

*westermann*



Karl Wilhelm Henke

# **Geschäftsbriefe kundenorientiert formulieren**

*prägnant und effektiv*

1. Auflage

Bestellnummer 7336

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragungen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Titel stock.adobe.com, Dublin: denisismagilov

Wir arbeiten sehr sorgfältig daran, für alle verwendeten Abbildungen die Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber zu ermitteln. Sollte uns dies im Einzelfall nicht vollständig gelungen sein, werden berechnete Ansprüche selbstverständlich im Rahmen der üblichen Vereinbarungen abgegolten.

**service@westermann.de**  
**www.westermann.de**

Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers GmbH,  
Postfach 33 20, 38023 Braunschweig

**ISBN 978-3-8045-7336-9**

**westermann** GRUPPE

© Copyright 2020: Bildungshaus Schulbuchverlage Westermann Schroedel Diesterweg Schöningh Winklers  
Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

## Vorwort

---

Geschäftsbriefe sind das „Aushängeschild eines Unternehmens“. Darum kommt dem Formulieren und Gestalten eines Geschäftsbriefes eine große Bedeutung zu. Dabei müssen Sie auch die Schreib- und Gestaltungsregeln für die Text- und Informationsverarbeitung (DIN 5008) beachten. Ein ansprechender Brief ist die beste Werbung für ein Unternehmen.

Wer heute Kunden gewinnen will, muss sie umwerben. Das bedeutet, dass Sie Ihre Formulierungen so wählen, dass sich der Kunde angesprochen fühlt. Fassen Sie Ihre Geschäftsbriefe empfängerbezogen, persönlich, freundlich, prägnant und informativ ab.

Dieser Ratgeber soll Ihnen helfen, dieses Ziel zu erreichen. Dabei wünsche ich Ihnen viel Erfolg.

Soest, im Winter 2019/2020

*Karl Wilhelm Henke*

## Inhalt

|  |    |  |    |
|--|----|--|----|
| <b>Anforderungen an einen modernen<br/>Geschäftsbrief</b> .....                  | 3  | Die Bestellung .....                                       | 33 |
| <b>Geschäftsbriege normgerecht gestalten</b> ...                                 | 6  | Geschäftsbrief: Bestellung .....                           | 34 |
| Geschäftsbrief mit seinen Bestandteilen .....                                    | 6  | Die Gewährleistung .....                                   | 35 |
| Vorlagen für Geschäftsbriefe .....   | 7  | Geschäftsbrief: Gewährleistung .....                       | 36 |
| Anschriften .....  | 8  | Der Lieferverzug .....                                     | 37 |
| Vermerke in Geschäftsbriefen .....   | 12 | Geschäftsbrief: Zweite Mahnung .....                       | 38 |
| <b>Geschäftsbriefe kundenorientiert<br/>formulieren</b> .....                    | 14 | Geschäftsbrief: Dritte Mahnung .....                       | 39 |
| Tipps zum Formulieren von<br>Geschäftsbriefen .....                              | 14 | <b>Schriftverkehr in der<br/>Personalverwaltung</b> .....  | 40 |
| Positive und negative Formulierungen .....                                       | 19 | Tipps zum Formulieren von<br>Bewerbungsschreiben .....     | 40 |
| <b>Formulieren spezieller<br/>Geschäftsbriege</b> .....                          | 21 | Bewerbungsschreiben .....                                  | 41 |
| Tipps zum Formulieren von Werbebriefen ..  | 21 | Bestätigung des Eingangs des<br>Bewerbungsschreibens ..... | 42 |
| Werbebrief an einen Kunden .....   | 22 | Einladung zum Vorstellungsgespräch .....                   | 43 |
| Werbebrief an einen Händlerkunden .....  | 23 | Absage auf eine Bewerbung .....                            | 44 |
| Die Anfrage .....  | 24 | Abmahnung .....  | 45 |
| Geschäftsbrief: Bestimmte Anfrage ohne<br>vorausgehende Geschäftsbeziehung ..... | 25 | Kündigung des Arbeitsverhältnisses .....                   | 46 |
| Geschäftsbrief: Bestimmte Anfrage mit<br>vorausgehender Geschäftsbeziehung ..... | 26 | Fristlose Kündigung .....                                  | 47 |
| Das Angebot .....  | 27 | <b>Besondere Schriftstücke</b> .....                       | 48 |
| Geschäftsbrief: Verlangtes, bindendes<br>Angebot .....                           | 28 | Glückwunsch zum Geschäftsjubiläum .....                    | 48 |
| Geschäftsbrief: Verlangtes, befristetes<br>Angebot .....                         | 29 | Glückwunsch zum Arbeitsjubiläum .....                      | 49 |
| Geschäftsbrief: Unverlangtes, freibleibendes<br>Angebot .....                    | 30 | <b>Wichtige Rechtschreibregeln</b> .....                   | 50 |
| Der Lieferverzug .....   | 31 | Groß- und Kleinschreibung .....                            | 50 |
| Geschäftsbrief: Lieferverzug .....   | 32 | Getrennt- und Zusammenschreibung .....                     | 52 |
|  |    | „ss“ oder „ß“ .....  | 54 |
|  |    | Straßennamen .....   | 55 |
|  |    | Kommasetzung .....   | 56 |
|  |    | <b>Sachwortverzeichnis</b> .....                           | 59 |

# 1 Anforderungen an einen modernen Geschäftsbrief

---

## Gute Formulierungen wählen

Geschäftsbriefe sind das „Aushängeschild eines Unternehmens“. Darum kommt dem Formulieren und Gestalten eines Geschäftsbriefes eine große Bedeutung zu. Ein ansprechender Brief ist die beste Werbung für ein Unternehmen.

Wer heute Kunden gewinnen will, muss sie umwerben. Das bedeutet, dass Sie Ihre Formulierungen so wählen, dass sich der Kunde angesprochen fühlt. Formulieren Sie Ihre Geschäftsbriefe darum kundenorientiert. Der Empfänger sollte im Mittelpunkt der Ausführungen stehen und nicht der Absender. Das bedeutet, dass wir den Empfänger mit „Sie“ und „Ihnen“ persönlich ansprechen und auf „wir“ und „uns“ möglichst verzichten.

Beim Abfassen von Briefen sollten Sie einfache, verständliche Formulierungen wählen. Der Empfänger sollte den Inhalt des Textes gleich verstehen, ohne ihn noch einmal lesen zu müssen. „Bandwurmsätze“ sollten Sie vermeiden. Formulieren Sie nach Möglichkeit so, wie Sie sprechen. Vermeiden Sie in einem Satz mehrere Einschübe, weil der Satz dadurch unverständlich wird. Kurze und klar formulierte Sätze tragen zum guten Verständnis bei.

Haben Sie den Brief vollständig verfasst, dann lesen Sie ihn noch einmal durch. Versetzen Sie sich dabei in die Lage des Empfängers. Fragen Sie sich, wie Sie als Empfänger des Briefes Ihre eigenen Formulierungen empfinden. Reagieren Sie auf Ihre eigenen Formulierungen negativ, sollten Sie den Brief noch einmal stilistisch verbessern.

Weitere Vorschläge zum Formulieren Ihrer Geschäftsbriefe finden Sie auf den folgenden Seiten.

