

1. KORRESPONDENZ¹ – WOZU

Für die private Kommunikation wählen Sie mehrheitlich das direkte Gespräch (face to face) oder über Telefon/Handy (inkl. SMS, E-Mail). Dabei liegt der Schwerpunkt bei der Erreichbarkeit und der Geschwindigkeit des Informationsaustausches, während auf die Form weniger Wert gelegt wird.

Im Geschäftsverkehr hat die schriftliche Kommunikation – der Brief – einen weit höheren Stellenwert, z. T. ist es vom Gesetz her sogar vorgeschrieben.

- Schriftlich Festgehaltenes gilt für beide Kommunikationspartner und kann als Beweismittel für rechtliche Schritte verwendet werden.
- Bei komplizierten Sachverhalten hilft die schriftliche Form Unklarheiten oder Rückfragen vermeiden.
- Schriftstücke lassen sich archivieren (entgegen z. B. Telefongesprächen, die auch auf Band aufgenommen kaum rechtskräftig sind) und können jederzeit wieder hervorgeholt werden.

■ Übung (1) Kommunikations-Mittel

- Überlegen Sie sich bei folgenden Informationsinhalten die optimale Kommunikationsform.

Information	Kommunikation mit
Treffen zum Mittagessen abmachen	
Sitzungstermin (Abteilung) vereinbaren	
Reklamation: Mittagessen im Restaurant ist kalt.	
Reklamation: Versandhaus-Wecker funktioniert nicht.	
Rechnung: Seit 2 Monaten nicht bezahlt.	
Versicherung: Wechsel der Krankenkasse.	
Ferienangebot: Ferien aussuchen und buchen	
Stellenbewerbung	
Kündigung der Arbeitsstelle	
Arbeitszeugnis	

¹ Das Wort Korrespondenz/korrespondieren kommt aus dem Lateinischen: «cor...» (für «cum») bedeutet **mit, zusammen** und «respondere» bedeutet **antworten**. Es steht als Synonym für Briefwechsel, Briefkontakt oder Übereinstimmung (übereinstimmende Meinung).

■ **Übung (2) Überblick: Kommunikationsmittel**

- Welche Kommunikationsmittel benutzen Sie wozu?
- Überlegen Sie sich kurz in einer 3er-Gruppe, wann Sie die folgenden Kommunikationsmittel einsetzen.
- Begründen Sie die Wahl.

Mittel	Wozu, wann	Begründung
Telefon, Handy		
Fax		
Brief		
E-Mail		
Notizen, Mitteilung ²		
Formular ³		
Chat Forum		
SMS		
elektron. Kalender ⁴		
Intranet		
Internet Extranet		

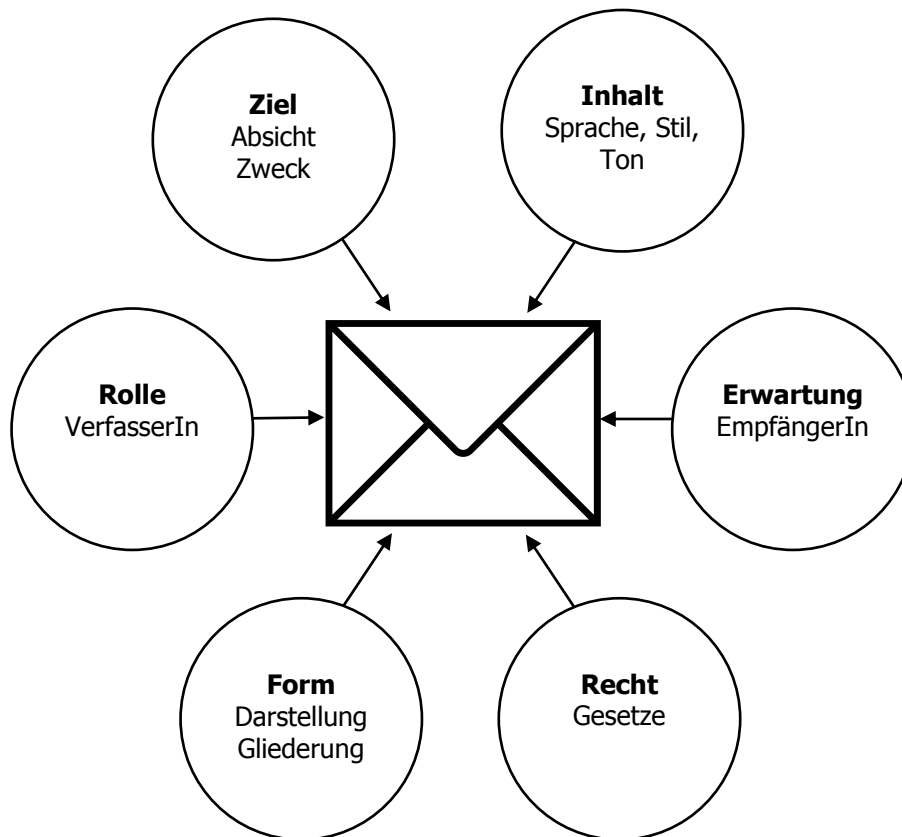
² z. B. Notizen, Blackboard (Anschlagbrett)

³ z. B. Kurzbrief

⁴ z. B. Outlook (Exchange), Groupwise



1.1 Anforderungen an einen guten Brief



Wie Sie auf der Abbildung oben erkennen können, ist das Schreiben eines Geschäftsbriefes nicht etwas Zufälliges, das man einfach so macht. Sie müssen viele verschiedene Faktoren (Einflüsse) berücksichtigen, damit Sie erfolgreich (Wirkung erzeugen, Ergebnis erzielen) kommunizieren können.

