

## SOP 12

# Einfache Sprache

Entwickler

Content

Design

Recht


Projektleitung

Geschäftsführung

IT

UX

<b>Was du hier machst</b>	Du lernst und wendest Regeln für einfache Sprache an, um deine digitalen Inhalte für alle zugänglich und verständlich zu machen.
<b>Voraussetzung</b>	Du erstellst Inhalte, die sich an Verbraucher:innen richten, wie z.B. Formulare, Anleitungen oder Rechtstexte.
<b>Dauer / Aufwand</b>	Ca. 2–3 Stunden initial für Recherche und Zusammenfassung; ca. 1 Stunde jährlich zur Aktualisierung.
<b>Gesetzlich verpflichtend</b>	Ja – laut BFSG, EAA, DSGVO (Art. 7 & 12) und AGG müssen Inhalte verständlich und zugänglich sein.
<b>Nächster Schritt</b>	→ SOP 13: Textformate – Überschriften, Absätze, Listen.


 SOP 12: Verwende einfache Sprache

Wie du für alle 100% verständlich sprichst und schreibst

## Wer sollte diese SOP lesen?

## Was du hier machst

Du lernst und wendest Regeln für einfache Sprache an, um deine digitalen Inhalte für alle zugänglich und verständlich zu machen.

 Voraussetzung

Du erstellst Inhalte, die sich an Verbraucher:innen richten, wie z.B. Formulare, Anleitungen oder Rechtstexte.

## Ergebnis

Inhalte, die für alle Nutzer:innen verständlich sind, unabhängig von Lesekompetenz, Sehvermögen oder Endgerät.

 Dauer

Ca. 2–3 Stunden initial für Recherche und Zusammenfassung; ca. 1 Stunde jährlich zur Aktualisierung.

 Gesetzlich verpflichtend?

Ja – laut BFSG, EAA, DSGVO (Art. 7 & 12) und AGG müssen Inhalte verständlich und zugänglich sein.

 Nächster Schritt

→ SOP 13: Textformate – Überschriften, Absätze, Listen.

## Warum machst du das überhaupt?

Weil Barrierefreiheit schon mit der Sprache beginnt. Wenn deine Nutzer:innen deine Inhalte nicht verstehen, nützen auch der beste Code und das schärfste Kontrastverhältnis nichts. Diese SOP hilft dir, verständliche Texte zu schreiben, die alle erreichen – auch Menschen mit kognitiven Einschränkungen, Leseschwierigkeiten oder geringer Bildung.

Aber Achtung: Die Verwendung einfacher Sprache ist in den WCAG nur für Level AAA gefordert – ein Level, das du so nicht erfüllen MUSST. Weil sich aber diese SOP's nicht nur darum drehen, dir das Nötigste zu vermitteln, sondern dir auch zu zeigen, wie du Barrierefreiheit nutzen kannst, um deine Conversions zu erhöhen, empfehlen wir dir ausdrücklich, das einzuhalten!

Alle Empfehlungen der WCAG zur einfachen Sprache sorgen nicht nur für maximale Barrierefreiheit, sondern sind zugleich auch grundlegende Prinzipien des Werbetextens bzw. Copywritings. Es wäre eine Verschwendung, das nicht zu deinem Vorteil zu nutzen.

Am Ende hast du ein Verständnis davon, worauf du achten musst, wenn du einfache Sprache nutzen willst, um deine Texte barrierefrei zu machen.

Alternativ kannst du diese SOP auch mit deinen Kolleg:innen aus dem Content-Bereich teilen.

Es gibt in dieser SOP zwar kein Dokument, das du ablegen kannst, aber wenn du möchtest, kannst du das PDF dieser SOP in deinem Barrierefreiheitsordner als „Grundregeln für barrierefreies Schreiben“ ablegen und mit deinen Kolleg:Innen aus dem Content-Bereich teilen.

- 🕒 Initialaufwand: ca 30 Minuten (für die Lektüre dieser SOP)
- ♻️ Pflegeaufwand: Hängt ganz davon ab, wieviele Texte du schreiben musst.
- DU (Projektverantwortliche/r): erstellst die Erklärung und holst Informationen ein.
- IT / UX / Redaktion: liefern technische Infos & Content-Bewertungen.
- Recht / GF: prüfen und geben frei.
- Webteam: sorgt für eine prominente Veröffentlichung.

### Wann musst du das machen?

- Sofort, sobald du SOP 1 bis 4 umgesetzt hast
- Bei jeder Website, die du betreust – ähnlich wie den Datenschutzerklärungen

### Welches Gesetz verlangt das?

- § 4 Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG)
- EU-Richtlinie 2019/882 (EAA)
- WCAG 2.0 Prinzip 3
- DIN EN 301 549, Kapitel 9
- Gilt für Webseiten & Apps öffentlicher UND privater Anbieter.

