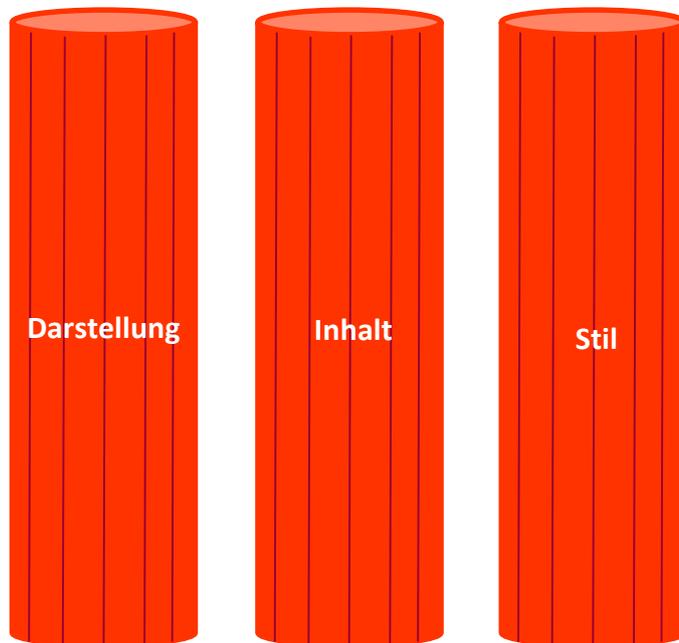


1 Das Säulenmodell



Ein wirkungsvoller Geschäftsbrief basiert auf drei Elementen oder anders ausgedrückt: Die innere und äussere Form verhalten sich harmonisch, sodass der rote Faden optisch und inhaltlich erkennbar ist. Die stilsichere, moderne und kundenorientierte Sprache rundet die Wirkung ab. Ein Unternehmen sollte dank Corporate Identity in allen Formen des Auftretens erkennbar bleiben.

Übung 1 Auftrag Corporate Identity

Was gehört alles zum Corporate Identity? Suchen Sie im Internet Informationen zum CI. Was hat Ihre Recherche ergeben? Notieren Sie Ihr Ergebnis und diskutieren Sie mit Ihrem Nachbarn oder im Plenum darüber.

-
-
-
-
-
-



2 Die Optik unterstützt die Wirkung des Inhalts

Ein Brief soll wirken. Gestalten Sie ihn daher so, dass er leicht lesbar ist. Nicht nur sachgerechtes Formulieren ist gefragt, ein Brief muss auch repräsentieren.

Der Brief ist das Aushängeschild Ihres Unternehmens!



2.1 Eine gute Beziehung beginnt schon bei der Anschrift

Die Schweizerische Post verarbeitet täglich über 15 Millionen adressierte Briefe, Zeitungen und Werbesendungen, teilweise von Hand, jedoch immer häufiger unter Einsatz technischer Hilfsmittel. Möglichst einheitliche Formate, zweckmässig gestaltete Sendungen und die richtige Adressierung bilden die Voraussetzungen für einen rationellen Arbeitsablauf und für den wirtschaftlichen Einsatz der modernen Hilfsmittel. Beachten Sie folgende Punkte:

Schrift	maschinell erfasste Schrift oder gestochen scharfe Handschrift	
Schriftarten	Calibri, Arial, Times New Roman, keine Zierschriften	
Adressierung	Ort nicht gesperrt oder unterstrichen keine Leerzeile vor der Ortsbezeichnung	
Absender	in der linken oberen Ecke platzieren (Erste Kopfzeile benutzen) darf nicht auf gleicher Höhe wie die Empfängeradresse stehen	
Adressfeld	Einschreiben Express oder Persönlich (<i>Dienstvermerk</i>)	
	Frau/Herr	(mit / ohne Anrede, Anrede ist freundlicher)
	Anna/Anton Muster	(Vorname, Name)
	Verkaufsleiterin/Verkaufsleiter	(evtl. Berufsbezeichnung)
	Bahnhofstrasse 5	(Strasse und Hausnummer)
	Postfach	(wenn nötig, diese Zeile vor der PLZ)
	8500 Frauenfeld	(Postleitzahl und Ort)



2.2 Richtige Postanschrift

Die Adressen der Paket- und Briefpost werden mit einem Scanner gelesen und maschinell sortiert. Die Post gibt daher Richtlinien für eine einheitliche Adressierung heraus.

