

## Sich kurzfassen

Viele Texte, die uns im Alltag begegnen, enthalten wichtige oder nützliche Informationen. Trotzdem lesen wir sie oft nicht. Woran liegt das?

Ein Grund ist, dass viele Texte **zu lang** sind.

Wer mehrere dicht beschriebene Seiten vor sich hat und nicht gerne liest oder wenig Zeit hat, legt die Blätter schnell beiseite. Auch Webseiten mit langen Texten – womöglich noch in kleiner Schrift – laden nicht gerade zum Lesen ein.

Damit Ihre Texte gelesen werden, sollten Sie sich also kurzfassen.

Fällt Ihnen das schwer? Das geht nicht nur Ihnen so. Doch mit ein paar **Tricks** kann man sich die Fallen der Ausschweifungen bewusst machen und gegensteuern:

### Welche Informationen will ich vermitteln?

Schreiben Sie zunächst nur **Stichworte** auf: Welche Informationen möchten Sie vermitteln? Bringen Sie in einem zweiten Schritt diese Stichworte in eine sinnvolle Reihenfolge. Erst dann beginnen Sie mit dem Ausformulieren.

### Konzentration auf das Wesentliche

**Verzichten** Sie auf lange Einleitungen und Überleitungen. Fragen Sie sich bei jedem Satz und jedem Ausdruck, ob er wirklich notwendig ist. Oft handelt es sich um Selbstverständlichkeiten, die man getrost weglassen kann.

Denken Sie daran: Sie schreiben keinen Roman, der freiwillig und zum Vergnügen gelesen wird. Ihre Informationen sollen auch Leute erreichen, die nicht gerne lesen oder wenig Zeit haben.

### Füllwörter und Adjektive streichen

Oft schmücken wir unsere Texte mit sogenannten **Füllwörtern** aus. Wörter wie „dann“, „also“, „hier“, „insgesamt“, „im Allgemeinen“, „auch“, „somit“ usw. verändern die Aussage nur minimal und können in Informationstexten fast immer weggelassen werden. Das gilt auch für viele Adjektive.

### Ein Beispielsatz

„In dieser informativen Broschüre finden Sie eine große Menge Tipps zur Archivierung nicht mehr benötigter Unterlagen und können somit wieder mehr Platz in Ihren Schränken schaffen.“

„In dieser informativen Broschüre ...“

Eine Broschüre sollte informativ sein, sonst bräuchte sie niemand. Das Adjektiv ist also überflüssig.

„... eine große Menge Tipps ...“

Wenn wir von „einer Menge“ sprechen, meinen wir immer „eine große Menge“. Das Adjektiv „große“ ist daher überflüssig. Noch kürzer wird der Satz, wenn wir „eine Menge“ durch „viele“ ersetzen.

„... zur Archivierung nicht mehr benötigter Unterlagen ...“

Unterlagen, die wir noch benötigen, werden wir bestimmt nicht archivieren. Der Ausdruck „nicht mehr benötigter“ beschreibt also etwas Selbstverständliches und kann wegfallen.

„... und können somit wieder mehr Platz ... schaffen.“

Hier haben wir gleich drei Füllwörter, von denen mindestens zwei weggelassen werden können, ohne dass sich die Bedeutung ändert.

Nach diesen Kürzungen sieht der Beispielsatz so aus:

„In dieser Broschüre finden Sie viele Tipps zur Archivierung Ihrer Unterlagen und können somit Platz in Ihren Schränken schaffen.“

Der Satz ist eine halbe Zeile kürzer geworden.

## Ausnahmen

Kürzungen sind nicht immer möglich und sinnvoll.

Wenn es beispielsweise um rechtliche Zusammenhänge geht, müssen bestimmte Sachverhalte genannt werden. Auch ein überflüssiges Adjektiv kann manchmal sinnvoll sein, wenn Sie beim Leser ein Bedürfnis ansprechen oder Aufmerksamkeit erzeugen wollen.

Und natürlich sollten Informationstexte nicht staubtrocken sein. Wie immer im Leben geht es um die richtige Balance ...

Petra Jecker, Köln 2011