

Lesbarkeit von digitalen Texten

So verbessern Sie die Lesbarkeit von digitalen Texten

Dieses Material ist im Rahmen des Projekts digiLL_COM entstanden. Das Projekt wird im Rahmen der Förderlinie OE_COM vom Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.

Impressum:

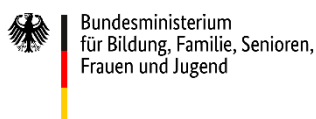
Team Digitale Lehre, Dr.' Alexandra Habicher, Dr.' Melanie Weitz, Ina Giebeler

Universität zu Köln

Zentrum für Lehrer*innenbildung

Kontakt: zfl-oer@uni-koeln.de

Gefördert vom:



Inhaltsverzeichnis

1 Unterschied von digitalen Texten und Texten auf Papier	3
1.1 Kategorie 1: Klarheit	4
1.1.1 Text strukturieren.....	4
1.1.2 Klare Satzaussage	5
1.1.3 Satzaussage an den Satzanfang	5
1.2 Kategorie 2: Prägnanz.....	6
1.2.1 Kurze Absätze	6
1.2.2 Kurze Sätze	6
1.2.3 Kurze Wörter	6
1.2.4 Füllwörter vermeiden.....	7
1.2.5 Wenn möglich, auf Modalverben verzichten	7
1.3 Kategorie 3: Einfachheit.....	8
1.3.1 Nominalstil vermeiden.....	8
1.3.2 Aktive Verben verwenden	9
1.3.3 Wenn möglich, Fremdwörter vermeiden.....	9
1.3.4 Positiv schreiben.....	10
1.4 Kategorie 4: Anregende Zusätze	10
1.4.1 Bildhaft schreiben oder vergleichen	10
1.4.2 Beispiele, Abbildungen, Grafiken, Videos und H5P-Elemente verwenden	11
1.4.3 Hervorhebungen	11
1.4.4 Mit direkten Zitaten sparsam umgehen.....	12
2 Nützliche Links.....	13
3 Literaturverzeichnis.....	14

1 Unterschied von digitalen Texten und Texten auf Papier

Beim Lesen von digitalen und auf Papier geschriebenen Texten gibt es deutliche Unterschiede. Inhalte längerer Sachtexte am Bildschirm werden nicht so gut verarbeitet und behalten wie Texte auf Papier. Die Ursache ist vermutlich das veränderte Leseverhalten: Bei digitalen Texten liest man generell schneller und überfliegt Texte nur. Außerdem assoziieren Menschen den Bildschirm mit Konsum und leichter Kost (vgl. Müller-Schmieg, 2024). Vertieftes Lesen am Bildschirm ist somit herausfordernder als auf Papier, „doch es kann trotzdem gelingen, wenn Sie dabei gezielt vorgehen“ (Musumeci, 2022).

Doch wie schreibt man digitale Texte, so dass sie von allen gelesen und verstanden werden und auch noch positiv im Gedächtnis bleiben? Dafür sollte man sich vor dem Schreiben über folgende Fragen Gedanken machen:

- Wer ist Ihre Zielgruppe?
- Welche Tonalität favorisiert Ihre Zielgruppe (formell, humorvoll, ernsthaft...)?
- Wie möchte Ihre Zielgruppe angesprochen werden (Du, Sie, Euch)?
- Welche Bedürfnisse, Ansprüche und Interessen hat Ihre Zielgruppe?
- Welche Voraussetzungen bringt Ihre Zielgruppe mit?
- Welche Erwartungen hat Ihre Zielgruppe an Ihren Text?
- Was ist für Ihre Zielgruppe relevant?
- Welchen Nutzen können Sie Ihrer Zielgruppe bieten? Was kann Ihre Zielgruppe aus Ihrem Text mitnehmen?
- Welches Ziel verfolgen Sie mit Ihrem Text?
- Welche Rolle spielt Ihr Text in einem größeren Zusammenhang, z. B. innerhalb eines Lernmoduls?

An den Antworten sollte sich der Schreibstil orientieren. Als Werkzeuge können folgende Tipps dienen, die sich in die 4 Kategorien **Klarheit**, **Prägnanz**, **Einfachheit** und **Anregende Zusätze** einteilen lassen:

1.1 Kategorie I: Klarheit

1.1.1 Text strukturieren

Klären Sie zunächst den Zweck Ihres Textes und strukturieren Sie Ihren Text dann so, dass der Zweck erfüllt wird.