## Geschäftsbriefe normgerecht gestalten

Hinweise zum Gestalten der Vorlagen für Geschäftsbriefe und für die Beschriftung finden Sie in der Norm DIN 5008 (Schreib- und Gestaltungsregeln für die Text- und Informationsverarbeitung). Hier ist festgelegt, welche Angaben und Positionen der Geschäftsbrief haben soll. In dieser Norm sind auch Schreibregeln zu berücksichtigen, die in Geschäftsbriefen häufiger vorkommen. Dazu gehören z. B. Abkürzungen oder Kalenderdaten.

Abkürzungen, die Sie im vollen Wortlaut aussprechen, erhalten einen Punkt (Beispiele: z. B., d. h., d. J.). Buchstäblich gesprochene Abkürzungen oder Abkürzungen, die wie selbstständige Wörter gesprochen werden, schreiben Sie ohne Punkt (Beispiele: CDU, SPD DGB, DFB, UNO). Bei national oder international festgelegten Abkürzungen setzen Sie keinen Punkt. Dazu diese Beispiele: EUR, km, kg).

Das numerische Kalenderdatum gliedern Sie absteigend in der Reihenfolge Jahr, Monat, Tag oder aufsteigend in der Reihenfolge Tag, Monat, Jahr. Die absteigenden Angaben trennen Sie durch je einen Mittestrich, während die aufsteigenden Angaben durch einen Punkt zu gliedern sind. Monat und Tag schreiben Sie zweistellig, die Jahreszahl aber vierstellig. Zwischen den Angaben entfallen die Leerzeichen (Beispiele: 20..-08-24 oder 24.08.20..). In Texten sollten Sie für die Schreibung des Datums die alphanumerische Form bevorzugen (Beispiel: 3. Februar 20..).

## 2 Geschäftsbriefe normgerecht gestalten

### 2.1 Geschäftsbrief mit seinen Bestandteilen

**Büroorganisation Krämer GmbH**

Rücksendeangabe (Postanschrift des Absenders) im Anschriftfeld mit Rücksendeangabe

Büroorganisation Krämer GmbH · Postfach 25 15 45 · 44137 Dortmund  
 Büromöbelfabrik  
 Westfalia AG  
 Postfach 33 44 66  
 44150 Dortmund

•  
•  
•  
•

**Anfrage nach Konferenzsesseln**

•  
•  
•

Guten Tag, sehr geehrte Damen und Herren,

•

es ist unser Bestreben, unseren Kunden hochwertige Büromöbel anzubieten. Sicher können Sie uns Konferenzsessel liefern, die ein bequemes und angenehmes Sitzen bei längeren Sitzungen und Veranstaltungen ermöglichen.

•

Bitte senden Sie uns ein Angebot über **Konferenzsessel mit einem Schwinggestell**. Eine höhenverstellbare Armlehne und eine Rückenlehnen-Arretierung sollen vorhanden sein. Zusätzlich wünschen wir eine Polsterung mit Lederüberzug. Bitte fügen Sie Ihrem Angebot Informationsmaterial bei.

•

Können Sie uns bis zum 30. d. M. beliefern? Wie sind Ihre Liefer- und Zahlungsbedingungen?

•

Sicher werden Sie uns ein günstiges Angebot unterbreiten.

•

Freundlich grüßt Sie

•

**Büroorganisation  
Krämer GmbH**

•

i. A.

•

Julia Roth

Leitwörter des Informationsblockes  
10 cm vom linken Rand – 3,2 oder 5,1 cm von der oberen Blattkante

Mitarbeiterin: Julia Roth  
 Abteilung: Einkauf

•

Telefon: 0231 353515-25  
 Telefax: 0231 353515-10  
 E-Mail: roth@buero-kraemer-wvd.com  
 Internet: www.buero-kraemer-wvd.com

•

Datum: 20..-05-17

← **Betreff**

← **Anrede**

Vor und nach dem Betreff lassen Sie zwei Leerzeilen. Danach folgt die Anrede.

← **Gruß**

← **Firma**

← **Zusatz**

← **Wiederholung der Unterschrift**

Zwischen den Bestandteilen des Briefabschlusses lassen Sie je eine Leerzeile. Sind keine Zusätze vorhanden, lassen Sie nach der Firma mindestens drei Leerzeilen.

**Geschäftsangaben**

|  |                          |   |
|--|--------------------------|---|
| Geschäftsräume<br>Zwickauer Straße 15 – 17<br>44139 Dortmund | Telefon<br>0231 353515-0 | E-Mail<br>info@buero-kraemer-wvd.com  |
|  |                          | Sparkasse Dortmund<br>IBAN: DE76 4405 0199 0000 2531 89<br>BIC: DORTDE33XXX |

Geschäftsführerin: Sabine Krämer · Sitz der Gesellschaft: Dortmund · Handelsregister B 9351 beim Amtsgericht Dortmund

## 2.2 Vorlagen für Geschäftsbriefe

### Vorlage mit gestaltetem Informationsblock

Verwenden Sie eine Vorlage mit einem Informationsblock, sind zwei Formen zu unterscheiden:

- der Standardinformationsblock und der
- gestaltete Informationsblock.

Die Vorlage für einen Geschäftsbrief enthält einen Briefkopf, die Postanschrift des Absenders, das Feld für die Rücksendeangabe, das Feld für die Anschrift des Empfängers, die Leitwörter für Kommunikationsangaben, die im Informationsblock stehen, und die Geschäftsangaben.

**Briefkopf.** Der Absender hat die Möglichkeit, den Briefkopf nach seinen Bedürfnissen zu gestalten und ein Logo zu verwenden. Dabei sollte das *Corporate Design* beachtet werden. Die gesamte Breite des Blattes A4 kann dabei genutzt werden. Der Briefkopf mit hochgestelltem Anschriftfeld (Form A) ist 2,7 cm hoch. Beim tiefgestelltem Anschriftfeld (Form B) beträgt die Höhe 4,5 cm.

**Rücksendeangabe.** Als Rücksendeangabe ist die Postanschrift des Absenders aufzuführen. Sie steht heute im Anschriftfeld mit Rücksendeangabe in einer kleineren Schriftgröße über der Empfängeranschrift oder den Zusätzen und Vermerken.

**Feld für die Anschrift des Empfängers.** Das Anschriftfeld mit integrierter Rücksendeangabe hat eine Größe von 4,5 cm x 8,5 cm groß.

**Geschäftsangaben.** In den Geschäftsangaben am Fuße des Vordrucks sind beispielsweise aufzuführen: die Geschäftsräume, alle Kommunikationsverbindungen mit den Nummern der Hauptanschlüsse, sofern sie nicht an anderer Stelle aufgeführt sind, die Bankverbindungen und die gesellschaftsrechtlichen Angaben bei Kapitalgesellschaften. Zu den Kommunikationsverbindungen gehören auch die E-Mail- und die Internetadresse.

Verwenden Sie die Geschäftsbriefblätter auch für Rechnungen, müssen Sie nach steuerrechtlichen Bestimmungen auch die Steuer-Nr. und die USt.-IdNr. aufführen.

