

Auszug aus einem Schreibguide

[...]

Kontaktangebot

Dialogorientierte und kundenfreundliche Unternehmen bieten selbstverständlich an, dass man mit ihnen ins Gespräch kommen kann, falls es Fragen geben sollte. Hierfür wird in den Kontaktdaten ein konkreter, mit Namen genannter Ansprechpartner angegeben sowie die Und dieses Kontaktangebot besteht aus einem konkreten Ansprechpartner, der mit Namen genannt wird, und der Telefonnummer, über die diese Person zu erreichen ist.

Inm Seminaren taucht immer wieder die Frage auf, ob es nicht ausreiche, die Kontaktdaten in der Kopf- und Fußzeile des Briefbogens anzugeben, das auch notwendig ist, wenn die Kontaktdaten oben oder unten auf dem Briefbogen aufgelistet werden. Die AntwortEmpfehlung lautet eindeutig: Nein! Ja, dann auch! Warum? Denn h Haben Sie sich diese Briefbögen mal angesehen? Oft sind diese Angaben in nur sehr kleinen Schriftgrößen gestaltet – weil es eben besser zum Corporate Design passt und ansprechender aussieht. Doch A ab einem bestimmten Alter wird es einfach schwierig, Angaben in Schriftgröße sechs zu entziffern. Und diese Angaben sind oft nur in dieser kleinen Größe designt – weil es besser zum Corporate Design passt und besser aussieht.

Deshalb die EmpfehlungVorschlag: Schreiben Sie Ihre Kontaktdaten in den Fließtext. Ihr Kunde wird es Ihnen danken. Hier einige Formulierungsvorschläge:

<u>... stehen wir jederzeit zur Verfügung.</u>	Besser <ul style="list-style-type: none">• Haben Sie noch Fragen? Oder wünschen Sie weitere Informationen? Dann wenden Sie sich bitte an <Vor- und Nachname> unter der Telefonnummer ...- Er/Sie berät Sie gern.• Fragen beantwortet Ihnen gern unsere Sachbearbeiterin Frau Tischbein. Sie erreichen sie <u>M</u>montags bis <u>F</u>freitags von ... bis unter <Telefonnummer>.• Wir sind gern für Sie da: <u>“<Kontaktdaten></u>• Bei offenen Fragen rufen Sie uns bitte an. Wir beraten Sie gern. Sie erreichen uns ...• Sie haben noch eine Frage? Bitte rufen Sie uns einfach an. Sie erreichen uns ...
--	--

Noch ein Wort zu dem Versprechen, jederzeit zur Verfügung zu stehen, wie es so häufig zu lesen ist. Abgesehen davon, dass das oft nicht stimmt („jederzeit“ meint Tag und Nacht, 24 Stunden, auch am Wochenende – und das dürfte wohl nur für Notdienste zutreffen), stehen Menschen grundsätzlich nicht „zur Verfügung“. Dinge stehen zur Verfügung. Menschen helfen gern weiter, beantworten Fragen oder sind gern für ihre Kunden da.

Gruß

Der Gruß ist dann tatsächlich das Ende des Schreibens. Der Gruß am Ende eines Schreibens sollte nicht zur Floskel erstarren. Schon der Austausch des so gewöhnlichen „Mit freundlichen Grüßen“ durch ein „Sommerliche Grüße aus dem Bayerischen Wald“ bewirkt ein Echo. Hier gibt es viele Möglichkeiten, höflich, freundlich oder gar herzlich zu sein. Hier einige Beispiele, wie Sie höflich, freundlich oder gar herzlich grüßen können:

- Mit Freundlichen / herzlichen /-besten Grüßen
- Freundliche / Herzliche /-Beste Grüße

Kommentar [u1]: FRAGE: Nur die Telefonnummer oder auch die E-Mail-Adresse?

Kommentar [u2]: FRAGE: Dieser Absatz ist in den Kausalitäten verstellt: Frage im Seminar: Sind Kontaktdaten in Kopf- und Fußzeile eines Briefes notwendig? > Antwort: Ja! > Die Begründung aber ist nicht stringent: Schriftgröße ist sehr klein und kann ab einem gewissen Alter nicht mehr gelesen werden. > Ich habe deshalb so umgeschrieben, wie es wahrscheinlich intendiert war.