## Der Prozess im Detail

### 1 Verstehe, was „einfache Sprache“ meint

Die Merkmale einfacher Sprache sind entscheidend, um Inhalte für alle zugänglich zu machen. Was bedeutet „einfache Sprache“?

Es heißt, Texte so zu formulieren, dass sie für jeden verständlich sind, unabhängig von Lesekompetenz, Sehvermögen oder Endgerät.

Nutzer:innen, die nicht eingeschränkt sind, profitieren davon genau so.

Weil sie sofort verstehen, was du sagen willst, verschwenden sie keine Zeit mit der Lektüre deines Textes und haben mehr Sicherheit von dir das zu kriegen, was sie wollen.

Hier die wichtigsten Dinge, auf die du achten musst:

Merkmale

Beispiel (falsch → richtig)

Formuliere Kurze Sätze

Statt „„Aufgrund der Tatsache, dass...““ nutze: „Weil...““

Achte auf aktive Sprache

Statt „„Es wird empfohlen...““ nutze: „Wir empfehlen...“

Verwende Alltagswörter

Statt „Validierung“ nutze: „Prüfung“

Erkläre Fachbegriffe

Statt „Multifaktor-Authentifizierung“ nutze: „Anmeldung mit zwei Schritten“

Keine Abkürzungen ohne Erklärung

Bei einem Kürzel füge in Klammern beim ersten Mal das ganze Wort hinzu, z.B. „DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung)““

Sorge für einen klaren Satzbau

Das heißt: „Wenn, obwohl, sofern...“ vermeiden

Vermeide doppelte Verneinungen

Statt „Nicht unüblich“ nutze „Manchmal““

Nutze Verben statt Substantive

Statt „Durchführung der Prüfung“ nutze: „Wir prüfen“

Verwende die Frageform

Statt „Sie sind verpflichtet“ nutze: „Muss ich das machen?“

**2****Achte auch auf eine einfache und barrierefreie Struktur**

Nicht nur die Sprache selbst, sondern auch die Form deines Textes sollte leicht zugänglich sein. Und das bedeutet vor folgende vier Dinge:

- Schreibe für deine Zielgruppe: Stell dir immer folgende Fragen und überlege dir, ob dein Text auf deine Zielgruppe wirklich zugeschnitten ist:
- Wer liest den Text?
- Mit welchem Vorwissen?
- Was ist das Ziel?
- Teile komplexe Inhalte in Blöcke auf : Textwüsten erschweren die Lektüre und das Verständnis ganz erheblich. Darum achte auf
- Kurze Absätze (Tipp: Maximal 4 Zeilen pro Absatz)
- Verwende Zwischenüberschriften
- Verwende Listen oder Bullet Points.
- Erkläre oder vermeide sogar Fachbegriffe: Statt „Einwilligung“ schreibe besser „Du stimmst zu, dass...“.
- Achte auf eine barrierefreie Lesereihenfolge: Dein gesamter Text sollte logisch aufbauen und einfach nachzuvollziehen sein. Orientiere dich dabei an folgender Gliederung:
- Überschrift
- Einleitung
- Haupttext
- Call-to-Action.

Tipp: Natürlich kannst du auch künstliche Intelligenz wie ChatGPT dazu verwenden, die Texte in barrierefreie Sprache zu übersetzen. Achte allerdings darauf, dass du nicht nur die Anweisung „formuliere diesen Text in barrierefrei“ um gibst – das ist oft zu wenig.

Stattdessen füge deinem Prompt noch eine Zusatz-Info wie etwa „Schreibe so einfach wie nur möglich“ oder „schreibe so einfach, dass auch ein 10jähriges Kind es versteht“.

### 3 Prüfe die Lesbarkeit und Barrierefreiheit deines Textes mithilfe von Tools:

Hast du deinen Barrierefreien Text geschrieben, solltest du anschließend noch Tools und Prüfwerte, um die Lesbarkeit deiner Texte zu überprüfen. Sie geben dir die letzte Gewissheit, dass dein Text tatsächlich barrierefrei ist.

