

Carola Brawand-Willers

# Schriftliche Kommunikation und Korrespondenz





## Vorwort

Sie können optisch wirkungsvolle, leicht lesbare Briefe und Dokumente aller Art darstellen und sind mit den typografischen Regeln vertraut. Ebenfalls kennen Sie verschiedene Kommunikationsformen, -mittel und -möglichkeiten sowie moderne Sachmittel der Telematik. Sie verfügen damit über die nötigen Grundlagen für den Band «Schriftliche Kommunikation und Korrespondenz».

In diesem Fachbereich werden Sie ins «schriftliche Verhandeln» eingeführt. Briefe und E-Mails sind Teile eines geschäftlichen oder privaten Verhandlungsablaufs. Sie sind dann erfolgreich, wenn sie

- auf das Verhandlungsziel ausgerichtet sind,
- partnerschaftlich formuliert sind,
- die Erwartungshaltung des Empfängers abdecken,
- rechtlich einwandfrei sind.

Prüfen Sie die im Unternehmen vorhandenen Dokumentvorlagen und «Musterbriefe» kritisch auf deren Wirksamkeit und regen Sie mögliche Änderungen an.

Die im Lehrmittel gewählten Beispiele und Aufgaben aus verschiedenen Branchen sind zeitgemäss, klar und gesprächsnah formuliert. Das Gleiche gilt für die Lösungsvorschläge.

Auch wenn Verhandlungsziele mündlich erreicht werden können, lernen Sie nun schriftlich zu kommunizieren. Viel Erfolg!

Carola Brawand-Willers

Beachten Sie: Sie finden in diesem Lehrmittel linksadressierte wie auch rechtsadressierte Briefbeispiele. Beide Varianten sind praxisgerecht.

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
<b>1 Grundlagen der schriftlichen Kommunikation</b>	<b>9</b>
1.1 Schriftlich kommunizieren und informieren	10
1.2 Das Kommunikationsumfeld	14
1.3 Brief- und Textgestaltung	16
1.3.1 Gestaltung von Briefformen (Darstellungsregeln)	18
1.4 Von der Adresse bis zur Beilage	20
1.5 Oft gebrauchte Schreibregeln	21
1.6 Arbeitstechnik für Briefinhalte	22
1.7 Arbeitstechnik an Prüfungen	24
1.8 Zusammenfassung	25
<b>2 Sprache, Stil und Ton</b>	<b>27</b>
2.1 Schreiben Sie klar, aktiv, gesprächsnah und überzeugend!	28
2.2 SIE-Erwartung	29
2.3 Finden Sie den richtigen Ton	30
2.4 Kommunikativer Schreibstil	31
2.4.1 Floskeln vermeiden	31
2.4.2 Unwörter vermeiden	32
2.4.3 Grussformeln	32
2.5 Stilregeln	33
<b>3 Informationen beschaffen und vermitteln</b>	<b>41</b>
3.1 Einführung	42
3.2 E-Mail	43
3.3 Interne Mitteilung	45
3.4 Besprechungs- und Aktennotiz, Fax-Mitteilung, Telefonnotiz	47
3.5 Kurzbericht	49
3.6 Protokoll	53
3.7 Anfrage für Warenlieferung	59
3.8 Anfrage für Dienstleistung	61
3.9 Anfrage für Sponsoring	63
<b>4 Informationen beschaffen und vermitteln</b>	<b>65</b>
4.1 Einführung	66
4.2 Angebot/Offerte für Ware	67
4.3 Angebot/Offerte für Dienstleistung	70
4.4 Gegenangebot und Gegenantrag	74
4.5 Werbebrief (Marketing)	77
4.6 Briefe an Behörden, Gesuch an Arbeitsstellen	81
4.7 Einsprache	83
4.8 Bestellung – Buchung – Auftrag	85