Kommentar [u3]: ERKLÄRUNG: Hier geht es ja nicht um eine Gegenüberstellung, die eine Tabelle rechtfertigt. Denn die Nennung von Kontaktdaten ist keine Formulierungsalternative zur Wendung: *Wir stehen jederzeit zur Verfügung.* Die Aussageinhalte können also nicht miteinander verglichen werden. Daher besser: Nur die Formulierungsvorschläge zur Nennung der Kontaktdaten auflisten und dann einfach den Absatz *Noch ein Wort zum Versprechen ...* folgen lassen.

Kommentar [u4]: ERKLÄRUNG: Diese Aussage ist selbsterklärend. Besser streichen.

Kommentar [u5]: ERKLÄRUNG: Diese Allerweltsfloskel sollte m. E. besser nicht empfohlen werden, da fast alle Briefe aus Nachlässigkeit oder Gewohnheit damit schließen und es in diesem Ratgeber ja vorrangig darum geht, Sprache zu reflektieren und kreativer damit umzugehen.

- ~~Mit freundlichem Gruß~~
- Mit herzlichen-/besten Grüßen und Wünschen
- Mit den besten Grüßen aus ...
- Freundliche Grüße nach ...
- Mit herzlichen Grüßen und den besten Wünschen
- Mit den besten Wünschen für ein schönes Wochenende
- Für heute einen herzlichen Gruß aus Berlin
- Alles Gute und bis bald
- Beste Grüße aus dem sonnigen Berlin
- Sommerliche Grüße aus Berlin
- Freundliche Grüße nach Hamburg
- Es grüßt Sie herzlich
- Einen guten Start in die Woche wünscht
- Viel Erfolg und auf gute Zusammenarbeit

Die Unterschrift

Damit Ihr Gegenüber weiß, mit wem er es zu tun hat, machen Sie es ihm leicht: Schreiben Sie Ihren kompletten Namen über oder unter den Unternehmensnamen. Denn bei ...

W. Wacker, Abc GmbH

... weiß leider keiner, ob es sich beim Absender um einen Mann oder eine Frau handelt, was eine Antwort dann schwierig macht.

„Wie spreche ich einen Absender an, wenn ich den Vornamen nicht kenne oder wenn ich nicht zuordnen kann, ob es sich um einen weiblichen oder männlichen Vornamen handelt“ => gute Frage!
Antwort: Belassen Sie es zunächst bei einem „Guten Morgen“ oder „Guten Tag aus ...“ und warten Sie ab, ob Sie aus der nächsten E-Mail oder dem nächsten Brief erkennen können, ob Sie es mit einem Mann oder einer Frau zu tun haben.

Das Post-~~S~~skriptum

Halt, da war doch noch was. Manche Unternehmen Kundenansprechen wenden beinhalten einen besonderen Kniff an, um die Aufmerksamkeit der Leser den auf sich zu ziehen zu erringen: Sie nutzen haben eine Anmerkung im ein ganz am Ende des Blattes platziertes Post-Sskriptum für weitere Mitteilungen, das ja bekanntlich ganz weit unten, unter der Unterschrift platziert ist. Warum Unternehmen das tun machen, ist ganz klar. Sie und orientier ent sich an dem Leseverhalten, das bereits an anderer Stelle schon weiter oben beschrieben wurde. Der Lesende überfliegt den Mittelteil (nimmt bekommt vielleicht gar nicht alle Informationen auf mit) und fängt erst am Ende des Schreibens wieder genauer an zu lesen. Dort, wo die gestalterisch appetitlichen Texthappen warten, die schnell zu erfassen sind. Der perfekte Platz also, Angebote zu präsentieren oder Marketinghinweise marketinggeprägte Hinweise zu geben.

P.S: Wussten Sie, dass Sie zu diesem Thema ein Seminar buchen können? Nähere Informationen dazu finden Sie unter www.k2g.de/seminare.

Kommentar [u6]: ERKLÄRUNG: Da hier Bezug auf eine andere Seite genommen wird, besser: *zuvor* statt *oben*

Kommentar [u7]: FRAGE: *marketinggeprägte Hinweise* klingt für mich als Laien in dieser Branche etwas umständlich. Ist das ein Terminus? Dann muss er natürlich so stehenbleiben. Falls nicht, wäre dann *Marketinghinweise* eine inhaltlich korrekte Alternative?