Die Struktur Ihres Textes sollte auf den ersten Blick erkennbar sein. Machen Sie also die Struktur Ihres Textes im Layout sichtbar. Das kann z. B. durch einen neuen Absatz für einen neuen Gedanken, Aufzählungen oder Zwischenüberschriften geschehen.

(Zwischen-)Überschriften sollten kurz und präzise sein (zwischen 5 und 10 Wörtern), den Inhalt der Seite/des Absatzes klar abbilden und dort platziert sein, wo es sinnvoll ist, um Themen voneinander zu trennen. Aufzählungen sollten aus wenigen kurzen Punkten bestehen.

Beispiel:

So nicht:

Besser:

<p>In den bisherigen Kapiteln wurde beschrieben, was es bedeutet, in einer Datengesellschaft zu leben, wie sich die digitale Transformation als ein Wechselwirkungsdreieck darstellt, und was der Begriff Big Data bezeichnet. Einen kritischen Blick auf die Beziehung zwischen Big Data und wirtschaftlichen Verwertungsinteressen warf das vorangegangene Kapitel zum "Überwachungskapitalismus". Wenn der Umgang mit digitalen Daten in unserer Welt unvermeidbar ist und dieser zugleich vielfältige Konsequenzen für unsere Entscheidungen und Handlungen hat, stellt sich die Frage, welche Lern- und Bildungsspekte damit verbunden sind. Schließlich geht es um ein selbstbestimmtes und souveränes Leben in einer datifizierten Welt. Als begrifflicher Rahmen wird hier Big Data Literacy vorgeschlagen. Dieser bezeichnet ein Bewusstsein und Verständnis davon, wie Daten gesammelt, ausgewertet und verwendet werden und welche gesellschaftlichen Auswirkungen algorithmenbasierte Datensysteme haben. Die Kritik an Big Data und die Ermächtigung des Einzelnen mithilfe von Bildungsangeboten sehen sich mehreren Herausforderungen gegenüber. Dazu zählen die Intransparenz der Verarbeitungsprozesse von Daten (Algorithmen als Black-Box), die globale Verteilung der Daten, die Dynamik der Entwicklungen und die privatwirtschaftlichen Verwertungsinteressen und Machtpositionen der Internet-Konzerne. Somit stellt sich die Frage, wie tief ein grundlegendes Verständnis über Big Data reichen muss, damit informierte Entscheidungen über diese algorithmischen Systeme möglich sind. Mit Blick auf Big Data Literacy und konkrete Anwendungsfelder von Big Data Analytics Systemen und Automatischen Entscheidungssystemen lassen sich kritische Fragen stellen, wie beispielsweise: Woher kommen die gesammelten Daten und welche Qualität haben sie? Welche Daten werden einbezogen, welche nicht? Kann das Zustandekommen des algorithmisch erzeugten Ergebnisses erklärt und begründet werden? Ist der Algorithmus fair oder benachteiligt er bestimmte Personengruppen? Welchen Zweck hat das System? Wer hat mit welcher Absicht diesen Algorithmus entwickelt? Die umfassende Beantwortung dieser und weiterer Fragen kann möglicherweise für den Einzelnen nicht zufriedenstellend gelingen, weil die dazu notwendigen Hintergrundinformationen fehlen oder das informatische Fachwissen nicht vorhanden ist. Derartige Fragen sind auch Gegenstand einer professionellen Technologiefolgenbewertung im Dialog mit den Systementwicklern und -verantwortlichen. In ihrer allgemeinen Ausrichtung tragen sie auch für Bürger:innen dazu bei, zu einer begründeten Position und selbstbestimmten Haltung gegenüber diesen datengesteuerten Technologien zu finden.</p>	<p>Was bedeutet "Big Data Literacy"?</p> <p>In den bisherigen Kapiteln wurde beschrieben, was es bedeutet, in einer Datengesellschaft zu leben, wie sich die digitale Transformation als ein Wechselwirkungsdreieck darstellt, und was der Begriff Big Data bezeichnet. Einen kritischen Blick auf die Beziehung zwischen Big Data und wirtschaftlichen Verwertungsinteressen warf das vorangegangene Kapitel zum "Überwachungskapitalismus".</p> <p>1. Bildungsziel Selbstbestimmung in der digitalen Welt</p> <p>Wenn der Umgang mit digitalen Daten in unserer Welt unvermeidbar ist und dieser zugleich vielfältige Konsequenzen für unsere Entscheidungen und Handlungen hat, stellt sich die Frage, welche Lern- und Bildungsspekte damit verbunden sind. Schließlich geht es um ein selbstbestimmtes und souveränes Leben in einer datifizierten Welt. Als begrifflicher Rahmen wird hier Big Data Literacy vorgeschlagen. Dieser bezeichnet ein Bewusstsein und Verständnis davon, wie Daten gesammelt, ausgewertet und verwendet werden und welche gesellschaftlichen Auswirkungen algorithmenbasierte Datensysteme haben.</p> <p>2. Kritik und Grenzen</p> <p>Die Kritik an Big Data und die Ermächtigung des Einzelnen mithilfe von Bildungsangeboten sehen sich mehreren Herausforderungen gegenüber. Dazu zählen die Intransparenz der Verarbeitungsprozesse von Daten (Algorithmen als Black-Box), die globale Verteilung der Daten, die Dynamik der Entwicklungen und die privatwirtschaftlichen Verwertungsinteressen und Machtpositionen der Internet-Konzerne. Somit stellt sich die Frage, wie tief ein grundlegendes Verständnis über Big Data reichen muss, damit informierte Entscheidungen über diese algorithmischen Systeme möglich sind. Mit Blick auf Big Data Literacy und konkrete Anwendungsfelder von Big Data Analytics Systemen und Automatischen Entscheidungssystemen lassen sich kritische Fragen stellen, wie beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Woher kommen die gesammelten Daten und welche Qualität haben sie? • Welche Daten werden einbezogen, welche nicht? • Kann das Zustandekommen des algorithmisch erzeugten Ergebnisses erklärt und begründet werden? • Ist der Algorithmus fair oder benachteiligt er bestimmte Personengruppen? • Welchen Zweck hat das System? • Wer hat mit welcher Absicht diesen Algorithmus entwickelt? <p>Die umfassende Beantwortung dieser und weiterer Fragen kann möglicherweise für den Einzelnen nicht zufriedenstellend gelingen, weil die dazu notwendigen Hintergrundinformationen fehlen oder das informatische Fachwissen nicht vorhanden ist. Derartige Fragen sind auch Gegenstand einer professionellen Technologiefolgenbewertung im Dialog mit den Systementwicklern und -verantwortlichen. In ihrer allgemeinen Ausrichtung tragen sie auch für Bürger:innen dazu bei, zu einer begründeten Position und selbstbestimmten Haltung gegenüber diesen datengesteuerten Technologien zu finden.</p>
--	---



