

Die Entwicklungstendenzen der deutschen Geschäftskorrespondenz in Zusammenhang mit der Entwicklung der modernen Kommunikationstechnologien

Marta Šťastná

Bachelorarbeit
2010



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav jazyků

akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Marta ŠTASTNÁ**

Studijní program: **B 7310 Filologie**

Studijní obor: **Německý jazyk pro manažerskou praxi**

Téma práce: **Vývojové tendence německé obchodní korespondence v souvislosti s vývojem moderních komunikačních technologií**

Zásady pro vypracování:

Orientace v zadaném tématu, studium odborné literatury, úvod do obchodní korespondence.

Definice pojmů obchodní korespondence, obchodní dopis, fax a e-mail, přehled typů obchodních dopisů, struktura obchodního dopisu.

Srovnávání klasického obchodního dopisu s e-mailem na konkrétních příkladech.

Vyhodnocení a shrnutí poznatků o aktuálních vývojových tendencích německé obchodní korespondence.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

Duden: Moderne Geschäftsbriefe – leicht gemacht. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2008. ISBN 978-3-411-72222-8

Dürscheid,Ch., Ziegler,A. Kommunikationsform E-Mail. Tübingen: Verlag Brigitte Narr GmbH, 2002. ISBN 978-3-86057-686-1

Hiimäa,M. Deutsch im Geschäftsleben. Voznice: LEDA, 2005. ISBN 80-7335-059-9

Pščolková,M. Obchodní korespondence v němčině. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-962-7

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Renata Šilhánová**
Ústav jazyků

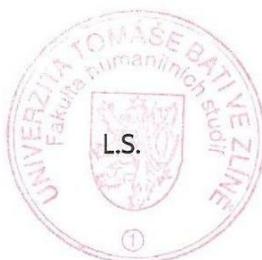
Datum zadání bakalářské práce: **12. ledna 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **7. května 2010**

Ve Zlíně dne 12. ledna 2010



prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.
děkan



Mgr. Věra Kozáková, Ph.D.
vedoucí katedry

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 6.5.2010

Štastná

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRACT

In meiner Arbeit beschäftige ich mich mit der Geschäftskorrespondenz.

In dem theoretischen Teil beschäftige ich mich mit verschiedenen Definitionen. Ich beschreibe, was ein Brief bedeutet, wozu er dient, welche Teile er hat usw. Dann beschreibe ich die Unterschiede zwischen Routinebriefe und Problembriefe.

In dem praktischen Teil vergleiche ich vor allem ältere und moderne Arten des Angebots und der Bestellung. Daraus kommt die Vereinfachung des Geschäftsverkehrs.

Schlüsselwörter:

die Kommunikation, der Geschäftsbrief, der Briefverkehr, die E-Mail Korrespondenz, die Anfrage, das Angebot, die Bestellung, die Reklamation, die Reklamationsantwort, die Mahnung

ABSTRACT

In my bachelor thesis I am dealing with business correspondence.

In the theoretical part I am dealing with various definitions. I describe what the letter means, what is the usage of letter and from which parts it consists of etc. I also describe the differences between the routine letters and troubled letters.

In the practical part, mostly, I am comparing old and modern types of offers and orders. Consequently it results into the facilitation of the whole business communication.

Keywords:

communication, business letter, business correspondence/relations, e-mail correspondence, demand, supply/offer, order, reclamation, response to reclamation, reminder/request for payment

Danksagung

Hiermit möchte ich mich gern bei Frau Mgr. Renata Šilhánová für ihre Ratschläge und Zeit bedanken, die Sie mir bei der Ausarbeitung meiner Bachelorarbeit gewidmet hat. Weiter danke ich meiner ganzen Familie und meinem Freund für ihre Unterstützung und Geduld.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	10
1 THEORETISCHER TEIL.....	11
1 KOMMUNIKATION.....	12
1.1 KOMMUNIKATION IM BETRIEB.....	12
2 DEFINITION DES GESCHÄFTSBRIEFES	15
3 DIE BEDEUTUNG DES BRIEFVERKEHRS.....	16
3.1 VERTEILUNG VON DOKUMENTEN.....	16
3.2 AUFARBEITEN DER GESCHÄFTSKORRESPONDENZ AM COMPUTER	16
4 DER GESCHÄFTSBRIEF.....	17
4.1 BRIEFKOPF.....	17
4.2 ANSCHRIFT	17
4.3 DATUM.....	18
4.4 BEZUGSZEICHEN	19
4.5 BETREFF	19
4.6 ANREDE.....	20
4.7 BRIEFTEXT.....	20
4.8 GRÜßFORMEL.....	20
4.9 UNTERSCHRIFT.....	21
4.10 ANLAGE.....	21
4.11 VERTEILER.....	22
4.12 POSTSKRIPTUM.....	22
5 E-MAIL KORRESPONDENZ.....	23
5.1 E-MAIL ADRESSE.....	23
5.2 STRUKTUR EINER E-MAIL.....	23
5.3 WAS MAN ALLES PER E-MAIL SCHICKEN KANN	24
6 FAX.....	25
7 ROUTINEBRIEFE.....	26
7.1 ANFRAGE.....	26
7.1.1 Allgemeine Anfrage.....	26
7.1.2 Gezielte Anfrage	26
7.2 ANGEBOT.....	27
7.3 BESTELLUNG.....	27
8 PROBLEMBRIEFE.....	29

8.1	MÄNGELRÜGE.....	29
8.2	MÄNGELRÜGEANTWORT (REKLAMATIONSANTWORT).....	29
8.3	MAHNUNG	29
II	PRAKTISCHER TEIL	31
9	ANFRAGEINHALT.....	32
9.1	ANFRAGESTRUKTUR.....	32
9.2	MUSTERANFRAGE	33
10	ANGEBOTINHALT	34
10.1	ANGEBOTSTRUKTUR.....	34
10.2	MUSTERANGEBOT	36
10.3	AUTHENTISCHES ANGEBOT.....	38
10.4	VEREINFACHTES ANGEBOT.....	40
11	BESTELLUNGSINHALT	42
11.1	BESTELLUNGSSTRUKTUR	42
11.2	MUSTERBESTELLUNG	43
11.3	AUTHENTISCHE BESTELLUNG.....	44
11.4	VEREINFACHTE BESTELLUNG - BESTELLFORMULAR	46
	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	48
	LITERATURVERZEICHNIS	49
	SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	51
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	52

EINLEITUNG

In meiner Arbeit werde ich mich mit der Geschäftskorrespondenz beschäftigen.

In dem theoretischen Teil beschreibe ich verschiedene Definitionen, wie z.B. Definition des Geschäftsbriefes, Definition der E-Mail Korrespondenz, u. a. Den theoretischen Teil meiner Arbeit teile ich in mehrere Kapitel. Eins davon ist dem Thema *Geschäftsbrief* gewidmet. In diesem Kapitel beschreibe ich, wozu ein Geschäftsbrief dient, wohin man diesen Brief schicken kann und was solch ein Brief enthalten muss. Das weitere Kapitel heißt *Die Bedeutung des Geschäftsverkehrs*. Darin beschreibe ich, was eigentlich der Geschäftsverkehr bedeutet und wozu er gut ist. Das Kapitel *Der Geschäftsbrief* verteile ich einzelne Schritte wie z.B. Anschrift, Datum, Betreff, Anrede, Grußformel, u. a. Diese Schritte beschreibe ich ganz gründlich. Ich widme mich auch der E-Mail Korrespondenz und zwar beschreibe ich die E-Mail Adresse und die Struktur einer E-Mail. Ich spreche auch über Sachen, die man per E-Mail schicken kann. Nur sehr kurz schreibe ich auch über Fax, den ich nicht mehr aktuell und interessant finde. Beschreibung der Routinebriefe enthält vor allem eine Analyse einer Anfrage, eines Angebots und einer Bestellung.

Praktischer Teil ist fast ausschließlich dem *Angebot* und der *Bestellung* gewidmet. Hier vergleiche ich verschiedene Arten des Angebots und der Bestellung. Die aktuellen Tendenzen des heutigen Schriftwechsels im Geschäftsverkehr belege ich dann an den konkreten Beispielen der authentischen Angebote und Bestellungen.

I. THEORETISCHER TEIL

1 KOMMUNIKATION

Das Wort Kommunikation kommt aus dem lateinischen Wort *communicare*, das heißt gemeinsam haben, sich beraten oder „gemeinsam“.

Die Kommunikation ist die Mitteilung von Informationen, Gedanken, Meinungen, Gefühlen zwischen den lebendigen Wesen mit Hilfe von gemeinsamen Symbolen. Die Tiere kommunizieren mit verschiedenen gemeinsamen Signalen (Ton, Geruch, u.a.). Das wichtigste Mittel der menschlichen Kommunikation ist die verbale Kommunikation.