Kommentar [u8]: HINWEIS: Link funktioniert bestens. Nur ein kleiner Hinweis: Der 1. Punkt unter der Überschrift: *Das K2G Kommunikationsseminar*: Hinter *Orthografie* steht als Erklärung des Fremdwortes in Klammern *Kommasetzung*. Doch *Orthografie* bedeutet *Rechtschreibung*. Sicher ein Versehen. Der Satz muss also lauten: *Sie sind in Sachen Rechtschreibung und Kommasetzung wieder auf dem neuesten Stand.*

Die Zzzzischlaute

Frage: Wann schreibe ich „ß“ und wann „ss“? Und wie war das nochmal mit „das“ und „dass“?

„ß“ oder „ss“

Die Änderungen zu diesem Thema führen oft zu folgender Aussage: „Ich weiß nicht mehr, wann man ein „ß“ benutzt und wann „ss“. Ich schreibe deshalb einfach alles mit „ss“ – damit liege ich meist richtig.“

Na ja, so kann man es auch machen. Aber „meist richtig“ ist eben nicht „immer richtig“. Und das sollte es insbesondere in der schriftlichen Kommunikation mitin-Richtung Kunden und Geschäftspartnern doch schon sein.

Dabei ist die Regel so leicht:

Wird der Vokal **kurz** gesprochen, schreiben Sie das Wort mit „ss“:

- *Fass, Stress, Biss, Missverständnis, Fluss, muss, passt, bisschen*

Wird der Vokal dagegen **laaaaang** gesprochen, verwenden Sie bitte ein „ß“:

- *Straße, Grießbrei, Muße, Spaß, ~~reißen, weiß, saß, Preußen~~*

Wenn also eine große Supermarktkette mit „Süsstoff“ wirbt oder ein Elektromarkt eine „Grosse Neueröffnung“ ankündigt, wird klar, dass das Unternehmen den Lektor wechseln sollte.

Kommentar [u9]: ERKLÄRUNG: Die Beispiele passen nicht zur Regel. Siehe folgenden Kommentar.

Kommentar [u10]: ERGÄNZUNG: Eine wichtige Regel fehlt hier noch, die ergänzt werden müsste: Ein ß steht auch nach Diphthong (Doppellaut), also *au, äu, ei, eu*, z. B. *außer, äußern, Fleiß, preußisch*.

„s“ oder „ß“?

Ganz einfach: Verlängern Sie die Wörter.

Bleibt es ein hartes „s“, wenn Sie das Wort verlängern, wird es mit „ß“ geschrieben:

- *Gruß – Grüße*

Kommentar [u11]: Hier Bulletpoint-Größe wie zuvor 11 Arial

Wird es ein weiches „s“, wenn Sie das Wort verlängern, schreiben Sie es mit „s“:

- *Gras – Gräser*

„das“ oder „dass“?

Die Regel hierfür haben Sie in der Schule gelernt – und sie gilt noch heute (wie schön, dass es das auch noch gibt!):

Wenn „das“ durch die Wörter **dieses/-jenes/-welches** ersetzt werden kann, ohne dass der Satz dadurch verändert wird, schreiben Sie es mit „s“.

- *Das Obst, das an den Bäumen hängt, ist noch nicht reif.*

Wenn „dass“ eine **Konjunktion (Bindewort)** ist, also nicht durch dieses/jenes/welches ersetzt werden kann, wird es mit „**ss**“ geschrieben:

- *Ich hoffe, dass wir uns bald sehen.*
- *Dass die Mannschaft siegen würde, wurde nie bezweifelt.*

Übrigens: „daß“ mit „ß“ gibt es überhaupt nicht mehr. Aber das wussten Sie bestimmt schon, gel!?

Vermeiden Sie Bandwurmsätze

Frage: Sind kurze Sätze nicht unprofessionell?

„Entschuldige die Länge des Briefes, ich hatte keine Zeit, mich kurz zu fassen“, schrieb schon Goethe und bringt es damit auf den Punkt: Es ist viel einfacher, einen Sachverhalt langatmig zu beschreiben, als sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und kurzzufassen, konkret auf den Punkt zu kommen.

