (ORF)

**Robert Ziegler, Leiter der Abteilung Barrierefreiheit und Inklusion beim ORF
Franz-Joseph Huainigg, Beauftragter für Barrierefreiheit beim ORF**

Die *Nachrichten in Einfacher Sprache* sind das jüngste barrierefreie Angebot des ORF nach der Einführung von Untertitelung, Gebärdensprache und Audiodeskription vor vielen Jahren bzw. Jahrzehnten. Am Anfang der Überlegungen stand, dass der ORF zwar für Menschen mit Hör- oder Sehbehinderung umfassende Maßnahmen setzt, es für Menschen mit Lernbehinderungen und für Menschen mit Deutsch als Zweitsprache jedoch kein Angebot gab.



Dabei ging es darum, Menschen, die aus unterschiedlichen Gründen Schwierigkeiten beim Lesen und/oder Verstehen haben, über das aktuelle Geschehen in Österreich und der Welt zu informieren, damit sie gleichberechtigt am gesellschaftlichen und politischen Leben teilhaben können. Damit sollen die Ziele der UN-Behindertenrechtskonvention, wie ein selbstbestimmtes Leben, Inklusion und die gleichberechtigte Teilhabe in allen Lebensbereichen, erfüllt werden. Die Nachrichten im ORF werden nicht in Leichter Sprache, sondern in Einfacher Sprache geschrieben. Das soll den Personenkreis der Lesenden erweitern. In einer Novelle des ORF-Gesetzes hat 2021 auch der Auftrag, zumindest einmal am Tag Informationen in Einfacher Sprache zu senden, Eingang gefunden.



Robert Ziegler



Franz-Joseph
Huainigg

Ausschlaggebend für die Vielfalt der Angebote waren vor allem die Initiativen einzelner Redaktionen. So gibt es schon seit 2017 *Nachrichten leicht verständlich* im ORF-Teletext. Im Fernsehen brachte der Kultur- und Informationssender ORF III anlässlich des Welttages der Menschen mit Behinderungen 2019 eine Woche TV-Meldungen in Einfacher Sprache. Während der Corona-Pandemie gab es einen besonders hohen

Informationsbedarf. ORF III strahlt seither wochentags täglich *Nachrichten in Einfacher Sprache* aus, die 2024 auf fünf Minuten ausgedehnt worden sind. Diese gestaltet ein Absolvent der Inklusiven Lehrredaktion (ILR), der seit Frühjahr 2023 als erster Redakteur mit einer Lernbehinderung im ORF beschäftigt ist.

Im Radio erfolgte der Start im Jänner 2020 mit dem Wochenrückblick in Einfacher Sprache auf Radio Wien. Das war ein erster Testballon, um zu sehen, wie das Publikum reagiert. Anfangs gab es einige kritische Rückfragen. Das überwiegende Feedback war jedoch positiv, nachdem im Radio klar die Zielgruppe erklärt worden war. Im gleichen Jahr begann Radio Steiermark mit einem wöchentlichen Überblick. Seit 2022 bietet der ORF in allen neun Regionalradios ein Mal täglich *Nachrichten in Einfacher Sprache* an.

Im Mai 2020 wurde bei news.ORF.at, der größten Nachrichten-Website des Landes, die Kategorie „Einfache Sprache“ eingeführt – mit täglich sechs Meldungen. Dabei greift die Online-Redaktion zum einen auf die Nachrichten der Austria Presse Agentur (APA) zurück, zum anderen auf Beiträge von Teilnehmenden der ILR.

Die ILR ist ein Berufsqualifizierungsprojekt, das seit 2020 örtlich beim ORF angesiedelt ist. Hier werden sechs Menschen mit Lernschwierigkeiten und/oder Behinderungen ausgebildet und lernen dabei, Beiträge in Einfacher Sprache zu verfassen. Diese Artikel werden auf news.ORF.at veröffentlicht. Ziel der ILR ist es, den Teilnehmenden nach drei Jahren im Projekt einen Arbeits- oder Ausbildungsplatz zu ermöglichen. Die Vermittlungsquote liegt bei zwei Drittel der Teilnehmenden.

Bei den Zielgruppen Menschen mit Lernschwierigkeiten oder Lernbehinderungen, Menschen mit geringen Deutschkenntnissen und Deutschlernenden handelt es sich um mindestens 1,3 Millionen Menschen in Österreich: Ältere Menschen sind hierbei als mögliche Nutzer:innen noch gar nicht mit berücksichtigt. Mit seinem Selbstverständnis als ein „ORF für alle“ und auch der neuen Finanzierung seit 2024 durch ein Beitragssystem sind die *Nachrichten in Einfacher Sprache* ein wichtiger Beitrag, damit alle in Österreich Lebenden die Möglichkeit haben, sich in einer komplexer werdenden (Medien-)Welt zurechtzufinden.

Bildquelle: ORF/Zach-Kiesling | Logo: Österreichischer Rundfunk

6 Ein Angebot für Schüler:innen – Die Nachrichtenapp *NaKlar*

Sophie Hepach

Kurz nachdem Mitte Juni 2024 die *tagesschau in Einfacher Sprache* startete, erschien im Magazin „Lehrer News“ ein Artikel zum neuen Format. Die Autorin sieht in den Nachrichten in Einfacher Sprache Chancen für Lehrkräfte. Diese Nachrichten bieten ihrer Ansicht nach eine Möglichkeit, alle Schüler:innen besser zu erreichen (vgl. Schwarzlose 2024). Denn in Deutschland haben ein Viertel aller Viertklässler:innen Schwierigkeiten beim Lesen (vgl. McElvany et al. 2023: 24). Das ergab die IGLU-Studie 2021. Die IGLU-Studie untersucht das Leseverständnis von Schüler:innen am Ende der vierten Klasse. Ähnliche Ergebnisse zeigte die PISA-Studie 2022 für ältere Schüler:innen: 25 Prozent der 15-Jährigen erreichten nicht das Mindestniveau im Bereich Lesekompetenz (vgl. OECD 2023: 97-100). Im Vergleich zum Jahr 2018 nahm dieser Anteil um fünf Prozent zu (vgl. Anders 2023). Es zeigte sich, dass die betroffenen Schüler:innen „kaum in der Lage [sind], Texte sinnentnehmend zu lesen“ (Anders 2023). Eine Lesekompetenz bildet jedoch die Grundlage für das Lernen in allen Schulfächern, die selbstständige Alltagsbewältigung und die gesellschaftliche Teilhabe (vgl. McElvany et al. 2023: 24).

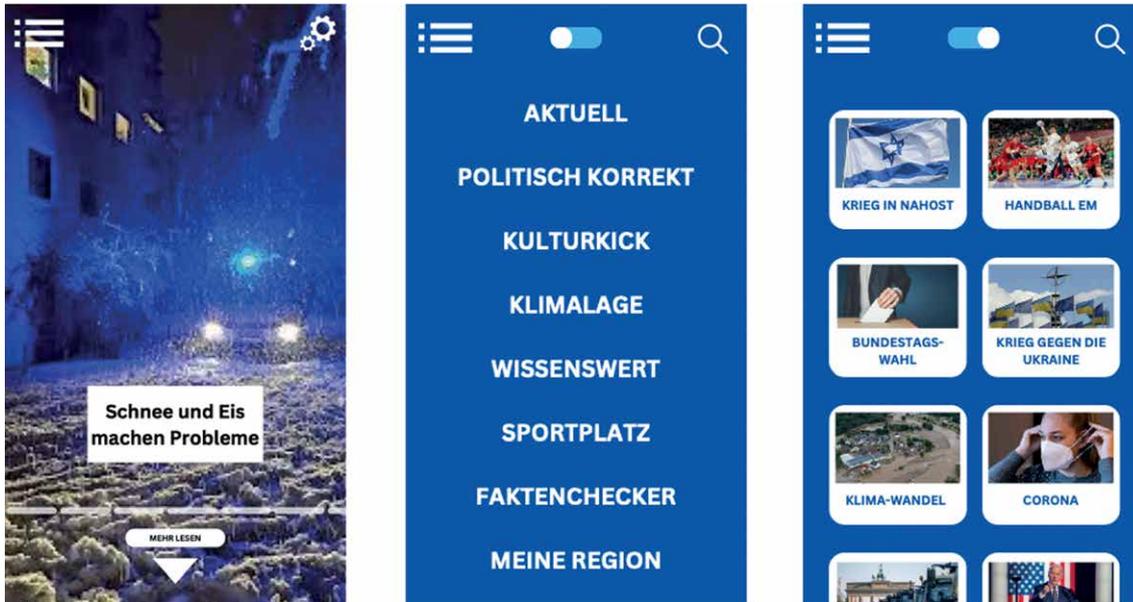
Das ist auch im Kontext der öffentlichen Aufgabe des Journalismus relevant. Das Verstehen der