1.1.1 Schreiben ist nicht Sprechen

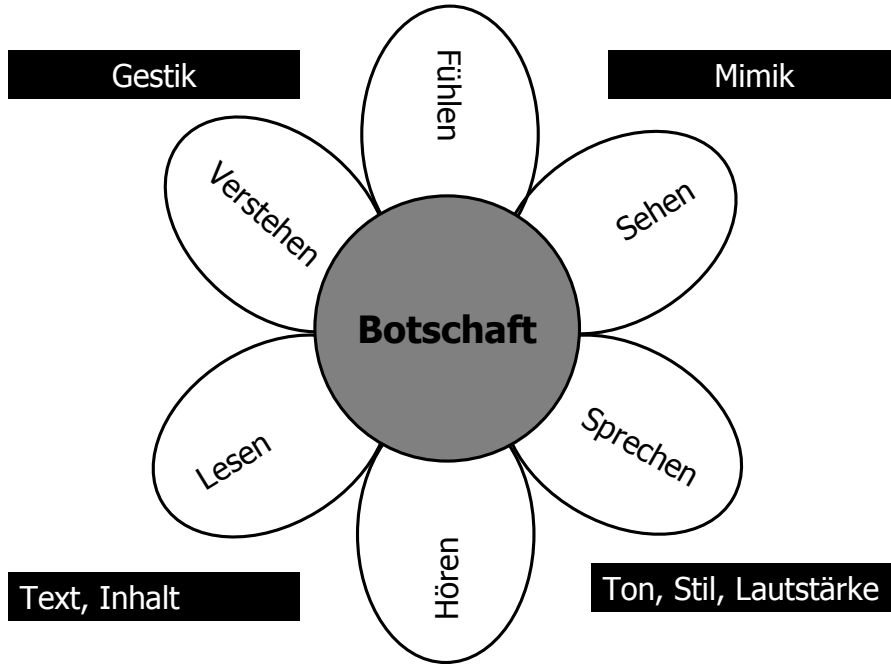
Bei der mündlichen Kommunikation sind sämtliche Kanäle einbezogen: Inhalt der Botschaft, Ton, Stil, Lautstärke sowie die non verbalen Elemente wie Gestik, Mimik und Gefühle, die mit diesen Informationen ausgelöst werden (wie versteht man etwas, wie kommt die Botschaft an).

Bei der schriftlichen Kommunikation fehlt der ganze non verbale Teil sowie Ton und Lautstärke. Die fehlenden Elemente werden vom Empfänger interpretiert (Briefton ist z. B. aggressiv, Stil fällt auf, da man einen Brief mehrmals lesen kann). Dafür rückt die Briefgestaltung mehr in den Vordergrund.

Schriftlich Kommunizieren ist darum mehr, als nur Wörter aneinanderreihen!

■ Übung (3) Kommunikationskanäle

- Welche Kommunikationskanäle fallen teilweise oder ganz bei der schriftlichen Kommunikationsform weg?
- Kennzeichnen Sie diejenigen Kommunikationskanäle
 - rot, die bei der schriftlichen Kommunikation wegfallen.
 - gelb, die teilweise mitschwingen.
 - grün, die bestehen bleiben.



Notizen.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



2. BRIEFDARSTELLUNG

2.1 Sinn einer guten Briefdarstellung

aus der Sicht der Lesenden	aus der Sicht der Schreibenden
zweckmässig und lesefreundlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ adressatenbezogen ▪ Wichtiges schnell erkennen ▪ Interesse wecken kurz, klar, einfach <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inhalt erfassen, verstehen (worum geht es) logisch gliedern <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lesefluss 	technisch einfach <ul style="list-style-type: none"> ▪ schnell erstellt und angepasst ▪ wenig Formatierungsaufwand (Einzüge statt Tabulatoren, Tabellen statt Tabulatoren) einheitlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitenkarte nach aussen ▪ CI/CD (Corporate Identity, Corporate Design)

■ Übung (4) Sinn, Zweck einer guten Briefdarstellung

- Finden Sie weitere Gründe für eine gute Briefdarstellung. Schreiben Sie sie hier auf.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 Grundbrief

Abhängig von der Lage des Fensters auf dem Couvert, wird die Links- oder Rechtsadressierung gewählt.