Weitere Systeme für Kommunikation sind z.B.: chemische und mathematische Zeichen, Verkehrszeichen, Morse-Alphabet u.a.

Medien und Telekommunikation dienen zur Fernkommunikation.

Bei der internationalen Kommunikation kann ein Problem entstehen. In der Welt gibt es nämlich zirka 5000 verschiedene Sprachen. Solches Problem löst man dann mit den Welt-sprachen, Übersetzungen, Dolmetschen oder mit einer maschinellen Übersetzung.

Die häufigste Art der Kommunikation ist die menschliche Sprache und die menschliche Schrift. Es kann auch die Kommunikation ohne Wörter (nonverbale Kommunikation) erwähnt werden...

Verbale Kommunikation schließt die Kommunikation mit Wörtern oder mit der Schrift ein.

Nonverbale Kommunikation ist dann Kommunikation ohne Wörter und ohne Schrift. Diese Kommunikation umfasst Gesten und Mimik, die man nicht immer beeinflussen kann. Man erkennt danach Angst, Lüge, Aggression, Trauer, usw. Für die nonverbale Kommunikation wird oft ein neuer Fachbegriff benutzt – man spricht von der Sprache des Körpers.

1.1 Kommunikation im Betrieb

Die wirtschaftliche Fachsprache kann man in der Praxis in mündlicher Form und natürlich auch in schriftlicher Form anwenden.

Die mündliche Kommunikation im Betrieb kann z.B. in der Form von Besprechungen, Präsentationen, Kommunikation am Arbeitsplatz, Absprachen in der Konstruktionsabteilung, Kommunikation im Laboratorium und vielen anderen auftreten.

Die schriftliche Kommunikation schließt dann verschiedene Arten von Geschäftsschreiben, wie z.B. Anfragen, Bestellungen, Angebote, Mahnungen usw. ein.

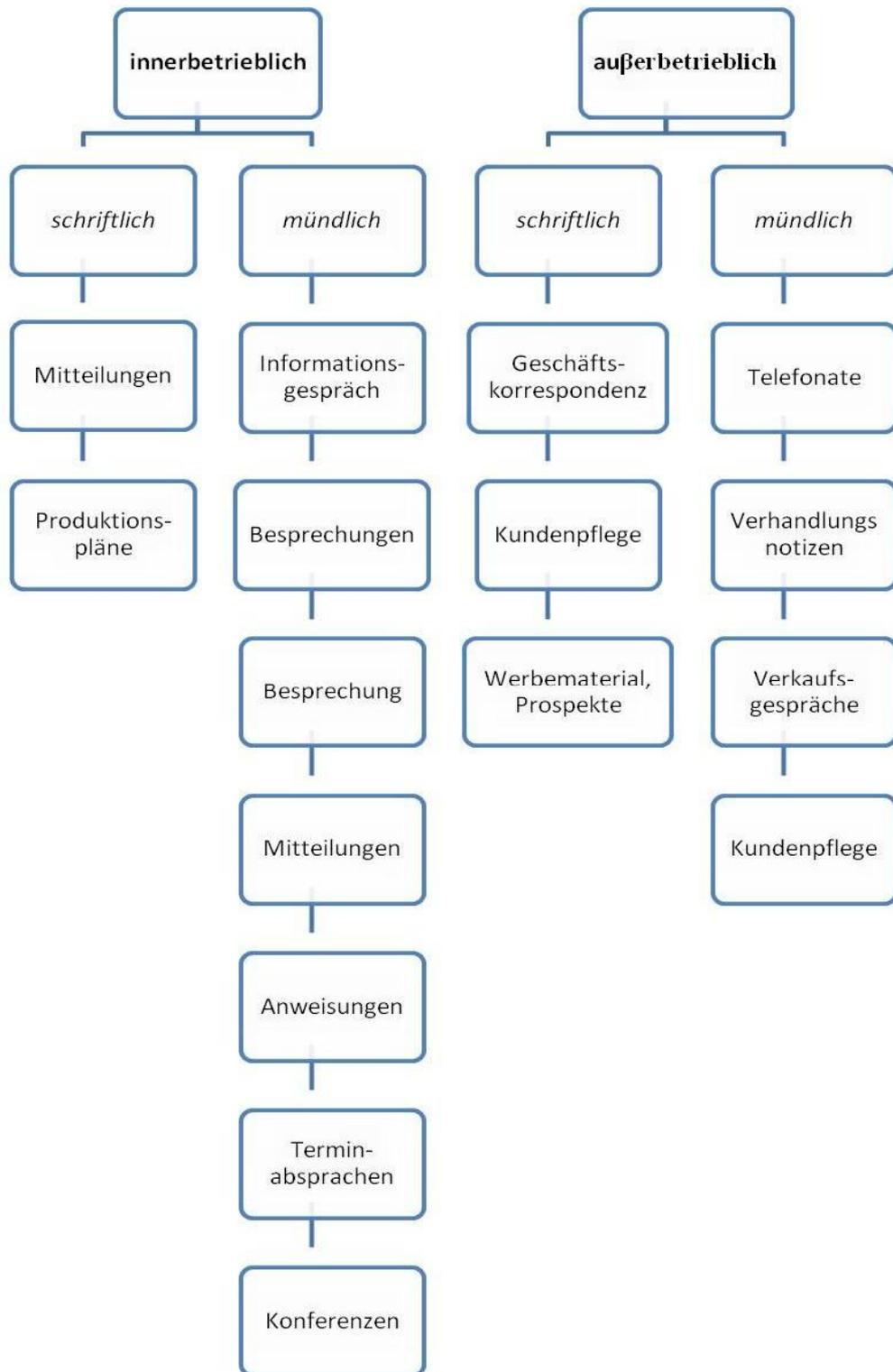


Bild 1.: Die Kommunikation in einem Unternehmen an dem Schema von Freuser.

Ein anderes Schema zeigt die Gliederung des Bereiches *Wirtschaft* in FRENSE

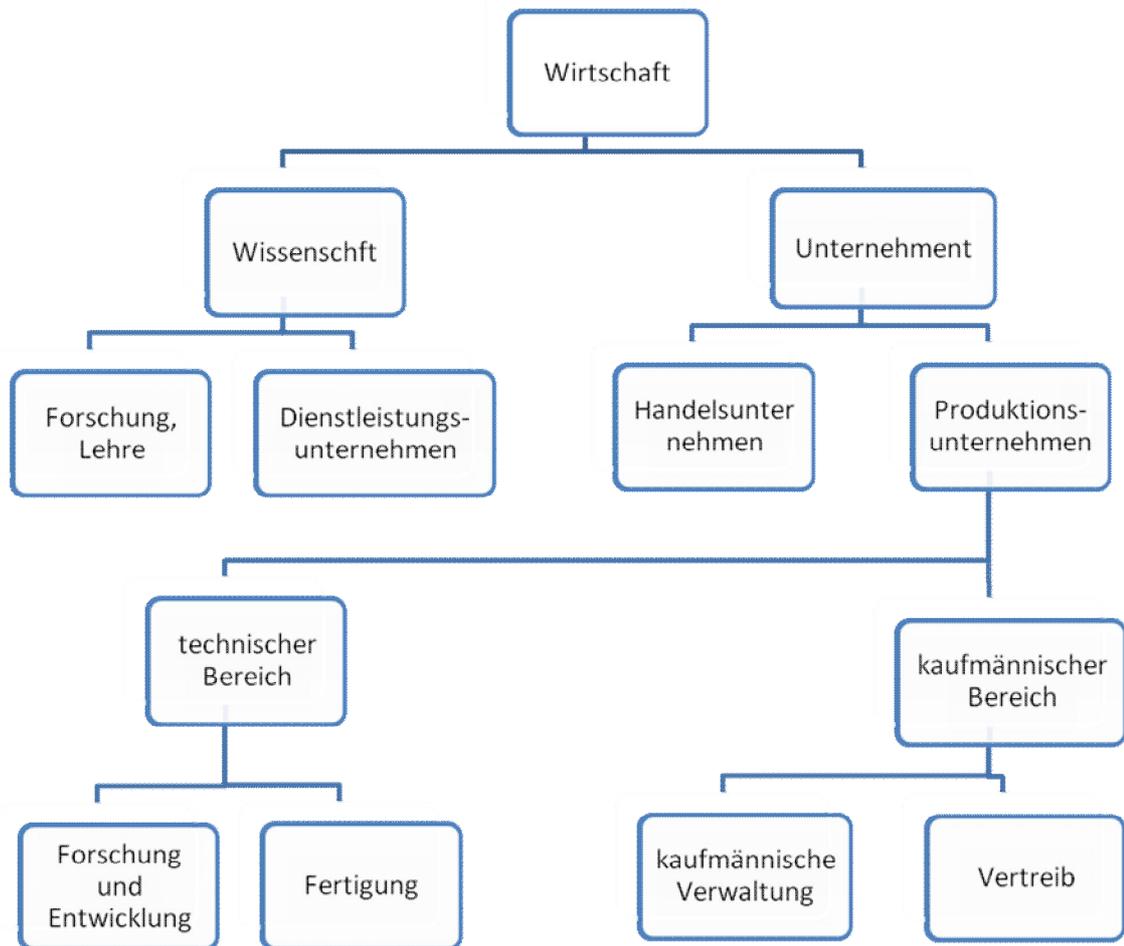


Bild 2.: Gliederung des Bereiches Wirtschaft in FRENSE

2 DEFINITION DES GESCHÄFTSBRIEFES

Der Brief ist eine schriftliche Nachricht mit einem aktuellen Inhalt, der von einer Person oder Institution zu einer anderen Person oder Institution mittels einer dritten Person oder Institution verschickt wird. Der Brief bzw. Geschäftsbrief ist eine Form der Kommunikation zwischen den Geschäftspartnern.

