



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

Tvorba firemních textů / Produktion von Firmentexten

Distanční studijní text

Mathias Becker

Opava 2019



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
FILOZOFICKO-
PŘÍRODOVĚDECKÁ
FAKULTA V OPAVĚ

Obor: Literatura a lingvistika

Klíčová slova: Beruflicher Schriftverkehr, Aufbau von Geschäftsbriefen, Geschäftskorrespondenz, externe und interne Unternehmenskommunikation, Bewerbungsunterlagen, Formulierungshilfen

Anotace: Stále více podniků si uvědomuje význam formální stránky obchodní korespondence. Vhodně formulované dopisy, e-maily a SMS jsou pro navázání a udržení kontaktů se zákazníky i úřady velmi důležité. Od pracovníků firem se proto očekává, že dovedou obchodní korespondenci i další firemní texty formulovat srozumitelně a formálně správně. Cílem cvičení je pomocí ukázek z firemní praxe seznámit posluchače s nejdůležitějšími firemními texty. Pozornost je věnována jak externí, tak také interní firemní komunikaci. V centru pozornosti však stojí obchodní korespondence a reklamní a propagační texty (externí firemní komunikace). Ve cvičeních se posluchači seznámí se strukturou zmíněných textů, které se následně formou praktických úkolů naučí sami tvořit. Přitom si osvojí příslušnou slovní zásobu a gramatiku. Zohledněny budou také rozdíly mezi formální a neformální komunikací.

Toto dílo podléhá licenci:



Creative Commons Uveďte původ-Zachovejte licenci 4.0

Znění licence dostupné na:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Autor: **PhDr. Mathias Becker, M. A.**

Obsah

ÚVODEM.....	8
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	9
1 BERUFLICHER SCHRIFTVERKEHR: EINFÜHRUNG.....	10
1.1 Geschäftliche Korrespondenz im Berufsleben.....	10
1.2 Das Hamburger Verständlichkeitsmodell.....	11
1.3 Sinnvoll gliedern und verständlich formulieren.....	12
2 DER FORMALE AUFBAU VON GESCHÄFTSBRIEFEN, GESTALTUNG NACH DIN-NORMEN.....	14
2.1 Formaler Aufbau.....	14
2.2 Schema für das Anschreiben nach DIN 5008.....	15
2.3 Seitenränder und Zeilenpositionen.....	16
2.4 Briefkopf.....	16
3 FORMELLE UND INFORMELLE E-MAILS.....	19
3.1 Formelle und informelle Briefe und E-Mails.....	19
3.2 Anrede am Briefanfang und am Anfang einer E-Mail.....	20
3.3 Grußformel und Unterschrift.....	20
4 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ I – ALLGEMEINE SCHREIBEN.....	23
4.1 Allgemeine Schreiben.....	23
4.1.1 Schriftliche Vereinbarung von Terminen.....	24
4.1.2 Mitteilungen.....	25
4.1.3 Kurze Bestätigungen per E-Mail.....	25
4.1.4 Einladungen und Dankeschreiben.....	25
5 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ II.....	28
5.1 Das Preisangebot.....	28
5.2 Bestellungen und Angebotsannahme.....	31
5.3 Widerruf und Stornierung.....	32
5.4 Auftragsbestätigung.....	32
5.5 Rechnungen.....	32
5.6 Lieferschein.....	34
6 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ III.....	37
6.1 Mahnungen und Schreiben bei Zahlungsschwierigkeiten.....	37