<p>Private Anschrift</p> <p>mit oder ohne Dienstvermerk</p> <p>Express oder Einschreiben mit/ohne leere Zeile danach</p> <p>Frau Anna Muster Bahnhofstrasse 5 8500 Frauenfeld</p> <p>neue Zeile neue Zeile neue Zeile letzte Zeile</p>	<p>Private Anschrift</p> <p>mit Zusatz eines Titels</p> <p>Herr Dr. med. dent. Nik Muster Bahnhofstrasse 5 Postfach 8500 Frauenfeld</p> <p>1. Zeile Zeile inkl. Titel neue Zeile neue Zeile vor PLZ/Ort letzte Zeile</p>
<p>Firmenanschrift</p> <p>Darf von "jedem" in der Unternehmung geöffnet werden.</p> <p>Saxer AG Herr Andres Süess Bahnhofstrasse 5 8500 Frauenfeld</p> <p>1. Zeile, nicht fett Anrede auf Namenszeile neue Zeile letzte Zeile</p>	<p>Firmenanschrift</p> <p>Sollte nur vom <i>namentlich erwähnten</i> Empfänger geöffnet werden</p> <p>Herr Andres Süess Saxer AG Bahnhofstrasse 5 Postfach 8500 Frauenfeld</p> <p>1. Zeile, separat neue Zeile inkl. Titel neue Zeile neue Zeile neue Zeile vor PLZ/Ort letzte Zeile</p>

Übung 2 Auftrag Empfängeradresse

○ Öffnen Sie ein leeres Dokument und erfassen Sie die nachfolgenden Adressen in der richtigen Reihenfolge.

- Sandra Krähenbüel - Frau - Einschreiben - 6000 Luzern - Salamanderstrasse 3
- Fritz Sandmeier - Postfach - Herr - 4500 Solothurn
- Postfach - 8001 Zürich - Finanzabteilung – Globotrade AG - Frau Jeanine Dörig
- Bahnhofweg 6 - 8021 Zürich - Express – Finessa AG
- Nik Felder - rue du Trésor 124 - Herr - 2000 Neuchâtel
- Fellmann Sandro - Herr Dr. med. - Kirchgasse 1 - 5000 Aarau
- Bachstrasse 3 - 9500 Wil - Frau Schmid Rosa - Optik zum Tor (darf geöffnet werden)
- Bachstrasse 3 - 9500 Wil - Frau Schmid Rosa - Optik zum Tor (darf nur persönlich geöffnet werden)

3 Rechts oder links?

Selbstverständlich sind beide Varianten möglich. Die Rechtsadressierung ist zu empfehlen, weil sie die natürliche Lesekurve unterstützt und die wichtigsten Briefelemente optisch erkennen lässt. Die Absenderadresse ist meistens auf dem Briefpapier vorgedruckt. Im Unterricht kann mit oder ohne Absenderadresse gearbeitet werden.

3.1 Die Rechtsdarstellung

Das Diagramm zeigt die Formatierung eines Briefes in der Rechtsdarstellung. Die Absenderadresse ist linksbündig in der Kopfzeile platziert. Die Empfängeradresse ist rechtsbündig mit einem 9 cm breiten linken Einzug (Tab-Stopp) gesetzt. Der Briefinhalt beginnt mit einer Anrede, gefolgt von einem Absatz, der mit 'Ihre Zufriedenheit ist uns wichtig' beginnt. Die Grußformel 'Freundliche Grüsse' ist rechtsbündig, gefolgt von der Unterschrift 'Alex Sonderegger' ebenfalls rechtsbündig. Am unteren Rand sind linksbündig 'Produktekatalog' und 'Unternehmensleitbild' angegeben.