medial vermittelten Informationen ist für Teilhabe und individuelle Meinungs- und Willensbildung unverzichtbar. Insofern ist Schwarzlose zuzustimmen, dass Nachrichten in Einfacher Sprache eine wertvolle Möglichkeit bieten, das Sprachverständnis von Schüler:innen zu fördern und ihnen Zugänge zu aktuellen Themen zu eröffnen.

Die Lebenswelten von Schüler:innen sind dabei so divers wie sie selbst. Bei Leseschwierigkeiten etwa können soziale Herkunft oder Migrationsgeschichte eine Rolle spielen (vgl. McElvany et al. 2023: 18). Gleichzeitig sind nicht wenige Kinder und Jugendliche von Legasthenie betroffen (vgl. Bartsch 2020). Auf der anderen Seite erreichen 75 Prozent der 15-Jährigen in Deutschland das Mindestniveau in der Lesekompetenz. 8,2 Prozent erreichen sogar die höchsten Kompetenzstufen 5 und 6 (vgl. OECD 2023: 97–100; Anders 2023). Es stellen also weder ausschließlich die „Standardnachrichten“ noch nur die Nachrichten in Einfacher Sprache eine adäquate Lösung für alle Schüler:innen dar.

Angesichts dieser Pluralität an Lernbedürfnissen haben Studierende der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt ein Konzept für eine innovative Lösung entwickelt: Die App *NaKlar*, die

Abbildung 6:
Startseite und Menüanzeigen der App *NaKlar*



Quelle: Screenshot, v.l.n.r. Startseite mit Slidefunktion, Menüanzeige nach Ressorts und Menüanzeige nach Themen.

Nachrichten in drei Schwierigkeitsstufen bereitstellen soll, um allen Jugendlichen gerecht zu werden. Auch die Themen sind an die Zielgruppe angepasst. Das Konzept der App basiert auf einer umfassenden Literaturrecherche aus den Bereichen Medienpädagogik, Linguistik und Kommunikationswissenschaft. Ergänzend fand ein Austausch mit einer Medienpädagogin statt. Im Folgenden werden das Konzept und der Aufbau der App vorgestellt. Da die App bisher noch nicht mit den Zielgruppen selbst direkt getestet wurde, wird abschließend noch auf notwendige folgende Schritte eingegangen.

Das Konzept der App *NaKlar* im Überblick

Eine App bietet mehrere Vorteile: Fast alle Jugendlichen besitzen ein Smartphone (96 Prozent; mpfs 2023: 6) und haben so jederzeit einen Zugang zu den bereitgestellten Informationen. Zum anderen ist man so von Drittplattformen und ihren Gestaltungskriterien unabhängig, was ein auf die Zielgruppen abgestimmtes Design erlaubt. Außerdem können die jugendlichen Nutzer:innen in einer App – anders als bei der Nachrichtenrezeption in den Sozialen Medien – nicht von anderen Inhalten abgelenkt werden.

Abbildung 7:
 Artikelansicht, Notizbuch und Einstellungen in *NaKlar*-App



Quelle: Screenshot, v.l.n.r. Artikelansicht, Notizbuch und Einstellungen.

Auf der Startseite der App werden die Nutzer:innen mit den wichtigsten Nachrichten des Tages anhand einer Slidefunktion empfangen. Ein Klick auf den Button „Mehr lesen“ öffnet den vollständigen Artikel. Im Menü lassen sich die Nachrichten sowohl nach Ressorts als auch thematisch filtern, was den Zugang zu fehlenden Hintergrundinformationen erleichtert.

Nach dem Öffnen eines Artikels bietet die App verschiedene Optionen für die Rezeption: So ist es möglich, den Text in der dargestellten Form zu lesen. Zugleich kann die Schriftgröße angepasst werden oder man lässt sich den Artikel

in unterschiedlicher Geschwindigkeit vorlesen. Spannende Artikel können über eine Merk-Funktion gespeichert werden. Einzelne Wörter können markiert werden, um sich diese erklären oder übersetzen zu lassen. Zudem lassen sich die markierten Wörter im Notizbuch der App speichern, das wie ein Vokabelheft genutzt werden kann. Geplant ist auch, dass für jeden Artikel eine Informationsbox mit Quellenangaben angeboten wird. Je nach Thema sollen dort weiterführende Links oder Hilfsangebote aufgelistet werden (z. B. zu den Themen Essstörungen, sexuelle Gewalt, Suizid, Diskriminierung, Mobbing). Die App unterstützt damit ein zentrales Ziel der IGLU-Studie:

Die Förderung der sprachlichen Kompetenz unter Berücksichtigung der zunehmenden Diversität in den Familien (vgl. McElvany et al. 2023: 24).

In den Einstellungen sollen sich die Nutzer:innen die gemerkten Artikel ansehen können. Hier findet sich außerdem das Notizbuch sowie die Möglichkeit, das Design der App individuell anzupassen. Die Jugendlichen können hier zusätzlich festlegen, ob sie Bilder zu den Artikeln sehen möchten. Dies vor allem deshalb, weil Nutzer:innen, die eine Fluchtgeschichte haben, durch bestimmte Bilder getriggert werden könnten. In den Einstellungen kann außerdem die Schwierigkeitsstufe der Artikel festgelegt werden.

Die verschiedenen Sprachniveaus

Herzstück der App ist die Möglichkeit, dass Artikel in verschiedenen Sprachniveaus rezipiert werden können. Für die Umsetzung haben die Studierenden, die das Konzept entwickelten, eine Handreichung mit spezifischen sprachlichen und inhaltlichen Richtlinien für jedes Sprachniveau erstellt. Im Folgenden werden einige zentrale Punkte skizziert. Die Handreichung soll jedoch nicht als starres Regelwerk verstanden werden, sondern als Orientierungshilfe. Verständlichkeit und journalistische Qualität müssen trotzdem immer im Einzelfall gegeneinander abgewogen werden.

a) Leichte Stufe

Artikel in der leichten Stufe funktionieren nach den Regeln der Leichten Sprache (vgl. Netzwerk Leichte Sprache 2022). So sollte etwa jede Zeile

nur einen Satz und jeder Satz nur eine Information enthalten. Man sollte also nicht schreiben:

„Wegen des starken Schneefalls gab es am Dienstag in Deutschland noch Probleme.“

Besser wäre:

„Es hat stark geschneit. Deswegen gab es am Dienstag in Deutschland noch Probleme.“

