

Eine Visitenkarte der Organisation



VON BRIGITTE BOSCH-KLEMENT

Brigitte Bosch-Klement ist Inhaberin des Büros für Beratung und Kommunikation in Heidenheim und Dozentin in der Aus- und Weiterbildung im Bereich Kommunikation, Arbeitstechnik und Büroorganisation. Zudem ist sie Mitglied in verschiedenen Fachausschüssen der Koordinierungsstelle für Abschlussprüfungen von Berufsschule und Wirtschaft des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg und in verschiedenen Prüfungsausschüssen der Industrie- und Handelskammer tätig.

www.bbk-heidenheim.de

Trotz Telefon und Handy nimmt die schriftliche Kommunikation per Brief und E-Mail nach wie vor einen bedeutenden Rang ein, zumal zwischen Organisationen und Unternehmen. Dabei gilt es einige Vorschriften und Gepflogenheiten zu beachten.

Der erste geschäftliche Kontakt von Verbänden und Unternehmen erfolgt häufig per Brief oder E-Mail. Jeder Organisation sollte klar sein, dass dieser Eindruck weichenstellend für die zukünftige Zusammenarbeit sein kann. Daher ist die Korrespondenz die Visitenkarte des Unternehmens. Es ist die erste »Arbeitsprobe«, die ein Unternehmen abgibt. Denken Sie daran: Ein Telefongespräch verblasst, aber die Korrespondenz liegt »schwarz auf weiß« vor. Man kann das Schriftstück zur Seite legen oder abspeichern, es ein weiteres Mal lesen oder als Beweismittel aufbewahren.

Bei der geschäftlichen Korrespondenz gibt es unterschiedliche Arten. Wir unterscheiden zu einem rechtlich verbindlichen Schreiben, wie beispielsweise Geschäftsbriebe, Bestellungen, Auftragsbestätigen, Rechnungen oder Mahnungen und allgemeine Korrespondenz wie E-Mails, Werbeschreiben, Informationen an Kunden etc. Bei der erstgenannten Korrespondenz sind auch rechtliche Belange zu berücksichtigen. Eine Rechnung beispielsweise kann nur akzeptiert werden, wenn die gesetzlichen Bestandteile aufgeführt sind und gewisse Regeln beachtet werden. Hierzu zählen eine korrekte Schreibweise der Rechnungsadresse, Rechnungsdatum und Rechnungsnummer, Umsatzsteuer-Ident-Nummer, Liefer- und Leistungsdaten, Anzahl und Bezeichnung der gelieferten Waren und Dienstleistungen mit Einzel- und Gesamtpreis, die korrekte Ausweisung der gesetzlichen Mehrwertsteuer, Zahlungs- und Lieferbedingungen, Bankdaten sowie alle unternehmerischen Informationen wie beispielsweise Gesellschaftsform, Anga-

ben zur Geschäftsführung und eventuell Handelsregister-Eintrag.

Aus diesen Beispielen ist ersichtlich, dass bei rechtlich verbindlichen Schreiben zusätzlich große Sorgfalt auf die korrekten und kompletten Angaben gelegt werden muss, denn die Korrespondenz ergänzt oder ersetzt das gesprochene Wort, legt aber auch Willenserklärungen und Vereinbarungen unverrückbar fest. Sie kann außerdem auch Bestandteile eines Vertrages sein, so dass die Formulierung eindeutig sein muss.

Zwischenzeitlich sind bei der Korrespondenz die E-Mails nicht mehr wegzudenken. Es ist unglaublich wie innerhalb von knapp zwanzig Jahren sich diese Kommunikationsform im Geschäftsleben behauptet hat. Aber denken Sie bitte einmal nach: Schenken Sie der E-Mail, die Sie schreiben, die gleiche Aufmerksamkeit wie der restlichen Korrespondenz? Die Praxis sieht anders aus. Fehlende Betreffangabe oder Anrede, fehlerhafte Rechtschreibung und Interpunktionsfehler, mangelnde Sorgfalt, fehlender Gruß und Firmenangaben etc. sind täglich zu beobachten. Auch wenn eine E-Mail ohne die elektronische Signatur (nicht zu verwechseln mit einer eingescannten Unterschrift) nicht rechtsverbindlich ist, geht sie trotz allem an unsere Geschäftspartner. Und Emoticons oder nur Klein- oder Großschreibung haben in einer E-Mail nichts zu suchen. Einer E-Mail sollte daher die gleichen Sorgfalt und Korrektheit zustehen. Sie zeigt ebenso die Wertschätzung gegenüber unseren Geschäftspartnern wie Ihre übrige Korrespondenz.

Auch bei der Geschäftskorrespondenz gibt es wechselnde Trends

Wissen Sie, dass Geschäftsbriefe eines der ältesten Werbemittel der Wirtschaft sind. Ein guter Geschäftsbrief – formal und inhaltlich – sorgt für ein positives Image und trägt somit ganz entscheidend zum Erfolg Ihrer Geschäftsbeziehungen bei.