Die schriftliche Kommunikation im Geschäftsleben nimmt noch immer einen Großteil der gesamten Kommunikation ein. Man kann per Post, Fax oder E-Mail schriftlich kommunizieren.

Zu den typischen und klassischen Geschäftsbriefen gehören: Anfrage, Reklamation, Versandanzeige, Angebot, Bestellung u.a. Es gibt auch Briefe, die nicht als Geschäftsbriefe aussehen, die aber auch zu der Firmenkommunikation gehören. Es sind z.B. alle Nachrichten.

Ein Geschäftsbrief soll klar gegliedert, kurz und übersichtlich sein. Der Geschäftsbrief hat nicht nur die Funktion eines Informationsträgers, aber auch eine Repräsentationsfunktion. Die Gestaltung des Briefes soll der DIN 5008 entsprechen.

3 DIE BEDEUTUNG DES BRIEFVERKEHRS

Die schriftliche Sprache ist erst nach der Erfindung der Schrift entstanden. Man nutzt sie zum Studium, Lesen, Dokumentation, Unterlagen für Verhandlungen oder Diskussionen und so weiter. Sie dient zur Verständigung zwischen den Menschen, Geschäftspartnern, Ämtern, Geldinstituten und anderen physischen oder juristischen Personen. Der Briefverkehr stellt eine Möglichkeit dar, wie man Informationen gewinnen oder weiterleiten kann. Eine Nachricht übergibt man durch den Fax, die Post oder die elektronische Post.

Die persönliche Verhandlung ist auch eine wirksame Form des Kontakts. Bei solchem Kontakt kann man argumentieren, begründen und emotionell wirken. Die nächste Art der Regelung der Angelegenheiten stellt das Telefonieren dar.

Die Dokumente verfeinern, verbessern und dokumentieren den Austausch von Informationen.

3.1 Verteilung von Dokumenten

Dokumente verteilt man in geschäftliche, amtliche und gerichtliche. Nach der Art der Ausgestaltung unterscheidet man zwischen den Dokumenten in Original und den Formularen. Die Originale sind am Computer oder mittels der Schreibmaschine erstellt und gedruckt. Bei den Formularen handelt es sich um einen Text, der teilweise vorgedruckt und teilweise individuell komplettiert wird.

3.2 Aufarbeiten der Geschäftskorrespondenz am Computer

Die Texteditoren helfen bei der Schreibearbeit und ermöglichen die Fertigung von perfekten Dokumenten. Zu dieser Zeit benutzt man am öftesten den Texteditor MS Word.

4 DER GESCHÄFTSBRIEF

Nach der Deutschen Industrienorm (DIN), setzt sich der Geschäftsbrief aus mehreren Teilen zusammen, von denen jedoch nicht alle obligatorisch sind.

4.1 Briefkopf

„Im Briefkopf stehen Name und Adresse des Absenders, manchmal auch das Logo, Firmenzeichen oder Warezeichen. Man kann im Briefkopf auch Informationen finden, wie zum Beispiel Telefon-, und Faxnummern, E-Mail-Adresse, Webseite der Firma und Bankverbindung.

Die Telefon- und Faxnummern werden heute häufig in der internationalen Schreibweise geschrieben. Man schreibt das nach der ISO Norm. Das heißt mit Plus am Anfang und durch Leerzeichen nach funktionalen Bestandteilen gegliedert. Das Schreiben von Klammern und die Gliederung in Zweiergruppen von rechts beginnend entfallen nun also.“ [1, 16]

4.2 Anschrift

„Die Anschrift besteht aus zwei Teilen und zwar dem Namen und der Adresse des Empfängers.

Bei der Auslandsanschrift werden der Bestimmungsort und das Bestimmungsland in Großbuchstaben geschrieben.“ [1, 16]

In einem Brief kann man zwei Typen der Anschrift finden, und zwar die Absender- und die Empfängeranschrift.

Man muss nicht immer die Absenderadresse angeben. Es hängt von der Situation ab. Im Unterschied zur Absenderadresse muss die Empfängeradresse in offiziellen Briefen immer stehen.

Die Firmen oder Institutionen benutzen meistens einen Briefbogen mit dem vorgedruckten Kopf, wo ihre Anschrift schon angeführt ist. Man kann auch weitere verschiedene Kontaktinformationen angeben, zum Beispiel: Telefonnummer, Faxnummer, E-Mail-Adresse.

Zwischen den Anschriften gibt es wenigstens zwei Leerzeilen für bessere Übersicht.

Die Absenderadresse besteht oft aus dem Absender-, Gesellschafts- und Straßennamen und aus der Gebäude- oder Hausnummer, der Postleitzahl und dem Bestimmungsort. Die Landkennzeichen (z.B. A - für Österreich, CH - für die Schweiz, D - für Deutschland, SK - für die Slowakei u.a.) gelten heutzutage nicht mehr als korrekt. Die Telefonnummer und E-Mail-Adresse sind nicht verbindlich.

Beispiele:

Inlandsanschrift:

Zusätze und Vermerke	Einschreiben
Anrede/Amtsbezeichnung	Frau
Name	Marta Šťastná
Postfach oder Straße und Hausnummer	Vančurova 1022
Postleitzahl, Bestimmungsort	58901 Třešť

Auslandsanschrift:

Zusätze und Vermerke	Einschreiben
Anrede/Amtsbezeichnung	Frau
Name	Marta Šťastná
Postfach oder Straße und Hausnummer	Vančurova 1022
Postleitzahl, Bestimmungsort	589 01 TŘEŠŤ
Bestimmungsland	TSCHECHISCHE REPUBLIK

4.3 Datum

Das Datum steht meistens rechts oben, neben der Anschrift, selten kann auch links stehen.

Es gibt zwei Möglichkeiten, wie man das Datum schreiben kann. Erstens ist es das numerisch geschriebene und zweitens das alphanumerisch geschriebene Datum.

Am häufigsten benutzt man in Deutschland die Form: Tag - Monat - Jahr. (04. 01. 2010)

Man kann auch Ortsname einführen: Třešť, 04. 01. 2010

Die Schreibweise, die DIN 5008 empfiehlt, hat sich nicht in deutschsprachigen Ländern durchgesetzt. Die Reihenfolge ist: Jahr - Monat - Tag (2010-01-04).

Alphanumerisch geschriebenes Datum sieht so aus: 4. Januar 2010

4.4 Bezugszeichen

Die Bezugszeichenzeile ist wird offiziellen Briefen oft weggelassen, weil sie nicht obligatorisch ist. Nach der Norm DIN 5008 ist die Bezugszeichenzeile bis jetzt noch nicht standardisiert.

4.5 Betreff

Die Betreffzeile ist im Unterschied zur Bezugszeichenzeile unbedingt nötig. Man muss den Betreff in jedem Fall benutzen. Das Wort *Betreff* schreibt man heute nicht mehr.

Zwei Leerzeilen nach der Bezugszeichenzeile kommt der Betreff, der schon standardisiert ist. Der Betreff spielt eine sehr wichtige Rolle nicht nur in einem Geschäftsbrief. Man führt das wichtigste als Betreff an. Damit sagt man dem Empfänger, um was es sich in dem ganzen Brief handelt, um was es geht und was ist das Thema des ganzen Briefes.

„Betreffzeile ist wie die Überschrift über einen Zeitungartikel. Sie entscheidet oft, mit welchen Erwartungen und welchen Gefühlen der Inhalt gelesen wird.“ [6, 45]

Man soll keine Klammern benutzen. Der Betreff soll auch grundsätzlich geschrieben werden. Bei den Fragen muss ein Fragezeichen stehen. Der Betreff soll korrekt, kurz und treffend geschrieben werden. Er muss auch den Empfänger auf den ersten Blick einnehmen und informieren, worum es sich handeln wird. Man kann auch sagen, dass der Betreff die kurze Inhaltsangabe des Briefes darstellt.

