Verständlich informieren: Direkt – klar – nützlich!

Wie gestaltet man Informationen so, dass sie die Adressaten punktgenau erreichen und von ihnen auch verstanden werden? Diese Frage spielt unter anderem bei der Wissensweitergabe eine zentrale Rolle. Wichtige Erkenntnisse zu diesem komplexen Sachverhalt lassen sich durch Verständlichkeitsforschung erzielen. Zu nennen ist in diesem Kontext insbesondere das Projekt „start-klar". Es hat exemplarisch Informationsblätter, Formulare, und Dokumente (Online / Offline) für Studienanfänger auf ihre Verständlichkeit und Nutzbarkeit hin untersucht. Dazu wurden verschiedene Methoden und insbesondere Eye-Tracking eingesetzt. Diese Verfahren erlaubten empirische und valide Rückschlüsse, z.B. in welcher Reihenfolge Seiten und Informationen angesehen und durch den Leser weiterverarbeitet wurden, welche Seitenbereiche störend oder ablenkend waren und welche Elemente als überflüssig galten. Die so gewonnenen Daten dienten ihrerseits zur Optimierung der Informationsmaterialien und wurden vergleichend (vorher – nachher) in ihrer Wirksamkeit evidenzbasiert ausgewertet.

Dass Verständlichkeitsforschung in Textoptimierung münden soll, ist naheliegend und Teil des innovativen Pilot-Projekts „start-klar". Neben einer klassisch textorientierten Perspektive haben sich kommunikation- und produktionsorientierte Ansätze etabliert. Neue mediale Textformationen, bzw. die digitale Einbettung von Texten in digitale Kontexte hat in den vergangenen 20 Jahren die Perspektive einer Textoptimierung erweitert und verschoben. Die Forschung stellt theoretische Konzepte zur Modellierung sowie Merkmale und Kriterien bereit. Praktisch angewendet dienen diese dann einer Analyse und gezielten Verbesserung.

Berücksichtigung der Leserschaft

Neben dem Fokus auf „Verständlichkeit" spielte für den Informationstransfer immer auch die Zielgruppenorientierung eine zentrale Rolle. [1] Im Pilotprojekt wurden daher nicht nur Analyse mit Optimierung verbunden und klassische hermeneutisch Zugriffe mit modernen Verfahren (eye-tracking) kombiniert, sondern zudem authentische Szenarien von Usability durchgespielt.

Angehende bzw. potenzielle Studierende mussten konkrete Aufgabestellungen bearbeiten und wurden dabei beobachtet. Die typischen Nutzeranforderungen (user needs) waren Ausgangs- und Zielpunkt für die Verbesserung der Informationsangebote und lassen sich somit leicht auf andere kommunikative Anforderungsprofile übertragen. Effektivität, Effizienz und zielorientiertes Zufriedenstellen von Informationsbedürfnissen waren die leitenden Prinzipien.

Für eine gelingende Informationsvermittlung spielt demnach die zielgruppenadäquate Gestaltung eine herausragende Rolle für den gelingenden Informationsaustausch. Die Herausforderung besteht darin, die verschiedenen Aspekte adäquat aufeinander abzustimmen und in „Passung" zu bringen. Dafür gibt es keine Patentrezepte, sondern es bedarf begründeter Entscheidungen, was, wem, warum, womit und wie an Wissen vermittelt wird. Entsprechend sind Sprache, Didaktik und Medien auf der Grundlage einer intendierten und zielgerichteten Wissensvermittlung mit Akteuren und Situationen verzahnt. [2, 3]

Beispiel: Optimale Textgestaltung

Vordergründig erscheint die Gestaltung eines Textes zunächst nebensächlich für den Informationswert, bei genauerer Betrachtung bildet sie aber ein zentrales Element für das schnelle Erfassen von Inhalten, die einfache Orientierung im Text schafft und Anreize zum vertieften Weiterlesen und Verstehen bietet (siehe Tabelle). Textdesign ist also mehr als die äußere Form des Inhalts, sondern in mehrfacher Hinsicht eine Visitenkarte für den Autor bzw. die Institution und die Basis für eine gute Kooperation mit dem Adressaten. An optischer Struktur gewinnt ein Text durch gliedernde Elemente, die Hervorhebung von Wichtigkeiten, die Verwendung verschiedener Farben, seine Formatierung und die Anpassung des Textaufbaus an den Textinhalt. Vergleichbar der Benutzeroberflächen in der digitalen Informationsfülle leistet das Textdesign einen unmittelbaren Beitrag zur „Usability".

	Dimensionen des Wissenstransfers	Planungsdimensionen	Operationalisierung
I.	Intentionen	Zielbestimmung	Lernziele
II.	Akteure (Produzenten/Adressaten)	Zielgruppenanalyse	Lerntypen
III.	Themen	Stoffanalyse	Lerninhalte
IV.	Situationen und Anlässe	Situationsanalyse	Lernarrangements
V.	Methoden	Methodenanalyse	Erkenntniswege
VI.	Medien	Medienanalyse	Lernmedien

Dimensionen und Operationalisierung des Wissenstransfers

Fazit

Gerade die lange vernachlässigte interne Unternehmenskommunikation wirkt als Corporate Identity identitätsstiftend. Eine gut verständliche Darstellung und eine ansprechende Form schaffen Akzeptanz für Inhalte und Transparenz für Abläufe; sie helfen Missverständnisse zu vermeiden und unnötige Rückfragen zu reduzieren. Bereits mit kleinen formalen und gestalterischen Mitteln lässt sich die Lesbarkeit deutlich verbessern – mit geringem Aufwand für den Autor und großen Nutzen für den Adressaten. Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass die Untersuchung und Optimierung der internen Kommunikation aus dem langen Schatten des Marketings und der externen Unternehmenskommunikation langsam, aber stetig heraustritt.

Quellen:

[1] Ballod, Matthias (2020): Klar-text in Organisationen. Ein Ratgeber zur Optimierung administrativer Informationen. Wiesbaden: Springer VS.

[2] Ballod, Matthias (2011): Informationen und Wissen im Griff. Effektiv informieren und effizient kommunizieren. Bielefeld: W. Bertelsmann.

[3] Ballod, Matthias (2007): Informationsökonomie -- Informationsdidaktik. Strategien zur gesellschaftlichen, organisationalen und individuellen Informationsbewältigung und Wissensvermittlung. Bielefeld: W. Bertelsmann

Der Autor:

Dr. Matthias Ballod ist Universitätsprofessor für Informationsdidaktik. Als Experte für Wissenskommunikation / Wissensmanagement berät er Unternehmen und Organisationen zum Einsatz digitaler Bildungsmedien, KI-Technologien sowie zur Prozessoptimierung, speziell der internen Kommunikation.

✉ ballod@wissensmanagement.net

Das Buch zum Thema

Prof. Dr. Matthias Ballod
Klar-text in Organisationen.
Ein Ratgeber zur Optimierung administrativer Informationen

168 Seiten, 49,99 Euro, ISBN: 978-3-65831-763-8, Springer VS 2020