2.2.1 Linksadressierung

Randeinstellungen		Schrift	Absatzausrichtung
oben 4.5–5.5 cm	unten 2.0 cm	Grösse 10–12 pt	linksbündig
links 3.0 cm	rechts 1.5–2.0 cm	Art z. B. Arial, ...	

Adressfeld

Datum auf 11. Zeile platzieren (9 cm)

4 x schalten

Inhaltsangabe (Betreff)

3 x schalten

Anrede

2 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Grussformel

2 x schalten

Absenderfirma

4 x schalten

Name des/der Unterzeichnenden

4 x schalten

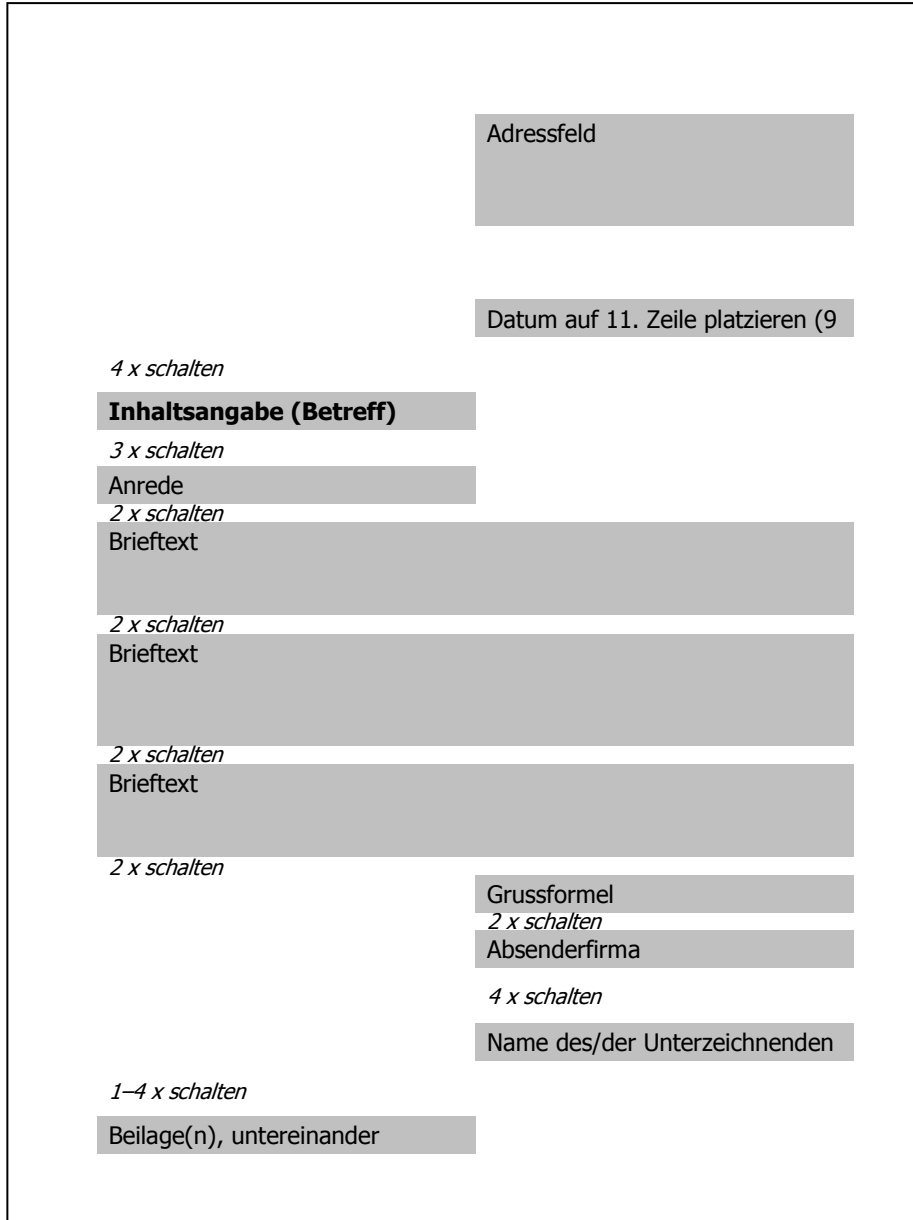
Beilage(n), untereinander

Hinweis: Für mehrseitige Briefe wählen Sie oben einen Rand von ca. 3 cm und fügen auf der ersten Seite 3–6 Leerzeilen ein, damit die Empfänger-Adresse im Umschlag-Fenster sichtbar ist. Ort und Datum sind nicht mehr auf der 11. Zeile, sondern bei 9 cm ab Blattrand (gilt für links- und rechts-adressierte Briefe).



2.2.2 Rechtsadressierung

Randeinstellungen				Schrift		Absatzausrichtung
oben	4.5–5.5 cm	unten	2.0 cm	Grösse	10–12 pt	linksbündig, linker Einzug (9 cm) für Adresse und Grussformel
links	3.0 cm	rechts	1.5–2.0 cm	Art	z. B. Arial, Times, ...	