Bei längeren Nachrichten sollte sorgfältig überlegt werden, welche Informationen zum Nachrichten Kern gehören und welche nicht. Im Zweifel sollten zusätzliche Informationen lieber weggelassen werden. Damit sind keine Informationen gemeint, die den Nachrichten Kern betreffen und ihn beim Weglassen verfremden könnten. Vielmehr betrifft dies Informationen, die zwar thematisch relevant, aber nicht für den Kern der Nachricht entscheidend sind. In diesen Fällen ist es empfehlenswert, aus einer komplexen Ursprungsnachricht zwei oder sogar drei eigenständige Nachrichten zu machen. Quellen sollten in der Quellenbox genannt werden. Grammatisch kann man sich am Regelwerk der Leichten Sprache orientieren (vgl. ebd.). Beispiele dafür sind die Verwendung von Hauptsätzen, keine Nutzung von Passiv-Konstruktionen oder langen Wörtern. Ist der Einsatz langer Wörter unausweichlich, sollte der Bindestrich zur Sinnentrennung genutzt werden.

b) Mittlere Stufe

Die mittlere Stufe orientiert sich an den Regeln der Einfachen Sprache (vgl. Einfache Sprache

Bonn o. D.). Texte sind nach Sinnzusammenhängen strukturiert, was bedeutet, dass das in der journalistischen Praxis gängige Prinzip der umgekehrten Nachrichtenpyramide hier nicht unbedingt anzuwenden ist. Nachrichten, die nach dem Prinzip der „umgekehrten Pyramide“ aufgebaut sind nennen als Erstes den Kern als zentrales Element einer Nachricht. Die weiteren Informationen folgen in abnehmender Wichtigkeit (vgl. Weischenberg 2001: 79). Oft handelt es sich dabei um die Quelle an zweiter Stelle, die Einzelheiten an dritter Stelle und zuletzt den Hintergrund (vgl. Schwiesau/Ohler 2016: 53). Es kann jedoch beispielsweise verständlicher sein, wenn Hintergründe vor Einzelheiten genannt werden. Alles, was thematisch zusammengehört, steht auch zusammen. Auch hier ist es zu empfehlen, die Quellen in der Quellenbox zu nennen.

In der mittleren Stufe kann die Sprache jedoch etwas kreativer und vielfältiger sein. Schwierige Wörter können genannt werden, wenn sie anschließend erklärt werden. Die Verständlichkeit steht auch hier an erster Stelle, doch sollen Schüler:innen noch stärker gefördert werden. Ein solcher bewusster Umgang mit Sprache kann hierzu einen Beitrag leisten.

c) Komplexe Stufe

In der komplexen Stufe handelt es sich um ein hohes sprachliches Niveau, welches sich an die Standard-Nachrichten annähert. Nebensätze, Fremdwörter, Zitate und Quellen dürfen hier verwendet und genannt werden. Thematisch zusammenhängende Blöcke sollten durch Absätze getrennt werden.

d) Allgemeine Regeln

Die Handreichung enthält auch Empfehlungen, die sich auf alle drei Stufen beziehen und sich mit inhaltlichen Fragen auseinandersetzen. So sollte auf das Gendern trotz seiner Wichtigkeit in der leichten und mittleren Stufe aufgrund besserer Verständlichkeit verzichtet werden. Nutzen Lehrkräfte die App im Unterricht, wäre deshalb eine begleitende gendersensible Aufklärung wünschenswert. In der komplexen Stufe sollte gegendert oder beide Formen genannt werden.

Länder, Orte und Zahlen sollten immer in einen Kontext gesetzt werden. So sollte beispielsweise nicht einfach von Berlin und Südafrika, sondern stets von der Stadt Berlin oder dem Land Südafrika die Rede sein oder beschrieben werden, in welcher Region sich die jeweiligen Orte befinden. Zahlen sollten in der leichten Stufe weitgehend vermieden werden, außer sie sind für das Verständnis unerlässlich. Besser sind hier Bezeichnungen wie „einige“ oder „wenige“. Während man in der mittleren Stufe Zahlen am besten in ein Verhältnis setzt, kann man sie in der komplexen Stufe durchaus nennen.

Aufgrund der allgemeinen Nachrichtenmüdigkeit (vgl. Behre et al. 2023: 11, 16) wäre insgesamt ein Ansatz des konstruktiven Journalismus für die App wünschenswert (vgl. Meier 2018). Nachrichten können das Bedürfnis nach Lösungen zwar nicht immer erfüllen, bei der Gestaltung der App kann dieser Aspekt aber mitgedacht werden. So könnte man stets versuchen, nicht mit dem negativsten Teil der Nachricht zu enden. Lösungsorientierte Perspektiven oder konstruk-

tive Aspekte könnten an das Ende gestellt werden. Dabei ist jedoch darauf zu achten, keinen unrealistisch positiven Tonfall zu erzeugen.

Themen und Ressorts

Die Hauptressorts der App orientieren sich an denen der klassischen Nachrichtenkategorien, um Jugendliche an den Nachrichtenjournalismus heranzuführen. Laut der aktuellen JIM-Studie zeigen zwei Drittel der Jugendlichen Interesse am aktuellen Weltgeschehen (vgl. mpfs 2023: 42). In der App sollen die Ressorts jedoch jugendgerechte Bezeichnungen erhalten. Hinzu kommt ein Faktenchecker, der vor allem angesichts unzureichender Medienkompetenz und Desinformation in den Sozialen Medien von großer Bedeutung ist (vgl. ZHAW 2019: 34).

Die Nachrichtenauswahl in *NaKlar* lässt sich bildlich mit einem *Haus der Themenwahl* beschreiben. Die Basis bilden die Themen aus den klassischen Ressorts: Diese sollten nach der tagesaktuellen Logik der Nachrichtenauswahl selektiert werden („Muss-Themen“). Ergänzt werden diese durch Themen, die sich nicht immer im traditionellen Nachrichtenjournalismus finden, für Jugendliche jedoch relevant sind („Kann-Themen“). Beispiele dafür sind Themen wie Musik, psychische Gesundheit, Mode oder Beruf und Karriere. Diese zusätzlichen Themen dienen als Sprungbrett, um das Interesse der

Jugendlichen an Nachrichten zu wecken und ihnen zu zeigen, dass ihre Anliegen ernst genommen werden.

Umsetzbarkeit des Konzeptes

Angesichts ihres Potenzials zur Förderung der Lesekompetenz sowie zur Stärkung der journalistischen Information und Teilhabe unterschiedlicher Zielgruppen wäre die Realisierung der App äußerst wünschenswert. Allerdings befindet sich *NaKlar* noch im Stadium der konzeptuellen Planung, die bisherigen Ideen und Designentwürfe sind im Rahmen eines Seminars entstanden. Das hat zur Folge, dass eine Testung mit der Zielgruppe bisher noch nicht umgesetzt werden konnte. Bei einer potenziellen Umsetzung wäre neben technischen⁵, finanziellen und personellen Aspekten der Austausch mit jugendlichen Nutzer:innen jedoch unbedingt erforderlich.

Eine redaktionsunabhängige Umsetzung gestaltet sich aus personellen, rechtlichen und finanziellen Gründen schwierig. *NaKlar* wurde jedoch auf einer Tagung für Lehrkräfte aus dem Förderschulbereich vorgestellt und stieß dort auf großes Interesse für den Einsatz zu didaktischen Zwecken. Vor diesem Hintergrund stellt sich nun die Frage, welche technischen und pädagogischen Kooperationspartner:innen für eine Umsetzung gewonnen werden können.

5 Möglicherweise könnte hier perspektivisch auch Künstliche Intelligenz unterstützen.

7 Fazit: Empfehlungen für die journalistische Praxis

Steffen Grütjen, Friederike Herrmann und Milan Skusa

Zum Abschluss des Arbeitspapiers stellen wir noch einmal Empfehlungen für die journalistische Praxis vor, die auf den Interviews mit den Zielgruppen eines leichter verständlichen Journalismus beruhen. Viele der erhobenen Nutzungsmuster sind keine spezifische Besonderheit der befragten Zielgruppen, sondern gelten in ähnlicher Weise auch für andere Nutzer:innen. Sie wurden dennoch herausgearbeitet, wenn sie für die Zielgruppen leichter verständlicher journalistischer Angebote besonders bedeutsam erscheinen.