 Die wichtigsten Tools zur Erstellung von Texten in einfacher Sprache:

Tool

Funktion

TextLab.de

Duden-Tool für einfache Sprache / Lesbarkeitswert

Hurraki.de

Wörterbuch für einfache Sprache

Leichte-Sprache.org

„Stilregeln, Beispiele & Übersetzer:innen“



Die wichtigsten Prüfwerte, um die Komplexität existierender Texte zu prüfen:

Metrik

Zielwert

Flesch-Index (Deutsch)

60 oder höher

Satzlänge

max. 12–15 Wörter

Wortlänge

max. 2–3 Silben

Passiv-Sätze

< 10 % des gesamten Textes

### 4 Sorge dafür, dass auch rechtliche Texte barrierefrei sind

Das hier ist ein bisschen tricky, weil du dir sicher sein musst, was in den rechtlichen Texten eigentlich gesagt wird. Darum solltest du deine „Übersetzung“ in einfache Sprache auf jeden Fall noch mal von Anwälten prüfen lassen.

Aber zur Orientierung, was du genau machst:

Wenn es um rechtliche Pflichttexte geht (z.B. deine Datenschutzhinweise), so darfst du zwar rechtliche Pflichttexte zwar nicht verändern – aber du musst sie erklären. Hier ein Beispiel:

- Rechtstext: „Mit dem Absenden dieses Formulars willigen Sie gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO in die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten ein.“
- Erklärung in einfacher Sprache: „Wenn du das Formular abschickst, stimmst du zu, dass wir deine Daten speichern und nutzen dürfen. Du kannst das jederzeit widerrufen.“

Wichtiger Hinweis: Diese Klarstellung kannst du oberhalb oder unterhalb des juristischen Texts platzieren. Platzieren musst du sie allerdings, die Ausrede „Das ist ein Rechtstext“, wird gegenüber Aufsichtsbehörden leider nichts bringen.

## 5 Teste die Barrierefreiheit deiner Texte in regelmäßigen Abständen

Regelmäßiges Testen und Feedback sind entscheidend für die kontinuierliche Verbesserung der sprachlichen Barrierefreiheit. Das heißt: Führe regelmäßig Aktionen durch, um zu prüfen, ob deine Texte nicht nur in der Theorie, sondern auch tatsächlich für deine NutzerInnen barrierefrei sind.

Hier die wichtigsten Tests, die du durchführen kannst:

Test

Ziel

A/B-Test „Kompliziert vs. einfach“

„Höhere Conversion, geringere Absprungrate“

Nutzer:innen nach Verständnis fragen

User-Centered Content Design

Interne Reviews / Vier-Augen-Prinzip

Sprachliche Qualität & Korrektheit prüfen

Und denke natürlich auch an dein Feedback-Mechanismus, den du in SOP 7 erstellt hast. Auch Hinweise, die über diesen Kanal eingehen, können sehr wertvoll sein, um die Effektivität deiner Texte zu bewerten.

Du hast nun:

- Ein Verständnis davon, wie du deine Inhalte in einfache Sprache überführt.
- Rechtssicherheit + Verständlichkeit in Einklang gebracht.
- Tools & Prozesse zur Qualitätskontrolle kennengelernt
- Die Möglichkeit, mehr Nutzer:innen zu erreichen – auch die, die sonst abspringen.
- 

## Copy-Paste-Baustein: Einholung von Infos zur Barrierefreiheit

Wie du sehen wirst, kann es ein bisschen langwierig sein, von allen Bereichen Feedback zum Stand der Barrierefreiheit einzelner Elemente und Inhalte zu bekommen. Damit du wenigstens keine Zeit damit verschwenden musst, an der Formulierung zu feilen

Betreff: Wichtig: Rückmeldung / Anfrage zur Barrierefreiheit unserer [Website/App/Dienstleistung]

Hallo [Name des Empfängers/der Abteilung],

ich melde mich heute bei Ihnen/Euch bezüglich der Barrierefreiheit unserer [Website/App/Dienstleistung, z.B. Online-Shop, interne Anwendung, Dokumente]. Wie Sie/Ihr wisst, sind wir gemäß dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) verpflichtet, unsere digitalen Angebote barrierefrei zugänglich zu machen und eine entsprechende Erklärung zu veröffentlichen.

Für die Erstellung und Aktualisierung unserer Barrierefreiheitserklärung benötigen wir eine Übersicht über den aktuellen Stand der Barrierefreiheit in Ihrem/Eurem Verantwortungsbereich. Könnten Sie/Ihr uns/mir bitte mitteilen:

- Welche Inhalte oder Funktionen in Ihrem/Eurem Bereich sind bereits barrierefrei (entsprechend WCAG 2.1 Level AA)?
- Wo gibt es noch bekannte Barrieren oder Bereiche, die nicht vollständig barrierefrei sind (z.B. ältere Dokumente, spezielle Funktionen)?
- Gibt es bereits Pläne oder Zeitpläne für die Behebung dieser Barrieren?

Diese Informationen sind entscheidend, um unsere Erklärung korrekt und transparent zu gestalten.