<b>5</b>	<b>Geschäftspartner betreuen/Kontakte pflegen</b>	<b>87</b>
5.1	Einführung	88
5.2	Kundeninformation	89
5.3	Einladung	92
5.4	Erinnerungsschreiben	96
<b>6</b>	<b>Geschäftspartner beschwichtigen/Konflikte vermeiden</b>	<b>99</b>
6.1	Einführung	100
6.2	Ankündigung von Liefer- und Zahlungsverzug	101
6.3	Liefermahnung und Antwort	104
6.4	Beanstandung und Mängelrüge	107
6.5	Beanstandung und Mängelrüge beantworten	112
6.6	Beschwerde und Antwort	115
6.7	Zahlungsmahnungen und Antworten	118
<b>7</b>	<b>Schriftliche Kommunikation persönlicher Beziehungen</b>	<b>125</b>
7.1	Gratulieren – Danken – Kondolieren	126
<b>8</b>	<b>Stellenbewerbung und Kündigung</b>	<b>133</b>
8.1	Einführung	134
8.2	Stellensuche und Bewerbung	136
8.2.1	Stellensuche	136
8.2.2	Bewerbungsbrief	139
8.2.3	Lebenslauf (Beiblatt, Personalienblatt)	142
8.2.4	Das Vorstellungsgespräch – die wichtigsten Tipps	145
8.3	Erkundigung und Auskunft (Referenzauskunft)	146
8.4	Gesuch an Vorgesetzte	150
8.5	Kündigung	152
8.6	Arbeitsbestätigung und Arbeitszeugnis	154
<b>9</b>	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>157</b>

## 2.3 Finden Sie den richtigen Ton

C'est le ton qui fait la musique – eine alte Weisheit, die auch für den geschäftlichen Schriftwechsel gilt. Wer sich einen freundlichen Ton aneignet und ihn auch in Konfliktsituationen beibehält, zeigt Verhandlungsgeschick. Schreiben Sie deshalb nie beleidigend.

Wollen Sie mit Ihrer Korrespondenz beeinflussen, überzeugen, gewinnen, ermuntern, erfreuen oder Anteil nehmen, müssen Sie den Inhalt psychologisch geschickt in Worte fassen. Was will ich sagen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen, und wie soll ich es sagen? Wie nimmt der Kunde das Geschriebene auf, wenn es sich um einen negativen Entscheid handelt? Selbst unangenehme Mitteilungen werden akzeptiert, wenn sie in freundlichem Ton verfasst sind. Der Ton beeinflusst die Einstellung zum Verfasser und lässt die Unternehmenskultur bzw. den Charakter des Verfassers erkennen.

Das folgende **Beispiel** zeigt dies sehr deutlich:

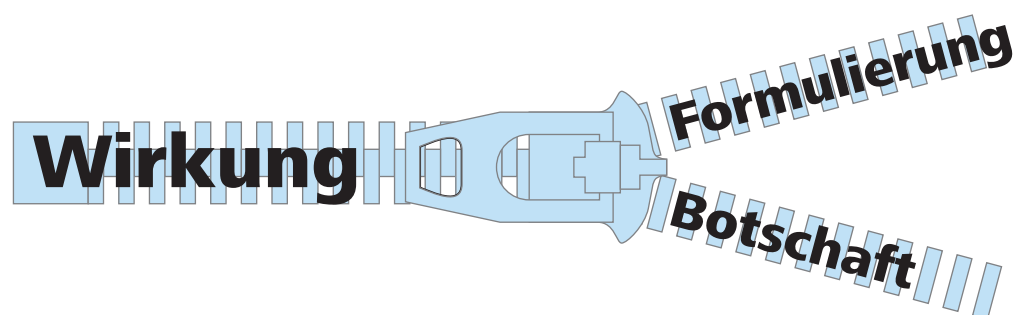
Wie können Sie es wagen, mir die Betreibung anzudrohen, nachdem ich den fraglichen Betrag laut Bankbeleg bereits am 12. Februar überwiesen habe? Das ist eine unerhörte Frechheit. Nie wieder werde ich Ihr Geschäft betreten.

**Besser:**

Ihre Zahlungsaufforderung ist ungerechtfertigt. Vermutlich haben Sie übersehen, dass ich den geforderten Betrag bereits am 12. Februar auf Ihr Bankkonto überwiesen habe. Bitte bestätigen Sie den Eingang meiner Überweisung.

Beachten Sie besonders: **Wirkungsstil** und **Sachstil** sind auseinanderzuhalten und richtig anzuwenden. Ein Ereignis müssen Sie sachlich beschreiben. Wollen Sie hingegen eine Person zu einem Entscheid bewegen, müssen Sie sie mit treffenden Worten beeinflussen, überzeugen, gewinnen.