Persönlicher Kontakt zu Vertreter:innen der Zielgruppen

Um ein Gespür für die Nutzungsweisen, Bedürfnisse und Lebensumstände der besonderen Zielgruppen zu bekommen, sollten Redakteur:innen schon während der Konzeption eines Angebotes Kontakt zu mindestens ein bis zwei Betroffenen aufnehmen. Dieser direkte Kontakt bedeutet keinen großen Zeitaufwand und ist nach den Erfahrungen der Forschungsgruppe durch nichts zu ersetzen. Insbesondere Prüfer:innen Leichter Sprache sind gerne zu einem Redaktionsbesuch bereit und können kompetent beraten. Wünschenswert wäre ein regelmäßiges Gesprächsformat in Form von Redaktionsbesuchen oder

wiederkehrenden Videokonferenzen. Anhand ausgewählter Beiträge kann diskutiert werden, ob die Inhalte für die Zielgruppen verständlich sind. Hilfreich kann für diesen Prozess auch der Kontakt zu Sozialverbänden (Caritas, Diakonie, Lebenshilfe), Selbsthilfegruppen und Volkshochschulen sein. Die Nutzer:innen können sogar die Rolle eines Beirats einnehmen, der sich aus Personen mit unterschiedlichen Lesekompetenzen zusammensetzt und Empfehlungen für die Gestaltung von journalistischen Beiträgen in leicht verständlicher Sprache ausspricht. Das bedeutet angesichts der ausgezeichneten Organisation von Prüfer:innen Leichter Sprache weniger Aufwand als Redaktionen oft vermuten und ist sehr sinnvoll, damit auch wirklich die Zielgruppen erreicht werden, wenn man sich schon die Mühe eines gesonderten Angebots macht. Gerade der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann hier zeigen, wie wichtig er für die Integration der gesamten Gesellschaft ist.

Einen Zugang zur Berichterstattung schaffen, der an eigene Erfahrungen anknüpft

Wie viele Nutzer:innen waren auch die Befragten dieser Studie besonders interessiert an Themen aus dem eigenen Erfahrungsbereich oder mit räumlicher Nähe, also regionaler und

lokaler Berichterstattung. Das unterstreicht noch einmal, wie zentral lokaler Journalismus für eine demokratische Gesellschaft ist. Nicht nur vor dem Hintergrund unserer Ergebnisse gefährdet dessen Rückbau die Integration und Inklusion vieler gesellschaftlicher Gruppen. Initiativen zur Stärkung lokaljournalistischer Praxis bedürfen entsprechend besonderer Unterstützung.

Über das Lokale hinaus zeigte sich aber auch ein großes Interesse an abstrakteren oder weiter entfernt liegenden Themen, wenn es gelang, einen emotionalen Zugang zu schaffen oder Empathie zu wecken. Dies kann insbesondere ein erzählerischer Journalismus beispielsweise in Reportageformaten leisten.

Tipps, Erklärungen und Orientierung

Besonders bedeutsam für die befragten Zielgruppen ist ein am Service orientierter Journalismus, der die gesellschaftliche Teilhabe erleichtert. So wurde mehrfach Interesse an vertieften Erklärungen zu politischen Wahlen geäußert, sowohl was den konkreten Umgang mit den Wahlunterlagen betrifft als auch zu den allgemeineren Abläufen einer Wahl. Erläuterungen zu für die Zielgruppen wichtigen juristischen Entscheidungen und Vorgängen waren ebenso gewünscht wie alltagspraktische Erläuterungen, etwa zu den Folgen eines Streiks für den Nahverkehr, die für Menschen mit Einschränkungen oft eine besondere Herausforderung darstellen.

Angebote auffindbar platzieren

„Dass ich irgendwann nicht mehr gucken muss, wo bekomme ich die Nachrichten her?“

Dass das irgendwann selbstverständlich ist, dass ich die Nachrichten auch leicht kriege.“
(Interviewpartner:in mit kognitiver Einschränkung)

Ein häufiges Problem des leicht verständlichen Journalismus ist, dass die Angebote von den Zielgruppen nicht gefunden werden. Redaktionen müssen einkalkulieren, dass Angebote zufällig oder nach Gewohnheit und oft nicht bewusst gewählt werden.

Messenger-Dienste, insbesondere WhatsApp, eignen sich für Nachrichten und werden von vielen Menschen mit eingeschränkter Literalität bevorzugt zur Informationsbeschaffung genutzt und sind deshalb auch ein besonders geeignetes Medium für journalistische Nachrichtenformate. Auf diesem Weg können die gefundenen Angebote auch einfach an Freund:innen und Bekannte weitergeleitet werden.

Webangebote in Leichter und Einfacher Sprache sollten an die Hauptseite des jeweiligen Mediums angebunden werden. Empfehlenswert ist eine eindeutige, farblich hervorgehobene Kennzeichnung der Verlinkung der Angebote auf der Homepage. Eine Übersetzerin für Leichte und Einfache Sprache formuliert es so: „Das Ding muss schnell aufzufinden sein und ich brauche eben keine sieben Klicks.“ Und eine weitere Interviewpartnerin ergänzt:

„Man müsste noch mehr Informationen haben, damit man weiß, wer Leichte Sprache im Radio anbietet.“

Bild und Ton nutzen und in Bezug setzen

Viele Nutzer:innen bevorzugen audiovisuelle Medien gegenüber rein textlichen Angeboten. In den Werkstätten der Einrichtungen läuft meist das Radio im Hintergrund. Sinnvoll wäre hier ein Angebot leicht verständlicher Nachrichten, sowohl lokal als auch überregional. Illustrierende Bilder sollten konkrete Menschen bei den Tätigkeiten zeigen, von denen im Beitrag die Rede ist. Symbolbilder wirken oft verwirrend.

Einschlägige Weiterbildungsangebote etablieren

Um frühzeitig für leichte Verständlichkeit in journalistischen Angeboten zu sensibilisieren, sollten Workshops oder Seminare zum Thema bereits in journalistischen Volontariaten verankert werden. Ebenso sollten Fort- oder Weiterbildungsangebote entwickelt werden, insbesondere für Nachrichtenredakteur:innen.

8 Übersicht: Journalistische Angebote für Menschen mit eingeschränkter Literalität

Hier folgen Beispiele für journalistische Angebote in Leichter und Einfacher Sprache (Stand: 17.07.2025). Die Angebote sind in alphabetischer Reihenfolge in Eigenschreibweise aufgeführt. Der unten stehende QR-Code führt zur Website des Forschungsprojektes, auf der die Angebote einzeln verlinkt sind.