Beispiele:

Ihre Bestellung vom 4. Januar 2010

Unsere Besprechung vom 5. Januar 2010

Unsere Mahnung vom 6. Januar 2010

4.6 Anrede

Sehr geehrte Damen und Herren. Das ist die heutige Standardanrede der deutschen Geschäftskorrespondenz. Die Anrede wird mit einem Komma beendet. Dann kommen eine Leerzeile und erst dann der Briefftext, der mit einem kleinen Buchstaben anfängt.

Klassische Anrede lautet: Sehr geehrte Damen und Herren,

Wenn man den Namen des Empfängers kennt, schreibt man: Sehr geehrte Frau Novak

Modernisierte Anredeformel sieht so aus: Guten Tag, Frau Novak

Wenn man den Empfänger gut kennt, schreibt man: Liebe Frau Novak

Ein Problem kann vorkommen, wenn man an mehrere (zum Beispiel drei) Menschen schreibt. Man soll den wichtigsten von der Firma wählen, und den schreibt man an der ersten Stelle. Die weniger wichtige Person führt man an der zweiten Stelle an und so weiter. Wenn die drei Leute die gleiche Stelle haben und man will keinen von ihnen beleidigen, kann man alphabetische Reihenfolge der Namen benutzen.

Der akademische Grad stellt ein weiteres Problem dar. Man darf nicht vergessen, den Titel zu benutzen. Man muss auch bei den Abkürzungen gut aufpassen.

4.7 Briefftext

Der Briefftext beginnt mit einem kleinen Buchstaben, weil die Anrede mit Komma beendet ist. Nach der DIN 5008 schließt man jeden Satz mit dem Punkt. Man soll dem Text bestimmte Struktur geben. Zum Beispiel: Einleitung, Hauptthema und Schluss. Es ist nicht schlecht, Abschnitte zu machen. Damit gibt man dem Text eine generelle Struktur und Übersichtlichkeit. Nach jedem Abschnitt kommt natürlich eine Leerzeile. Der Briefftext muss gut ausschauen; man muss auch die Ränder gut einteilen und immer die gleiche Struktur einhalten.

4.8 Grußformel

In Geschäftsbriefen benutzt man am öftesten: *Mit freundlichen Grüßen* oder *Mit freundlichem Gruß*. Häufig benutzt man auch die Abkürzungen wie z.B. MFG, LG u.a. Die Grußformel schreibt man an den linken Rand, wobei sie ohne Komma beendet wird.

„Zusätze wie i.A. (im Auftrag - der/die Unterzeichnende hat für diesen Brief, den er/sie unterschreibt, eine Vollmacht), i.V. (in Vollmacht bzw. in Vertretung - der/die Unterzeichnende hat vom Inhaber eine allgemeine Handlungsvollmacht erhalten) oder ppa. (per procura - der/die Unterzeichnende hat Prokura/ist Prokurist/-in) können entweder vor der handschriftlichen Namenszeichnung oder vor der maschinenschriftlichen Wiedergabe des Namens stehen. Der Ranghöhere unterzeichnet links.“ [3, 43]

Heute übliche Grußformeln:

Mit den besten Grüßen

Beste Grüße aus Třešť

Grüße aus dem verschneiten Gebirge

Herzliche Grüße

Mit freundlichen Grüßen

Gruß

4.9 Unterschrift

Nach der DIN 5008 ist die eigenhändige Unterschrift obligatorisch. Die Unterschrift soll man auf eine neue Zeile links schreiben. Man lässt oft den Vornamen weg. Ein Geschäftsbrief ohne eine eigenhändige Unterschrift ist rechtlich ungültig. Es ist auch gut, unter der Unterschrift den eigenen Namen lesbar zu schreiben, weil der Empfänger nicht verpflichtet ist, zu viel Zeit mit der Lösung unserer Unterschrift zu verbrauchen.

Häufig kommen falsche Unterschriften vor. Wenn sich mehrere Personen unterschreiben möchten, sieht es so aus: *Ihre Marta Šťastná und Ihr Miloš Šťastný*. Falsch geschrieben ist es dann: *Ihre Marta Šťastná und Miloš Šťastný*.

4.10 Anlage

Eine Anlage ist in der Geschäftskorrespondenz nicht obligatorisch. Sie befindet sich eine Leerzeile unter der eigenhändigen Unterschrift. Man soll Anlage fett drucken, wenn man sie heben will. Anlagen sind oft verschiedene Dokumentkopien wie zum Beispiel: Lebenslauf, Zeugniskopien, Fotos, Verkaufsliste, Preisliste und viele andere. Man darf nie die wichtigen

Dokumente in Originalform schicken oder ausgeben. Man soll lieber Kopien anfertigen, dann verliert man die Originale nicht.

4.11 Verteiler

„Der Verteiler ist meistens eine interne Information, die nur für die Mitglieder einer Geschäftsgesellschaft wichtig ist. Man schreibt ihn oft auf eine Briefkopie, nicht im Original. Er zeigt, an welche anderen Personen Briefkopien versandt wurden. Der Absender führt normalerweise nicht die ganze Verteileranschrift an.

Der Verteilervermerk ist eine Leerzeile rechtsbündig nach einem Anlagevermerk im Geschäftsbrief situiert. Wie der Anlagevermerk wird er auch nicht unterstrichen und mit einem Doppelpunkt versehen, aber er kann fett gedruckt werden.“ [6, 54-55]

4.12 Postskriptum

Postskriptum hat eine allgemein bekannte Abkürzung und zwar PS. Die Norm DIN 5008 spricht über PS nicht. Manche Leute denken, dass man im PS schreibt, was man im Brieftext vergessen hat. Dies ist aber nicht wahr. PS dient als Betonung des schon Gesagten. PS benutzt man auch nicht als eine Zusammenfassung des ganzen Brieftextes. PS benutzt man, um den Leser auf das Wichtigste aufmerksam zu machen.

5 E-MAIL KORRESPONDENZ

Das Wort E-Mail ist eine Abkürzung für Elektronische Post. Als E-Mail bezeichnet man eine elektronische Nachricht, die statt eines Geschäftsbriefs geschickt werden kann. Das E-Mail ist eine Form der Postzustellung, der Versendung, der Aufnahme den Nachrichten mit Hilfe von den elektronischen Kommunikationssystemen. Zum Ausbreiten des E-Mails hat das Internet sehr geholfen. Jedes E-Mail hat einen Empfänger und einen Absender.

5.1 E-Mail Adresse

Die E-Mail-Adresse besteht sich aus zwei Teilen. (Das, was vor und hinter dem Klammeraffen ist). Vor dem Klammeraffen stehen zum Beispiel Name, Vorname, Spitzname und viele andere. Dahinter steht dann die Domäne, wie zum Beispiel gmail, seznam, web, centrum und andere Namen, oder die Bezeichnung der Firma, wo man arbeitet und seine E-Mail Adresse benutzt. Dann kommt Punkt und die Abkürzung des Staates: cz, de, at, und so weiter. In Prinzip kann die Adresse folgend aussehen: *MartaStastna@web.de*. Meistens ist es egal, ob man es groß oder klein schreibt. Das heißt *martastastna@web.de*, *MartaStastna@web.de*, *MARTASTASTNA@WEB.DE*

Man muss eine eigene E-Mail-Adresse haben. Dazu gehört natürlich eigenes Kennwort. Heutzutage gibt es schon Programme, die fähig sind, sich die Kennworte zu merken. Man muss nicht mehr das Kennwort bei jeder Anmeldung eingeben.

5.2 Struktur einer E-Mail

Im Grunde genommen gleicht die Struktur einer E-Mail der Struktur eines Briefs. Man muss die E-Mail-Adresse des Empfängers eingeben. Die E-Mail-Adresse des Absenders wird automatisch angegeben. Auch hier ist natürlich ein Betreff wichtig, damit man gleich weiß, worum es sich handelt. Eine E-Mail verfügt über dieselbe Struktur wie ein Brief: Anrede, E-Mail-Text, Grußformel, Anlage und vielleicht auch Postskriptum. Zwischen den Absätzen im Text ist sehr gut, Leerzeilen zu machen. Es dient nicht nur zum schönen Äußeren, aber hauptsächlich zur Übersichtlichkeit.

5.3 Was man alles per E-Mail schicken kann

Zum Vorteil eines E-Mail-Schreibens gehört, dass man auf diesem Wege schnell und zuverlässig verschiedene Anlagen mitschicken kann. Per E-Mail kann man heutzutage praktisch alles schicken. Es ist egal, ob es sich um Fotos, Texts, Videos, Töne und Anderes handelt. Unter dem Begriff *Anlage* kann man z.B. eigenes Foto, Bewerbungsschreiben oder Lebenslauf verstehen. Das elektronische Postfach hat eine bestimmte Größe und die ausgehende Anlage natürlich auch. Deswegen muss man das beachten. Wenn die ausgehende Anlage größer als die Größe des Postfaches ist, dann kann man die E-Mail nicht abschicken – es wird nicht gelingen.