Wie Sie Ihre Botschaft in einer klaren Sprache formulieren und damit die gewünschte Wirkung erzielen, veranschaulicht dieser Reißverschluss:



## 2.4 Kommunikativer Schreibstil

### 2.4.1 Floskeln vermeiden

Oft beginnt und endet Geschäftskorrespondenz mit **Floskeln**, die längst der Vergangenheit angehören. Jeder Kontakt bietet die Chance, das Bild des Unternehmens positiv zu prägen. Erleben Sie in folgender Gegenüberstellung, wie sich die Wirkung eines Textes verändert:

floskelhafter Start	gesprächsnah und überzeugend formuliert
Wir danken Ihnen recht herzlich für Ihr Angebot.	Vielen/Besten Dank für Ihr Angebot.
Wir nehmen Bezug auf Ihr Schreiben vom 21. Mai und teilen Ihnen mit, dass Ihr Kostenvoranschlag unseren Erwartungen weitgehend entspricht.	Vielen/Besten Dank für Ihren Kostenvorschlag. Er entspricht nahezu unseren Preisvorstellungen.
Wir beziehen uns auf das Gespräch vom ...	Am ... haben wir besprochen, dass ...
In Beantwortung Ihres Briefes teilen wir Ihnen Folgendes mit:	kein Informationsgehalt, deshalb weglassen
Wegen Terminüberschneidungen gelangen wir an Sie und möchten Ihnen den 25. März als neuen Termin vorschlagen.	Der vereinbarte Termin vom Freitag, 18. Juni, kann nicht eingehalten werden. Wir schlagen ein neues Datum vor: Freitag, 25. Juni.
floskelhafter Schluss	gesprächsnah und überzeugend formuliert
Allfällige Fragen beantwortet Ihnen gerne unsere Frau Meier.	Haben Sie Fragen? Dann zögern Sie nicht, Frau Monika Meier anzurufen, Direktwahl ...
Für Ihre Bemühungen danken wir im Voraus bestens und verbleiben ...	Vielen Dank für Ihre Unterstützung/Auskunft/Hilfe/Dokumentation.
Wir stehen Ihnen jederzeit zur Verfügung.	Rufen Sie uns an – wir sind für Sie da.
Wir hoffen, Ihnen mit diesen Angaben gedient zu haben, und erwarten Ihre Nachrichten mit grossem Interesse.	Genügen Ihnen diese Angaben? Falls Sie weitere Auskünfte benötigen, berät Sie gerne unsere Anlageberaterin, Frau Eliane Steiner, Direktwahl ...
Für das Verständnis über unsere Absage danken wir Ihnen und wünschen auf der Stellensuche Glück und Erfolg.	Aufgrund Ihrer Qualifikationen werden Sie bestimmt bald eine passende Stelle finden. Wir wünschen Ihnen dabei Glück und Erfolg

### Beispiel Anfrage (E-Mail)

#### Christine Brander-Willen

---

**Von:** Christine Brander-Willen [cbrander@seminar.ch](mailto:cbrander@seminar.ch)  
**Datum:** Mittwoch, 1. November 20.., 08:46  
**An:** Hotel Hirschen, Langnau <[info@hotel-hirschen.ch](mailto:info@hotel-hirschen.ch)>  
**Betreff:** Anfrage Seminar «Praxisgerechte Protokollführung»

---

Guten Tag Herr Weyermann

Ich plane ein zweitägiges Seminar für rund 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer und benötige einen technisch gut ausgerüsteten, grosszügigen Raum, worin sich auch Gruppenarbeiten durchführen lassen, sowie ein Einzelzimmer für eine Nacht.

#### Tag/Zeiten

Freitag, 17. August 20.., 9.00–11.30 und 13.00–16.30 Uhr  
Samstag, 18. August 20.., 8.30–11.30 und 13.00–16.00 Uhr  
Mittagessen für alle Teilnehmenden jeweils in einem Ihrer Banketträume.

Bitte senden Sie mir so rasch wie möglich Ihr Angebot sowie Prospektmaterial. Besonders interessieren mich die Grösse und die nutzbare Infrastruktur des Seminarraums.

Lassen Sie mich bitte vorgängig per E-Mail wissen, ob an den genannten Daten Ihr Seminarraum sowie ein Einzelzimmer verfügbar sind. Danke.