Hinweise: Erkundigen Sie sich bei Ihrer IKA-Lehrperson, welche Briefdarstellung im Unterricht verwendet werden soll.

Nebst der konsequent links oder rechts ausgerichteten Briefdarstellung gibt es natürlich auch noch Kombinationen. Abhängig von der Textmenge oder der Darstellung des Textes können so auch gemischte Formen (z. B. rechtsausgerichtete Adresse und linksausgerichtete Grussformel) verwendet werden.

2.3 Privatbrief

Randeinstellungen

oben 3.0 cm unten 2.0 cm
links 3.0 cm rechts 1.5–2 cm

Schrift

Grösse 10–12 pt
Art z. B. Arial

Absatzausrichtung

linksbündig, linker Einzug (9 cm)
für Adresse und Grussformel

Absender

Datum

5 x schalten ab 1. Zeile

Inhaltsvermerk

Adressfeld: 1. Zeile bei 4.5–5.5 cm

4 x schalten

Anrede

3 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Brieftext

2 x schalten

Grussformel

4 x schalten

Name des/der Unterzeichnenden

1–4 x schalten

Beilage(n)



2.4 Kuverts

2.4.1 Briefformate

Die Post in der Schweiz unterscheidet zwischen 4 Briefformaten (A-/B-Post):

Format	Standardbrief	Midibrief	Grossbrief	Maxibrief
Grösse bis	B5 ⁵	B5	B4	B4
Dicke bis	20 mm	20 mm	20 mm	20 mm
Gewicht bis	100 g	250 g ⁶	500 g	500–1000 g
Preis A-Post				
Preis B-Post				

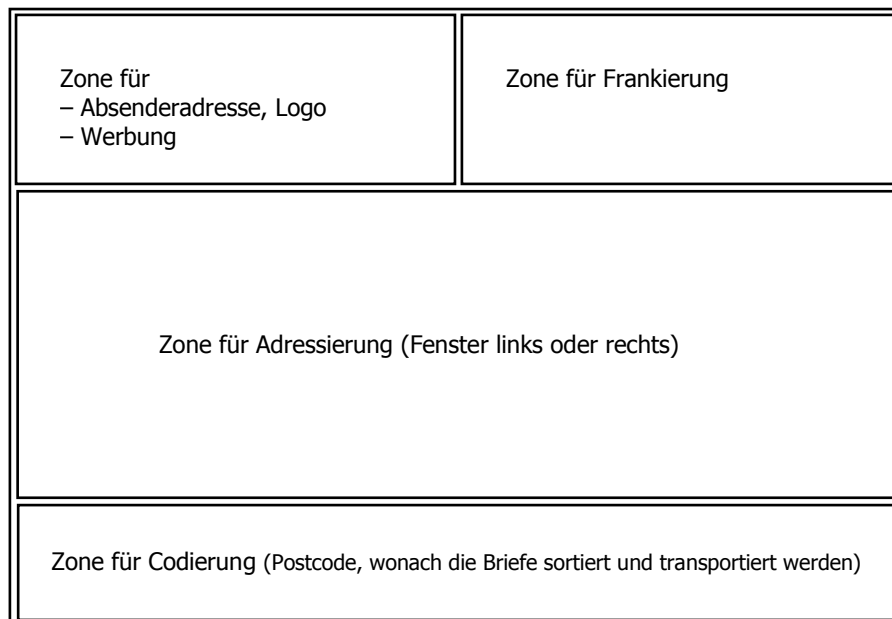
Achtung: Briefe, die kleiner als 140 x 90 mm sind, werden als *Spezialsendungen* behandelt (teurer!). Dies betrifft Formate unter B6.

■ Übung (5) Versandkosten

- Ergänzen Sie die Lücken in der Tabelle oben mit den aktuellen Preisen für die 4 Briefformate.

2.4.2 Adressierung der Kuverts

Unabhängig von der Grösse eines Kuverts sind die Beschriftungszonen⁷ immer gleich aufgeteilt (vereinfacht dargestellt):



⁵ B-Formate sind Hüllen- oder Überformate (siehe Anhang)

⁶ ab Maximalgewicht des vorherigen Kuvertformats.

⁷ damit ist eine maschinelle Verarbeitung beim Postservice gewährleistet.

2.5 Briefelemente

2.5.1 Absender

Die Anschrift des Absenders ist oft bereits auf dem Papier aufgedruckt oder wird automatisch (Vorlage) gedruckt. Darin untergebracht sind – nebst dem Namen der Unternehmung – Adresse, Telefon-, Fax- und Mobil-Nummern, E-Mail und Adresse der Homepage. Manchmal findet man auch schon einen kurzen Hinweis auf die Art der Unternehmung oder eine kleine Werbebotschaft.