6 FAX

Der Fax bzw. Telefax ist ein Gerät, das für die Datenübertragung dank der Telephonlinie bestimmt ist. Das Faxgerät liest oder scannt einen Text oder ein Bild von dem Papier. Die typische Größe des Papiers ist A4. Das Faxgerät schickt dann diese Nachricht an ein anderes Faxgerät. Der andere übernimmt die Nachricht und druckt sie gleich, oder behält sie in elektronischer Form.

7 ROUTINEBRIEFE

Man kann die Briefe in zwei Gruppen verteilen, und zwar in Routinebriefe und in offizielle persönliche Briefe.

Offizielle persönliche Briefe sind: Bewerbung, Lebenslauf, Nachfassbrief, Absagebrief an Bewerber, Einladungsbrief an Bewerber, Arbeitsvertrag und Kündigung.

Zu den Routinebriefen gehört dann Anfrage, Angebot, Bestellung und Bestellungsbestätigung.

7.1 Anfrage

Die Anfrage ist ein ökonomischer Begriff, der eine bestimmte Menge der Ware oder die Dienste anzeigt, die ein Käufer für einen bestimmten Preis kaufen will. Mit der Anfrage beginnt der ganze Geschäftsverkehr. Eine Anfrage schreibt man, wenn man eine oder mehrere Angebote erhalten will. Wenn man mehrere Angebote bekommt, kann man sich dann besser entscheiden, bei wem man die Ware oder Dienste bestellt. Man kann dann auch entscheiden, wer für uns ein besseres, bunteres oder günstigeres Angebot vorbereitet hat. Die Anfrage gliedert man dann in zwei Gruppen: allgemeine Anfrage und gezielte Anfrage.

7.1.1 Allgemeine Anfrage

Allgemeine Anfrage ermöglicht den ersten Überblick über die Ware oder die Leistungen der potenziellen Geschäftspartner. Allgemeine Anfragen werden verschickt, um Prospekte, Preisliste, Kataloge usw. von dem Anbieter einholen möchte.

Eine allgemeine Anfrage enthält alles, was ein normaler Geschäftsbrief enthalten soll: Anschrift, Datum, Betreff (in der Betreffzeile steht natürlich das Wort *Anfrage*), Anrede, Brieftext (Information, woher man Informationen über diesen Anbieter hat), Bitte um Katalog, Prospekte u.a., Bedanken und Gruß.

7.1.2 Gezielte Anfrage

Eine gezielte Anfrage ist nicht mehr allgemein formuliert und wird auch häufiger benutzt. Der potenzielle Käufer bzw. Kunde informiert sich durch die gezielte Anfrage über eine bestimmte Ware oder Leistung, wobei er eigene und ganz konkrete Vorstellungen über die Qualität, den Preis, die Menge usw. hat. Er will die Details wie z.B. in erster Reihe den

Preis und die Zahlungsbedingungen, weiterhin z.B. die Verpackungsart, den Liefertermin oder die allgemeinen Lieferbedingungen und andere kennen

Eine gezielte Anfrage enthält fast das gleiche wie eine allgemeine Anfrage: Anschrift, Datum, Betreff (hier steht das Wort *Anfrage*), Anrede, Briefftext (Aufforderung zum Angebot, genaue Beschreibung der ausgewählten Ware, verschiedene Bedingungen), Bedanken und Gruß.

7.2 Angebot

Angebot ist ein ökonomischer Begriff, der eine bestimmte Menge der Ware zeigt, die der Hersteller auf den Markt für einen bestimmten Preis stellen soll. Das Angebot ist nach der Anfrage an zweiter Stelle im entstehenden Geschäftsverkehr. Ein Angebot erstellt man, als Reaktion auf die vorangegangene Anfrage. Man kann auch das Angebot nur so verschicken. Solche Angebote nennt man unaufgefordert bzw. das sog. Blindangebot. Für das Erstellen eines Angebots gelten keine festen Vorschriften und Regeln. Das Angebot, das auf eine gezielte Anfrage reagiert, sollte Informationen in dem Umfang enthalten, die keine weitere Erläuterung bedürfen und die verständlich und klar sind (sodass alles von diesem Angebot entnommen werden kann und nicht mehr nachgefragt muss). Bei dem Blindangebot muss man auch genaue Infos geben, damit man weiter nicht mehr fragen muss.

Ein Angebot muss Betreffzeile, Datum und Nummer des Angebots enthalten. Es ist auch gut, wenn man Dank für das Interesse an der Ware/Leistung ausdrückt. Im Angebot müssen natürlich die genauen Angaben über Menge, Preis, Güte usw. eingeführt werden. Es ist auch nicht schlecht, wenn man sich zu den Transportbedingungen oder -kosten ausdrückt, z.B.: *ab Werk, frei Haus, ab Board* u.a. Man muss auch unbedingt die Verkaufs- und Lieferbedingungen einführen.

7.3 Bestellung

Mit der Bestellung gibt ein Kunde oder ein Besteller einen Auftrag einer liefernden Firma. Die Firma soll die Bestellung übernehmen und die Lieferung erfüllen.

In der Betreffzeile soll man „*Auftrag über...*“, *Angebot vom...*, oder *Anzeige in...* schreiben. Betreffzeile ist wieder sehr wichtig. Weiterhin ist die Anrede und genaue Beschreibung der Ware, die der Kunde bestellen möchte, einzuführen. Zu den wichtigsten Angaben gehö-

ren: Bestellnummer, Name des Produktes, Artikelnummer, Gewicht, Größe, Verpackung, Preis, Farbe, Menge. Ganz wichtig sind auch die Angaben über die Lieferzeit, über verschiedene Termine, Abruf, Teillieferung, usw. Und am Ende folgt natürlich ein Gruß.

8 PROBLEMBRIEFE

In einer Firma hat man leider nicht nur mit Routinebriefen, aber auch mit Problembriefen zu tun. Zu den wichtigsten Problembriefen gehören: Mängelrüge, Mängelrügeantwort und Mahnung.

8.1 Mängelrüge

„In einer Mängelrüge (auch Reklamation genannt) beschwert sich ein Besteller bei einem Verkäufer über Mängel der Ware oder Dienstleistungen, die er bei ihm bestellt hat. Der Verkäufer haftet laut der gesetzlichen Gewährleistungspflicht für die einwandfreie Qualität seiner Ware. Deshalb sollte er möglichst bald diese Mängel beseitigen. Andererseits muss der Besteller den Lieferanten über das Problem möglichst bald informieren. Er sollte vor allem darauf achten, die Garantiefrist nicht zu verpassen. Je schneller der Lieferant informiert wird, desto bessere Chancen bestehen, dass die Mängel behoben werden. Seit dem 1. 1. 2002 wurde die sechsmonatige Gewährleistungsfrist in Deutschland auf zwei Jahre verlängert. Wenn der Besteller einen Mangel in den ersten sechs Monaten entdeckt, ist es möglich, die Schadenbeseitigung direkt mit dem Verkäufer zu besprechen. Nach der sechsmonatigen Frist muss er sich mit seinem Problem direkt an den Warenhersteller wenden. Nach der zweijährigen Frist bleibt ihm nichts Anderes übrig, als auf die Herstellerkulanz zu hoffen.“ [14, 96-97]

8.2 Mängelrügeantwort (Reklamationsantwort)

„Die Mängelrügeantwort stellt die Reaktion auf eine Mängelrüge dar. Falls der Empfänger keine gerichtlichen Probleme haben will, muss er auf die Reklamation möglichst bald reagieren. Er soll alle mögliche Mittel benutzen, um die Mängel zu beseitigen“ [14, 97]

8.3 Mahnung

„Die Mahnung gehört neben der Reklamation und der Reklamationsantwort auch zu den so genannte Problembriefen. Sie stellt ein schriftliches Dokument dar. Es handelt sich meistens um einen Brief, der einen Empfänger darauf hinweist, dass er seine Schulden nicht bezahlt hat oder dass er seine Pflicht nicht erfüllt hat. Die Mangelrüge entsteht als Folge einer Konfliktsituation, wie z.B. ein Lieferant hat seinem Kunden bestellte Ware geliefert. Er wartet

länger als vereinbart auf die Geldüberweisung, aber das Geld kommt nicht. Der Kunde gerät in einen Zahlungsverzug.“ [14, 97]

„Obwohl der Zahlungsverzug schon einen Tag nach der im Kaufvertrag aufgeführten Zahlungsfrist gilt, muss der Verkäufer vorsichtig handeln, wenn er eine Mahnung schreibt, falls er das Geld bekommen und gleichzeitig den Kunden behalten möchte. Mit der Mahnung beabsichtigt er nicht, den vergesslichen Geschäftspartner zu verärgern oder zu beleidigen. Es kann nämlich auch geschehen, dass der Geschäftspartner sehr beschäftigt ist. Deshalb hat er vergessen, die Warenlieferung zu bezahlen. Die Mahnung dient dazu, den Kunden zum schnellen Schuldenbezahlen oder Erfüllung seiner Pflicht zu bewegen.“ [14, 97]