- ARD-aktuell: *tagesschau in Einfacher Sprache* – Online, tagesschau24, ARD Mediathek, YouTube
- Austria Presse Agentur (mit *capito*): *TopEasy News* – Online, Artikel
- Deutschlandfunk: *nachrichtenleicht* – Online, Artikel, Radio, Instagram, Teletext, WhatsApp
- Easy Newstime (mit Gebrüder Schmid Zentrum): *easy newstime* – YouTube, Instagram, TikTok
- Hamburger Abendblatt: *Einfach Deutsch: Nachrichten in leichter Sprache* – Online, Podcast mit Artikel
- Infoeasy: *infoeasy* – Online, Artikel
- Kleine Zeitung (mit Inklusiver Redaktion/Team LebensGroß): *Nachrichten leicht verständlich* – Online, Artikel
- Mitteldeutscher Rundfunk: *Nachrichten in Leichter Sprache* – Online, Artikel mit Audio, Podcast, WhatsApp
- Norddeutscher Rundfunk: *Nachrichten in Leichter Sprache* – Online, Artikel mit Audio
- Österreichischer Rundfunk:
 - *Einfach erklärt* (Inklusive Lehrredaktion/FM4) – Online, Podcast
 - *Nachrichten in Einfacher Sprache* – Online, ORF III
 - *Nachrichten in Einfacher Sprache* (ORF Topos) – Online, Artikel
 - *Wochenrückblick in Einfacher Sprache* – Online, Artikel, Radio Wien, Podcast
- Saarländischer Rundfunk: *Nachrichten in einfacher Sprache* – Online, Artikel mit Audio



<https://lesj.ku.de/medien>

Literaturverzeichnis

- Adrian, S./Hölig, S./Hasebrink, U./Bosse, I./Haage, A. (2017): Mediennutzung von Menschen mit Beeinträchtigungen. In: *Media Perspektiven*, 47(3), S. 145–156.
- Altmeyden, K.-D. (2019): Teilhabe – Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 16). In: *Communicatio Socialis* 2/2019, S. 187–192. DOI: <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2019-2-187>.
- Alviani, A./Ebisch, S./Gamperl, E./Sablowski, N. (2024): KI und ein Regler für einfache Sprache, online unter: <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/wirtschaft/ki-einfache-sprache-transparemblog-e035891/>, 01.11.2024 (abgerufen 28.03.2025).
- Anders, F. (2023): PISA-Studie – Neue Sonderauswertung zur Informationskompetenz, online unter: <https://deutsches-schulportal.de/bildungswesen/die-zehn-wichtigsten-ergebnisse-der-pisa-studie/>, 05.12.2023 (abgerufen 28.03.2025).
- Apel, H./Bose, I./Schwenke, A. (2021): Verständlich, angemessen, zielgruppenorientiert. Schreiben und Sprechen von (Nachrichten-)Texten in Leichter Sprache. In: Bose, I./Finke, C. L./Schwenke, A. (Hrsg.): *Medien – Sprechen – Klang. Empirische Forschungen zum medienvermittelten Sprechen*. Berlin: Frank & Timme, S. 219–242.
- Bartelheimer, P./Behrisch, B./Daßler, H./Dobslaw, G./Henke, J./Schäfers, M. (2022): Teilhabe – Versuch einer Begriffsbestimmung. In: Wansing, G./Schäfers, M./Köbsell, S. (Hrsg.): *Teilhabe-forschung – Konturen eines neuen Forschungsfeldes*. Wiesbaden: Springer VS, S. 13–34.
- Bartl, M. (2024): „Massive Zeitersparnis“ – KI sorgt bei Apotheken Umschau für Texte in einfacher Sprache, online unter: <https://kress.de/news/beitrag/147496-quot-massive-zeitersparnis-quot-ki-sorgt-bei-apotheken-umschau-fuer-texte-in-einfacher-sprache.html>, 28.05.2024 (abgerufen 28.03.2025).
- Bartsch, G. (2020): Legasthenie – Neues Gen identifiziert, online unter: <https://www.uni-wuerzburg.de/aktuelles/pressemitteilungen/single/news/legasthenie-neues-gen-identifiziert/#:~:text=Die%20Legasthenie%20oder%20Lese%2D%20und,rund%203%2C5%20Millionen%20Legastheniker,16.11.2020> (abgerufen 28.03.2025).
- Beauftragter der Bundesregierung für die Belange von Menschen mit Behinderungen (2025): *Die UN-Behindertenrechtskonvention – Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen*. Bonn.
- Beckett, C./Yaseen, M. (2023): *Generating Change – A global survey of what news organizations are doing with AI*, online unter: <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change> (abgerufen 28.03.2025).
- Behre, J./Hölig, S./Möller J. (2023): *Reuters Institute Digital News Report 2023 – Ergebnisse für Deutschland*. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Beschluss des Bundesverfassungsgerichts vom 20.07.2021 – BvR 2756/20, 2775/20 und 2777/20.
- Bigl, B./Gognelashvili, K./Gehrau, V. (2024): Forschungsethik, Barrierefreiheit und inklusive Forschung in der Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik*, 69, S. 299–332. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11616-024-00854-7>.
- Bock, B. M. (2018): „Leichte Sprache“ – Kein Regelwerk. Sprachwissenschaftliche Erkenntnisse und Praxisempfehlungen aus dem LeiSA-Projekt. In: Bock, B. M. (2018): „Leichte Sprache“ – Kein Regelwerk. Sprachwissenschaftliche Erkenntnisse und Praxisempfehlungen aus dem LeiSA-Projekt, online unter: <https://ul.qucosa.de/api/qucosa%3A31959/attachment/ATT-0/> (abgerufen 31.03.2025).

Bock, B. M./Pappert, S. (2023): *Leichte Sprache, Einfache Sprache, verständliche Sprache*, Tübingen: Narr Francke Attempto.

Bosse, I./Hasebrink, U. (2016): *Mediennutzung von Menschen mit Behinderungen – Forschungsbericht*. In: *Die Medienanstalten, Aktion Mensch e.V. (Hrsg.), Berlin*, online unter: https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Forschung/Mediennutzung_Behinderungen/Studie-Mediennutzung_Menschen_mit_Behinderungen_Langfassung.pdf (abgerufen 31.03.2025).

Breunig, C./Handel, M./Kessler, B. (2020): *Massenkommunikation 2020: Nutzungsmotive und Leistungsbewertungen der Medien. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie*. In: *Media Perspektiven*, Heft 12/2020 S. 602–625, online unter: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2020/1220_Breunig_Handel_Kessler.pdf (abgerufen 31.03.2025).

Brosius, H.-B./Haas, A./Unkel, J. (2022): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung – Eine Einführung*. 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (2014): *Leichte und Einfache Sprache*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 9-11/2014. Bonn, online unter: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/179351/leichte-und-einfache-sprache/> (abgerufen 29.03.2025).

Burkart, R. (2002): *Kommunikationswissenschaft – Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*, 4. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag.

Deáky, F. (2024): *Braucht die Tagesschau eine neue Sprecherin?* Online unter: <https://www.fraenkischertag.de/lokales/stadt-coburg/meinung/tagesschau-in-einfacher-sprache-warum-nicht-mit-der-maus-art-360406>, 17.06.2024 (abgerufen 31.03.2025).

Der Spiegel, 27/1972, 09.07.1972.

Deutsche Welle (2021): *Echt behindert! Podcast zu Barrierefreiheit und Inklusion*, online unter: <https://www.dw.com/de/echt-behindert-der-podcast-zu-barrierefreiheit-und-inklusion/a-55509792>, 01.04.2021 (abgerufen 28.03.2025).

Ebitsch, S./Garbsch, E./Hingerl, L./Prodöhl, N./Sablowski, N./Wierl, D. (2024): *Warum das Geschäft mit Behindertenwerkstätten umstritten ist*, online unter: <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/wirtschaft/inklusion-behindertenwerkstaetten-unternehmen-e824505/>, 02.11.2024 (abgerufen 28.03.2025).

Ebitsch, S./Gundlach, M./Hametner, M./Kloiber, S./Kruse, B./Müller-Hansen, S./Schnuck, O./Westerkamp, J. F. (2025): *Einfache Sprache – Die Ergebnisse der Bundestagswahl*, online unter: <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/politik/bundestagswahl-2025-ergebnisse-einfache-sprache-e634487/>, 24.02.2025 (abgerufen 28.03.2025).

Einfache Sprache Bonn (o.D.): Regeln für Einfache Sprache, online unter: https://einfachesprachebonn.de/grundregeln_einfache_sprache.html (abgerufen 28.03.2025).

Ekström, M./Westlund, O. (2019): *The Dislocation of News Journalism – A Conceptual Framework for the Study of Epistemologies of Digital Journalism*. In: *Media and Communication*, 7(1), S. 259–270. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.1763>.