Gegenüberstellung: Text ohne Struktur – Text mit Struktur | ZfL der Universität zu Köln | [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Lesbarkeit von digitalen Texten – So verbessern Sie die Lesbarkeit von digitalen Texten | digiLL_COM | [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Durch die Strukturierung wird der Text übersichtlicher und die Hauptpunkte können schnell erfasst werden. Ein (optischer) roter Faden wird also erstellt, wodurch der Lesewiderstand reduziert wird.

1.1.2 Klare Satzaussage

Digitales Lesen geschieht oft mobil. Das heißt, viele Texte werden unterwegs gelesen, zwischendurch, mit vielen Unterbrechungen. Daher ist die Aufmerksamkeit reduziert.

„Deshalb: ein Satz eine Aussage. Und: Ein Gedankengang ein Absatz.“
(Praske, 2019)

Auf diese Weise kann der/die Leser*in dem Text besser folgen.

Tipp: Schreiben Sie schnell. Dadurch schreiben Sie automatisch verständliche Sätze.

1.1.3 Satzaussage an den Satzanfang

Verben sind Träger der Satzaussage. Da Leser*innen nach der Satzaussage suchen, sollten Verben am Satzanfang stehen. Dadurch werden die Sätze verständlicher und die Satzaussage schneller erfasst.

Wenn möglich, vermeiden Sie auch zusammengesetzte Verben.