**Gesellschaftsrechtliche Angaben bei Kapitalgesellschaften.** Im Fuß der Vorlage müssen Sie die Firma aufführen. Sie muss mit dem Wortlaut der Handelsregistereintragung übereinstimmen. Weiterhin sind diese Angaben erforderlich:

- die Rechtsform und der Sitz der Gesellschaft
- das Registergericht des Sitzes der Gesellschaft und die Handelsregisternummer
- der Familienname und mindestens ein ausgeschriebener Vorname des Vorsitzenden des Aufsichtsrates, sofern die Gesellschaft einen Aufsichtsrat gebildet hat,
- die Namen des Vorsitzenden und aller Mitglieder des Vorstandes bei Aktiengesellschaften und die Namen aller Geschäftsführer bei Gesellschaften mit beschränkter Haftung

### Beschriften von Vorlagen für den Geschäftsbrief

- Verwenden Sie einen **gestalteten Informationsblock**, sollten Sie die Angaben – ausgehend vom längsten Wort – an einer neuen Fluchtlinie beginnen. Die Eintragungen nehmen Sie in der im Brief verwendeten Schriftart und -größe vor. Für die Leitwörter verwenden Sie eine kleinere Schriftgröße, ebenfalls für die E-Mail-Adresse und Internetadresse, mindestens jedoch 8 Punkt.

## 2 Geschäftsbrieife normgerecht gestalten

- Leitwörter des gestalteten Informationsblockes dürfen Sie ergänzen, weglassen oder verändern. Die Angaben gruppieren Sie durch Leerzeilen.
- Füllen Sie den **Standardinformationsblock** aus, lassen Sie zwischen den Leitwörtern und den Bezugszeichen einen Abstand von einem Leerzeichen. Die Leitwörter und die Angaben haben die gleiche Schriftart und Schriftgröße wie der übrige Brief. Im Standardinformationsblock lassen Sie vor den Leitwörtern „Name:“ und „Datum:“ eine Leerzeile.
- Die Zeichen des Informationsblockes dürfen das Zeilenende bis zu 1 cm überschreiten.
- Vom letzten Leitwort des Informationsblockes bis zum Betreff lassen Sie zwei Leerzeilen.

### Leitwörter des Standardinformationsblocks

|                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| <i>Anschrifefeld</i> | Ihr Zeichen:          |
|                      | Ihre Nachricht vom:   |
|                      | Unser Zeichen:        |
|                      | Unsere Nachricht vom: |
|                      | Name:                 |
|                      | Telefon:              |
|                      | Telefax:              |
| E-Mail:              |                       |
| Datum:               |                       |

### Beispiel für das Ausfüllen des gestalteten Informationsblocks

|  |              |                      |
|--|--------------|----------------------|
| Autohaus Kleiber GmbH, Postfach 3 59 72, 59494 Soest | Mitarbeiter: | Josef Huber          |
| Büroorganisation                                     | Abteilung:   | Verkauf              |
| Eder & Co. GmbH                                      | Kunden-Nr.:  | 567                  |
| Herrn Markus Fengler                                 | •            |                      |
| Postfach 34 59 49                                    | Telefon:     | 02921 395025-112     |
| 80634 München  | Telefax:     | 02921 395025-102     |
| •  | E-Mail:      | info@kleiber-wvd.com |
| •  | Internet:    | www.kleiber-wvd.com  |
| •  | •            |                      |
| •  | Datum:       | 20..-05-15           |
| <b>Angebot über den Kleintransporter TRAILER</b>     |              |                      |
| •  |              |                      |
| •  |              |                      |
| Guten Tag Herr Fengler,                              |              |                      |
| •  |              |                      |
| Sie wünschen ...                                     |              |                      |

## 2.3 Anschriften

### Personenanschriften

Rücksendeangabe und Zusatz- und Vermerkzone können eine Zone bilden, die aus fünf Zeilen besteht. Zur Anschriftzone gehören sechs Zeilen. Das Anschrifefeld besteht aus 11 Zeilen und ist 4,5 cm hoch, die Zusatz- und Vermerkzone 1,8 cm und die Anschriftzone 2,7 cm.

Die Rücksendeangabe (Postanschrift des Absenders) steht in der 1. Zeile der Zusatz- und Vermerkzone, wenn keine weiteren Angaben erforderlich sind. Sie steht immer in der obersten Zeile. In diesem Bereich verwenden Sie eine Schriftgröße von 8 Punkt.

Die Empfängeranschrift beginnen Sie in der 1. Zeile der Anschriftzone. Darunter führen Sie in der 2. Zeile den Namen auf. Die Straßenbezeichnung setzen Sie im Allgemeinen in die 3. Zeile, während für die Postleitzahl und den Wohnort die 4. Zeile vorgesehen ist. Postleitzahlen schreiben Sie fünfstellig und ungegliedert.

Akademische Grade, wie Diplom- und Doktorgrade, z. B. *Dr.*, *Dipl.-Ing.*, *Dipl.-Kfm.*, setzen Sie vor den Namen. Bachelor- und Mastergrade, z. B. *B. A.* (Bachelor of Arts), *B. Sc.* (Bachelor of Science), *M. A.* (Magister Artium), stehen in der Regel hinter dem Namen.

|   |  |   |
|---|--|---|
| 5 | •  | •   |
| 4 | •  | •   |
| 3 | •  | •   |
| 2 | •  | •   |
| 1 | Köhler-Versand GmbH, Postfach 15 37 26, 24103 Kiel | Richter GmbH, Postfach 25 15 45, 44137 Dortmund |
| 1 | Frau   | Herrn   |
| 2 | Dipl.-Kffr. Daniela Krause                         | Sebastian Kaiser M. A.                          |
| 3 | Sievekingplatz 15                                  | Dahlhauser Höhe 38                              |
| 4 | 20355 Hamburg                                      | 44879 Bochum                                    |
| 5 | •  | •   |
| 6 | •  | •   |

Berufsbezeichnungen führen Sie hinter der Anrede auf. In der Zustellangabe dürfen Sie zusätzlich das Stockwerk oder die Wohnungsnummer aufführen. Durch zwei Schrägstriche trennen Sie die Angaben. Davor und dahinter lassen Sie ein Leerzeichen.

Ist der Empfänger nicht der Wohnungsinhaber, vermerken Sie den Namen des Wohnungsinhabers unter dem Namen des Empfängers. Das gilt auch, wenn der Empfänger zu Besuch ist.

|   |  |  |
|---|--|--|
| 5 | •  | •  |
| 4 | •  | •  |
| 3 | •  | •  |
| 2 | •  | •  |
| 1 | Breyer-Versand KG, Postfach 37 26 69, 23558 Lübeck | Breyer-Versand KG, Postfach 37 26 69, 23558 Lübeck |
| 1 | Frau Regierungsrätin                               | Herrn  |
| 2 | Dr. Vanessa Schwarz                                | Marcel Kleiber M. A.                               |
| 3 | Liebigstraße 38 // 2. Stock                        | bei Schlingmann                                    |
| 4 | 52349 Düren  | Am Rosengarten 15 // W 8                           |
| 5 | •  | 34134 Kassel                                       |
| 6 | •  | •  |

Die Zusatz- und Vermerkzone mit integrierter Rücksendeangabe nimmt neben der Rücksendeangabe elektronische Frankiervermerke, Zusatzleistungen (z. B. Einschreiben, Warensendung), Vorausverfügungen (z. B. *Nicht nachsenden!*) oder sonstige Zustellvermerke auf.