Flick, U. (2011): *Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung*. Vollständig überarbeitete und erweiterte Neuausgabe. Reinbek bei Hamburg. S. 492–499.

Grimberg, S. (2024): *„Tagesschau“ muss inklusiver werden*, online unter: <https://taz.de/Nachrichten-in-einfacher-Sprache!/6014864>, 21.06.2024 (abgerufen 31.03.2025).

- Grotlüschen, A./Buddeberg, K./Dutz, G./Heilmann, L./Stammer, C. (2019): LEO 2018 – Leben mit geringer Literalität. Pressebroschüre, Hamburg, online unter: <https://leo.blogs.uni-hamburg.de/> (abgerufen 28.03.2025).
- Gilbert, T. (2004): Involving people with learning disabilities in research – issues and possibilities. In: *Health and Social Care in the Community*, 12. Jg., H. 4, S. 298–308.
- Gundlach, M./Hametner, M./Kloiber, S./Kruse, B./Müller-Hansen, S./Schnuck, O. (2025): Einfache Sprache – So haben die Menschen in Deutschland gewählt, online unter: <https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/politik/bundestagswahl-2025-ergebnis-daten-einfache-sprache-e573606/>, 24.02.2025 (abgerufen 28.03.2025).
- Haage, A. (2021): Informationsrepertoires von Menschen mit Beeinträchtigungen. Barrieren und Förderfaktoren für die gleichberechtigte Teilhabe an öffentlicher Kommunikation. Baden-Baden: Nomos.
- Hase, V./Boczek, K./Scharnow, M. (2023): Adapting to Affordances and Audiences? A Cross-Platform, Multi-Modal Analysis of the Platformization of News on Facebook, Instagram, TikTok, and Twitter. In: *Digital Journalism*, 11(8), S. 1499–1520. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2128389>.
- Hauser, M. (2020): Qualität und Güte im gemeinsamen Forschen mit Menschen mit Lernschwierigkeiten – Entwurf und Diskussion von Qualitätskriterien Partizipativer und Inklusiver Forschung. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.
- Herrmann, F. (2013a): Die journalistische Nachricht – eine veraltete Form des Erzählens? Thesen zur Funktion der Erzählinstanz in journalistischen Texten. In: *Diegesis: Interdisziplinäres E-Journal für Erzählforschung/ Interdisciplinary E-Journal for Narrative Research*, Bd. 2 (2013) H. 2. S. 20–32, online unter: <https://www.diegesis.uni-wuppertal.de/index.php/diegesis/article/view/136> (abgerufen 31.03.2025).
- Herrmann, F. (2013b): Vom Oberlehrer zum Kumpel: Das Beziehungsgeflecht journalistischer Texte im Medienvergleich. In: Renner, K. N./Hoff D. v./ Krings, M. (Hrsg.): *Medien. Erzählen. Gesellschaft: Transmediales Erzählen im Zeitalter der Medienkonvergenz*. Berlin/Boston: de Gruyter, S. 241–264.
- Holzer, H. (1994): *Medienkommunikation – Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hurtz, S. (2023): Was können wir, was Maschinen nicht beherrschen? In: *TENDENZ. Das Magazin der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien*, H. 2.23, S. 7–10.
- INSOS Schweiz (2018): UN-Behindertenrechtskonvention – Begriffserklärungen, online unter: https://www.aktionsplan-un-brk.ch/admin/data/files/asset/file/23/insos_begriffsklaerungen_un-brk.pdf?lm=1550066215 (abgerufen 28.03.2025).
- Jacobi, P. (2020): *Barrierefreie Kommunikation im Gesundheitswesen – Leichte Sprache und andere Methoden für mehr Gesundheitskompetenz*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kellermann, G. (2014): Leichte und Einfache Sprache – Versuch einer Definition. In: Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) *Leichte und Einfache Sprache*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 9-11/2014. Bonn, S. 7–10, online unter: <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/179351/leichte-und-einfache-sprache/> (abgerufen 29.03.2025).
- Kühne, R. (2014): Emotionale Wirkungen von Kommunikatoren- und Journalisten-Frames. In: Loosen, W./Dohle, M. (Hrsg.): *Journalismus und (sein) Publikum*. Wiesbaden: Springer VS, S. 301–316.
- Kuckartz, U./Rädiker, S. (2022): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 5. Auflage. Weinheim/Basel: Juventa.

Lange-Kniep, A./Göhner, K./Rhensius, R. (2025): KI-Kodex. Kodex für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz für Leichte Sprache – Empfehlungen für den verantwortungsvollen Umgang mit KI-Programmen zur Erstellung von Texten in Leichter Sprache. Caritasverband für die Diözese Limburg e.V., online unter: https://www.dicv-limburg.de/cms/contents/dicv-limburg.de/medien/dokumente/kodex-fuer-den-einsa/kodex_fuer_den_einsatz_von_kuenstlicher_intelligenz_fuer_leichte_sprache.pdf (abgerufen 18.07.2025).

Lünenborg, M. (2015): Rethinking cultural citizenship – Zur Teilhabe in der (digitalen) Mediengesellschaft. In: Drüeke, R./Kirchhoff, S./Steinmaurer, T./Thiele, M. (Hrsg.): Zwischen Gegebenem und Möglichem – Kritische Perspektiven auf Medien und Kommunikation. Bielefeld: transcript Verlag, S. 251–261.

Maletzke, G. (1998). Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Mayring, P. (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 13. Neuausgabe. Weinheim: Beltz.

McElvany, N./Lorenz, R./Frey, A./Goldhammer, F./Schlicher, A./Stubbe, T. C. (2023): IGLU 2021 – Zentrale Befunde im Überblick. In: McElvany, N./Lorenz, R./Frey, A./Goldhammer, F./Schlicher, A./Stubbe, T. C. (Hrsg.): IGLU 2021 – Lesekompetenz von Grundschulkindern im internationalen Vergleich und im Trend über 20 Jahre. Münster/New York: Waxmann, S. 13–26.

Medienstaatsvertrag (MStV) vom 23. April 2020, zuletzt geändert 27.02.2024.

Meier, K. (2018): Wie wirkt konstruktiver Journalismus? Ein neues Berichterstattungsmuster auf dem Prüfstand. In: Journalistik, 1(1), S. 4–25.

mpfs (2023): JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien – Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, online unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf (abgerufen 28.03.2025).

Nawratil, U./Schönhagen, P. (2021): Das qualitative Interview: Die Darstellung von Erfahrungen. In: Schönhagen, P./Wagner, H. (Hrsg.): Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. 3. aktualisierte Auflage. Baden-Baden: Nomos, S. 299–314.

Netzwerk Leichte Sprache (2022): Die Regeln für Leichte Sprache, online unter: https://www.netzwerk-leichte-sprache.de/fileadmin/content/documents/regeln/Regelwerk_NLS_Neuaufgabe-2022.pdf (abgerufen 28.03.2025).

Newman, N./Fletcher, R./Robertson, C. T./Ross Arguedas, A. A./Nielsen, R. K. (2024): Digital News Report 2024 – Reuters Institute for the Study of Journalism, online unter: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> (abgerufen 28.03.2025).

Nieborg, D. B./Poell, T. (2018): The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. In: *New Media & Society*, 20(11), S. 4275–4292. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>.

Nind, M. (2008): Conducting qualitative research with people with learning, communication and other disabilities – Methodological challenges. ESRC National Centre for Research Methods Review Paper. University of Southampton.

OECD (2023): PISA 2022 Results (Volume 1) – The State of Learning and Equity in Education. Paris: OECD Publishing.

Puffer, H. (2021): „Leichte Sprache“ als Aufgabe für die Medien – Konzept zur Förderung von Barrierefreiheit. In: *Media Perspektiven*, 51(2), S. 117–124.