Beispiel:

So nicht: „Um das Klima zu schützen, bauen viele Hausbesitzer Wärmepumpen ein.“

Besser: „Viele Hausbesitzer bauen Wärmepumpen ein, um das Klima zu schützen.“

1.2 Kategorie 2: Prägnanz

1.2.1 Kurze Absätze

Hier gilt die Devise: So lang wie nötig, so kurz wie möglich.

Halten Sie Absätze kompakt, indem Sie einen Gedankengang in wenigen Sätzen erläutern. Somit wird einerseits das Scannen des Textes erleichtert und andererseits verhindert, dass der/die Leser*in von einer Textflut überwältigt wird.

1.2.2 Kurze Sätze

Vermeiden Sie lange Schachtelsätze, da kurze Sätze leichter zu verstehen sind. Digitale Sätze sollten maximal zwischen 15 und 20 Wörter umfassen. Bei mehr Wörtern sollten zwei Sätze daraus formuliert werden.

„Hauptaussagen in Hauptsätzen, Nebensächliches in Nebensätze.“ (Praske, 2019)

Merke: Je einfacher die Sprache ist, desto klarer ist die Satzaussage.

Beispiel:

So nicht: „Obwohl die meisten Schüler, die sich intensiv auf die Prüfung vorbereitet hatten, überzeugt waren, dass sie gut abschneiden würden, gab es dennoch einige, die sich über ihre Leistungen sorgten.“

Besser: „Die meisten Schüler waren gut vorbereitet und dachten, sie würden gut abschneiden. Dennoch sorgten sich einige über ihre Leistungen.“

1.2.3 Kurze Wörter

Vermeiden Sie zu lange Wörter, da auch sie – analog zur Satzlänge – Auswirkungen auf die Textverständlichkeit haben. Aber Achtung: Das bedeutet nicht, dass Sie Ihren Text mit Abkürzungen spicken sollen. Verwenden Sie vielmehr kürzere Synonyme, Genitiv-Umschreibungen, Koppelungen oder ersetzen Sie Fremdwörter.

Beispiel:

So nicht: „Internationale Kommunikationsstrategien beeinflussen wirtschaftspolitische Entscheidungsprozesse in multinationalen Großkonzernen erheblich und nachhaltig.“

Besser: „Internationale Kommunikationsstrategien beeinflussen wichtige wirtschaftliche Entscheidungen großer Firmen deutlich und dauerhaft.“

1.2.4 Füllwörter vermeiden

Füllwörter verlängern Sätze unnötig und verwässern die Aussage.

Vermeiden Sie daher Wörter wie eigentlich, eben, wirklich, etwa, gerade, natürlich... Überprüfen Sie am Ende Ihren Text noch einmal dahingehend, ob alle Wörter auch wirklich notwendig sind.

Beispiel:

So nicht: „Der Text ist eigentlich ganz gut geschrieben und relativ leicht zu verstehen.“

Besser: „Der Text ist gut geschrieben und leicht zu verstehen.“

Eine Liste mit unnötigen Füllwörtern gibt es [im Artikel „Füllwörter – Liste mit Wörtern, die du aus deinen Texten streichen kannst“](#).

1.2.5 Wenn möglich, auf Modalverben verzichten

Wie Füllwörter können auch Modalverben (können, müssen, sollen, wollen, dürfen, mögen/möchten) einen Text unnötig verlängern.

Sofern ein Modalverb für eine Aussage nicht zwingend erforderlich ist, nutzen Sie stattdessen aktive Verben (z. B. im Imperativ). Das macht den Text lebendiger.

Nicht zwingend erforderlich ist ein Modalverb, wenn es z. B. im Konjunktiv II verwendet wird (könnten, müssten, sollten, wollten, dürften, möchten).

Beispiel:

So nicht: „Wir **sollten** noch einkaufen gehen.“ (Modalverb im Konjunktiv II)

Besser: „**Gehen** wir einkaufen.“ (aktives Verb im Imperativ) oder
„Wir **müssen** noch einkaufen gehen.“ (Modalverb im Indikativ)

1.3 Kategorie 3: Einfachheit

1.3.1 Nominalstil vermeiden

Nominalstil bedeutet, dass Sachverhalte und Vorgänge mit Nomen ausgedrückt werden. Beim Nominalstil werden auch Verben und Adjektive in Nomen umgeformt. Er wird insbesondere in politischen, amtlichen und wissenschaftlichen Texten verwendet. Allerdings wirkt er auch gestelzt und erschwert die Verständlichkeit des Textes.