Ist ein Vermerk aufzunehmen, steht dieser in der 1. Zeile der Zusatz- und Vermerkzone. Sind mehrere Vermerke aufzuführen, verwenden Sie von unten nach oben die Zeilen 1 bis 5. Über den Vermerken steht die Rücksendeangabe.

|   |   |   |
|---|---|---|
| 5 | •   | •   |
| 4 | •   | •   |
| 3 | •   | •   |
| 2 | Großhandlung Schmitz KG, Postfach 48 46, 50676 Köln | Großhandlung Schmitz KG, Postfach 48 46, 50676 Köln |
| 1 | Einschreiben Einwurf                                | Nicht nachsenden!<br>Persönlich                     |
| 1 | Frau  | Herrn   |
| 2 | Dipl.-Päd. Sabrina Böhmer                           | Prof. Dr. David Blanke                              |
| 3 | Flandernstraße 28 // W 6                            | Gellertstraße 56                                    |
| 4 | 23558 Lübeck  | 81925 München                                       |
| 5 | •   | •   |
| 6 | •   | •   |

### Unternehmensanschriften

Unternehmensanschriften, Behördenanschriften usw. sind nach der Norm DIN 5008 (Schreib- und Gestaltungsregeln für die Text- und Informationsverarbeitung) normgerecht zu gestalten. Die Anordnung entspricht der Gestaltung von Privatanschriften.

Über den Vermerken der Zusatz- und Vermerkzone steht die Rücksendeangabe immer in der obersten Zeile.

Die Unternehmensanschriften beginnen Sie in der 1. Zeile der Anschriftzone. Längere Firmenbezeichnungen verteilen Sie auf zwei Zeilen.

Soll der Brief eine bestimmte Mitarbeiterin oder einen bestimmten Mitarbeiter erreichen, setzen Sie die Anrede mit dem Namen unter die Firma.

Ist ein Postfach vorhanden, führen Sie anstelle der Straßenbezeichnung das Postfach auf. Postfachnummern gliedern Sie durch Leerzeichen von rechts nach links in zweistellige Gruppen. In Großempfängeranschriften geben Sie weder das Postfach noch die Straße an.

|   |   |  |
|---|---|--|
| 5 | •   | •  |
| 4 | •   | •  |
| 3 | •   | •  |
| 2 | •   | •  |
| 1 | Großhandlung Schmitz KG, Postfach 48 46, 50676 Köln | Steinkamp GmbH, Postfach 25 67 57, 44127 Essen, Ruhr<br>Infopost |
| 1 | Feinkost Albrecht GmbH                              | Modehaus für Sie   |
| 2 | Frau Melanie Pfeiffer                               | Peters GmbH  |
| 3 | Postfach 28 95 76                                   | Herrn Michael Koch   |
| 4 | 51379 Leverkusen                                    | Postfach 25 76 98  |
| 5 | •   | 58089 Hagen, Westfalen   |
| 6 | •   | •  |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 5 | •  | •  |
| 4 | •  | •  |
| 3 | •  | •  |
| 2 | Büromöbel Klinger KG, Postfach 32 19, 50676 Köln | MEGABIT GmbH, Postfach 54 79 16, 22765 Hamburg |
| 1 | Einschreiben Einwurf                             | <br>Infopost                                   |
| 1 | Großhandlung                                     | Autozubehör                                    |
| 2 | Zierner & Claus GmbH                             | Sauer & Kühne GmbH                             |
| 3 | Frau Daniela König                               | Herrn Dipl.-Kfm. Andreas Kühne                 |
| 4 | Postfach 68 73 19                                | Postfach 52 36 97                              |
| 5 | 47798 Krefeld                                    | 55118 Mainz                                    |
| 6 | •  | •  |

In Anschriften von Einzelunternehmen führen Sie hinter dem Namen den Zusatz „e. K.“ oder „e. Kffr.“ (eingetragene Kauffrau) oder „e. K.“ oder „e. Kfm.“ (eingetragener Kaufmann) auf.

|   |   |  |
|---|---|--|
| 5 | •   | •  |
| 4 | •   | •  |
| 3 | •   | •  |
| 2 | Huber GmbH, Postfach 89 67 22, 90459 Nürnberg | Vogel GmbH, Postfach 36 17 26, 44127 Essen, Ruhr |
| 1 | Einschreiben Einwurf                          | <br>Infopost                                     |
| 1 | Christina Simon e. Kffr.                      | Computerservice                                  |
| 2 | Fasanenstraße 7 // 2. Stock                   | Ziegler e. Kfm.                                  |
| 3 | 39114 Magdeburg                               | Herrn Sebastian Ziegler                          |
| 4 | •   | Postfach 39 28 55                                |
| 5 | •   | 60329 Frankfurt am Main                          |
| 6 | •   | •  |

## Auslandsanschriften

Auslandsanschriften sollten Sie möglichst in der Form des Bestimmungslandes schreiben. Bestimmungsort und Bestimmungsland schreiben Sie in lateinischer Sprache, arabischen Ziffern und Großbuchstaben. Den Bestimmungsort schreiben Sie nach Möglichkeit in der Sprache des Bestimmungslandes, während das Bestimmungsland in deutscher Sprache unter der letzten Zeile der Anschrift aufzuführen ist.

|   |   |   |
|---|---|---|
| 5 | •   | •   |
| 4 | •   | •   |
| 3 | •   | •   |
| 2 | •   | •   |
| 1 | Textil Niederrhein GmbH, Postfach 25 15, 47533 Kleve, Allemagne | Motoren Steinke AG, Postf. 12 24 36, 39104 Magdeburg, Allemagne |
| 1 | Textiel Shop  | AB Motor  |
| 2 | Wilheminaakade 136  | Mejlgade 4  |
| 3 | 3072 AP ROTTERDAM   | 6000 KOLDING  |
| 4 | NIEDERLANDE   | DÄNEMARK  |
| 5 | •   | •   |
| 6 | •   | •   |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 5 | •  | •  |
| 4 | •  | •  |
| 3 | •  | •  |
| 2 | •  | •  |
| 1 | Hightech GmbH, Postfach 25 45 20, 01069 Dresden, Allemagne | Westfalia AG, Postfach 12 24 36, 44137 Dortmund, Allemagne |
| 1 | Media Futura   | Mr. Charles Brown  |
| 2 | Olszewskiego 127   | Price Wholesalers Ltd                                      |
| 3 | 52-404 WROCLAW   | 27 Princess Street   |
| 4 | POLEN  | PLYMOUTH   |
| 5 | •  | Devon PL1 2EX  |
| 6 | •  | GROßBRITANNIEN   |

## 2.4 Vermerke in Geschäftsbriefen

### Anlagenvermerk

Um beim Posteingang prüfen zu können, welche weiteren Schriftstücke einem Geschäftsbrief beiliegen, ist ein **Anlagenvermerk** erforderlich. Für die Gestaltung des Anlagenvermerks haben Sie verschiedene Möglichkeiten: Sie können ihn in ausführlicher oder verkürzter Form schreiben.

Nach einer Leerzeile setzen Sie den Anlagenvermerk unter den Briefabschluss. Die Überschrift dürfen Sie durch Fettschrift hervorheben. Unter dem Wort „Anlage(n)“ können Sie die Anlagen einzeln auführen.