~~Doch~~ Aber unsere heutige Kommunikationskultur ist von Geschwindigkeit/Schnelligkeit geprägt. Sachverhalte/Textinhalte sollten also schnell erfassbar, das heißt in erster Linie und verständlich konsumierbar sein. Dafür/Dazu sind kurze Sätze unerlässlich.

~~Tatsächlich haben~~ Wissenschaftler haben herausgefunden, dass eine Satzlänge mit bis zu 25 Wörtern als „verständlich“ empfunden/bewertet wird. Sätze mit bis zu 30 Wörtern gelten bereits als „schwer verständlich“. Und Sätze mit über 35 Wörtern werden als „unverständlich“ wahrgenommen. Das heißt, s Sie müssen also mehrfach gelesen werden, damit sie verstanden werden.

Die Empfehlung lautet daher:

„Ein Gedanke. Ein Satz.“

Das hat gleich mehrere Vorteile: Zunächst verlieren Sie nicht des „Pudels Kern“ aus den Augen und schaffen klare Aussagen, für die der Leser Ihnen danken wird. Wenn Sie kurze und damit für den Leser verständliche Sätze schreiben, dann wird Ihr Text gern gelesen. Und wer möchte das nicht?! Na, und zudem umgehen Sie ~~umgehen~~ damit die Frage nach einem „Komma ~~---~~ oder nicht kein Komma?“. Sie schreiben kurze Sätze, die für den Lesenden verständlich sind und darum gern gelesen werden. Und Sie schaffen klare Aussagen und verschwafeln sich nicht.

Damit der Text nun aber nicht zu monoton/langweilig klingend wird oder in einen Telegrammstil abdriftet, hier folgende Hinweise:

1. Wechseln / Variieren Sie die Satzlängen. Schreiben Sie mal einen kurzen, dann wieder einen mittellangen Satz. Durch diesen lebendigen Wechsel entsteht eine eingängige Textmelodie, die den Leser wachhält. So bleibt Ihr Text interessant und lesenswert.
2. Verwenden Sie unterschiedliche Satzzeichen. Wir alle arbeiten hauptsächlich mit dem Punkt, dem Komma und vielleicht noch mit dem Frage- und Ausrufezeichen. Aber wie wäre es, wenn Sie im Satz mal einen Doppelpunkt verwenden? Oder arbeiten Sie doch mal mit einem BindeGedankenstrich. Auch dies trägt zu einem dynamischen Stil bei.
3. Achten Sie auf Wortwiederholungen. Nichts ist langweiliger, als in einem Text dasselbe Wort immer und immer wieder zu lesen zu müssen.

Kommentar [u12]: ERKLÄRUNG: Es gibt einen fundamentalen Unterschied zwischen einem Bindestrich und einem Gedankenstrich: Der **Bindestrich** dient lediglich zur Silbentrennung und zur Kopplung von Wörtern/Wortbestandteilen. Der **Gedankenstrich** dient zur Kennzeichnung von Pausen, zur Abgrenzung einer Apposition oder zur Kennzeichnung eines gedanklichen Übergangs. Und das ist hier sicher gemeint. (Der Gedankenstrich ist typografisch auch länger als der Bindestrich und wird i. d. R. mit Abstand gesetzt).

Schreiben Sie aktiv!

Frage: Was ist denn damit gemeint?

Mal ehrlich! Haben Sie schon einmal einen Behördenbrief mit Genuss gelesen, der nicht gerade eine Steuerrückzahlung in vierstelliger Höhe angekündigt hat? Hand aufs Herz: Lesen Sie Behördenbriefe wirklich gern? Unabhängig vom Inhalt empfinden Sie den so störrischen Behördenstil geht es Ihnen doch sicher auch so, dass der störrische Briefstil unangenehm zu lesen ist und, der eine große Distanz zwischen uns, als den Lesern, und den Verfassern schafft, doch sicher auch als unangenehm.

Aber ~~W~~ woran liegt das?

In der Einleitung haben Sie bereits gelesen, wie sich der Sprachstil über die Jahrzehnte verändert hat. Und irgendwann Demnach hatte sich zwischen den 70er und 80er Jahren des letzten Jahrhunderts gab es einen Sprachstil in der schriftlichen Kommunikation etabliert, in dem vor allem Substantive (Hauptwörter) dominiert werden vor allem von der Verwendung mit Hauptwörtern geprägt war. So wurden viele in dieser Zeit wurden Formulierungen geprägt, die zwar kurz und prägnant, jedoch wenig kundenorientiert waren und auch nicht besonders wirklich freundlich waren klangen.