Verwenden Sie stattdessen den Verbalstil, d. h. drücken Sie Sachverhalte und Vorgänge mit Verben bzw. Adjektiven aus. So wird der Text lebendiger, ansprechender und leichter zu verstehen.

Beispiel:

So nicht: „Die Bearbeitung der Hausaufgabe war von langer Dauer.“ (Nominalstil)

Besser: „Es dauerte lange, die Hausaufgabe zu bearbeiten.“ (Verbalstil)

Der [BlaBlaMeter](#) ist ein Online-Tool, mit dem Sie Ihren Text auf Verständlichkeit sowie Ihren Schreibstil überprüfen können.

1.3.2 Aktive Verben verwenden

Schreiben Sie im Aktiv. Dadurch wird Ihr Text lebendiger und verständlicher. Zudem motiviert die aktive Sprache den/die Leser*in.

Beispiel:

So nicht: „Wir wurden im Büro von der Sekretärin begrüßt.“ (passiv)

Besser: „Die Sekretärin begrüßte uns im Büro.“ (aktiv)

1.3.3 Wenn möglich, Fremdwörter vermeiden

Fremdwörter gehören in wissenschaftliche Abhandlungen. In digitalen Texten sind sie meist unnötig.

Nutzen Sie stattdessen einfache, möglichst kurze Wörter oder einen selbsterklärenden Begriff. Diese sind leichter zu verstehen und schneller zu lesen.

Beispiel:

So nicht: Euphemismus

Besser: Beschönigung

Falls die Verwendung von Fremdwörtern bzw. Fachbegriffen notwendig ist, erläutern Sie diese.

Eine [Liste von Fremdwörtern und deren Bedeutung](#) finden Sie auf der Webseite „sprachnudel.de“.

1.3.4 Positiv schreiben

Seien Sie sparsam mit Negativformulierungen.

Ist ein Text positiv geschrieben, ruft er positive Emotionen bei der Leserschaft hervor. Ebenso können negative Formulierungen (z. B. nicht, kein, nicht nur ... sondern auch, weder ... noch) von unserem Gehirn nur schwer verarbeitet werden.

Beispiel:

So nicht: „Weder der Chef noch die Mitarbeiter konnten keine Lösung für das Problem finden.“

Besser: „Sowohl der Chef als auch die Mitarbeiter fanden eine Lösung für das Problem.“

1.4 Kategorie 4: Anregende Zusätze

1.4.1 Bildhaft schreiben oder vergleichen

Bilder und Vergleiche vereinfachen es dem/der Leser*in, abstrakte Sachverhalte zu verstehen. Zudem kann sich der/die Leser*in Dinge durch Bilder, die im Kopf entstehen, besser merken.

Verwenden Sie geläufige, positive Bilder, die leicht verstanden werden.

Beispiel:

So nicht: „Die Rauchschwaden waren sehr hoch.“

Besser: „Die Rauchschwaden waren so hoch wie der Eiffelturm.“

1.4.2 Beispiele, Abbildungen, Grafiken, Videos und H5P-Elemente verwenden

Beispiele, Abbildungen, Grafiken etc. sind anregende Zusätze, die die Verständlichkeit eines Textes erhöhen können. Hier gilt der Grundsatz: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ (bezieht sich auch auf gut gestaltete Grafiken).

Verwenden Sie Abbildungen etc., wenn mit ihnen ein Sachverhalt einfacher erklärt werden kann als durch viele Textzeilen. Verdeutlichen Sie mit Beispielen abstrakte Themen oder Begriffe, um diese verständlicher zu machen.

Beispiel:

Erklärung des abstrakten Begriffs „Freiheit“:

Freiheit bedeutet, die Möglichkeit zu haben, eigene Entscheidungen zu treffen, wie zum Beispiel die Wahl des Berufs oder das Recht, seine Meinung öffentlich zu äußern, ohne unfaire Einschränkungen.

1.4.3 Hervorhebungen

Hervorhebungen helfen dabei, das Augenmerk auf wichtige Stellen im Text zu lenken. Auf diese Weise kann der/die Leser*in den Inhalt des Textes schnell scannen.