II. PRAKTISCHER TEIL

9 ANFRAGEINHALT

„Was den Anfrageinhalt betrifft, schreibt man hier oft, wo man die Empfängeradresse gefunden hat, z.B. in einer Broschüre, auf einer Messe, in einer Fachzeitschrift, in einem Katalog. Dann erklärt der Absender den genauen Grund seiner Anfrage. Ein Grund kann sein, z.B. Geschäftsöffnung, Sortimentenerweiterung. Folgend informiert er sich genauer über die verlangten Waren oder Dienstleistungen. Er informiert sich auch über die Lieferbedingungen, Garantie, Rabatt, Transport, Qualität, Quantität, Verpackung usw. Es wird auch stark empfohlen, in einer Anfrage auch Referenzen über die eigene Firma einzuführen. Damit sieht der Absender als vertraulicher Geschäftspartner aus. Es kann sich um Kontaktadressen verantwortlicher Person bzw. anderer Geschäftspartner oder Kunden handeln.“ [14, 93-94]

9.1 Anfragestruktur

„Eine Anfrage sollte chronologisch folgend aufgebaut werden:

1. Absenderadresse, andere Kontaktmöglichkeiten (E-Mail Adresse, Telefonnummer)
2. Datum
3. Betreffzeile
4. Anrede
5. Quelle der Empfängeranschrift
6. Grund der Anfrage
7. Anfragetext
8. Referenzen
9. Schlusssatz
10. Grußformel
11. Unterschrift

Nach den betreffenden Umständen können einige Teile weggelassen oder hinzugefügt werden.“ [14, 94]

9.2 Musteranfrage

Marktgießerei GmbH
Erika Kleine
August-Müller-Platz 14
85235 Weilheim

-
-
-

GASSYSTEME AG
Personalabteilung
Herrn Erwin Obermeier
Postfach 45 66 77

-

80000 München

-
-

Ihr Zeichen vom	Unser Zeichen vom	Telefon	Datum
•	•	006 459825	2005-11-19

-
-

Gasanschluss für unseren Betrieb in Weilheim

-
-

Sehr geehrter Herr Obermeier,

-

Sie haben Ihre Anzeige in der Münchener Tageschau veröffentlicht. Sie bieten kostengünstige und umweltfreundliche Energie an.

-

Wir sind eine kleinere Firma mit dem Sitz in Weilheim und brauchen für unseren Betrieb eine Versorgung mit Ergas. Sie können sich diese technischen Daten anschauen:

-

Prozesswärme/ Raumheizung:
3 Dampfkessel je 7t/h (180 Grad Satttdampf)
Produktionszeit: Montag bis Freitag im Zweischichtbetrieb
Maximale Leistung :700t/h

-

Für weitere Informationen kontaktieren Sie Herrn Mittler, unseren Techniker. Schicken Sie uns bitte ein Angebot über Anschluss an Erdgas bis zum 19. des folgenden Monats. Vielen Dank in voraus.

-

Mit freundlichen Grüßen

-

• (eigenhändige Unterschrift)

-

Marktgießerei GmbH
ppa. Erika Kleine

-

10 ANGEBOTINHALT

„Bei einem Angebot, vor allem beim unverlangten Angebot, ist eine „treffende“ und auffallende Betreffzeile sehr wichtig. Mit ihr wird nämlich die Aufmerksamkeit des Lesers geweckt. Ihre Hauptaufgabe besteht darin, den Empfänger zu überzeugen, das Angebot zu lesen.

Falls das Angebot erfolgreich sein sollte, muss man in ihm nicht nur sachliche Informationen, sondern auch psychologische Elemente berücksichtigen. Zu den sachlichen Informationen können unter anderem eine genauere Beschreibung der angebotenen Ware und Dienstleistungen, Lieferbedingungen, Garantielänge und -bedingungen, Rabattinformationen usw. gehören. Zu den psychologischen Gründen rechnet man gewöhnlich, z.B. Danksagung für Empfängerinteresse, Lob der guten Auswahl des Empfängers, Eigenlob der Firma (z.B. lange Tradition, eine größere Menge von zufriedenen Kunden, Testimoniale - d.h. positive Aussagen von zufriedenen Kunden).“ [14, 94]

10.1 Angebotstruktur

„Es wird empfohlen, ein Angebot folgend zu verfassen, damit es logisch und übersichtlich aussieht.

1. Absenderadresse, andere Kontaktmöglichkeiten
2. Datum
3. Bezug (Damit wird gemeint, auf welche Gelegenheit der Adressant reagiert.)
4. Betreffzeile
5. Anrede
6. Danksagung
7. Produkt bzw. Servicebeschreibung (kurz, informativ, übersichtlich)
8. Zusatzangaben (Informationen über Menge, Preis, Ermäßigungen usw.)
9. Zahlungsbedingungen (z.B. Vorauszahlung, Vorkasse, gegen Nachnahme)
10. Verpackung
11. Bindung

12. Lieferzeit, -art, -bedingungen (z.B. Ab Werk, ab Fabrik, CIF)

13. Mehrwertsteuer“ [14, 94]

10.2 Musterangebot

GASSYSTEME AG

Personalabteilung

Erwin Obermeier

Postfach 45 66 77

80000 München

•

•

•

Marktgießerei GmbH

Erika Kleine

August-Müller-Platz 14

•

85235 Weilheim

•

•

•

•

Ihr Zeichen vom

Unser Zeichen vom

Telefon

Datum

2005-11-19

006 569789

2005-11-30

•

•

Gasanschluss für Ihren Betrieb in Weilheim

•

•

Sehr geehrte Frau Kleine,

•

Sie suchen eine wirtschaftliche und umweltfreundliche Energieversorgung. Vielen Dank für Ihr Interesse.

•

Wir haben Ihre technischen Daten sorgfältig geprüft. Ihr Betrieb in Weilheim kann nach der Baukostenbezahlung von 48 000 Euro mit Gas versorgt werden.

•

Wollen Sie weitere Alternativen besprechen, steht Ihnen unser Energieberater, Herr Novak zur Verfügung. Rufen Sie uns bitte an, um einen Termin zu vereinbaren.

•

Freundliche Grüße

•

GASSYSTEME AG

•

• (eigenhändige Unterschrift)

•

•

Anlage

1 Katalog

2 Preisliste

3 Photographien

•

Bild 4.: Musterangebot [6, 113]

Das Musterangebot finde ich mehr oder weniger veraltet. Man muss hier viel schreiben, obwohl es auch einfacher geht. In diesem Muster fehlt überhaupt nichts.

Es enthält:

- Absenderanschrift
- Empfängeranschrift
- Bezugszeichenzeile
- Telefonnummer
- Datum
- Betreffzeile
- Anrede
- Briefftext
- Grußformel
- Unterschrift (eigenhändige)
- Anlage

Meiner Meinung nach ist es sinnlos kompliziert. Heutzutage schickt man alles per E-Mail und ganz vereinfacht. Die Firmen, die die Angebote schicken, haben meistens vorbereitete Formulare zur Verfügung.

10.3 Authentisches Angebot

Frankelt & Leitle GmbH + CO KG
Herrn Julius Meier
Rödelgasse 15

19077 Berlin Deutschland

Prag, 2005-01-16

Unser Zeichen: 007.06.Di

Ökologische Lebensmittel, AG- Angebot

Sehr geehrter Herr Meier,

Hiermit unterbreiten wir Ihnen unser Angebot über die Produkte, die wir z. Z. im Angebot führen.

Produkt	Verpack.	Inhalt Netto	VPE	Stück/ Palette	Preis EXW Prag in €	Preis DDU Berlin in €	Haltbarkeit
Tschechischendressing - mit Kräutern	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Sommerdressing	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Coctaildressing	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Dressing mit Dill	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Dressing mit Schnittlauch	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Dressing mit Pilzen	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Dressing mit Knoblauch	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Coctaildressing	TO310	300g	4/F	1 080			14 Monate
Französische Sauce	TO350	350g	10/F	960			18 Monate
Spaghetti Bolognese Sauce	TO350	350g	10/F	960			18 Monate
Pizzasauce	TO350	350g	10/F	960			18 Monate
Milanosauce	TO350	350g	10/F	960			18 Monate
Napolisauce	TO350	350g	10/F	960			18 Monate

Kalkulationsgrundlage: 1 LKW = 55 EURO Paletten auch Sortiment

Zahlungskonditionen: Verhandlungsbasis

In der Hoffnung, dass Ihnen unser Angebot zusagt, würden wir uns über Ihre Nachricht freuen.