Und die meisten Behörden nutzen diesen von Substantiven regierten Sprachstil mit Hauptwörtern noch heute sehr häufig, obwohl es kürzere und, freundlichere und leserfreundlichere Formulierungen gibt. Sie, die Behördenschreiber, sind daher immer ein schönes Beispiel dafür, wie Unternehmen heute NICHT mehr schreiben sollten. (Jede Behörde, die ihren Sprachstil überarbeitet hat, ist von dieser Kritik/Bewertung natürlich ausgenommen.)

Vielleicht gibt es nun ja den einen oder anderen unter Ihnen, der sich jetzt fragt, warum die Sprache der Behörden dieser Sprachstil hier eigentlich so schlecht wegkommt. Denn schließlich transportiert sieer doch alle Fakten, und dies kurz und prägnant, und man will ja schließlich auch keine Romane schreiben. Das stimmt, aber vergessen Sie nie: Sie repräsentieren ein Unternehmen, das mit Sicherheit als professionell und kundenfreundlich wahrgenommen werden will.

Die Frage ist also, wie schaffen Sie es das, alle Fakten zu vermitteln, ohne Romanschreiber zu werden, und trotzdem alle Fakten zu vermitteln.

Schauen wir uns dazu an einem Beispiel an, warum Briefe im Nominalstil Hauptwortstil, also mit vorrangig Substantiven, nicht als freundlich, dialogorientiert und kundenfreundlich wahrgenommen werden.

Dieser Sprachstil ist geprägt durch die Verwendung von Substantiven:

Wir bitten um **Übersendung** der benötigten Unterlagen.

„Übersendungweisung“ ist in diesem Satz das Substantiv. Wenn Sie dieses das Substantiv durch ein Verb ersetzen, verändert sich sogleich die Tonalität:

Bitte senden-/schicken Sie uns die benötigten Unterlagen.

Wie Sie sehen, wird aus der distanzierten Formulierung wird eine direkte Ansprache durch die Verwendung der Anrede „Sie“ und ~~dieder~~ Aufforderung, etwas zu tun (nämlich die Unterlagen zu

Kommentar [u13]: ERKLÄRUNG. Dass Behördenbriefe stilistisch gesehen eine „Foltermethode“ sind, ist kein Geheimnis, das man nur ungern zugibt. Daher fände ich Hand aufs Herz ein bisschen zu pathetisch > Mal ehrlich! klingt etwas mehr nach Empörung, die an dieser Stelle ganz angebracht ist. Was meinen Sie?

Kommentar [u14]: ERKLÄRUNG: Ich bin mir nicht ganz sicher, Sie haben da mehr Erfahrung aus Ihren Seminaren, aber ich könnte mir vorstellen, dass sich die Zielgruppe vielleicht auf den Schlipps getreten fühlt, wenn man Ihnen nicht zutraut, dass sie das Wort Substantiv kennen. Was meinen Sie? Zur Sicherheit kann man ja die Erklärung des Wortes bei der ersten Erwähnung hier nochmal in Klammern dahinter schreiben. (Bei den Bsp.en zu diesem Kapitel operieren Sie dann sowieso mit dem Begriff Substantiv).

Kommentar [u15]: ERKLÄRUNG. Der Nominalstil der Behördensprache ist ja nicht unbedingt unprofessionell. Nur eben nicht besonders verständlich und wohlklingend.

Kommentar [u16]: ERKLÄRUNG: Redundant. Wurde bereits hinlänglich erklärt in diesem Kapitel. Besser weglassen.

schicken). Aus der umschriebenen Bitte („Wir bitten ...“ – na dann tun~~machen~~ Sie das doch!) wird die direkte Bitte („Bitte schicken Sie...“).

Der Trick beim aktiven Formulieren ist also, das Substantiv~~das Ersetzen des Substantivs~~ durch ein Verb zu ersetzen, wo immer das sinnvoll ist.

[...]

Kommentar [u17]: ERKLÄRUNG:
Metaebene: statt *das Ersetzen des Substantivs ...* > Verb verwendet.