Sagt Ihnen unser Angebot zu? Wenn Sie weitere Fragen haben, dann rufen Sie uns an.

•  
Freundliche Grüße

•  
**Bau- und Gartenmarkt GmbH**

•  
i. A.

•  
Michael Müller

•  
**Anlagen**  
2 Prospekte

Beim verkürzten Anlagenvermerk führen Sie nur die Anzahl der Anlagen und das Wort „Anlage(n)“ auf.

Wünschen Sie weitere Informationen, dann sprechen Sie mit uns.

•  
Freundliche Grüße aus Bremen

•  
**Bürozentrum**  
**Blumenthal KG**

•  
ppa.

•  
Vera Hansmann

•  
**3 Anlagen**

Reicht der Platz unter dem Briefabschluss nicht aus, setzen Sie den Anlagenvermerk in Höhe des Grußes – 10 cm vom linken Rand.

Wie denken Sie über unseren Vorschlag?

•  
Freundlich grüßt Sie

•  
**Autohaus Rhein-Main GmbH**

•  
i. A.

•  
Thomas Brauner

10 cm vom linken Rand

**Anlagen**

3 Druckschriften

## Verteilvermerk

Damit der Empfänger weiß, wer einen weiteren Ausdruck oder eine Kopie des Schreibens erhalten hat, führen Sie weitere Empfänger in einem **Verteilvermerk** unter dem Wort „Verteiler“ auf. Das Wort „Verteiler“ dürfen Sie durch Fettschrift hervorheben. Die Regeln des Anlagenvermerkes gelten auch für den Verteilvermerk.

Sind Sie mit unserem Vorschlag einverstanden?

•  
Freundliche Grüße

•  
Eisenwarenhandlung  
Krause & Co. OHG

•  
i. A.

•  
Bettina Schulz

•  
**Verteiler**  
Rechnungsabteilung

Treffen Anlagen- und Verteilvermerk zusammen, schreiben Sie den Anlagenvermerk zuerst. Zwischen beiden Vermerken lassen Sie eine Leerzeile.

Wann werden Sie uns besuchen?

•  
Freundlich grüßt Sie

•  
Maschinenfabrik  
Neumann & Schnieders KG

•  
ppa.

•  
Claudia Fisch

•  
**1 Anlage.**

•  
**Verteiler**  
Frau Dr. Müller  
Herrn Engelbracht  
Einkaufsabteilung

Reicht der Platz für den Anlagenvermerk oder den Verteilvermerk nicht aus, stehen die Vermerke in Höhe des Grußes – 10 cm vom linken Rand.

Sagt Ihnen unser Angebot zu?

•  
Freundliche Grüße

•  
Büromöbelfabrik  
Westfalia AG

•  
i. A.

•  
Verena Hartmann

**Anlagen**

1 Prospekt  
1 Zeichnung

•  
**Verteiler**

Vorstand

## 3 Geschäftsbriefe kundenorientiert formulieren

### 3.1 Tipps zum Formulieren von Geschäftsbriefen

#### Gliedern Sie Ihren Brief

Gliedern Sie Ihren Geschäftsbrief. Beginnen Sie mit einer interessanten Einleitung, formulieren Sie den Hauptteil präzise und verständlich. Wählen Sie einen ansprechenden Schlusssatz.

#### Bauen Sie Ihren Brief logisch auf

Bauen Sie Ihren Brief nach logischen Gesichtspunkten auf. Fassen Sie inhaltlich zusammengehörige Sätze in einem Absatz zusammen. Versuchen Sie auch, eine gewisse Spannung aufzubauen. Um die Aufmerksamkeit zu erhöhen, sollten Sie ankündigen, dass etwas Wichtiges kommt.

#### Ihr Betreff sollte inhaltlich ansprechen

Damit der Empfänger gleich weiß, worum es in einem Geschäftsbrief geht, sollten Sie einen Betreff wählen, der die wesentlichen Informationen enthält und den Empfänger neugierig macht. Das gilt ganz besonders für unverlangte Angebote. Dazu diese Beispiele: *Poloshirts in modisch-aktuellen Farben (anstelle des Betreffs: Angebot über Poloshirts) – Modische Jacken für jedes Wetter (anstelle des Betreffs: Angebot über modische Jacken) oder Ein unvergessliches Erlebnis: Ostseekreuzfahrt nach St. Petersburg (anstelle des Betreffs: Angebot einer Ostseekreuzfahrt nach St. Petersburg)*

#### Wählen Sie eine ansprechende Anrede

Ist der Empfänger eines Geschäftsbriefes persönlich bekannt, reden Sie ihn persönlich an. Heute sind Anreden wie „Guten Tag Frau ...“ oder „Guten Tag Herr ...“ üblich. Veraltet ist dagegen die Anrede „Sehr geehrte Frau ...“ oder „Sehr geehrter Herr ...“ an. Zu salopp ist dagegen „Hallo Herr ...“ oder „Hallo Frau ...“. In Unternehmen sind die Ansprechpartner oft nicht bekannt. Dann wählen Sie die neutrale Anrede „Sehr geehrte Damen und Herren, ...“. Dazu gibt es aber auch schon eine Alternative. „Guten Tag, sehr geehrte Damen und Herren,“ wird auch oft verwendet.

#### Formulieren Sie eine interessante Einleitung

Wählen Sie eine spannende Einleitung, in der Sie den Kunden für das neue Produkt „sensibilisieren“. Dazu können Sie auch Fragen stellen, die der Kunde mit „ja“ beantworten muss. Bedenken Sie immer: Nicht Ihr Unternehmen steht im Vordergrund, sondern der Kunde. Durch eine interessante Einleitung wecken Sie beim Leser Interesse, und regen ihn an, den Brief weiterzulesen. Dazu einige Beispiele: *Möchten Sie Ihren Kunden immer die neuesten Geräte anbieten? Dann ist der Gefrierschrank POLAR 150 genau der richtige für Sie. – Haben Sie schon gehört, dass der XP 350 seit Kurzem auf dem Markt ist? – Kennen Sie schon das neue Notebook XXL 280? Lassen Sie sich die Vorzüge erläutern. – Wollen Sie rationell und kostensparend arbeiten? Dann ...*

### Formulieren Sie einen ansprechenden Satzsatz

Auch für den Satzsatz bietet sich ein Fragesatz an. Dazu diese Beispiele: *Sagt Ihnen unser Angebot zu? Wenn Sie weitere Informationen wünschen, rufen Sie uns an. – Sind Sie mit unserem Vorschlag einverstanden? – Wie gefällt Ihnen unser Entwurf?*

### Wählen Sie den passenden Gruß

Geschäftsbriefe enden mit dem Gruß. Oft verwenden Unternehmen noch den Gruß „Mit freundlichen Grüßen“. Hier zeichnet sich ein Wandel ab. Vereinfacht heißt es schon „Freundliche Grüße“ oder „Freundlicher Gruß“. Das „mit“ in einem Gruß ist also überflüssig. Es handelt sich um eine Floskel, die früher in Geschäftsbriefen üblich war. Um die Jahrhundertwende vom 19. zum 20. Jahrhundert hieß der Gruß noch „... und verbleiben mit vorzüglicher Hochachtung Ihr ergebener ...“ Lange Zeit war der Gruß „Hochachtungsvoll“ üblich. Heute wird der Gruß moderner formuliert. Er kann beispielsweise lauten: „Freundliche Grüße aus ...“ oder „Freundliche Grüße nach ...“. Das Substantiv „Grüße“ können Sie natürlich auch durch ein Verb ersetzen. Eine Alternative ist der Gruß „Freundlich grüßt Sie“.

