



05.10.2018

PRESSEMITTEILUNG

Bayerische Landtagswahl 2018: Einige Wahlprogramme sind nur schwer verständlich

Verständlichkeits-Check der Universität Hohenheim: Analyse zur bayerischen Landtagswahl / Wahlprogramm der CSU schneidet sprachlich am besten ab

PRESSEFOTOS unter www.uni-hohenheim.de

Komplizierte Fremdwörter, „Denglish“ und Monster-Sätze: Kurz vor der Landtagswahl 2018 in Bayern haben Kommunikationswissenschaftler der Universität Hohenheim in Stuttgart die Wahlprogramme der Parteien auf ihre formale Verständlichkeit hin untersucht. Ihr Ergebnis: Einige Programme sind sprachlich nur schwer verständlich. Die Studie im Detail unter www.uni-hohenheim.de/presse

„Wie schon bei der bayerischen Landtagswahl 2013 und bei der Europawahl 2014 hat die CSU auch zur Landtagswahl 2018 das sprachlich mit Abstand verständlichste Wahlprogramm vorgelegt“, sagt Prof. Dr. Frank Brettschneider, Kommunikationsexperte an der Universität Hohenheim und Leiter der Studie. „Ein Wert von 12,8 Punkten auf dem Hohenheimer Verständlichkeitsindex kann sich sehen lassen. Bei den anderen Parteien ist hingegen noch viel Luft nach oben. Schlusslicht ist die AfD mit 6,2 Punkten.“

Anhand des Hohenheimer Verständlichkeitsindex und mit Hilfe der Verständlichkeitssoftware „TextLab“ können die Wissenschaftler die Gründe für die Unverständlichkeit der Wahlprogramme benennen: komplizierte und unverständliche Fach- und Fremdwörter, Anglizismen, „Denglish“ und Satz-Monster mit mehr als 20 Wörtern, also Bandwurmsätze und Schachtelsätze. Die Probleme der Wahlprogramme haben Prof. Dr. Brettschneider und Claudia Thoms, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachgebiet Kommunikationstheorie an der Universität Hohenheim, in Zahlen ausgedrückt. Der Hohenheimer Verständlichkeitsindex reicht von 0 (völlig unverständlich) bis 20 (sehr verständlich). Er wird von der Software „TextLab“ berechnet.

Analysiert wurden CSU, SPD, FDP, Bündnis 90/Die Grünen, Die Linke und die AfD. Berücksichtigt wurden die Parteien, die entweder im Deutschen Bundestag oder in mindestens drei Landtagen vertreten sind. Das langfristige Forschungsprojekt ist eine Kooperation mit der Agentur H & H CommunicationLab aus Ulm.

Fremdwörter, Anglizismen und Satz-Monster

Verstehen alle Wählerinnen und Wähler den Inhalt, wenn die Grünen von „Haltungskennzeichnung“ reden? Oder die CSU von „Smart- und Bürgerbussen“, die AfD von „Vergemeinschaftung“, die Linke von „Selbstvertretungsorganisationen“, die SPD von „energetischer Sanierung“, die FDP von „Bildungskette“ und „Sachaufwandsträger“? Solche Fachbegriffe sind für die Mehrheit der Wählerinnen und Wähler genauso unverständlich wie die zahlreichen Anglizismen: „Smart Grids“ (Grüne), „Fast Lanes“ (CSU), „Share Deals“ (Linke), „Learning Management Systeme“ (FDP), „Gender Mainstreaming“ (AfD), „Gender Budgeting“ oder „Teamteaching“ (SPD).

Darüber hinaus erhöhen lange, zusammengesetzte Wörter nicht gerade die Lesbarkeit der Wahlprogramme: „Allgemeinverbindlichkeitserklärung“ (Linke), „Abschiebehafteinrichtung“ (CSU), „Finanzkraftstrukturausgleich“ (AfD).