6.2	Muster 1. Mahnung	38
6.3	Muster 2. Mahnung	39
6.4	Reklamationen.....	40
7	TEXTE DER EXTERNEN UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION.....	41
7.1	Pressemitteilungen	41
7.2	Werbe- und Marketingtexte	43
7.3	Broschüren	43
7.4	Texte in sozialen Netzwerken	43
7.5	<i>Social Media</i> im Unternehmen.....	43
7.6	Vorteile von Social Media für Unternehmen	44
8	INTERNE FIRMENTEXTE I	46
8.1	Sitzungs- und Besprechungsprotokolle.....	46
8.2	Beispiel Protokoll.....	47
8.3	Handbücher und Gebrauchsanweisungen	49
9	INTERNE FIRMENTEXTE II.....	50
9.1	Das Rundschreiben, der Newsletter und Chats	50
9.2	Arbeitszeitnachweis	51
10	BEWERBUNGSUNTERLAGEN	52
10.1	Das Anschreiben.....	53
10.2	. Motivationsschreiben / Ditte Seite	53
10.3	Lebenslauf	53
11	WEITERE TEXTE IN BETRIEBEN	56
11.1	Serviceschein	56
11.2	Zertifikate	58
11.3	Arbeitszeugnisse.....	58
11.4	Berichte.....	59
12	FORMULIERUNGSHILFEN UND TEXTBAUSTEINE (ÜBUNGEN).....	61
12.1	Übung Anredeformen	61
12.2	Übung Präpositionen	62
13	ZUSAMMENFASSUNG UND ÜBUNGEN	65
13.1	Übung: Beantworten einer Bestellung.....	65
13.2	Übung: Termine Vereinbaren	68
14	BILDER- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS	71

LITERATURA	72
SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY	74
PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	75

ÚVODEM

Studijní opora je určena studentům bakalářského studijního programu Němčina v odborné praxi jako podpůrný studijní materiál a je napsána německy. Studijní opora obsahuje:

- teoretický základ probíraného tématu,
- kontrolní otázky,
- odpovědi na otázky,
- seznam citované a parafrázované literatury
- odkaz na LMS kurz.

Návod k práci se studijní oporou: Student nastuduje dané téma (označené ikonkami „Definition“ a „Merken Sie sich“) a zodpoví případně kontrolní otázky („Fragen“) ve studijní opoře a v LMS, které slouží k sebeevaluaci studenta. Kontrolní otázky jsou doplněny správnými odpověďmi („Lösung“), díky kterým má student možnost sám sebe vyhodnotit a zjistit, zda probírané látky porozuměl. Pro zájemce o detailnější informace jsou určeny pasáže uvedené příslušnou ikonkou („Für Interessierte“ nebo „Ergänzendes“). Případný korespondenční úkol student vypracuje sám. Každá z kapitol je uzavřena shrnutím („Zusammenfassung“), které obsahuje nejdůležitější informace kapitoly. Toto shrnutí představuje vědomostní minimum, které si student musí bezpodmínečně osvojit. Každá kapitola je navíc ukončena vlastním seznamem použité literatury, který má jednak učinit záležitost správného citování (v opoře se systematicky používají přímé a nepřímé citace z primárních pramenů a sekundární literatury, takže opora může studentům posloužit jako sekundární vzor pro práci s přejatými informacemi), jednak nabídnout studentům odkaz na materiály, ve kterých se o dané problematice dozvědí více.

RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY

Cílem opory je uvést studenty do tvorby nejdůležitějších druhů textů, které jsou obvyklé ve firemním psaní, a umožnit jim tuto tvorbu si prakticky nacvičit.

První kapitola uvádí studenty do problematiky firemní korespondence. Druhá kapitola přináší informace k formální výstavbě obchodních dopisů. Ve třetí kapitole se pojednává o formální a neformální elektronické korespondenci. Kapitoly 4 až 6 se zabývají obchodní korespondencí. Kapitola 7 se zabývá externí firemní komunikací, kapitoly 8 a 9 se zabývají interní firemní komunikací. Předmětem desáté kapitoly jsou motivační dopis a životopis. Kapitola 11 je věnována ostatním textům obvyklým ve firemní komunikaci. Poslední dvě kapitoly obsahují shrnutí a cvičení.

1 BERUFLICHER SCHRIFTVERKEHR: EINFÜHRUNG



EINLEITEND

Im Kapitel 1 wird eine allgemeine Einleitung in das Thema *Beruflicher Schriftverkehr* gegeben. Früher hat man in Unternehmen vor allem Briefe geschrieben, heute werden vor allem E-Mails gesendet. Das Schreiben von korrekten und verständlichen Briefen und E-Mails ist in Firmen von großer Wichtigkeit und trägt wesentlich zum Erfolg der Firma bei. Darüber hinaus wird in dem Kapitel auch das Thema „Verständlichkeit“ erörtert. In diesem Zusammenhang wird auch das Hamburger Verständlichkeitsmodell vorgestellt, das von den Psychologen Reinhard Tausch, Inghard Langer und Friedemann Schulz von Thun entwickelt wurde und das zur Beschreibung des Verständlichkeitsgrades von Texten dient.