Absender in Kopfzeile
Digiarchiv AG
Industriestrasse 20
3000 Bern

Bei 9 cm einen linken Einzug oder Tab-Stopp setzen

Herr (Zeile 1)
Dr. Florian Dachsner
Wickelstrasse 10
8005 Zürich

26. September 201 (Zeile 11) nachher (4 x Enter)

Ihre Zufriedenheit ist uns wichtig (3 x Enter) Schriftschnitt fett

Sehr geehrter Herr Dachsner (2 x Enter)

Sie zeigten sich an der Herbstmesse in Bern von unseren Ablage-Systeme begeistert. Jetzt möchte ich keine Zeit verstreichen lassen und – solange die Begeisterung anhält – Ihnen unser Unternehmen vorstellen und Ihnen aufzeigen, wie wir Sie unterstützen können. (2 x Enter)

Mit unserem elektronischen Ablage-System gewinnen Sie mehr Zeit für Ihre Kerngeschäfte. Dürfen wir Sie persönlich überzeugen? (2 x Enter)

Frau Gabi Henkelmeier, Direktionsassistentin, meldet sich in den nächsten Tagen telefonisch bei Ihnen für eine persönliche Einladung. Wir freuen uns auf Ihren Besuch. (2 x Enter)

Freundliche Grüsse (2 x Enter)

Digiarchiv AG (4 x Enter) evtl. Schriftschnitt fett

Alex Sonderegger (1 x Enter)

Produktekatalog
Unternehmensleitbild

Zusatzinformationen zu Schrift-, Absatz- und Seitenformat:

- Schriftart** Calibri, Times New Roman, Arial; Schriftgrad: 10 bis 12 pt (Empfehlung Calibri, 11 pt)
- Zeilenabstand** 1.0 oder einfach; Absatz Abstand vor/nach: 0 pt
- Seitenränder** oben 5.2 cm, links 2.6 bis 3 cm und rechts 1.5 bis 2 cm, unten 2 cm, Automatische Silbentrennung aktivieren

3.2 Die Linksdarstellung

Absender in Kopfzeile

Digiarchiv AG
Industriestrasse 20
3000 Bern

Bei 9 cm einen linken Einzug oder Tab-Stopp setzen



↓

→ Herr **(Zeile 1)**
Dr. Florian Dachsner
Wickelstrasse 10
8005 Zürich

26. September 201 **(Zeile 11) nachher (4 x Enter)**

¶
¶
¶
Ihre Zufriedenheit ist uns wichtig (3 x Enter) Schriftschnitt fett
¶
¶
Sehr geehrter Herr Dachsner **(2 x Enter)**
¶
Sie zeigten sich an der Herbstmesse in Bern von unseren Ablage-Systeme begeistert. Jetzt möchte ich keine Zeit verstreichen lassen und – solange die Begeisterung anhält – Ihnen unser Unternehmen vorstellen und Ihnen aufzeigen, wie wir Sie unterstützen können. **(2 x Enter)**
¶
Mit unserem elektronischen Ablage-System gewinnen Sie mehr Zeit für Ihre Kerngeschäfte. Dürfen wir Sie persönlich überzeugen? **(2 x Enter)**
¶
Frau Gabi Henkelmeier, Direktionsassistentin, meldet sich in den nächsten Tagen telefonisch bei Ihnen für eine persönliche Einladung. Wir freuen uns auf Ihren Besuch. **(2 x Enter)**
¶
Freundliche Grüsse **(2 x Enter)**
¶
Digiarchiv AG (4 x Enter) evtl. Schriftschnitt fett
¶
¶
¶
Alex Sonderegger **(1 x Enter)**

Produktkatalog
Unternehmensleitbild

- Schriftart** Calibri, Times New Roman, Arial; Schriftgrad: 10 bis 12 pt (Empfehlung Calibri, 11 pt)
- Zeilenabstand** 1.0 oder einfach; Absatz Abstand vor/nach: 0 pt
- Seitenränder** oben 5.2 cm, links 2.6 bis 3 cm und rechts 1.5 bis 2 cm, unten 2 cm, Automatische Silbentrennung aktivieren

3.3 Jeder Inhalt verlangt auch das passende Outfit für die Kernbotschaft

Schreiben Sie eine Anfrage oder ein Angebot, dann empfiehlt sich die Darstellung mit den Stichwortangaben am linken Rand. Zu einer Einladung an die GL-Sitzung werden die Traktanden nicht fehlen. In diesem Fall ist die Nummerierung der Traktanden sicher die beste Alternative. Die wichtigsten Regeln für eine moderne Darstellung finden Sie im Buch „Regeln für das Computerschreiben“ (Verlag SKV).