2.5.2 Adressierung

Unabhängig von der Lage der Empfängeradresse (Links- oder Rechtsausrichtung) gilt es einiges zu beachten:

Privatadressen

kurz	mit Titel
Frau Renate Burri Sonnenstrasse 99 6006 Luzern	Frau Dr. Renate Burri Sonnenstrasse 99 6006 Luzern
mit Berufsbezeichnung	mit Funktionsbezeichnung
Frau Renate Burri Rechtsanwältin Sonnenstrasse 99 6006 Luzern	Frau Regierungsrat Renate Burri Sonnenstrasse 99 6006 Luzern

Geschäftsadresse

unpersönlich	zu Handen ⁸	persönlich ⁹
eduguider AG Rehweidstrasse 15 9010 St. Gallen	eduguider AG Frau Renate Burri Rehweidstrasse 15 9010 St. Gallen	Frau Renate Burri eduguider AG Rehweidstrasse 15 9010 St. Gallen

Postfachadresse

immer zweitletzte Adresszeile	
eduguider AG Rehweidstrasse 15 Postfach 34 9000 St. Gallen 5	eduguider AG Frau Renate Burri Rehweidstrasse 15 Postfach 34 9000 St. Gallen 5

⁸ z. H. oder z. Hd. schreibt man nicht mehr (ebenso können Sie c/o weglassen)

⁹ Dieses Kuvert dürfen Sie nach Gesetz nicht öffnen, die beiden anderen schon.



2.6 Disposition – einen Brief entwerfen

Im Gegensatz zu einem Telefongespräch, bei dem Sie aus der Situation heraus agieren/reagieren müssen, verfügen Sie zum Schreiben eines Geschäftsbriefes über genügend Zeit zum Überlegen. Nutzen Sie diese Möglichkeit.

Dispositionen kennen Sie vom Aufsatzschreiben her: Es ist nichts anderes als eine **Inhaltsangabe**. Darin werden wichtige Elemente (in Stichworten) zum Schreiben des Briefes festgehalten, also ein roter Faden entworfen, damit Sie nicht ins *Irgendwo abdriften*. Eine Disposition ist darum sinnvoll, weil

- damit nichts vergessen geht
- ein logischer Aufbau gewährleistet ist
- eine Kontrollmöglichkeit zur Verfügung steht, wenn der Brief geschrieben ist

2.6.1 Mindestanforderungen an eine Disposition

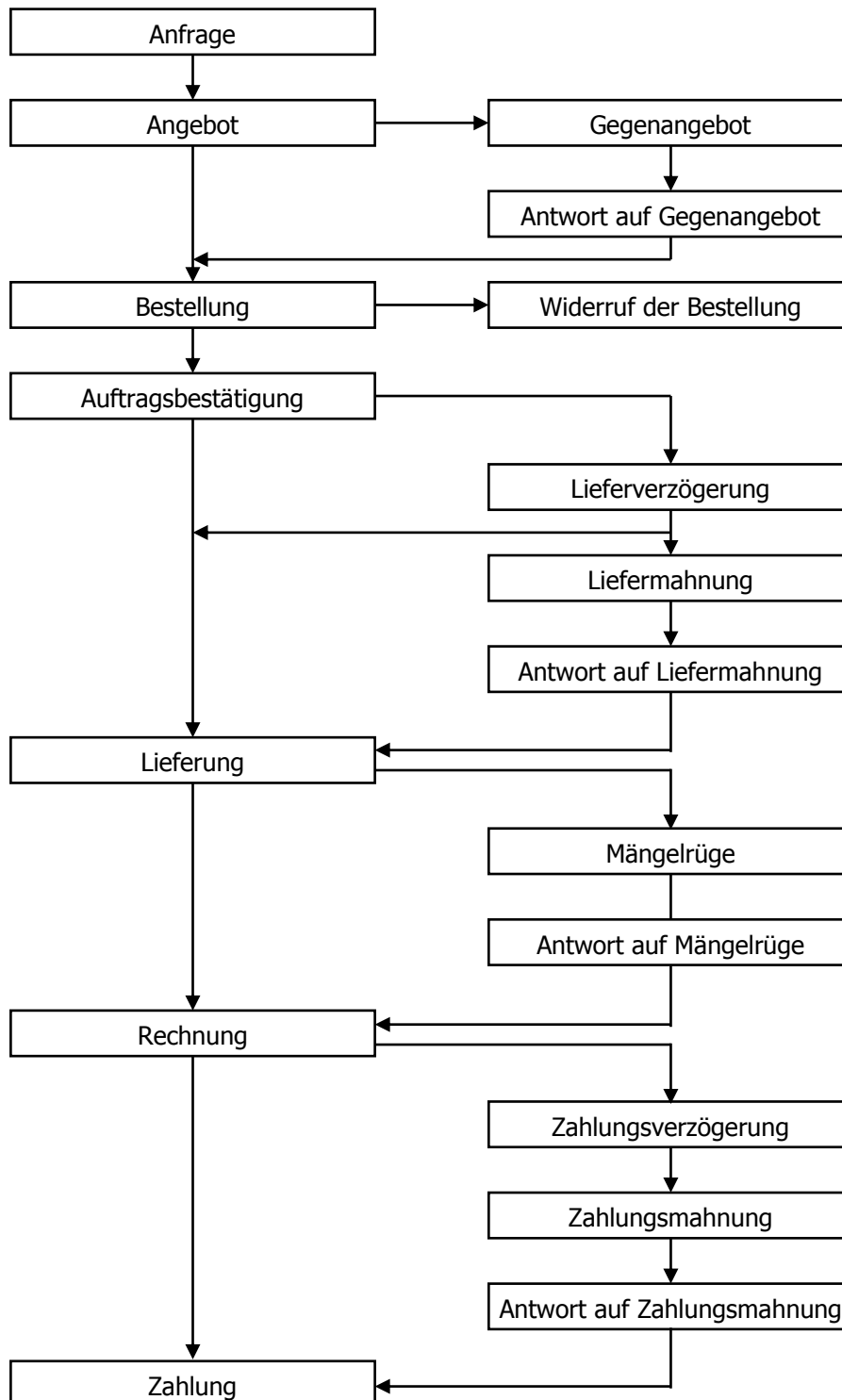
In einer Disposition müssen mindestens folgende Elemente in Stichworten vorhanden sein, die anhand eines Angebots für ein neues Produkt erklärt werden:

Art des Briefes		verbindliches Angebot
Ziel des Briefes (Zweck)		neues Produkt anbieten, verkaufen
meine/unsere Rolle		Produkt anbieten, vorstellen, darüber informieren, Kaufinteresse wecken
Erwartung des Empfängers		genau Information über das Produkt, Mehrwert dieses Produktes erfahren
Szenario ¹⁰	Ausgangslage (Einleitung, Schreibanlass)	Langjähriger Kunde, der zuerst von neuen Produkten erfahren soll
	Inhalt (Anliegen, Problemstellung)	Art des Produktes, Beschreibung (Vorzüge, technische Leistungsmerkmale, Farben, Grösse, Bestell-Nr. Preis, Lieferfrist)
	Schlussteil (Wunsch, Erwartung)	Bestellung bis ... mit 5 % Einführungsrabatt, siehe Bestellformular, Vorführmöglichkeit nach tel. Anmeldung und Terminvereinbarung

Hinweis: Diese Vorlage finden Sie unter den Namen DISPO_VORLAGE.DOC auf Ihrem Laufwerk.

¹⁰ Entwerfen Sie ein glaubwürdiges, nachvollziehbares Szenario, also Termine, die aufgrund des Briefdatums auch wirklich eingehalten werden können; also keine leeren Versprechungen, keine Unwahrheiten (wie z. B. im Sommer braucht man keine Schneeketten, es gibt nicht nur ein Transportunternehmen, mit nur einem Lastwagen und einem Chauffeur, der ständig krank ist).