ZIELE

In dem Kapitel sollen:

- Briefe und E-Mails als Kommunikationsmittel in der Firma vorgestellt werden,
 - das Hamburger Verständlichkeitsmodell vorgestellt werden sowie
 - Stilfragen und Fragen der Gliederung von E-Mails und Briefen angesprochen werden.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Brief, E-Mail, „der gute Eindruck“, das Hamburger Verständlichkeitsmodell, Gliederung, Formulierung

1.1 Geschäftliche Korrespondenz im Berufsleben

Die geschäftliche Korrespondenz hat sich in den letzten Jahren vor allem aufgrund der Digitalisierung der Gesellschaft stark verändert. In den Unternehmen werden heute ganz selbstverständlich Computer, Laptops und Smartphones benutzt. Aufgrund dieser technischen Veränderungen hat sich die E-Mail als Kommunikationsform in den Firmen durchgesetzt, Briefe werden heute nur noch selten geschrieben. Dennoch „bleibt der Brief das

Aushängeschild eines Unternehmens“. Deshalb werden wichtige Schreiben bis heute als Brief verfasst (Wergen/Wörner 2018: 7). Schüler und Studenten müssen weiterhin lernen wie man Briefe schreibt.

Wichtig ist sowohl beim Brief als auch bei der E-Mail *der gute Eindruck*, den man hinterlassen möchte (ebd.). Stil und Verständlichkeit sind daher sehr wichtig. Die geschäftliche Korrespondenz ist das Aushängeschild einer jeden Firma. „Die Anrede, die Gliederung des Textes, die Wortwahl, der Schreibstil, die Grußformel und nicht zuletzt die Korrektheit bei der Rechtschreibung und Grammatik entscheiden beim Empfänger darüber, wie positiv oder negativ“ der Text des Briefes oder der E-Mail aufgenommen wird (ebd.).

Neben der E-Mail spielen im Berufsleben auch andere Medien eine immer wichtigere Rolle, wie etwa die SMS oder der WhatsApp-Messenger (ebd.). Auch die Kommunikation mit Hilfe von Facebook und Twitter gewinnt vor allem, aber nicht nur im Bereich „Marketing“ immer mehr an Bedeutung. Soziale Netzwerke dienen darüber hinaus auch der internen Kommunikation.

1.2 Das Hamburger Verständlichkeitsmodell

Die Verständlichkeit von Briefen ist sehr wichtig. Entscheidend ist vor allem „die Etikette“ (Dudenredaktion 2014: 10), also wie und auf welche Weise ein Brief geschrieben wird. Seit den 1970er Jahren haben Psychologen den Aspekt der Verständlichkeit von Texten intensiv untersucht. Ein sehr bekanntes Verständlichkeitsmodell ist das Hamburger Verständlichkeitsmodell, das Reinhard Tausch, Friedemann Schulz von Thun und Ingeborg Lander entwickelt haben. In ihrem Verständlichkeitsmodell fragen sie, welche Faktoren zur Verständlichkeit beitragen:

- **„Einfachheit:** Ein verständlicher Text verzichtet auf ungeläufige Wörter; Fachbegriffe werden erklärt. Die Sätze sind einfach strukturiert.“ (ebd., Herv. im Orig.)
- „Gliederung/Ordnung:** Die Sätze stehen in einer folgerichtigen Reihenfolge; der Text ist sinnvoll gegliedert und übersichtlich aufgeteilt.“ (ebd., Herv. im Orig.)
- „Kürze/Prägnanz:** Die Länge des Textes hat ein angemessenes Verhältnis zum Inhalt. Überflüssige Darstellungen, umständliche Formulieren und leere Präsenzen entfallen.“ (ebd., Herv. im Orig.)
- „Zusätzliche Stimulanz:** Der Text wirkt auch äußerlich ansprechend, der Leser wird persönlich angesprochen.“ (ebd., Herv. im Orig.)

Das Hamburger Verständlichkeitsmodell kann ihnen als Studierende dabei helfen, einen Brief verständlich und nach den Regeln der Etikette zu beschreiben. Einfachheit, Kürze, Stimulanz und Gliederung sind wichtige Aspekte, die Sie beim Schreiben einer jeden E-Mail oder eines jeden Briefes beachten sollten.