Freundliche Grüsse aus der Bärenstadt  
C. Brander-Willen

Seminarplanung Brander  
Christine Brander-Willen  
Bahnhofstrasse 32  
8001 Zürich  
Telefon +41 44 288 41 45  
E-Mail: [cbrander@seminar.ch](mailto:cbrander@seminar.ch)  
[www.seminar.ch](http://www.seminar.ch)

#### Aufgabe 7

Wann wählen Sie welches Kommunikationsmittel?  
Halten Sie je zwei Vor- und Nachteile von Geschäftsbriefen, Faxmeldungen und E-Mails fest.

#### Aufgabe 8

Beschreiben Sie aufgrund eines konkreten Geschäftsfalls, welches Kommunikationsmittel Sie warum bevorzugen.

**Ziel: geeignetste Kommunikationsmittel wählen**



### 3.3 Interne Mitteilung

Interne Mitteilungen dienen der raschen und gezielten Information des Personals. **Wer mitarbeiten und mitdenken soll, muss auch mitwissen!**

Welche Inhalte diese internen Schriftstücke auch enthalten mögen (Bekanntmachungen, Wünsche, Weisungen u. a. m.), sie sind Ausdruck der Achtung und der Wertschätzung der Vorgesetzten gegenüber den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

In grösseren Unternehmen arbeiten auch Menschen, die des Lesens und Schreibens kaum mächtig sind. Verfassen Sie deshalb interne Schriftstücke leicht verständlich. Die Mitteilungen können persönlich adressiert, über das Intranet versandt oder als Aushang für das Anschlagbrett gestaltet werden.

Der folgende Fall aus der Praxis bietet Ihnen einen Textvergleich:

In letzter Zeit häuften sich Beschwerden wegen falschen Parkierens (ausserhalb der Parkfelder!) auf dem Betriebsareal. Dadurch entstanden Probleme und Ärger beim Zu- und Wegfahren.

**Ziel der Bekanntmachung:** Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Erfolg versprechend zum Umdenken bewegen und entsprechend handeln lassen.

Zwei Vorschläge: Welcher dürfte weshalb erfolgreicher sein?

#### Parkordnung

Schon zweimal haben wir Ihnen angedroht, dass Sie künftig wegen falschen Parkierens mit massiven Massnahmen zu rechnen hätten. Wir sehen uns deshalb gezwungen, nach Publizieren dieser Mitteilung jeden Parksünder ausnahmslos mit CHF 200.– zu büssen (Lohnabzug!), und bitten um Kenntnisnahme.

Die Direktion

#### Parkordnung auf dem Betriebsareal

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Vorerst danke ich namens der Geschäftsleitung allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich an die Parkordnung halten und dadurch zu einem guten Betriebsklima beitragen.

Wer seinen Wagen jedoch ausserhalb der Parkfelder abstellt, behindert die Zu- und Wegfahrt der Lieferantencamions und der korrekt parkierten Wagen. Zudem verursacht er/sie dadurch unnötig Ärger.

Ich werde deshalb künftig falsch parkierte Wagen auf Kosten der Fahrzeugbesitzer abschleppen lassen. Bitte helfen auch Sie mit, mir diese unangenehme Massnahme zu ersparen, indem Sie nie ausserhalb der gelben Felder parkieren.

Freundlicher Gruss

Walter von Bergen, Direktor



## 3.7 Anfrage für Warenlieferung

Ein Interessent versucht, eine bestimmte Ware in gewünschter Menge zum günstigsten Zeitpunkt bei einem leistungsfähigen Lieferanten so vorteilhaft wie möglich einzukaufen.

Bestimmte **Kaufmotive** bewegen ihn dazu, sich an einen Lieferanten zu wenden, beispielsweise will er sein Warenangebot erweitern oder verbessern, bestimmte Arbeitsabläufe rationalisieren, im Konkurrenzkampf bestehen u. a. m. Er beobachtet aufmerksam die Marktlage (Nachfrage und Angebot), tauscht mit Geschäftsfreunden Erfahrungen aus, besucht Ausstellungen oder informiert sich im Internet.

Deshalb ist er oft ein kritischer Verhandlungspartner.

Die Anfrage ist entweder

- **unbestimmt, allgemein gehalten**

Ein Interessent erkundigt sich nach einer Warengruppe (Gartenmöbel, Bürogeräte), ohne dem Verkäufer genaue Hinweise zu geben. Er wünscht meistens nur einen Prospekt mit Preisliste oder einen Termin für eine Beratung. Angefragt wird hier vor allem per E-Mail oder telefonisch.

oder

- **bestimmt, klar umschrieben**

Ein Interessent verlangt ein konkretes Angebot; er beabsichtigt beispielsweise, einen neuen Artikel ins Sortiment aufzunehmen oder ein Gerät anzuschaffen.