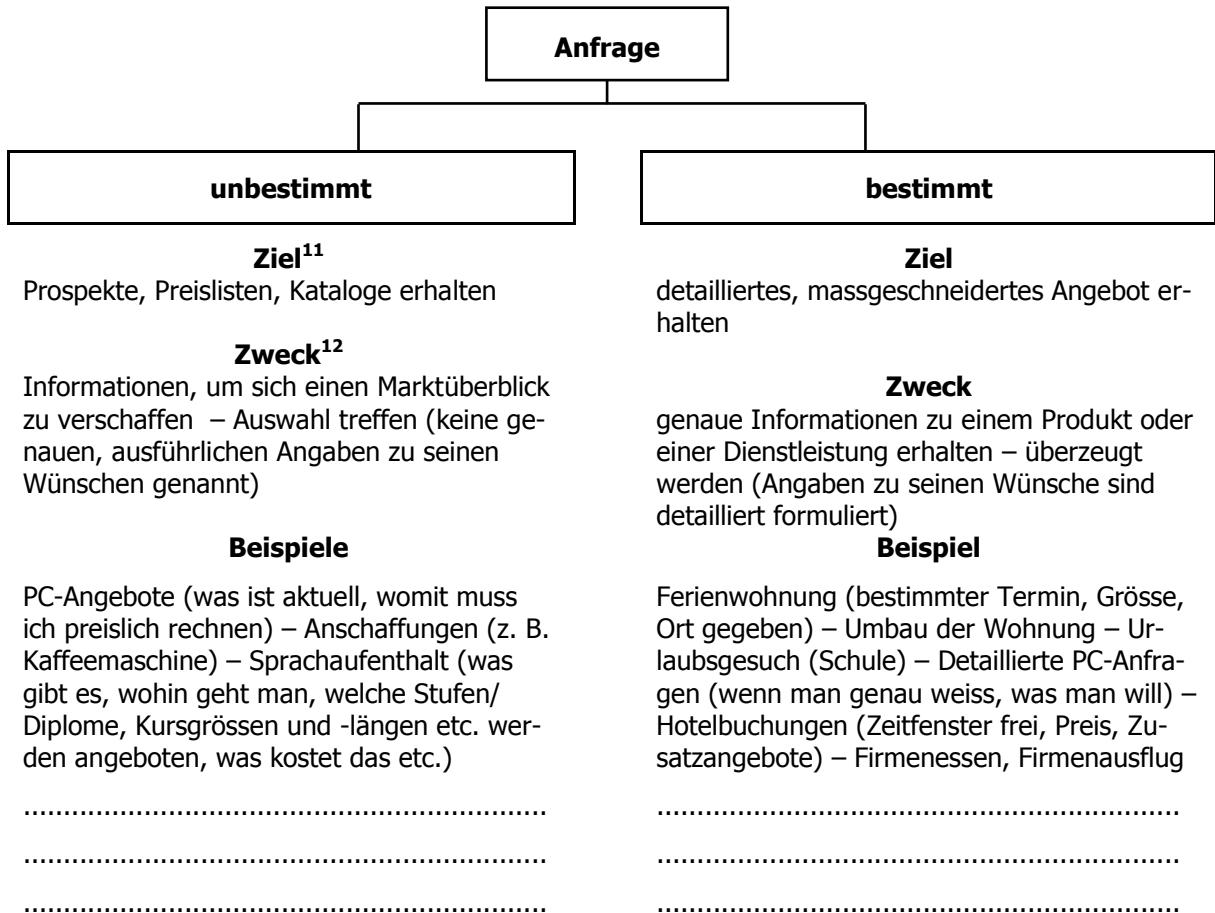
3. GESCHÄFTSKORRESPONDENZ



3.1 Anfrage

Bei einer Anfrage will sich der Empfänger Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung beschaffen. Anfragen erfolgen auch telefonisch, per Fax oder E-Mail.

3.1.1 Bestimmte/unbestimmte Anfrage



Zu den bestimmten Anfragen gehören auch Erkundigungen und Auskünfte, wie z. B.

- über Personen (Kreditfähigkeit, Vertrauensposition, Eignung für Stelle)
- über Unternehmungen (bezüglich der Liquidität, Referenzen)
- über allgemeine Liefer- und Zahlungsbedingungen, Verfügbarkeit von Räumen etc.

¹¹ Welche Absicht verfolgt Ihr Schreiben, was wollen Sie als VerfasserIn nachher zurückbekommen?

¹² Was wollen Sie damit machen, wozu brauchen Sie das.

Anfrage

- Ausgangslage: Warum schreiben Sie
 - Grund der Anfrage, warum schreiben Sie
 - ✓ Hinweis auf Inserat, irgendwo (Ausstellung, bei Kunden) gesehen, gehört, auf Empfehlung etc.
 - ✓ Anlass (Jubiläum, Geschäftsessen, Firmenausflug etc.)
- Inhalt: Was wollen Sie
 - Beschreibung der Ware, der Dienstleistung
 - ✓ Unbestimmte Anfrage: eher allgemein gehalten
 - ✓ Bestimmte Anfrage: detaillierte Beschreibung der Wünsche bezüglich der Ware oder der Dienstleistung (Artikel, Art, Beschreibung, Ausführung, Grösse, Menge, Liefertermin etc.)
- Schlussteil: Wie geht es weiter
 - Ihre Erwartungen und Wünsche
 - ✓ Bitte um Angebotsübersicht (Zusendung von Prospektmaterial, Ansichtsexemplare, Muster)
 - ✓ Bitte um detailliertes Angebot
 - ✓ Termin für Besichtigung
 - ✓ Anruf, Besuch eines Beraters, eines Monteurs (evtl. terminieren, bis wann wollen Sie diese Angaben haben)

§ *Anfragen sind grundsätzlich kostenlos – ausser die Bearbeitung der Anfrage ist für den Produzenten/den Dienstleister mit speziellen Arbeitsleistungen verbunden wie z. B. das Anfertigen von Planskizzen (Architekten: Umbauten, Ausbauten), Auseinandernehmen von Maschinen (um die Kosten einer Reparatur zu schätzen), Layoutvorschläge, -konzepte (Grafiker: Geschäftspapiere, Web-Auftritt)*

Achtung: *Bei Preislisten, Katalogen etc. müssen Sie (als EmpfängerIn) kontrollieren, ob seitens des Anbieters Anhaltspunkte zur Verbindlichkeit eines Angebots bestehen (z. B. «Angebot gültig bis...», Angabe über Mindestabnahme-Mengen oder Hinweise wie «so lange Vorrat»).*



■ Übung (6) Anfrage Diplomreise

- Ordnen Sie diesen Text und stellen Sie ihn regelkonform am PC dar.
- Als Schrift wählen Sie eine Druckschrift. Beachten Sie die Schreibregeln!