Mit freundlichen Grüßen,
Ökologische Lebensmittel, AG
Ing. Jan Nowak
Exportmanager

Tel: 00420 – 588 – 888 660

Mobil: 00420 – 602 – 788888

Fax: 00420 – 588 – 534 455

e-mail:

Nowak@ÖkologischeLebensmittel.cz www.ÖkologischeLebensmittel.cz

Bild 5.: Authentisches Angebot [6, 151]

Dieses Angebot ist anders strukturiert.

Es enthält:

- Empfängeranschrift
- Datum
- Betreffzeile
- Anrede
- Brieftext - bestimmtes Warenangebot
- Kalkulationsgrundlage
- Zahlungskonditionen
- Grußformel
- Absenderanschrift
- Telefonnummer, E-Mail Adresse u.a.

Meiner Meinung nach kann es um ein Angebot gehen, das man per E-Mail ruhig schicken kann. Wir können sehen, dass hier der Unterschrift fehlt. Stattdessen steht hier „Ing. Jan Nowak, Exportmanager“. Das finde ich auch nicht schlecht. Wenn die Unterschrift fehlt, finde ich wichtig, mindestens den Namen zu schreiben.

10.4 Vereinfachtes Angebot

BWF



Fixatorenbau Bertuch & Co. GmbH
Postfach 30 05 41 · 51332 Leverkusen

TOSHULIN, a.s.
Wolkerova 845

CZ-76824 Hulín
Tschech. Republik

...genauer geht's nicht

Kd-Nr	Ihr Zeichen	Ihre Nachricht	unser Zeichen	Datum
68275	Rostislav Kensa	01.10.01	Kj	02.10.01

Angebot-Nr. 413392

Betrifft: Ihre Referenz 99kor01

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken für Ihre obige Anfrage und bieten gemäß unseren umseitig gedruckten Allgemeinen Geschäftsbedingungen wie folgt an:

Stück	Artikel	Baureihe Varianten		Einzelpreis EUR	Gesamtpreis EUR
		Größe			
25	BW-Fixator	RK III	GA, f1, p, wes,	119,60	2.990,00
2	BW-Fixator	S III	GA, c, p, se-k, bei Auftragserteilung bitten wir um Angabe des Maßes "e" = Spannhöhe	105,50	211,00
					3.201,00
					=====

Lieferzeit: ca. 2-3 Wochen nach Auftragsingang

Ab Werk, ausschl. Verpackung
Unsere Rechnungen sind zahlbar
Vorkasse mit 3 % Skonto

Wir würden uns freuen, Ihren Auftrag zu erhalten.

Mit freundlichen Grüßen

Fixatorenbau
Bertuch & Co.
GmbH



Hausanschrift	Telefon	Dresdner Bank Leverkusen (BLZ 370 800 40) 8 862 083, S.W.I.F.T.-Code DRESEFF371
Siemensstraße 15	(0 21 71) 7 63-0	Deutsche Bank Leverkusen (BLZ 375 700 64) 6 708 655, S.W.I.F.T.-Code DEUTDE3375
51381 Leverkusen	Telefax	Commerzbank Leverkusen (BLZ 370 400 44) 4 104 162, S.W.I.F.T.-Code COBADEFF375
	(0 21 71) 7 63 100	Postbank Köln (BLZ 370 100 50) 80 24-509

Internet: <http://www.fixatorenbau.de> · E-mail: BWF@Fixatorenbau.de
Sitz Leverkusen, Registergericht Leverkusen-Opladen HRB-Nr. 1087 · Geschäftsführer Dipl.-Ing. Hubert Kober · USt-IdNr. DE 123663877

Bild 6.: Vereinfachtes Angebot [Authentisches Angebot direkt aus der Praxis]

Dieses Angebot enthält:

- Absenderanschrift (alles was dazu gehört findet man in Briefkopf)
- Empfängeranschrift
- Datum
- Nummer des Angebotes als Betreff
- Anrede
- Briefftext
- Grußformel
- Unterschrift

In diesem Angebot sehen wir wichtige Daten. Man hat auch die Lieferzeit und andere Bedingungen beigefügt. Das finde ich sehr gut vor allem im Falle, wenn man mehrere Anfragen verschickt und auf die Angebote wartet. Dann kann man sich gut entscheiden, woher man die Ware bestellt und welche Bedingungen günstiger oder interessanter sind.

11 BESTELLUNGSINHALT

„In einem gut aufgefassten Auftrag wird der Empfänger über die Tatsachen informiert, die den Adressant dazu geführt haben, eine bestimmte Ware oder Dienstleistung zu bestellen. Der Absender bezieht sich in seiner Bestellung auf ein genaues Angebot, eine bestimmte Anzeige, eine Empfehlung, einen Vertreterbesuch oder einen Messebesuch.

Er sollte den Verkäufer darüber informieren, welche Warenbeschaffenheit, -menge, -qualität, -preis oder -quantität er wünscht. Falls der Absender Sonderwünsche hat, muss er den Verkäufer möglichst bald darüber Bescheid geben. Er sollte auch seine gewünschte Lieferzeit oder Lieferbedingungen in der Bestellung anführen.“ [14, 95]

11.1 Bestellungsstruktur

„Eine chronologisch und systematisch aufgebaute Bestellung sollte folgend aussehen:

1. Absenderadresse, andere Kontaktmöglichkeiten
2. Datum
3. Bezugszeile (Worauf bezieht sich die Bestellung?)
4. Betreffzeile
5. Anrede
6. Genaue Ware- oder Dienstleistungsbezeichnung
7. Zahlungswiese
8. Lieferzeit und Lieferant
9. Sonderwünsche
10. Schlusssatz
11. Grußformel
12. Eigenhändige Unterschrift

Die gegebenen Umstände entscheiden darüber, ob einige Teile hinzugefügt oder weggelassen werden“ [14, 95]

11.2 Musterbestellung

Karl Novak
Papierhandlung
Bienenstrasse 15
80000 München

31.9.2006

-
-
-

John Langer & Söhne GmbH
Bauarbeiten
Kleine Gasse 98

-

80000 München

-
-

Bestellung: Renovierungsarbeiten

-

Sehr geehrter Herr Langer,

Ich erteile Ihnen den Auftrag, in meinem Geschäft folgende Arbeiten auszuführen:

-

1. alle Wände auszumalen
2. die Wasserleitung zu reparieren
3. die Verkaufsräume zu renovieren

-

Leistungen und Preise richten sich nach Ihrem Kostenvoranschlag vom 25.9.2009, in dem Sie ausdrücklich Festpreise angeführt haben.

-

Die Auftragserteilung gilt nur im Fall, dass Sie den vereinbarten Bruttopreis (inklusive Mehrwertsteuer) einhalten und die Arbeiten bis spätestens 30.11.2006 erledigen.

Im Fall von einem Terminverzug berechne ich Ihnen 50 Euro Verzugskosten pro Werktag. Diese werden von der finalen Rechnung abgezogen.

-

Überdies dürfen ohne meine ausführliche Zustimmung keine zusätzlichen Leistungen erbracht werden. Für die Gewährleistung der Arbeiten gilt entsprechend § 638 BGB die gesetzliche Verjährungsfrist.

-

Bei einer Rechnungsbarzahlung innerhalb von sieben Tagen nach Rechnungseingang räumen Sie mir bitte ein Skonto von 2 % ein.

-

Bitte bestätigen Sie mir schriftlich bis spätestens 10.10.2006, ob Sie den Auftrag zu diesen Bedingungen annehmen.

-

Mit freundlichen Grüßen

-

• (eigenhändige Unterschrift)

-

Diese Bestellung finde ich wieder mehr oder weniger veraltet. Man kann sie einfacher schreiben. Sie enthält zwar alle wichtige Daten und Punkte, aber trotzdem finde ich sie zu altmodisch.

11.3 Authentische Bestellung

Ihre Nachricht vom Olomouc 19.6.2006	Unser Zeichen Do/Z/2006	Sachbearbeiter Novotna/+420 572 711 672 Fax: +420 111 522 988 E-mail: novotna@neuegiesserei.olomouc.cz
--	----------------------------	---

Bestellung Nr. 145/2006/Slév.

Sehr geehrter Herr Neumann,

Bezug nehmend auf unser Telefongespräch bestellen wir:

Ware:	Getrieberührwerk ARH-1-GM192NS02-V4A-RK-350
Menge:	1 St.
Gesamtpreis:	1500,00 EUR + MwSt.
Lieferbedingungen:	EXW
Liefertermin:	6 Wochen
Versand:	unsere Spedition
Lieferadresse:	Neue Gießerei Hlavní Ulice 573 788 01 Olomouc Tschechien Wir sichern den Transport. Geben Sie uns bitte Bescheid, wann die Ware zur Abholung vorbereitet wird.
Zahlungsbedingungen: Proforma	Vorauskasse 2 % Skonto (Schicken Sie uns bitte Ihre Rechnung.)

Ihre Auftragsbestätigung erwarten wir in den nächsten Tagen.