- Pürer, H. (2015): Funktionen der Massenmedien. In: Pürer, H. (Hrsg.): Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft. Konstanz/München: UVK, S. 36–47.
- Quandt, T. (2011): Journalisten unter Beobachtung – Grundlagen, Möglichkeiten und Grenzen der Beobachtung als Methode der Journalismusforschung. In: Jandura, O./Quandt, T./Vogelgesang, J. (Hrsg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 277–298.
- Schützeneder, J./Graßl, M./Meier, K. (2024): Grenzen überwinden, Chancen gestalten – KI im journalistischen Newsroom – Bestandsaufnahme, Perspektiven und Empfehlungen für Journalismus und Politik. Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Schwarzlose, C. (2024): Die Tagesschau in einfacher Sprache – Was das Angebot für Schulen bringen könnte, online unter: <https://www.lehrer-news.de/blog-posts/die-tagesschau-in-einfacher-sprache-was-das-angebot-fuer-schulen-bringen-koennte>, 18.06.2024 (abgerufen 28.03.2025).
- Schwiesau, D./Ohler, J. (2016): Der Nachrichtenaufbau. In: Schwiesau, D./Ohler, J. (Hrsg.): Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Wiesbaden: Springer VS, S. 33–54.
- Sidhu, B. K. (2025): Hallucinations in Artificial Intelligence – Origins, Detection, and Mitigation. In: International Journal of Science and Research (IJSR), 14. Jg., H. 1, S. 8–15. DOI: <https://www.doi.org/10.21275/SR241229170309>.
- Staub, H. (2023): Vier Fragen an Maren Kroymann, online unter: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/vier-fragen-an-maren-kroymann-19303068.html>, 10.11.2023 (abgerufen 28.03.2025).
- Unger, H. v. (2014): Partizipative Forschung. Einführung in die Forschungspraxis. Wiesbaden: Springer VS.
- Universität Hildesheim (2022): Einfache Sprache auf apotheken-umschau.de – Pionierarbeit im Gesundheitsjournalismus, online unter: <https://www.uni-hildesheim.de/leichtesprache/news/artikel/einfache-sprache-auf-apotheken-umschaude-pionierarbeit-im-gesundheitsjournalismus>, 23.11.2022 (abgerufen 28.03.2025).
- Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 16.06.1981 – 1 BvL 89/78.
- Vicari, J. (2016): Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. In: Averbek-Lietz, S./Meyen, M. (Hrsg.): Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 289–302.
- Weischenberg, S. (2001): Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wyss, V. (2002): Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen. Konstanz: UVK.
- ZHAW (2019): Medienkompetenz. Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien – Für Eltern und Fachpersonal, online unter: https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/PDFs/Broschueren/Brosch_Medienkompetenz_ZHAW_0919_DE_bf.pdf (abgerufen 28.03.2025).
- Zukunftsrat (2024): Bericht des Rates für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, online unter: https://rundfunkkommission.rlp.de/fileadmin/rundfunkkommission/Dokumente/Zukunftsrat/ZR_Bericht_18.1.2024.pdf (abgerufen 31.03.2025).

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1:	„Fachkräftemangel“-Post von <i>nachrichtenleicht</i>	25
Abbildung 2:	Korpus schwer verständlicher Wortkategorien und alphabetisch angeordneter Beispiele auf Grundlage der vorgelegten Instagram-Posts von <i>tagesschau</i> , <i>ZDFheute</i> und <i>nachrichtenleicht</i>	30
Abbildung 3:	Instagram-Post von <i>ZDFheute</i>	31
Abbildung 4:	Funktionen der Massenmedien	42
Abbildung 5:	Teilhabe und verwandte Konzepte	44
Abbildung 6:	Startseite und Menüanzeigen der App <i>NaKlar</i>	71
Abbildung 7:	Artikelansicht, Notizbuch und Einstellungen in <i>NaKlar</i> -App	72
Tabelle 1:	Sample	18
Tabelle 2:	Übersicht über die vorgelegten Instagram-Posts in Einfacher Sprache (<i>nachrichtenleicht</i>) sowie in Standardsprache (<i>ZDFheute</i> und <i>tagesschau</i>)	29
Tabelle 3:	Übersicht über KI-Tools für leicht verständliche Sprache (Auswahl)	61

Hinweise zu den Herausgeber:innen und Autor:innen

Prof. Dr. Karin Boczek ist Juniorprofessorin für digitalen Journalismus an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Ihre Forschungsschwerpunkte sind digitaler Journalismus, Innovationen im Journalismus, Social Media und Messenger Apps im Journalismus, Vielfalt im Journalismus und Computational Communication Science. Sie war 2023 und 2024 Mitglied der Nominierungskommission des Grimme Online Awards.

Steffen Grütjen, M.A., ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Studiengang Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Im Forschungsprojekt „Leichte und Einfache Sprache im Journalismus“ ist er als Projektkoordinator tätig. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören Journalismusforschung, Medienjournalismus und Leichte und Einfache Sprache im Journalismus. Bei Prof. Dr. Klaus Meier promoviert er zum Leistungsprofil des Medienjournalismus in medienkritischen Debatten auf Social Media. Berufspraktische Erfahrungen sammelte Steffen Grütjen unter anderem in der Redaktion der ZDF-Talkshow *Markus Lanz*, beim *Bayerischen Rundfunk* und *sternTV*.

Sophie Hepach studierte im Bachelor und Master Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und war im Forschungsprojekt „Leichte und Einfache Sprache im Journalismus“ als Studentische Hilfskraft an der Professur für Journalistik und Kommunikationswissenschaft beschäftigt. Im Rahmen ihres Masterstudiums entwickelte sie mit ihrer Arbeitsgruppe ein Konzept für die Nachrichtenapp „NaKlar“, das in diesem Heft vorgestellt wird. Nebenher arbeitet sie als Freie Mitarbeiterin im journalistischen Bereich.

Prof. Dr. Friederike Herrmann ist Professorin für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Sie hat das vorliegende Projekt initiiert und geleitet. Aktuelle Schwerpunkte in der Forschung sind Interventionsstrategien bei dysfunktionaler Medienkommunikation (z. B. Desinformationskampagnen, Polarisierungen), Methoden der (tiefen)hermeneutischen Analyse von Affekten in Medienbeiträgen und Konzepte eines leicht verständlichen Journalismus. Vor ihrer wissenschaftlichen Laufbahn war sie mehrere Jahre als Redakteurin tätig. Sie ist Referentin in der Weiterbildung für zahlreiche Redaktionen und Journalistenschulen (z. B. BR, SWR).

Prof. Dr. Liane Rothenberger hat die Professur für Medien und Öffentlichkeit mit Schwerpunkt Migration an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt inne. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Themenbereich Journalismus, Migration, Konflikte und Krisen, Terrorismus, interkulturelle und internationale Kommunikation. Ihre Veröffentlichungen umfassen Handbücher zu Journalismustheorien und Terrorismusforschung sowie Monografien und Aufsätze.

Prof. Dr. Annika Sehl ist Inhaberin des Lehrstuhls für Journalistik mit dem Schwerpunkt Medienstrukturen und Gesellschaft an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Sie ist zudem Research Associate des Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, Vereinigtes Königreich, und Affiliate Member of the ARC Centre of Excellence for Automated Decision-Making and Society (ADM+S), Australien. In ihrer Forschung beschäftigt sie sich damit, wie sich die Digitalisierung auf Medienorganisationen (insbesondere öffentlich-rechtliche Medien), die journalistische Produktion und die Nutzung journalistischer Inhalte sowie die Gesellschaft auswirkt. Dabei wählt sie oft eine international vergleichende Perspektive.