Markieren Sie nur die Elemente im Text, die wichtige Punkte herausstellen. Benutzen Sie Hervorhebungen sparsam: Nur Schlüsselbegriffe oder -phrasen sollten markiert werden. Ganze Sätze hervorzuheben, ist eher die Ausnahme.

Entscheiden Sie sich nur für eine Art der Markierung, z. B. nur fett oder nur kursiv. Andernfalls wirkt der Text unruhig.

1.4.4 Mit direkten Zitaten sparsam umgehen

Direkte Zitate können die Wissenschaftlichkeit eines Textes erhöhen, stören aber auch den Lesefluss und erschweren die Verständlichkeit des Textes. Das passiert insbesondere dann, wenn ein Text durch eine Aneinanderreihung von direkten Zitaten erstellt wird – im ungünstigsten Fall ohne weitere eigene Erklärung der Aussagen.

Seien Sie sparsam mit direkten Zitaten und verwenden Sie diese nur, wenn das direkte Zitat einen Mehrwert für Ihren Text bietet, z. B. um eine für den Kontext wichtige Aussage eines Autors dazulegen. Nutzen Sie kurze Zitate. Paraphrasieren Sie in allen anderen Fällen.

Beispiel:

So nicht: Der Inklusionsprozess bedarf dauerhafte Anstrengung und ist „als nicht endende Suche aufzufassen [...], um bessere Wege im Umgang mit Verschiedenheit [...] zu finden“ (Lindmeier, Lütje-Klose, 2022, S. 638).

Besser: Der Inklusionsprozess erfordert dauerhafte Anstrengung und endet nie. Auf diese Weise können bessere Wege gefunden werden, um mit Verschiedenheit umzugehen (vgl. Lindmeier, Lütje-Klose, 2022, S. 638).

2 Nützliche Links

- Allgemeine Tipps zum Schreiben digitaler Texte:
 - <https://www.tanjapraske.de/digitale-kommunikation/bloggen/10-tipps-zum-texten-fuers-web-sprache-schreibstil-tools/>
 - <https://steffen-sommer.com/lesbarkeit-verbessern/>
 - https://wortliga.de/11-tipps-fuer-modernes-schreiben-online/#Tipp_1_Website_fuer_mobile_Nutzung_optimieren
 - <https://www.krauss-gmbh.com/blog/texten-f%C3%BCrs-web-17-tipps-f%C3%BCr-das-schreiben-von-effektiven-online-inhalten>
 - <https://www.seokratie.de/webtexte-schreiben/>
 - <https://sonjamahr.de/gute-internettexte/>
 - http://www.easeofweb.com/usability_know-how/schreiben_internet.html
- Tipps zu konkreten Aspekten:
 - <https://wortliga.de/glossar/aeusserer-lesewiderstand/>
 - <https://wortliga.de/glossar/optimale-satzlaenge/>
 - <https://wortliga.de/glossar/satzlaenge/>
 - <https://wortliga.de/glossar/scanbarkeit/>
 - <https://wortliga.de/glossar/textverstaendlichkeit/>
 - <https://wortliga.de/glossar/tonalitaet/>
 - <https://wortliga.de/glossar/wortlaenge/>

3 Literaturverzeichnis

Müller-Schmiege, A. (2024): Lernforscher im Interview. „Digitales Lesen muss gelernt werden“. Verfügbar unter:

<https://www.hessenschau.de/kultur/lernforscher-digitales-lesen-muss-gelernt-werden-v1,lesen-print-oder-digital-100.html>. Abgerufen am: 24.10.2024.

Musumeci, L. (2022): Digital ist besser? Wie Lesen am Bildschirm gelingt.

Verfügbar unter: <https://schreibjetzt.blogs.uni-hamburg.de/digital-ist-besser-wie-lesen-am-bildschirm-gelingt/>. Abgerufen am: 24.10.2024.

Praske, T. (2019): 10 Tipps zum Texten fürs Web – Sprache, Schreibstil & Tools.

Verfügbar unter: <https://www.tanjapraske.de/digitale-kommunikation/bloggen/10-tipps-zum-texten-fuers-web-sprache-schreibstil-tools/>. Abgerufen am: 24.10.2024.