In allen Wahlprogrammen finden sich Verstöße gegen Verständlichkeits-Regeln. „Neben den Fremdwörtern, Anglizismen und Fachbegriffen sind es auch die Bandwurmsätze, die die Wahlprogramme so unverständlich machen“, sagt Prof. Dr. Brettschneider. „Wir haben in allen Wahlprogrammen solche Satz-Ungetüme mit teilweise mehr als 40 Wörtern gefunden.“

Bayern im Ländervergleich auf Platz 2

Im Schnitt zeigt sich: Die aktuellen Wahlprogramme aus Bayern sind im Vergleich etwas verständlicher als die Wahlprogramme in anderen Bundesländern. Mit einem Durchschnitt von 9,0 liegen die bayerischen Wahlprogramme auf Platz 2.

Die Landtagswahl mit den im Schnitt formal verständlichsten Programmen fand 2016 in Mecklenburg-Vorpommern statt (9,1 Punkte). Die formal unverständlichsten Programme fanden sich 2014 bei der Landtagswahl in Sachsen (6,7 Punkte).

Fordernde Wortwahl bei allen Parteien

Bei den Begriffen, die häufig in den Wahlprogrammen genannt werden, ähneln sich die meisten Wahlprogramme, erklärt Claudia Thoms. „Begriffe wie ‚Menschen‘ und ‚Bayern‘ sind besonders häufig zu finden. In den Wahlprogrammen der AfD, der Linken und der FDP wird zudem der Parteiname besonders häufig genannt.“

Alle Parteien wollen „mehr“. FDP und AfD „fordern“ relativ häufig, während Grüne „schaffen“ und „fördern“ wollen. Die CSU möchte häufig „stärken“, „schaffen“ und „unterstützen“.

Claudia Thoms stellt fest: „Eine Betrachtung der für die Wahlprogramme typischen Adjektive deutet auf die klassischen Themenschwerpunkte der Parteien hin. Während Grüne, Linke und SPD etwas häufiger sozial-, arbeits- und umweltbezogene Adjektive verwenden, stechen bei der AfD solche Adjektive heraus, die einen Bezug zum Thema Kriminalität haben. Die CSU ist sprachlich vor allem ‚visionär‘, bei der FDP finden sich häufig Bezüge zu ‚liberal‘.“

Unverständliche Wahlprogramme – eine verschenkte Kommunikationschance

Mit der formalen Unverständlichkeit verschenken die Parteien eine Kommunikationschance bei den Bürgerinnen und Bürgern, stellt Prof. Dr. Brettschneider fest. „Obwohl nur sehr wenige

Menschen die Wahlprogramme komplett und intensiv durchlesen, sollen Wahlprogramme eigentlich dazu dienen, Wählerinnen und Wähler zu gewinnen oder zu halten.“ Aus den Programmen leiten sich außerdem andere Kommunikationsmittel ab, die für eine Wahl wichtig sind: Wahlplakate, Homepage und Broschüren. „Selbst wenn die Wähler nicht das gesamte Programm lesen, so schauen sich einige von ihnen doch zumindest die Passagen an, die sich auf Themen beziehen, die ihnen wichtig sind“, sagt Prof. Dr. Brettschneider.

Neben der Funktion, Wählerinnen und Wähler zu halten oder neue zu gewinnen, sind die Programme auch innerhalb der Partei von Bedeutung, betont der Kommunikationsexperte. „Während der Arbeit am Programm klären die Mitglieder innerparteiliche Positionen und bündeln verschiedene Interessen. Der Parteiführung dient das Programm nach der Wahl als Grundlage für Koalitionsverhandlungen oder für die Arbeit in der Opposition. Entgegen landläufigen Behauptungen halten sich Parteien nach den Wahlen auch häufig an ihre Programm-Aussagen.“

Wahlprogramme aus Sicht von Parteimitgliedern

Wie Parteimitglieder Wahlprogramme wahrnehmen, ist bislang kaum erforscht. Bei einer Online-Umfrage der Universität Hohenheim im Jahr 2010 gaben 828 Parteimitglieder an, vor allem die Kurzversion des Wahlprogramms für ein wichtiges Wahlwerbemittel zu halten. Es sei nützlicher, besser gestaltet, überzeugender, interessanter und verständlicher als die Langfassung. Lediglich die Mitglieder der Grünen stufen die Langversion als sehr wichtig ein.