### Beachten Sie den Satzbau

Je nachdem, wo ein Wort innerhalb des Satzes steht, wird es unterschiedlich betont. Die Aufmerksamkeit des Lesers ist auf den Satzanfang gerichtet. Darum ist es wichtig, dass Sie das Wort, das Sie betonen wollen, an den Satzanfang stellen. Dazu diese Beispiele: *Wir haben Sie schon wiederholt gebeten, uns Ihre Reiseberichte rechtzeitig zuzusenden. – Schon wiederholt haben wir Sie gebeten, uns Ihre Reiseberichte rechtzeitig zuzusenden.*

### Stoßen Sie den Empfänger auf bestimmte Textpassagen

Um die Aufmerksamkeit des Lesers zu erhöhen, sagen Sie ihm einfach, dass etwas Wichtiges kommt. Dazu einige Beispiele: *Auch das dürfte für Sie wichtig sein: ... – Welche Vorteile hat das für Sie? ... Auch diesen Punkt sollten Sie berücksichtigen: ...*

### Freundlichkeit zahlt sich aus

Ein freundlich verfasster Brief spricht den Empfänger mehr an als ein sachlich formulierter, unpersönlicher Brief. Gehen Sie auf die persönlichen Wünsche des Empfängers ein und bringen Sie seiner Situation Verständnis entgegen. Verwenden Sie gelegentlich das Wort „bitte“. Oft sind es die Kleinigkeiten, durch die Sie eine große Wirkung erzielen.

### Überzeugen Sie durch Argumente

Überzeugen Sie den Empfänger durch Argumente. Das übertriebene Anpreisen von Produkten führt oft nicht zum gewünschten Erfolg. Ist der Empfänger von den Vorzügen des Artikels überzeugt, wird er ihn auch kaufen. Wählen Sie darum Formulierungen wie diese: *Überzeugen Sie sich von den Vorzügen des Smartphones XP, indem Sie es testen. – Finden Sie die Vorzüge des neuen MONSUN TURBO bei einer Testfahrt heraus.*

### Vermeiden Sie übertriebene Höflichkeit

Schreiben Sie stets höflich. Vermeiden Sie aber eine übertriebene Höflichkeit, weil Ihr Brief dadurch eher unnatürlich klingt. Oft meinen die Verfasser von Briefen, dass Wörter wie „mögen“, „möchten“ und „dürfen“ zurückhaltender wirken. In vielen Fällen ist dann aber nicht mehr eindeutig, was der Verfasser ursprünglich aussagen wollte. Drücken Sie sich darum klar und eindeutig aus und schreiben Sie so, wie Sie sprechen.

### Ihr Briefpartner ist ein gleichberechtigter Partner – drücken Sie negative Inhalte positiv aus

Behandeln Sie den Empfänger Ihres Briefes als gleichberechtigten Partner. Geben Sie ihm nicht das Gefühl, über ihm zu stehen. Vermeiden Sie Belehrungen, die den Empfänger verärgern. Ihr Ziel ist es doch, das Verhalten des Briefpartners positiv zu verändern. Greifen Sie ihn nicht direkt an. Denken Sie immer daran, wie Sie reagieren, wenn Sie negativ angesprochen werden. Drücken Sie sich auch bei negativen Sachverhalten positiv aus und bieten Sie Alternativen an, z. B. *Was halten Sie denn von diesem Vorschlag?*

### Bleiben Sie ruhig und sachlich – auch wenn der Absender unsachlich argumentiert

Es gibt verschiedene Anlässe, die eine Geschäftsbeziehung stören: Die bestellte Ware trifft nicht rechtzeitig ein oder die gelieferten Artikel weisen Fehler auf. Besonders ärgerlich ist es, wenn der Kunde den Rechnungsbetrag nicht rechtzeitig begleicht. Bleiben Sie auch dann ruhig und sachlich, wenn der Absender unsachlich argumentiert und Sie sich verletzt fühlen. Mit einem freundlich formulierten Brief erreichen Sie mehr als mit einem unfreundlich verfassten Brief.

### Fragen Sie sich, wie Sie als Empfänger Ihres Briefes reagieren

Haben Sie den Brief vollständig verfasst, lesen Sie ihn noch einmal durch. Versetzen Sie sich dabei in die Lage des Empfängers. Fragen Sie sich, wie Sie als Empfänger des Briefes auf Ihre eigenen Formulierungen reagieren. Empfinden Sie Ihre Wortwahl negativ, sollten Sie den Brief noch einmal stilistisch überarbeiten. Verfassen Sie Ihre Geschäftsbriefe professionell und überzeugend.

### Bilden Sie Fragesätze

Wollen Sie Ihren Brief lebendiger gestalten, dann formulieren Sie nicht nur Aussagesätze, sondern auch Fragesätze. Verfolgen Sie mit Ihren Formulierungen ein bestimmtes Ziel, dann stellen Sie Fragen, die der Empfänger bejahen muss. Wenn der Empfänger einer Frage zustimmt, zeigt er Interesse und liest den Brief weiter. Ihre Formulierungen entscheiden über den Erfolg. Seien Sie darum bei Ihrer Wortwahl psychologisch geschickt. Anstelle des Satzes *„Wir hoffen, dass Ihnen unser Angebot zusagt, und stehen Ihnen für weitere Fragen gern zur Verfügung.“* schreiben Sie doch besser *„Sagt Ihnen unser Angebot zu? Wenn Sie weitere Informationen wünschen, rufen Sie uns an.“*

### Verzichten Sie auf überflüssige Wörter

Drücken Sie sich klar und verständlich aus. Vermeiden Sie darum überflüssige Wörter. Entbehrlich sind z. B. Formulierungen wie *„...teilen wir Ihnen mit, ...“*. Dass Sie in einem Geschäftsbrief etwas mitteilen, erwähnen Sie nicht. Das gilt auch für die Ankündigung einer Information. Überflüssig sind also Formulierungen, die darauf hinweisen, dass in dem Text etwas folgt. Dazu diese Beispiele: *„Nachstehend ...“*, *„Folgendes ...“*, *„...wie folgt...“*. Auch Hinweise auf die beigefügten Anlagen verzichten Sie. Bilden Sie also keine Sätze mit *„Als Anlage senden wir ...“*, *„... die beiliegende (anliegende) Broschüre“*, *„... die beigefügten Anlagen ...“*, *„Anbei senden wir Ihnen ...“* oder *„Mit diesem Schreiben erhalten Sie ...“*.