Was muss der Hersteller oder Lieferant vom Interessenten erfahren, damit er ihm ein passendes Angebot unterbreiten kann? Diese Informationen bestimmen Inhalt und Aufbau einer Anfrage.

### ► Inhalt und Aufbau von Anfragen für Warenlieferungen

- Grund des Interesses oder Hinweis auf Informationsquelle
- Beschreibung der Ware: Marke, Typ, Ausführung, Farbe, Form, Grösse
- weitere Angaben: beispielsweise voraussichtliche Menge, Lieferzeit oder -art, Preise, u. U. Referenzen
- Darüber hinaus kann der Interessent versuchen, die Gestaltung der Antwort (Angebot) zu beeinflussen, indem er auf die Bedeutung und die Vorteile künftiger Geschäftsbeziehungen hinweist.
- Bitte um Angebot oder Lösungsvorschläge

### Aufgabe 12

Als Inhaber oder Inhaberin eines kleinen, aber leistungsfähigen Fachgeschäfts beabsichtigen Sie, am Tag der offenen Tür als Willkommensgruss ein bestimmtes Werbegeschenk zu verteilen. Sie erkundigen sich deshalb bei einem Unternehmen nach dem gewünschten Artikel (z. B. Feuerzeug mit der Aufschrift «Damit Sie Feuer fangen für unseren neuen Sportshop») und bitten um ein Angebot. Voraussichtliche Menge: 275 Stück.

#### Ziel: vorteilhaftes Angebot erhalten

Beachten Sie beim Lösen der Aufgabe, dass Ihr Verhandlungsziel das Einholen eines möglichst vorteilhaften Angebots ist!

### Beispiel einer bestimmten Anfrage (Ware/Produkt)

Printshop AG  
Herr Walter Roth  
Landvogt-Waser-Str. 2  
8400 Winterthur

Bülach, 22. März 20..

#### Anfrage bedruckte Stirnbänder

Sehr geehrter Herr Roth

Am 15. Oktober 20.. feiern wir unser 75-jähriges Bestehen. Es sind einige Aktivitäten rund um dieses Jubiläum geplant. Auch ist ein Foto mit der ganzen Belegschaft vorgesehen, worauf alle Personen Stirnbänder tragen.

Zur Erinnerung an diesen denkwürdigen Tag möchten wir allen Mitarbeitenden ein qualitativ hochwertiges Stirnband – versehen mit unserem Logo – schenken. Ihr Unternehmen zeichnet sich durch Kreativität und fachliche Kompetenz aus.

**Ausführung** 6 × 21 cm grosses, modern geschnittenes, textiles Stirnband für Damen und Herren, bedruckt mit unserem Firmenlogo auf der Vorderseite

**Farben** einfarbig, Schwarz für Herren, Rot für Damen

**Anzahl** 55 schwarze und 25 rote Stirnbänder

**Lieferung** spätestens am 1. Oktober 20..

Sie erhalten als Beilage eine Vorlage unseres Firmenlogos. Bitte senden Sie uns Ihr Angebot bis **5. April**.

Freundliche Grüsse

FREY Metallbau AG

Franca Croce  
Marketingleiterin

Vorlage Firmenlogo

## 3.8 Anfrage für Dienstleistung

Ein Interessent möchte eine Dienstleistung zu einem bestimmten Zeitpunkt während einer gewissen Dauer nutzen. Er wird sich deshalb nach Dienstleistungsunternehmen umsehen, die ihm voraussichtlich ein günstiges Angebot unterbreiten können.

Anfragen an Dienstleistungsunternehmen müssen in der Regel ausführlicher und genauer verfasst werden als Anfragen aus dem Warenhandel, weil mehr Möglichkeiten offenstehen.

Wenn Sie sich als Vorstandsmitglied eines Vereins wegen einer Reise ins Ausland für etwa 40 Personen an ein Reisebüro wenden, so sind viele Varianten möglich: beispielsweise Car, Eisenbahn oder Flugzeug; Übernachtung in Familien- oder Erstklasshotels; Unterkunft mit Frühstück, Halb- oder Vollpension u. a. m.