Milan Skusa, M.A., ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt im Forschungsprojekt „Innovative Kommunikationsstrategien zur Intervention und Prävention bei Desinformationskampagnen“ (IKIP). Zudem ist er Teil des Forschungsprojektes „Leichte und Einfache Sprache im Journalismus“. Er promoviert zurzeit zu Einsatzmöglichkeiten von neuronalen Sprachmodellen für Nachrichtenangebote in leicht verständlicher Sprache. Im Bachelor studierte er Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg und anschließend Journalistik mit Schwerpunkt Innovation und Management (Master) an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Alle: Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt

Die Herausgeber:innen und Autor:innen danken allen studentischen Mitarbeiter:innen. Der Dank geht insbesondere an Sophie Hepach für ihre großartige Umsicht und engagierte Unterstützung in allen Bereichen; Daniel Scheuerer und Carolin Eitel für ihre Beteiligung an der Durchführung, Transkription und Auswertung der Interviews, Leonie Helen Bednorz und Laura Koditek für das umsichtige Redigat in der stressigen Schlussphase des Projektes, Maximilian Greger für die Erstellung der Projektwebsite und Alexander Steger für die tatkräftige Mitwirkung im studentischen Pilotteam. Wir danken Prof. Dr. Ernst Fricke für die medienrechtliche Beratung, Ziar Kabir für die datenschutzrechtlichen Hinweise und nicht zuletzt dem Deutschlandfunk, als Praxispartner dieses Forschungsprojektes, für die produktive Zusammenarbeit.

Ein ganz besonderer Dank gilt Inga Schiffler, die als Expertin für barrierearme Sprache viele wichtige Kontakte herstellte, Marco Kölln, der als Prüfer für Leichte Sprache stets für unsere Fragen offen war, und vor allem natürlich den Teilnehmenden unserer Interviews, die mit ihrer Zeit und Offenheit unsere Forschung erst ermöglicht haben.

- Nr. 80 Ich-Erzähler*innen. Neue Reportage-Formate im öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Janis Brinkmann, Christof Amrhein, Anna Pröhle)
- Nr. 79 Über Reichtum berichten. Der „Gute Rat für Rückverteilung“ in den Medien (Hendrik Theine, Carlotta Verita, Moritz Gartiser)
- Nr. 78 Künstliche Intelligenz im medialen Diskurs. Wird soziale Gerechtigkeit ausgeblendet? (Elke Grittmann, Lina Brink, Peter Kann)
- Nr. 77 Einschüchterung ist das Ziel. Strategische Klagen gegen öffentliche Beteiligung (SLAPPs) in Deutschland (Stefanie Egidy)
- Nr. 76 Im öffentlichen Auftrag. Zusammensetzung und Arbeitsweise der öffentlich-rechtlichen Rundfunkgremien (Peter Stawowy)
- Nr. 75 Künstliche Intelligenz in politischen Kampagnen. Akzeptanz, Wirkung und Wahrnehmung (Simon Kruschinski, Pablo Jost, Hannah Fecher, Tobias Scherer)
- Nr. 74 Tragische Einzelfälle? Trendreport zur Berichterstattung über Gewalt gegen Frauen (Christine E. Meltzer)
- Nr. 73 Social-Media-Partei AfD? Digitale Landtagswahlkämpfe im Vergleich (Maik Fielitz, Harald Sick, Michael Schmidt, Christian Donner)
- Nr. 72 Öffentlichkeit ohne Journalismus? Rollenverschiebungen im lokalen Raum (Barbara Witte, Gerhard Syben)
- Nr. 71 Finanzbildung als politisches Projekt. Eine kritische Analyse der FDP-Initiative zur finanziellen Bildung (Thomas Höhne)
- Nr. 70 ‚Falsche Propheten‘ in Sachsen. Extrem rechte Agitation im Landtag (Ulf Bohmann, Moritz Heinrich, Matthias Sommer)
- Nr. 69 ARD, ZDF und DLR im Wandel. Reformideen und Zukunftsperspektiven (Jan Christopher Kalbhenn)
- Nr. 68 Engagiert und gefährdet. Ausmaß und Ursachen rechter Bedrohungen der politischen Bildung in Sachsen (Thomas Laux, Teresa Lindenauer)
- Nr. 67 Viel Kraft – wenig Biss. Wirtschaftsberichterstattung in ARD und ZDF (Henrik Müller, Gerret von Nordheim)
- Nr. 66 Reklame für Klimakiller. Wie Fernseh- und YouTube-Werbung den Medienstaatsvertrag verletzt (Uwe Krüger, Katharina Forstmair, Alexandra Hilpert, Laurie Stührenberg)
- Nr. 65 Schlecht beraten? Die wirtschaftspolitischen Beratungsgremien der Bundesregierung in der Kritik (Dieter Plehwe, Moritz Neujeffski, Jürgen Nordmann)
- Nr. 64 Arbeitswelt und Demokratie in Ostdeutschland. Erlebte Handlungsfähigkeit im Betrieb und (anti)demokratische Einstellungen (Johannes Kiess, Alina Wesser-Saalfrank, Sophie Bose, Andre Schmidt, Elmar Brähler & Oliver Decker)

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert Konferenzen, lobt jährlich den „Otto Brenner Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen und legt aktuelle medienkritische und -politische Analysen vor.

... informiert regelmäßig mit einem Newsletter über Projekte, Publikationen, Termine und Veranstaltungen.

... veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“ oder als Arbeitspapiere (nur online). Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit unter: www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/publikationen/

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 16. November 2023 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- **Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens**

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE11 5005 0000 0090 5460 03
BIC: HELA DE FF

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- **Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)**
- **Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa**
- **Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit**

Bank: HELABA Frankfurt/Main
IBAN: DE86 5005 0000 0090 5460 11
BIC: HELA DE FF

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 114***
Marlis Prinzing, Mira Keßler, Melanie Radue
Berichten über Leid und Katastrophen
Die Ahrtalflut 2021 aus Betroffenen- und Mediensicht sowie Lehren für künftige Krisen
- **OBS-Arbeitsheft 113***
Janine Greyer-Stock, Julia Lück-Benz
Moderne Wirtschaftsberichterstattung?
Wie Podcasts auf Spotify und in der ARD Audiothek über Wirtschaft sprechen
- **OBS-Arbeitsheft 112***
Leif Kramp, Stephan Weichert
Whitepaper Non-Profit-Journalismus
Handreichungen für Medien, Politik und Stiftungswesen
- **OBS-Arbeitsheft 111***
Janis Brinkmann
Journalistische Grenzgänger
Wie die Reportage-Formate von funk Wirklichkeit konstruieren
- **OBS-Arbeitsheft 110***
Henning Eichler
Journalismus in sozialen Netzwerken
ARD und ZDF im Bann der Algorithmen?
- **OBS-Arbeitsheft 109***
Barbara Witte, Gerhard Syben
Erosion von Öffentlichkeit
Freie Journalist*innen in der Corona-Pandemie
- **OBS-Arbeitsheft 108***
Victoria Sophie Teschendorf, Kim Otto
Framing in der Wirtschaftsberichterstattung
Der EU-Italien-Streit 2018 und die Verhandlungen über Corona-Hilfen 2020 im Vergleich
- **OBS-Arbeitsheft 107***
Leif Kramp, Stephan Weichert
Konstruktiv durch Krisen?
Fallanalysen zum Corona-Journalismus
- **OBS-Arbeitsheft 106***
Lutz Frühbrodt, Ronja Auerbacher
Den richtigen Ton treffen
Der Podcast-Boom in Deutschland
- **OBS-Arbeitsheft 105***
Hektor Haarkötter, Filiz Kalmuk
Medienjournalismus in Deutschland
Seine Leistungen und blinden Flecken
- **OBS-Arbeitsheft 104***
Valentin Sagvosdkin
Qualifiziert für die Zukunft?
Zur Pluralität der wirtschaftsjournalistischen Ausbildung in Deutschland

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

OBS-Arbeitspapier 81

Journalismus leicht verständlich

Berichterstattung für Menschen mit eingeschränkter Literalität