3.4 Ein paar Beispiele

Wir stellen folgende Mängel fest:

(2 x Enter)

- Den Eingangsteppich haben Sie unsorgfältig verlegt. An gewissen stellen sind Leimflecken sichtbar.
- Die Armaturen in der Küche sind undicht und tropfen.

Absatzabstand nach 6 pt

Absatzabstand nach 0 pt (2 x Enter)

Bitte beheben Sie die Mängel in den nächsten zwei Wochen beheben, damit wir die Wohnung spätestens Ende Monat beziehen können. Vielen Dank.

Wir stellen folgende Mängel fest:

(2 x Enter)

1. Den Eingangsteppich haben Sie unsorgfältig verlegt. An gewissen stellen sind Leimflecken sichtbar.
2. Die Armaturen in der Küche sind undicht und tropfen.

Absatzabstand nach 6 pt

Absatzabstand nach 0 pt (2 x Enter)

Bitte beheben Sie die Mängel in den nächsten zwei Wochen beheben, damit wir die Wohnung spätestens Ende Monat beziehen können. Vielen Dank.

Gerne erwarten wir Ihr Angebot bis Ende November 20..

(2 x Enter)

Drei PC komplett, Windows 10, Office-Paket 2016,
LCD-Bildschirm 21"

Absatzabstand nach 6 pt

Preis max. CHF 1 500.– je Stück

Absatzabstand nach 6 pt

Ein Laser-Drucker mit guter Auflösung für max. CHF 2 000.–

Absatzabstand nach 6 pt

Lieferung franko Haus

Absatzabstand nach 0 pt (2 x Enter)

Auf Ihr grosszügiges Angebot freuen wir uns und danken für Ihren Vorschlag.

4 Der Brief spricht



Wer schreiben und lesen konnte, genoss hohes Ansehen und die Wege für eine berufliche Karriere standen offen. Gelehrte übernahmen diese Aufgaben für Menschen, die keine Schulbildung hatten. Meine Mutter erzählte mir die Geschichte von „Marta“, einer alten Dame, die nicht lesen und schreiben konnte.

Sie erhielt zum ersten Mal in ihrem Leben einen Brief aus Südamerika. Als ihr Nachbar den Brief laut vorlas, war ihre Reaktion: „Ich wusste nicht, dass der Brief sprechen kann“. Marta hat den Nagel schon damals auf den Kopf getroffen.

Wenn der Brief zu uns spricht, dann fühlen wir uns als Menschen ernst genommen. Dieser noch so einfach klingende Satz ist genau das, was zu wenig angewendet wird. Hinter jedem Brief steht ein Mensch, der zu einem anderen Menschen spricht.

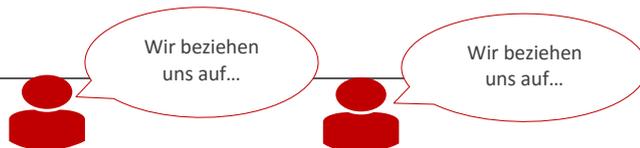
4.1 Im Dialog mit dem Menschen



Jedes Kind lernt zuerst die Sprache. Wir benutzen diese ungezwungen und natürlich. Warum gelingt dies nicht bei der schriftlichen Variante? Warum blockiert und hemmt das geschriebene Wort? Viele tun sich schwer, sich dem Empfänger zu öffnen, Emotionen und Gefühle zu offenbaren. Dadurch entsteht eine verkrampte Kommunikation, die mit floskelhaften Formulierungen vollgespickt ist. Warum schreiben wir nicht, wie wir reden?

Die Brücke zwischen dem Briefschreibenden und dem Briefempfänger entsteht dann, wenn für Spannung, Neugier und Sensationen gesorgt wird. Verlängern Sie Ihre Arme und erreichen Sie so Ihren Briefempfänger.

4.2 Der Papageieneffekt



Die Papageien sind gute Nachahmer, wenn sie mit Menschen zusammenleben. Genau dieses Nachplappern macht sie sympathisch. Wenn Sie als Briefempfänger schon wissen, was Sie erwartet, verliert der Brief an Spannung und Ihnen entgeht das Interesse am Inhalt.