Was muss demnach das Dienstleistungsunternehmen vom Interessenten erfahren, damit es dessen Wünschen am ehesten gerecht werden kann? Diese Informationen bestimmen Inhalt und Aufbau.

### ► Inhalt und Aufbau von Anfragen für Dienstleistungen

- Grund des Interesses oder Hinweis auf Informationsquelle
- genaue Beschreibung der Dienstleistung: Art, Umfang, Zeitpunkt, Dauer, Sonderwünsche u. a. m.
- Der Interessent kann versuchen, die Offertstellung zu beeinflussen, indem er andeutet, dass er auch bei Konkurrenzbetrieben Angebote einholt.
- Bitte um Angebot

#### Aufgabe 13

Die Sonderegger AG plant einen Betriebsausflug nach Aarau und an den Hallwilersee. Abendessen und Unterhaltung (durch Betriebsangehörige) im Hotel Seestern, 5616 Meisterschwanden. Sie sind für die Organisation dieses Anlasses verantwortlich. Teilnehmen werden etwa 80 Personen; Ausflugstermin ist der 26. August ...; einige Personen essen vegetarisch. Wenden Sie sich an das Hotel Seestern und verlangen Sie Vorschläge.

**Ziel: günstiges Angebot erhalten**

#### Aufgabe 14

Sie suchen auf Herbst ... eine günstige und doch einigermaßen komfortable Zweizimmerwohnung in einem bestimmten Stadtquartier oder einer bestimmten Ortschaft. Ein Bekannter hat Ihnen gestern eine Baugenossenschaft empfohlen. Sie wenden sich an diese Institution und bitten um Meldung, sobald irgendwo ein passendes Mietobjekt frei wird.

**Ziel: Auswahl von Mietwohnungen erhalten**

### Beispiel einer bestimmten Anfrage (Dienstleistung)

Reisebüro Happy Tours  
Herr Alexis Skanavis  
Pelikanplatz 7  
8001 Zürich

Zürich, 15. August 20..

#### **Klubreise nach Paris**

Sehr geehrter Herr Skanavis

Vor einigen Monaten haben Sie für das Sprachforum «Linguis» eine erlebnisreiche Fahrt in die Hauptstadt Frankreichs organisiert. Wie uns die Präsidentin, Frau Andrée Bornand, mitgeteilt hat, waren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit der tadellosen Organisation und Betreuung durch Ihr Reisebüro sehr zufrieden.

Wir beabsichtigen, uns in der Woche 41 ebenfalls einige Tage in Paris aufzuhalten und die Sehenswürdigkeiten der französischen Metropole zu besuchen, wobei auch ein Theaterbesuch und ein halbtägiger Einkaufsbummel vorgesehen sind.

**Teilnehmer** rund 60 Personen. Für die Unterkunft benötigen wir voraussichtlich 24 Doppelzimmer sowie 12 Einzelzimmer in einem ruhig und doch zentral gelegenen Mittelklassehotel.

**Reisetage** Hinreise am Samstag, 5. Oktober  
Rückreise am Donnerstag, 10. Oktober

Bitte arbeiten Sie für uns einen vorteilhaften Reisevorschlag aus. Wir möchten ihn an der nächsten Vorstandssitzung vom 22. August besprechen.

Freundliche Grüsse

Damen-Handballgruppe **Winners**

Annette Rittmayr  
Aktuarin



## 5.4 Erinnerungsschreiben

Vielfältig ist der Bereich der Erinnerungsschreiben. Die Praxis unterscheidet unter anderem Hinweise auf

- **Versprechungen, Vereinbarungen**  
Wer Abmachungen trifft, erwartet deren Einhaltung. Wurde nichts Schriftliches festgehalten, ist es vor allem bei wichtigen Vereinbarungen nötig, sich rechtzeitig zu vergewissern, ob alles planmässig verläuft.
- **Termine oder Fristen**  
Im Allgemeinen ist man angenehm überrascht, wenn man an fällige Termine oder ablaufende Fristen erinnert wird. Beispiel: Ablauf einer Garantiefrist, Termin zum Abliefern eines Berichts. Ausnahmen bilden sicher Erinnerungen an Zahlungstermine.
- **Frühere Kontakte**  
Weshalb kauft Frau Meier nicht mehr bei uns ein? Früher hat die Hoffmann AG alle Drucksachen von uns herstellen lassen; weshalb bleiben ihre Aufträge seit geraumer Zeit aus? – Erinnern wir sie an diese früher regen Kontakte!