Um auf die Anlagen hinzuweisen, empfehlen sich solche Formulierungen: *Weitere Details entnehmen Sie bitte dem Prospekt.* – *Lesen Sie dazu die Informationen in unserem Prospekt.* Aus dem Anlagenvermerk geht hervor, welche Unterlagen Sie dem Geschäftsbrief beifügen. – Auch auf das Wort „hiermit“ sollten Sie immer verzichten. Als Negativbeispiel dient dieser Satz: *Hiermit übersenden wir Ihnen den gewünschten Katalog.*

### Auch Füllwörter sind überflüssig

Auf Füllwörter wie „na“, „denn“, „so“, „ja“, „doch“ können Sie meistens verzichten. Oft können Sie aber durch diese Wörter einer Aussage eine bestimmte Tendenz geben. Die Sprachwissenschaft spricht bei solchen Wörtern von Modal- oder Abtönungspartikeln. Dazu zwei Beispiele: Wie lange sollen wir *denn eigentlich* noch auf die bestellten Artikel warten? – Wann werden Sie uns *denn* endlich beliefern? In diesen Sätzen mildern die Wörter „denn“ und „eigentlich“ die Formulierung ab.

### Bevorzugen Sie einen aktiven Schreibstil

Bevorzugen Sie einen aktiven Schreibstil anstelle passiver Formulierungen. Beispiele: *Die bestellten Bürostühle werden Ihnen in der nächsten Woche geliefert.* Besser: *Die bestellten Bürostühle erhalten Sie in der nächsten Woche.* *Wenn wir nicht rechtzeitig liefern können, werden Sie informiert.* Besser: *Wenn wir nicht rechtzeitig liefern können, informieren wir Sie.*

### Keine Phrasen oder Floskeln verwenden

Vermeiden Sie Phrasen oder Floskeln, die vom Wesentlichen ablenken. Sie beeinträchtigen das Verstehen des Textes. Das alte Kaufmannsdeutsch gehört nicht mehr zu unserer Gegenwortsprache. Ihre Briefe sollten Sie modern formulieren. Beispiel: *Bezug nehmend auf Ihr Schreiben möchten wir noch hinzufügen, dass wir Sie bereits mehrfach aufgefordert haben, die Rechnungsbeträge pünktlich zu begleichen.* Informationen zu einem vorausgegangenen Schreiben bekommt der Empfänger durch den Informationsblock. Besser formulieren Sie so: *Schon mehrfach haben wir Sie aufgefordert, die Rechnungsbeträge pünktlich zu begleichen.*

### Verwenden Sie keine veralteten Formulierungen

Verwenden Sie keine veralteten Formulierungen. „Bezug nehmen“, „diesbezüglich“, „nebst“, „Zuhilfenahme“, „beinhalten“, „in Abzug bringen“, „baldmöglichst“, „schnellstmöglich“, „zur Verfügung stehen“ sollten in keinem modernen Brief vorkommen. Bevorzugen Sie stattdessen eine Ausdrucksweise, die ihrer Umgangssprache entspricht.

### Vermeiden Sie Wiederholungen – drücken Sie nichts doppelt aus

Wiederholungen des Ausdrucks sollten Sie vermeiden. Das ist mitunter sehr schwer, weil sich bestimmte Wörter nicht durch andere ersetzen lassen. Denken Sie dabei an die Hilfsverben „haben“, „sein“, „werden“ oder die Artikel „der“, „die“ und „das“. Anders ist es da schon bei der Häufung sinngleicher oder doppelter Ausdrücke, die als Pleonasmen bzw. Tautologien bezeichnet werden. Dazu gehören diese Beispiele: „*Der weiße Schimmel*“, „*die schwarze Kohle*“, „*der schriftliche Brief*“, „*die Tastaturtasten*“ usw.

### Bevorzugen Sie Verben

Bevorzugen Sie in Ihren Briefen Verben, die treffend das ausdrücken, was Sie dem Empfänger mitteilen möchten. Verzichten Sie darum auf den Nominalstil, weil er umständlich und schwerfällig klingt. Ersetzen Sie Nomen durch Verben, wirkt Ihr Briefstil gleich flüssiger. Wörter mit der Nachsilbe „-ung“ können Sie in den meisten Fällen durch Verben ersetzen. Verwenden Sie anstelle der Wörter *Abrechnung, Absendung, Abtretung, Abwägung, Anwendung, Ausrichtung, Berechnung, Darstellung, Eignung, Empfehlung, Prüfung, Verbindung, Zahlung, Überweisung* die Wörter *abrechnen, absenden, abtreten, abwägen, anwenden, ausrichten, berechnen, darstellen, eignen, empfehlen, prüfen, verbinden, zahlen, überweisen*.

### Vermeiden Sie auf den Konjunktiv

Verwenden Sie den Konjunktiv (Möglichkeitsform), drücken Sie sich vage aus und damit nicht eindeutig aus. Bevorzugen Sie stattdessen den Indikativ (Wirklichkeitsform). So drücken Sie sich klar und bestimmt aus. Der Konjunktiv ist entbehrlich! Verzichten Sie darum auf den Konjunktiv mit „würde“ „könnte“ usw. Anstelle des Satzes *„Würden Sie uns informieren, wenn Sie Einzelheiten erfahren.“* schreiben Sie doch besser *„Bitte informieren Sie uns über die Einzelheiten.“*

### Verzichten Sie auf Partizipien

Formulierungen mit Partizipien wirken steif. Verwenden Sie anstelle von Partizipien (Mittelwörter) Infinitive (Grund- und Nennform), ist ihr Stil lebendiger. Mit einem Mittelwort formuliert lautet der Satz: *Unten stehend haben wir unsere Kommunikationsverbindungen aufgeführt.* Besser formulieren Sie so: *In den Geschäftsangaben finden Sie unsere Kommunikationsverbindungen.*

### Wenden Sie „möchten“ richtig an

Der von Ihnen formulierte Geschäftsbrief sollte sprachlich einwandfrei sein. Oft wird das Modalverb „möchten“ verwendet. Dazu ein Beispiel: *Wir möchten Sie bitten, uns zu informieren.* Hier wird das Wort „möchten“ nicht korrekt verwendet. Besser formuliert lautet der Satz so: *Bitte informieren Sie uns.* Wie sieht es aber in mit diesem Satz aus? *Wir möchten Sie gern persönlich kennenlernen.* In diesem Fall ist es der Wunsch, jemanden kennenzulernen. Hier wird also das Wort „möchte“ richtig gebraucht.

### Verwenden Sie nie das Wort „müssen“

Auf das Wort „müssen“ sollten Sie grundsätzlich verzichten. Dieses Wort ist zu bestimmend und drückt den Empfänger in eine ganz bestimmte Richtung. Formulieren Sie darum offener. Anstelle des Satzes *„Sie müssen uns umgehend davon in Kenntnis setzen.“* formulieren Sie doch den Satz so *„Bitte informieren Sie uns sofort.“*

## 3.2 Negative und positive Formulierungen

### Mit der Einleitung Interesse wecken

| Absenderbezogene Einleitung  | Empfängerbezogene Einleitung  |
|--|---|
| Nachdem unser Modell <b>EXTRA</b> sehr guten Anklang gefunden hat, weisen wir Sie heute auf unser neues Komfortmobil hin.  | Mit der Wahl Ihres Automobils <b>EXTRA</b> haben Sie bewiesen, dass Sie gehobene Ansprüche an Technik und Fahrkultur stellen. Heute erfahren Sie Details über unser neues Komfortmobil.   |
| Unser Unternehmen ist führend in der Unternehmensberatung. Wir können Ihnen sagen, wie Sie die Effizienz Ihrer Verwaltung steigern können, um ein Drittel der Verwaltungskosten zu senken. | Sie suchen nach neuen Wegen, um die Effizienz Ihrer Verwaltung zu steigern? Dann sind Sie bei uns richtig. Unsere Unternehmensberater entwickeln Ihnen Konzepte, wie Sie die Verwaltungskosten um mehr als ein Drittel senken können. |
| Wir danken Ihnen für Ihre Anfrage.   | Sie wünschen in Ihrer Anfrage ein günstiges Angebot über Personal Computer. Für Sie haben wir den richtigen PC: ...   |