Mit freundlichen Grüßen

Mgr. Michal Dlouhý
Betriebsleiter der Gießerei

Bild 8.: Authentische Bestellung [6, 152]

Diese authentische Bestellung finde ich gut. Sie enthält alle wichtige Daten und Punkte. Man schreibt hier keine langen Sätzen. Alle Bedingungen sind enthalten. Wenn der Kunde bzw. der Abnehmer die Zahlungsbedingungen mitgeteilt bekommt, kann er die bestellte Ware bezahlen. Er muss nicht warten, bis die Rechnung mit der Ware geschickt wird. Es gibt auch Firmen, die die Vorkasse fordern, was vorteilhaft besonders für den Lieferanten ist. In diesem Falle bekommt der Abnehmer die bestellten Waren erst nach deren Bezahlung.

11.4 Vereinfachte Bestellung - Bestellformular

Lieferanschrift: (Falls nicht identisch mit Rechnungsanschrift)

Name / Firma:	<input type="text"/>
Adresse:	<input type="text"/>
PLZ / Ort:	<input type="text"/>
Telefon / Fax-Nr.:	<input type="text"/>

Rechnungsanschrift:

Name / Firma:	<input type="text"/>
Adresse:	<input type="text"/>
PLZ / Ort:	<input type="text"/>
Telefon / Fax-Nr.:	<input type="text"/>
Email:	<input type="text"/>

Bestellung:

Bestell-Nr.	Bezeichnung	Menge	Einzelpreis	Gesamtpreis
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	0,00
Netto Bestellsumme:				0,00 EUR
Zzgl. 19% MwSt von:	0,00 EUR	entspr:	0,00 EUR	Brutto Bestellsumme: 0,00 EUR

Gewünschte Zahlungsart wählen:

- Per Rechnung**
- Per Vorkasse**
- Per Lastschrift ***(Kontoeinzug)
- Per Kreditkarte ****

* Kontoinhaber:
 ** Kreditkarteninhaber:

* Name der Bank:
 ** Kartennummer und Cw2-Nummer:

* BLZ oder BIC:
 ** Kartentyp (Visa, Eurocard, American E.):

* Kontonummer oder IBAN:
 ** Gültig bis (Monat Jahr):

Firmenstempel

Datum

Unterschrift

Mit der Unterschrift des Bestellformulars bestätigen Sie, unsere AGB gelesen zu haben und stimmen Diesen zu.

Bild 9.: Vereinfachte Bestellung [Vereinfachte Bestellung direkt aus der Praxis]

Bestellformular finde ich als die beste Möglichkeit der Bestellung. Sie enthält alle wichtige Daten und Punkte. Man kann sich ruhig entscheiden, wie man bezahlen will.

In Verbindung mit den aktuellen Tendenzen im Geschäftsverkehr, die mit der Einführung der Computertechnologien zusammenhängen, ist festzustellen, dass die Formulare heutzutage sehr populär sind. Sie sind übersichtlich, klar und präzise und deren Ausfüllen seitens des Kunden führt zur Beschleunigung und Vereinfachung der Arbeit auf beiden Seiten. Die Formulare können per Hand ausgefüllt und per Fax oder E-Mail zurückgeschickt werden, oder sie können direkt übers Internet bearbeitet und sofort geschickt werden. Darüber hinaus entstehen dem Kunden keine überflüssige Kosten.

SCHLUSSBETRACHTUNG

In meiner Arbeit beschäftigte ich mich mit der deutschen Korrespondenz.

Ganz am Anfang habe ich die Literatur und Informationen gesammelt und studiert. Dann habe ich erst mit dem Schreiben angefangen. Ich habe mit der Definition der Kommunikation angefangen, weil ich die Kommunikation bei solchem Thema sehr wichtig finde. Definition des Geschäftsbriefes finde ich auch sehr wichtig. Ich habe mich mit Verteilung des Briefes befasst und einige dessen Teile detailliert beschrieben. Kurz habe ich auch die E-Mail-Korrespondenz erwähnt.

Die Hauptthemen der Arbeit sind die: Anfrage, Angebot und Bestellung. Mit diesen Begriffen habe ich mich nicht nur im theoretischen, sondern auch im praktischen Teil befasst.

In der Theorie habe ich diese Begriffe beschreiben. Eigentlich habe ich nur die Grundinformationen einzelnen Begriffen erwähnt.

In der Praxis habe ich dann diese Begriffe detailliert erläutert. Zu jeder Geschäftsbriefart habe ich authentische Muster beigefügt. Hauptsächlich habe ich mich dem Angebot und der Bestellung gewidmet. Zum Angebot habe ich drei verschiedene Beispiele und zwar Musterangebot, authentisches Angebot und vereinfachtes Angebot angeführt. Auf derselben Weise habe ich dann auch bei der Bestellung vorgegangen. Ich habe dann verglichen, welches Muster davon ist das Beste ist und warum.

Ich habe viel Neues erfahren. Vor allem habe ich gelernt, wie man mit den Informationen arbeiten muss und was alles man daraus zeigen kann.

LITERATURVERZEICHNIS

- [1] HIIEMÄE, M. *Korrespondenz, Telefongespräche; Deutsch im Geschäftsleben*. 1. Verlag. LEDA, 2005. 320 S. ISBN 80-7335-059-9
- [2] WERGEN, J. *Obchodní korespondence a komunikace*. Praha: Klett nakladatelství, 2005. 239 S. ISBN 80-86906-24-8
- [3] DUDEN. *Moderne Geschäftsbriefe-leicht gemacht*. Mannheim: Bibliographisches Institut & F. A. Brockhause AG, 2008. 307 S. ISBN 978-3-411-72222-8
- [4] FIN PUBLISHING. *Německo - Český, Česko - Německý slovník*. Olomouc: Těšín-ská tiskárna, a. s., 1997. 1165 S. ISBN 80-86002-28-4
- [5] DUDEN. *Briefe gut und richtig schreiben! Ratgeber für richtiges und modernes Schreiben*. Mannheim, Wien Zürich, 1989. 208 S.
- [6] DOLEŽALOVÁ, K. *Eine Einführung in die Deutsche Geschäftskorrespondenz*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2007. 168 S. ISBN 978-80-7318-546-6
- [7] MENZEL, W.W., KUHN, M., *Korespondence v němčině, Obchodní i soukromá*. Brno: Computer Press, a. s., 2007. 419 S. ISBN 978-80-251-1472-8
- [8] SACHS, R., *Německá obchodní korespondence*. Plzeň: Nakladatelství a knihkupectví Jiří Fraus, 1993. 167 S. ISBN 80-900619-6-6
- [9] FLEISCHMANNOVÁ, E., KULDOVÁ, O., ŠEDÝ, R., *Obchodní korespondence*. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2003. 120 S. ISBN 80-7168-718-9
- [10] KIRST, H., *Der richtige Brief zu jedem Anlaß*. Niedernhauser/Ts. 1990. 318 S.
- [11] KIRST, H., MANEKELLER, W., *Moderne Korrespondenz*. Niedernhauser/Ts. 1979. 327-336 S.
- [12] MACKENSEN, L., *Gutes Deutsch in Schrift und Rede*. München 1988. 639 S.
- [13] MANEKELLER, W., *100 Briefe Deutsch*. Berlin und München 1983. 73 S.
- [14] DOLEŽALOVÁ, K., GESTER, S., *Vysšeje gumanitarnoje obrazovanije XXI ve-ka: problemy i perspektivy*. Samara: Povolžskaja gosudarstvenaja socialna-gumanitarnaja akademija 2009. ISBN 978-5-8428-0745-1

- [15] Co je to [online]. Dostupný z WWW dne 15. 4. 2010
< <http://help.webdomena.cz/pojmy-a-definice/co-je-to/e-mail> >
- [16] Tresore [online]. Dostupný z WWW dne 20. 4. 2010
< <http://www.tresore.net/pdf/Tresore-Waffenschrank-Datentresore-Bestellformular.pdf> >

SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

bzw.	beziehungsweise
CIF	frei an Bord
EXW	ab Werk
i. A	im Auftrag
i. V	In Vertretung
LG	Liebe Grüße
MFG	Mit freundlichen Grüßen
ppa.	per procura
sog.	sogenannt
u.a.	und andere
usw.	und so weiter
z.B.	zum Beispiel

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Bild 1.: Die Kommunikation in einem Unternehmen an dem Schema von Frener.	13
Bild 2.: Gliederung des Bereiches Wirtschaft in FRENSEER.....	14
Bild 3.:Musteranfrage [6, 112].....	33
Bild 4.: Musterangebot [6, 113].....	36
Bild 5.: Authentisches Angebot [6, 151].....	38
Bild 6.: Vereinfachtes Angebot [Authentisches Angebot direct aus der Praxis].....	40
Bild 7.: Musterbestellung [6, 114].....	43
Bild 8.: Authentische Bestellung [6, 152].....	44
Bild 9.: Vereinfachte Bestellung [Vereinfachte Bestellung direkt aus der Praxis]	46