„Fast 50 Prozent der befragten Parteimitglieder gaben an, die Kurzversion ihres Wahlprogramms vollständig gelesen zu haben“, so Prof. Dr. Brettschneider. „Von der Langversion behaupten das nur 16 Prozent.“

Parteiübergreifend werden die Kurzfassungen als ein wirksames Wahlwerbemittel gesehen: Sie erfüllen aus Sicht der Parteimitglieder am stärksten die Funktion, die Wähler von der Wahl der jeweiligen Partei zu überzeugen. Diese Funktion wird den Langfassungen am wenigsten zugesprochen. „Die Langfassungen dagegen gelten unter den Mitgliedern als Instrument, um dem Wahlkampf eine Richtung zu geben und um in eventuellen Koalitionsverhandlungen eine Richtlinie zu haben“, erklärt Prof. Dr. Brettschneider. „Eine Funktion, die wiederum den Kurzfassungen am wenigsten zugesprochen wird. Es gibt also eine klare Arbeitsteilung zwischen den Lang- und den Kurzfassungen.“

Prof. Dr. Brettschneider betont jedoch: „Die von uns gemessene formale Verständlichkeit ist natürlich nicht das einzige Kriterium, von dem die Güte eines Wahlprogramms abhängt. Deutlich wichtiger ist der Inhalt. Unfug wird nicht dadurch richtig, dass er formal verständlich formuliert ist. Und unverständliche Formulierungen bedeuten nicht, dass der Inhalt falsch ist. Formale Unverständlichkeit stellt aber eine Hürde für das Verständnis der Inhalte dar“.

HINTERGRUND: Der Hohenheimer Wahlprogramm-Check

Die Wahlprogramme sind ein Kommunikationsmittel der Parteien, um die eigenen Positionen darzulegen. Seit 2009 untersucht das Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Kommunikationstheorie, an der Universität Hohenheim im „Wahlprogramm-Check“ in Kooperation mit der Ulmer Agentur für Verständlichkeitsmessung H&H CommunicationLab u.a. folgende Fragen: Kommunizieren die Parteien in ihren Wahlprogrammen so verständlich, dass die Wahlberechtigten sie verstehen können? Welche Verständlichkeits-Hürden finden sich in den

Wahlprogrammen? Und welche Begriffe dominieren in den Programmen?

Möglich werden diese Analysen durch die von H&H Communication Lab GmbH und von der Universität Hohenheim entwickelte Verständlichkeitssoftware „TextLab“. Diese Software berechnet verschiedene Lesbarkeitsformeln sowie Textfaktoren, die für die Verständlichkeit relevant sind (z.B. Satzlängen, Wortlängen, Schachtelsätze und den Anteil abstrakter Wörter).

Aus diesen Werten setzt sich der „Hohenheimer Verständlichkeitsindex“ zusammen, der die Verständlichkeit der Programme und Texte auf einer Skala von 0 (unverständlich) bis 20 (sehr verständlich) abbildet. Zum Vergleich: Doktorarbeiten in Politikwissenschaft haben eine durchschnittliche Verständlichkeit von 4,3 Punkten. Hörfunk-Nachrichten kommen im Schnitt auf 16,4 Punkte, Politik-Beiträge überregionaler Zeitungen wie der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Welt, der Süddeutschen Zeitung oder der taz auf Werte zwischen 11 und 14.

Text: Elsner

Kontakt für Medien:

Prof. Dr. Frank Brettschneider, Universität Hohenheim, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insbes. Kommunikationstheorie
T 0711 459 24030, E frank.brettschneider@uni-hohenheim.de