Geschäftsbriefe zu schreiben und dabei die richtigen Worte zu finden, ist manchmal gar nicht so einfach. Außerdem unterliegen Geschäftsbriefe auch gewissen Trends. Als Regel kann gelten: Zeitgemäße Korrespondenz ist immer empfängerorientiert.

Der Absender sollte den Empfänger im Blick haben, ihn direkt ansprechen und vor allem seinem Geschäftspartner gegenüber Wertschätzung ausdrücken. Moderne Korrespondenz ist daher immer kunden- und empfängerorientiert.

Kurz und prägnant

Das sollte Voraussetzung für alle Geschäftsbriefe, Telefaxe und E-Mails sein.

In heutiger Zeit geht man mehr und mehr über, kurz und prägnant zu schreiben. Doch der positive Ton des Geschäftsbriefes sollte auch durch entsprechende kurze Formulierungen immer heraus zu hören sein.

Einmal muss bei geschäftlicher Korrespondenz die DIN 5008 sowie die DIN 676 eingehalten werden. Die Einhaltung dieser Regeln ist mit ein Indiz für Ihre fachliche Kompetenz. Fehlerfreie Rechtschreibung und korrekte Interpunktions sind Voraussetzung. Zum anderen ist es genauso wichtig, überholte Phrasen und Floskeln zu entrümpeln, denn antiquierte Sätze schleichen sich immer wieder ein. Denken Sie nur an Redensarten wie:

- »In der Anlage« (ja welche Anlage? Die Bahnhofsanlage?)
- »Beiliegend erhalten Sie« (Aber Sie legen sich schließlich nicht selbst bei!)
- »Bezug nehmend auf«
- »In der Hoffnung, Ihnen hiermit gedient zu haben«
- »Entgegenkommenderweise sind wir bereit«
- »Wir bestätigen dankend den Erhalt Ihres Schreibens«

DIN 5008 regelt zwar nicht das Was, aber das Wie – und zwar verbindlich



Die Norm DIN 5008 legt Schreib- und Gestaltungsregeln für die Textverarbeitung fest. Sie gehört zu den grundlegenden Normen für Arbeiten im Büro- und Verwaltungsbereich. Die Norm wird heute vom nationalen Gremium Normenausschuss Informationstechnik und Anwendungen – Fachbereich Bürotechnik, Bankwesen und elektronisches Geschäftswesen erarbeitet und erlassen. Die Festlegungen und Empfehlungen für die Textverarbeitung und das Maschinen-schreiben legen den typografisch korrekten Gebrauch von Satzzeichen, Schriftzeichen für Wörter, Rechenzeichen, Formeln und Zahlengliederungen sowie den Aufbau von Tabellen und die Gliederung von

Texten fest, um eine Anleitung zu geben, Schriftstücke zweckmäßig und übersichtlich zu gestalten. Bis 1996 berücksichtigte die DIN 5008 ausnahmslos das Schreiben mit der Schreibmaschine; seit der Neufassung von 1996 sind auch die Gestaltungsmöglichkeiten mit PC-Textverarbeitungsprogrammen Gegenstand der Norm. Die Deutsche Post AG hat eine eigene Webseite eingerichtet, die über die korrekte Formatierung von Briefen in einer Schritt-für-Schritt-Anleitung informiert (<https://www.deutschepost.de/de/b/briefvorlagen/normbrief-din-5008-vorlage.html>).

Quelle: www.wikipedia.org

Kein Geschäftspartner hat die Lust lange und umständlich formulierte Geschäftsbriefe zu lesen. Mit Ihrem Geschäftsbrief sollten Sie sich zeitgemäß präsentieren und Vertrauen schaffen. Ihre Aussagen müssen für den Empfän-

fänger im Mittelpunkt. Gestalten Sie Ihren Geschäftsbrief nach den aktuellen Normen und formulieren Sie den Text lebendig und abwechslungsreich.

Erst die Kombination – ein formal und inhaltlich korrekter Geschäftsbrief –

»Kürze und Prägnanz schließen Freundlichkeit nicht aus«

ger klar, verständlich und eindeutig sein. Rückfragen benötigen Zeit, die Sie und Ihre Mitarbeiter von anderen Arbeiten abhalten.

Haben Sie Mut zu einer klaren und unverkrampften Ausdrucksweise. Schreiben Sie kurz, präzise, informativ und vor allem freundlich. Verhalten Sie sich kundenorientiert und stellen den Emp-

trägt daher für ein positives Image und somit ganz entscheidend zum Erfolg Ihrer Geschäftsbeziehungen bei. Nur so haben Sie die Chance, dass Ihr Brief beim Empfänger auch wirklich »ankommt« und Sie dabei Ihr Unternehmen exzellent präsentieren.