Legen Sie Wert auf partnerschaftlich lautende Inhalte und einen angenehmen Ton. Das wird sich lohnen.

### ► Inhalt und Aufbau von Erinnerungsschreiben

Solche Schriftstücke sind derart verschieden, dass kein einheitliches Schema möglich ist. Die bisherige Erfahrung wird es Ihnen aber erlauben, auch diese Briefe und E-Mails logisch zu gliedern, die richtigen Inhalte zu verfassen und stilistisch die richtige Saite zum Schwingen zu bringen.

#### Aufgabe 30

Für die Sachbearbeiterschulung haben Sie in einem Hotel oder Kongresszentrum auf ein Angebot hin geeignete Räume reserviert. Sie verlangten eine Auftragsbestätigung. Trotz telefonischer Mahnung haben Sie diese bis heute nicht erhalten. Erinnern Sie die Hoteldirektion oder Zentrumsleitung an ihr Versprechen.

**Ziel: Anlass sicherstellen**

#### Aufgabe 31

Verfassen Sie ebenfalls die Antwort der Hoteldirektion.

**Ziele: Kunden beruhigen, Reservation bestätigen**

#### Aufgabe 32

Ein Unternehmen lädt Betriebsangehörige und Geschäftsfreunde zum «Tag der offenen Tür» ein. Sie helfen mit, diesen Grossanlass zu organisieren, und sind für das pünktliche Liefern von Tischen, Bänken und Getränken verantwortlich. 5 Tage vor dem Anlass kontrollieren Sie die Checkliste. Erinnern Sie die Getränkefirma per E-Mail an die pünktliche Lieferung und an mögliche Nachschublieferungen; die Wetterprognose kündigt sehr warmes Wetter an.

**Ziel: pünktliche Lieferung erhalten**

#### Aufgabe 33

Problem einer Druckerei: Ein ehemals treuer Kunde hat seine Bestellungen ohne Begründung eingestellt. Kommen Sie auf die früher angenehme Geschäftsbeziehung zu sprechen und verbinden Sie die Mitteilung mit der Ankündigung einer Neuerung bzw. Neuheit.

**Ziel: Kunden erhalten**



**Beispiel Erinnerungsschreiben (E-Mail)****Mario Corradi**

---

**Von:** Walter Purtschert <walter.purtschert@hawag.ch>  
**Gesendet:** Montag, 19. September 20.., 16:55  
**An:** mario.corradi@hawag.ch  
**Betreff:** Verzögerter Bestellungseingang

---

Sehr geehrter Herr Corradi

In unserem Arbeitsvertrag haben wir vereinbart, dass Kundenaufträge sofort zum Bearbeiten an unsere Verkaufsabteilung weitergeleitet werden müssen. Seit einigen Wochen treffen Ihre Unterlagen jedoch verspätet ein. Täglich müssen unsere Sachbearbeiterinnen Beschwerden wegen verspäteter Lieferungen entgegennehmen.

In den übrigen Regionen der Schweiz sind wir für pünktliche Lieferungen bekannt. Wir bitten Sie deshalb erneut, uns die Kundenaufträge jeweils am Ende jeder Arbeitswoche zuzustellen.

Unsere Kundschaft schätzt Ihr zuvorkommendes Auftreten und Ihre fachkundige Beratung. Setzen Sie diesen guten Ruf nicht durch nachlässiges Weiterleiten der Bestellungen aufs Spiel.

Auch wir anerkennen Ihre Verkaufserfolge und bitten Sie, Ihre Reiserapporte – wie vereinbart – ausnahmslos freitags abzuliefern. Vielen Dank.

Freundliche Grüsse  
HAWAG AG  
Walter Purtschert  
Verkaufsleiter Inland

-----  
Hawag AG  
**Walter Purtschert**  
Verkaufsleiter Inland  
Brühlstrasse 15  
2503 Bienne  
Telefon +41 32 100 97 79  
walter.purtschert@hawag.ch

Alternativ kann dieses Schreiben auch als Brief verfasst werden. Aufbau und Inhalt sind dabei identisch.

## 6.5 Beanstandung und Mängelrüge beantworten

Müssen Sie Beanstandungen oder Mängelrügen beantworten, dann beachten Sie bestimmte psychologische Aspekte. Diese sind bereits in der Einführung in dieses Kapitel auf Seite 100 beschrieben.