### Formulieren Sie klare und verständliche Sätze

| Umständlich formuliert  | Klar und verständlich formuliert   |
|---|--|
| Vielen Dank für das uns entgegengebrachte Vertrauen.                          | Für Ihr Vertrauen danken wir Ihnen.  |
| Mit unserem heutigen Schreiben bieten wir Ihnen unseren neuen Schonkaffee an. | Versuchen Sie es einmal mit unserem neuen Schonkaffee.                               |
| Eine Probebestellung wird Ihnen die gewohnte Güte unserer Waren bestätigen.   | Überzeugen Sie sich durch eine Probebestellung von der Qualität unserer Erzeugnisse. |
| Für weitere Fragen stehen wir gern zur Verfügung.                             | Ihre weiteren Fragen beantworten wir gern.   |

### Stellen Sie den Empfänger in den Mittelpunkt

| Absenderbezogen  | Empfängerbezogen  |
|--|---|
| Unser Laserdrucker LDX erfreut sich überall größter Beliebtheit. Die Druckleistung ist hervorragend. | Versuchen Sie es einmal mit unserem Laserdrucker LDX. Die hervorragende Druckleistung wird Sie sicher beeindrucken. |
| Unser Büro ist jetzt nur noch von 09:00 Uhr bis 12:00 Uhr geöffnet.                                  | Für Sie ist unser Büro täglich von 09:00 Uhr bis 12:00 Uhr geöffnet.  |

## Vermeiden Sie überflüssige Wörter

| Überflüssige Textteile  | Präzise formuliert                                      |
|---|---|
| <i>Nachstehend geben wir Ihnen</i> einige Informationen über die neuen Produkte.                | Lesen Sie unsere Informationen über die neuen Produkte. |
| <i>Hiermit</i> übersenden wir Ihnen den erbetenen Katalog.                                      | Sie erhalten heute den gewünschten Katalog.             |
| Ihre <i>berechtigte</i> Beanstandung wird von uns anerkannt.                                    | Ihre Beanstandung erkennen wir an.                      |
| Mit den <i>von Ihnen übersandten</i> Zahlungsbedingungen können wir uns einverstanden erklären. | Mit Ihren Zahlungsbedingungen sind wir einverstanden.   |
| <i>Wir möchten Sie bitten</i> uns mitzuteilen, ob Sie mit unserer Anregung einverstanden sind.  | Sind Sie mit unserem Vorschlag einverstanden?           |

## Ersetzen Sie Substantive durch Verben

| Verwenden von Substantiven  | Verwenden von Verben  |
|---|---|
| Unser Außendienstmitarbeiter, Herr Meier, wird seine Tätigkeit am 1. September d. J. für uns aufnehmen.         | Ab 1. September d. J. betreut Sie unser Außendienstmitarbeiter, Herr Meier.                 |
| Ihrer Überweisung sehen wir bis zum 15. d. M. entgegen.   | Bitte überweisen Sie den Betrag bis zum 15. September 20..                                  |
| Wir hoffen sehr, dass unser Angebot Ihren Vorstellungen entspricht, und stehen zur Beratung gern zur Verfügung. | Sagt Ihnen unser Angebot zu? Wenn Sie weitere Informationen wünschen, beraten wir Sie gern. |

## Drücken Sie negative Inhalte positiv aus – Versetzen Sie sich in die Lage des Empfängers

| Negativ formuliert   | Positiv formuliert   |
|--|--|
| Wir baten Sie, uns unverzüglich die Abrechnung zu übersenden. Leider sind Sie dieser Aufforderung bisher nicht nachgekommen.                       | Durch Ihre vielfältige Arbeit haben Sie sicher noch nicht die Zeit gefunden, uns Ihre Abrechnung zu übersenden.  |
| Auch auf Ihren letzten Abrechnungen fehlte wieder die Bankleitzahl. Wir hatten Sie bereits darauf hingewiesen, alle Angaben vollständig zu machen. | Auf Ihrer letzten Abrechnung haben Sie übersehen, die Bankleitzahl einzusetzen. Sie erleichtern uns die Arbeit, wenn Sie alle Angaben vollständig einsetzen.       |
| Fehler dieser Art haben wir schon zum dritten Male feststellen müssen. Künftig sind wir nicht mehr an einer Zusammenarbeit interessiert.           | Mit Ihrer Lieferung waren wir auch diesmal nicht zufrieden. Wenn Sie uns künftig nicht sorgfältiger beliefern, müssen wir uns nach einem anderen Lieferer umsehen. |

## 8 Sachwortverzeichnis

---

- A**
  - Abmahnung 45
  - Absage auf eine Bewerbung 44
  - Anfrage 24
  - Angebot 27
  - Anschriften 8
  
- B**
  - Besondere Schriftstücke 48
  - Bestätigung des Eingangs des  
Bewerbungsschreibens 42
  - Bestellung 33
  - Bestimmte Anfrage mit vorausgehender  
Geschäftsbeziehung 26
  - Bestimmte Anfrage ohne vorausgehende  
Geschäftsbeziehung 25
  - Bewerbungsschreiben 41
  
- D**
  - Dritte Mahnung 39
  
- E**
  - Einladung zum Vorstellungsgespräch 43
  
- F**
  - Formulieren von Bewerbungsschreiben 40
  - Formulieren von Geschäftsbriefen 14
  - Formulieren von Werbebriefen 21
  - Fristlose Kündigung 47
  
- G**
  - Geschäftsbrief Gewährleistung 36
  - Geschäftsbrief Bestellung 34
  - Geschäftsbrief Lieferverzug 32
  - Geschäftsbrief mit seinen Bestandteilen 6
  - Geschäftsbriefe kundenorientiert  
formulieren 14
  - Geschäftsbriefe normgerecht gestalten 6
  
- G**
  - Getrennt- und Zusammenschreibung 52
  - Gewährleistung 35
  - Glückwunsch zum Arbeitsjubiläum 49
  - Glückwunsch zum Geschäftsjubiläum 48
  - Groß- und Kleinschreibung 50
  
- K**
  - Kommasetzung 56
  - Kündigung des Arbeitsverhältnisses 46
  
- L**
  - Lieferverzug 31
  
- N**
  - Negative und positive Formulierungen 19
  
- R**
  - Rechtschreibregeln 50
  
- S**
  - Spezielle Geschäftsbriefe 21
  - ss oder ß? 54
  - Straßennamen 55
  
- U**
  - Unverlangtes, freibleibendes Angebot 30
  
- V**
  - Verlangtes, befristetes Angebot 29
  - Verlangtes, bindendes Angebot 28
  - Vermerke in Geschäftsbriefen 12
  - Vorlagen für Geschäftsbriefe 7
  
- W**
  - Werbebrief an einen Händlerkunden 23
  - Werbebrief 22
  
- Z**
  - Zahlungsverzug 37
  - Zweite Mahnung 38