Die Floskeln machen jeden Brief altmodisch und unwirksam. Wenn die Kundenbedürfnisse und der Leser in den Mittelpunkt rücken, dann schreiben Sie automatisch in einer modernen und stilicheren Sprache. Unikate und nicht Duplikate sind gefragt!

4.3 Bitte mit Stil



Würden Sie sich heute mit der Garderobe Ihrer Grosseltern oder gar Urgrosseltern kleiden? Bestimmt nicht. Dies gilt auch für die Kommunikation. Die Sprache lebt und geht mit, wie die Modebranche. Zu jeder Ära gehört der passende Stil. Mit ihrem Stil hinterlässt eine Unternehmung die Spuren, die das Image prägen. Kundenorientierung bedeutet auch ziel- und empfängerorientierte Inhalte. Kommunizieren bedeutet den Kontakt zu unseren Mitmenschen, Kunden, Partner suchen, indem wir uns einbringen und eine Verbindung herstellen. Oder anders ausgedrückt: „Die Kunst des Brückenbauers verstehen“.

4.4 Entrümpeln Sie den Sprachballast



Was sind Floskeln? Wie erkenne ich eine Floskel? Zugegeben, eine nicht immer einfache Aufgabe.

Übung 3 Auftrag Floskelanalyse

Beurteilen Sie folgendes Briefbeispiel:

- Welche Floskeln erkennen Sie? Heben Sie diese mit dem Marker hervor.
- Wie wirkt der Stil auf Sie?

Unterlagen für Renovation

Grüezi Herr Sahner

Wir beziehen uns auf Ihr freundliches Telefonat. Für das Interesse, das Sie unserem Produkt entgegenbringen, danken wir Ihnen bestens.

Als Beilage senden wir Ihnen die angeforderten Unterlagen. Für allfällige Fragen steht Ihnen unser Herr Loosli jederzeit gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns, wenn Sie uns für Ihre Anliegen kontaktieren.

Mit freundlichen Grüessen

Rosmarie Meyer
Verkaufsabteilung

4.5 Der „Korrespondenzputz“ ist angesagt



So wie Sie im Frühling Ihre Wohnung, Ihr Haus auf den Sommer vorbereiten, so sollten Sie auch Ihre Geschäftsbriefe entstauben. Alten Staub wegzukriegen bedarf einer gründlichen Reinigung. Zuerst sollten Sie sich über altmodische Floskelwendungen Gedanken machen, bevor Sie sich mit Ihrer neuen, trendigen und kurzen Kundenkommunikation befassen.

4.6 Schluss mit „Altgebackenem“



Floskeln sind Aussagen, die keine Wirkung zeigen und keinen Service bieten. Leere statt Fülle ist das Ergebnis. Oft werden Floskeln verwendet, um den Brief künstlich zu verlängern. Der Mut zum kurzen, direkten Briefstil fehlt.

4.7 Hier die Kostprobe

Tendenz 	Tendenz 
Anrede	
<p>Sehr geehrte Kunden</p> <p>Sehr geehrte Damen und Herren</p>	<ul style="list-style-type: none"> Sehr geehrte Frau Muster Liebe Frau Muster Guten Tag Frau Muster <p>Hinweis</p> <p>immer Einzahl, passend zu Beziehungstiefe</p>
Einstieg	
<p>Wir bestätigen den Eingang Ihres Schreibens.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Danke für Ihren Brief vom 24. September xxxx. Vielen Dank für Ihre Nachricht an Heinz Huber. Ihr Brief ist angekommen – Danke.
<p>Wir beziehen uns auf Ihre E-Mail vom ... und teilen Ihnen Folgendes mit:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Wir danken Ihnen für Ihre E-Mail vom 15. Oktober xxxx. Heute informieren wir Sie darüber, ... In Ihrer E-Mail vom 15. Oktober xxxx bitten Sie um eine Besprechung mit dem Produktionsleiter. Diese Termine sind möglich:
<p>Für Ihr Interesse an unseren Produkten danken wir Ihnen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Schön, dass Sie sich für unsere «xy-Linie» interessieren. Vielen Dank für Ihren Besuch in unserem Schaumraum und Ihr Interesse an «xy».



Tendenz 	Tendenz 
	<ul style="list-style-type: none">• Ich danke Ihnen für Ihren Anruf vom xxxx. Sie interessieren sich für die zwei Ausführungsvarianten «xy» und «zw».