Wir sind kulturell und sportlich interessiert, freuen uns auf einige sonnige Stunden am Lido und wollen uns in ein kurzweiliges Nachtleben stürzen. Als Abschluss unserer kaufmännischen Lehre möchten wir mit Ihrem Luxuscar "Adventure-Liner" eine Diplomreise nach Venedig unternehmen. BAUMELER-Reisen AG, Frau Petra Schmied, Vonmattstrasse 15, 6003 Luzern, 6370 Stans, 5. April 20.. LAP-Reise 20.. Guten Tag Frau Schmied. Ihr Reiseunternehmen haben wir an den Skitagen des Berufs- und Weiterbildungszentrums Nidwalden kennen gelernt und waren begeistert von den Annehmlichkeiten des Cars und der Freundlichkeit Ihrer Mitarbeiter. Bitte senden Sie uns Ihre Vorschläge für abwechslungsreiche vier Tage in der Lagunenstadt Venedig bis Ende April, damit wir rechtzeitig das weitere Vorgehen planen können. Renate Burri, Robert-Durrerstrasse 2, 6370 Stans Zeit: 2. - 5. Juli 20.., Teilnehmende: 18 Personen (19- bis 21-jährig), Kosten: bis CHF 700.--/Person, Unterkunft: Doppelzimmer in einfachem Hotel oder Pension (Frühstück ohne weitere Mahlzeiten) Freundliche Grüsse, Renate Burri, Klassenchefin KE3f

- Speichername: ANGEBOT_DIPLOMREISE.DOC

■ Übung (7) Anfrage Geschäftsessen

- Ihre Chefin/Ihr Chef hat sich für das diesjährige Geschäftsessen ein bekanntes Restaurant ausgesucht.
- Fragen Sie nach verschiedenen Menüvorschlägen in einem bestimmten Preisrahmen.
- Achtung, einige Mitarbeitende sind Vegetarier.

Ziel: Detaillierte Vorschläge, günstiger Preis

- Erstellen Sie vorgängig eine detaillierte Disposition Vorlage: DISPO-VORLAGE.DOC) und drucken Sie sie aus.
- Speichername der Disposition: DISPO_GESCHÄFTSESSEN.DOC
- Speichername der Anfrage: ANFRAGE_GESCHÄFTSESSEN.DOC

■ Übung* (8) Anfrage Weiterbildungsseminar

- Sie haben den Auftrag, für Ihre Abteilung ein 5-tägiges Weiterbildungsseminar zu organisieren. Die Themen und Inhalte stehen fest, die Referenten sind eingeladen. Lediglich die Wahl des Ortes ist noch nicht geklärt.
- Verfassen Sie eine ausführliche Anfrage: Sie brauchen Doppel- und Einzelzimmer, wünschen Vollpension sowie Pausenverpflegung, einen Tagungsraum in Gruppenräumen mit Hellraumprojektor, Beamer, Internetanschlüsse für Ihre Notebooks, Schreibmaterial. Wünschenswert, nicht Bedingung wäre ein Wellness-Angebot am Abend.

Ziel: Umfassendes Angebot, das alle Eventualitäten ausschliesst (alle Fragen geklärt, kompetente Beratung)

- Suchen Sie im Internet ein passendes Seminarhotel (da finden Sie auch weitere Ideen für Ihre Anfrage) und richten Sie die Anfrage an dieses Hotel.
- Erstellen Sie vorgängig eine detaillierte Disposition (siehe DISPO-VORLAGE.DOC) und drucken Sie sie aus.
- Speichername der Dispo: DISPO_WEITERBILDUNGSSEMINAR.DOC
- Speichername der Anfrage: ANFRAGE_WEITERBILDUNGSSEMINAR.DOC

■ Übung* (9) Anfrage Büro

- Sie suchen ein Atelier (Ausstellungsraum, kleine Werkstatt oder Büro) und sehen in Ihrer Tageszeitung folgendes Inserat. Erkundigen Sie sich genauer.
- Erstellen Sie vorgängig eine detaillierte Disposition.
- Speichername der Disposition: DISPO_BÜRO.DOC
- Speichername der Anfrage: ANFRAGE_BÜRO.DOC

Wir vermieten in der neu entstandenen, aufstrebenden Tribtschen-Stadt Luzern, an guter Verkehrs- und Passantenlage, ein grosses und helles

Atelier (125 m²)

im Parterre mit sep. WC, kleiner Kochstelle – grosse Fensterflächen gegen die Strasse – gut zugänglich mit sep. Eingang – geeignet als Ausstellungsraum, Ladenraum oder Büro – stilles Gewerbe – Termin nach Vereinbarung. Parkplätze in der Nähe vorhanden.

Anfragen unter
Chiffre M 32801A, Publicitas, Postfach 6000 Luzern 8

3.1.2 Anfragen per E-Mail

Anfragen per Mail unterscheiden sich nicht wesentlich von brieflichen Anfragen. Sie sind weniger formgebunden, kommen direkter auf den Punkt. Höflichkeit und Anstand gelten auch im E-Mail-Verkehr.

Zu einer Mail-Anfrage gehören aber mindestens:

- aussagekräftiger Betreff (Inhaltsangabe)
- Anrede
- Beschreibung der erwünschten Informationen sowie erwartete Rückmeldung (evtl. mit Termin, evtl. Hinweis auf Anhänge)
- Grussformel mit Vorname und Namen