### Stellen Sie sich die Fragen:

- Kann der Kundenwunsch erfüllt werden?
- Ist eine Alternative möglich?
- Muss die Forderung des Kunden abgelehnt werden?

Beachten Sie zusätzlich folgende Kommunikationsregeln, mit dem Ziel, die Kundenbeziehung zu verbessern:

1. Nehmen Sie jede Beanstandung oder Mängelrüge ernst.
2. Antworten Sie möglichst rasch.
3. Wählen Sie als Überschrift nicht: «Antwort auf Ihre Mängelrüge vom...»
4. Gehen Sie nicht auf Konfrontation, indem Sie Argumente sofort zu widerlegen versuchen.
5. Bleiben Sie sachlich.
6. Lösen Sie den Konflikt auch dann partnerschaftlich, wenn die Beanstandung oder Mängelrüge nicht gerechtfertigt ist.

### ► Inhalt und Aufbau von Antworten auf Beanstandungen und Mängelrügen

- Hinweis auf Beanstandung bzw. Mängelrüge
- Beanstandung wurde geprüft; Ergebnis bekannt geben und Sachverhalt glaubhaft begründen
- Bedauern aussprechen, evtl. um Entschuldigung bitten
- Konflikt- bzw. Problemlösung vorschlagen
- Passender Schluss, z. B. Zusicherung, dass künftig wie gewohnt einwandfrei geliefert werde

**Beispiel Antwort auf Mängelrüge (Seite 110)**

Frau  
Rita Pallmann  
Dorfstrasse 27  
5115 Möriken

Dübendorf, 2. Februar 20..

**MEGALI-Vienna XR4x4i-Coupé**

Sehr geehrte Frau Pallmann

Ihre Unzufriedenheit mit dem Wagen bedauern wir.

Wir haben mit Herrn Werder gesprochen. Tatsächlich mussten der Bordcomputer, der Alternator sowie das Einspritz- und Zündungsmodul ausgewechselt werden.

Wie Ihnen Herr Werder bereits mitgeteilt hat, wurden bei den elektronischen Teilen vor der Instandsetzung durch die Garage Werder unsachgemässe Eingriffe von einer Drittperson vorgenommen. Dadurch konnte der programmierte elektronische Start nicht mehr richtig ablaufen. Das führte zu den Ihnen bekannten Folgeschäden. Im Übrigen warnen Kleber im Innern des Motorraums vor falscher Handhabung der Elektronik. Deshalb fällt dieser Schaden nicht unter Garantie.

Ausnahmsweise kommen wir Ihnen entgegen. Sie erhalten eine Gutschrift von CHF 300.–. Nachdem der Schaden jetzt behoben worden ist, sind wir überzeugt, dass Sie an Ihrem neuen Fahrzeug genauso viel Freude haben wie am Vorgängermodell.

Wir wünschen Ihnen weiterhin gute Fahrt!

Freundliche Grüsse

MEGALI (Switzerland) AG

Marco Gianelli  
Direktor

Rechnung  
Gutschrift  
Einzahlungsschein

---

**Aufgabe 40**

Beantworten Sie die Beanstandung auf Seite 109 (Serviceleistungen an Kopiergerät), indem Sie bedauern, dass der Geräteunterhalt nicht erwartungsgemäss erfolgte. Der Verkaufsleiter hat mit Herrn Amrein gesprochen und ihn zu gewissenhafter Arbeit angehalten. Der junge Servicemonteure verfügt über genügend Fachkenntnisse, war aber wegen Ausfalls von anderen Servicemonteuren vorübergehend überlastet. Der nächste Unterhaltsdienst wird ohne Kostenfolge für den Kunden ausgeführt.

**Ziel: Kunden zufriedenstellen/erhalten**

---

**Aufgabe 41**

Verfassen Sie eine beruhigende Antwort auf die Mieterbeschwerde (Aufgabe Nr. 39). Der Vermieter dankt für die Hinweise des Mieters, hat bestimmte Handwerker (Firmen bekannt geben!) mit dem Beheben der Mängel beauftragt und gibt bekannt, wann die Instandsetzungsarbeiten ausgeführt werden können. Bei Abwesenheit soll der Mieter einen Wohnungsschlüssel bei der Nachbarin hinterlegen, damit die Handwerker ungehindert Zugang haben.

**Ziel: gute Wohnqualität sicherstellen**

---