Für Rückfragen stehe ich Ihnen/Euch jederzeit gerne zur Verfügung.

Vielen Dank für Ihre/Eure Unterstützung bei der Umsetzung der Barrierefreiheit!

Mit freundlichen Grüßen

[Dein Name & Infos]

## **Fragen & Antworten**

### **Ist %22einfache Sprache%22 dasselbe wie %22Leichte Sprache%22?**

Nein. Auch wenn beide das Ziel haben, Texte verständlicher zu machen, gibt es Unterschiede. Einfache Sprache richtet sich an eine breitere Zielgruppe und nutzt allgemeine Stilmittel wie kurze Sätze, aktive Sprache und Alltagswörter. Sie ist für die meisten Menschen gut verständlich.

Leichte Sprache ist noch stärker vereinfacht, hat noch strengere Regeln und ist speziell für Menschen mit sehr starken kognitiven Einschränkungen oder geringen Deutschkenntnissen gedacht. Sie wird oft von zertifizierten Übersetzer:innen erstellt.

Die SOP 12 konzentriert sich auf die „einfache Sprache“, die du in den meisten Fällen anwenden solltest.

### **Kann ich durch einfache Sprache professionell oder kompetent wirken? Verliere ich an Glaubwürdigkeit?**

Im Gegenteil! Wenn du einfache Sprache verwendest, zeigst du, dass du deine Zielgruppe ernst nimmst und möchtest, dass deine Botschaft wirklich ankommt. Das erhöht deine Glaubwürdigkeit und dein professionelles Auftreten. Komplizierte Sprache kann schnell elitär oder unverständlich wirken, was das Vertrauen eher untergräbt. Dein Wissen wird nicht weniger, nur weil du es verständlich vermittelst.

### **Wie gehe ich mit etablierten Fachbegriffen um, die ich nicht einfach ersetzen kann, weil sie jeder kennen sollte?**

Das ist eine gute Frage.

Nicht jeder Fachbegriff muss zwingend vermieden werden.

Wenn ein Fachbegriff in deiner speziellen Branche oder für deine Zielgruppe gängig und bekannt ist (z.B. „Cookie“ im Internetkontext), kannst du ihn verwenden.

Wichtig ist aber, dass du im Zweifelsfall eine kurze, prägnante Erklärung lieferst, wenn du ihn zum ersten Mal benutzt. Das hast du ja auch schon am Beispiel „Multifaktor-Authentifizierung“ gesehen. Stell dir immer die Frage: Würde jemand, der neu in diesem Thema ist, diesen Begriff verstehen?

### **Gibt es Ausnahmen, wann ich KEINE einfache Sprache verwenden sollte?**

Im Allgemeinen solltest du, wo immer möglich, einfache Sprache verwenden. Es gibt jedoch wenige Ausnahmen. Zum Beispiel in sehr spezifischen wissenschaftlichen Publikationen oder hochspezialisierten technischen Dokumentationen, die sich ausschließlich an ein Fachpublikum richten, das mit der Terminologie vertraut ist.

Auch bei gesetzlich vorgeschriebenen Formulierungen in offiziellen Dokumenten, die unverändert bleiben müssen (wie in Schritt 4 beschrieben), darfst du den Rechtstext selbst nicht ändern – aber du musst ihn erklären !

### **Meine Texte sind schon kurz und haben aktive Sprache. Reicht das schon für %22einfache Sprache%22?**

Es ist auf jeden Fall ein guter Anfang!

Kurze Sätze und aktive Sprache sind zwei sehr wichtige Merkmale, aber „einfache Sprache“ ist mehr als das. Achte auch auf die Wahl der Alltagswörter, das Vermeiden von doppelte Verneinungen und einen klaren Satzbau ohne verschachtelte Nebensätze.

Auch die Strukturierung mit kurzen Absätzen, Zwischenüberschriften und Listen spielt eine große Rolle, wie in Schritt 2 beschrieben.

Die Tools und Prüfwerte in Schritt 3 können dir helfen, deine Texte umfassend zu bewerten.

**Wie kann ich feststellen, ob meine vereinfachten Texte auch wirklich ankommen und verstanden werden?**

Besonders wichtig sind Nutzer:innen-Tests , bei denen du direkt Feedback einholst. Du kannst Proband:innen bitten, deine Texte zu lesen und dann Fragen zum Inhalt stellen oder sie bitten, eine Aufgabe basierend auf dem Text auszuführen. Auch A/B-Tests, wie in der SOP erwähnt, sind super, um die Performance zu vergleichen. Und vergiss nicht deinen Feedback-Mechanismus aus SOP 7 – nutze alle Kanäle, um zu erfahren, ob deine Texte wirklich verstanden werden!