1.3 Sinnvoll gliedern und verständlich formulieren

Bevor man einen Brief oder eine E-Mail schreibt, muss man überlegen, wie man den Text gliedert (Dudenredaktion 2014: 11). Zentral sind vor allem Verständlichkeit und eine sinnvolle Gliederung. Bevor man mit dem Schreiben des Briefes oder der E-Mail beginnt, sollten sie immer daran denken, wie die Aussage des Schreibens lauten soll, wer der Empfänger ist, was besonders wichtig ist und wie der Empfänger reagieren soll (ebd.).

Nachdem man diese Überlegungen gemacht hat, kann man beginnen, den Brief inhaltlich zu gliedern. Eine Gliederung des Textes ist auf vielfältige Weise möglich:

- Gliederung durch Satzzeichen (z.B. Semikolon, Gedankenstrich, Klammern)
- Gliederung durch Absätze
- Gliederung durch Listen

Hinweise zum Formulieren von einfachen Texten:

Wichtig ist zudem auch das einfache Formulieren, es gilt klare Aussagen zu treffen und den Text so einfach wie möglich zu machen (ebd.: 17). In E-Mails werden daher kurze und prägnante Formulierungen verwendet, wie z. B.:

„Wir möchten Sie bitten den Termin einzuhalten.“ (ebd.: 18) – „Bitte halten Sie den Termin ein.“ (ebd.: 17)

„Das geht leider nicht.“

„Das könnten wir übernehmen.“ (ebd.) – „Das können wir übernehmen.“ (ebd.)

Merken Sie sich:

Im beruflichen Schriftverkehr ist es wichtig, verständliche Wörter zu benutzen. Vermeiden Sie Fremdwörter oder Abkürzungen (ebd.: 19-20). Vermeiden Sie lange Wörter (ebd.: 21). Vermeiden Sie auch Papierdeutsch oder Amtsdeutsch (ebd.: 22).

Merken Sie sich:

Überlasten Sie generell nicht den Text mit schwierigen Wörtern. Schreiben Sie immer einfach und verständlich.

ZUSAMMENFASSUNG



Die E-Mail hat in den letzten Jahren den Brief als wichtigstes Mittel der geschäftlichen Korrespondenz abgelöst. Dennoch ist der Brief für besondere Situationen in Firmen immer noch verbreitet.

Ziel des Kapitels war es zu zeigen, dass es wichtig ist, grammatisch korrekte und stilistisch adäquate E-Mails und Briefe zu verfassen. In dem Kapitel wurde darüber hinaus auch das *Hamburger Verständlichkeitsmodell* vorgestellt, das Faktoren der Verständlichkeit von Texten zusammenfasst. Darüber hinaus wurden praktische Hinweise zur Formulierung von einfachen und verständlichen Texten (nach dem Hamburger Modell) gegeben.

LITERATUR



In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Dudenredaktion (2014): *Duden Ratgeber. Geschäftskorrespondenz. Professionelle Briefe und E-Mails schreiben*. 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Berlin: Dudenverlage.

Wergen, Josef/Wörner, Annette (2018): *Bürokommunikation DEUTSCH. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden Anlass sowie Telefondialoge online zum Herunterladen*. 3. Auflage. Stuttgart 2018: Pons GmbH.

2 DER FORMALE AUFBAU VON GESCHÄFTSBRIEFEN, GESTALTUNG NACH DIN-NORMEN



EINLEITEND

In dem Kapitel soll der formale Aufbau von E-Mails besprochen werden. Im Konkreten werden die einzelnen Bestandteile des Briefes (wie z. B. Anrede und Briefkopf) beschrieben. Darüber hinaus soll auch auf die Bedeutung von DIN-Normen eingegangen werden, und zwar vor allem auf die DIN-Normen 5008 und 676, die für Briefe verbindlich sind. Die DIN-Norm 5008 regelt Seitenaufbau und Abstände, die DIN-Norm 676 regelt den formalen Aufbau von Geschäftsbriefen.



ZIELE

In dem Kapitel sollen

- das Layout eines Standardschreibens nach DIN-Norm vorgestellt werden,
- der formale Aufbau von Geschäftsschreiben besprochen werden,
- Briefkopf und Anschrift thematisiert werden,
- Anredeformen besprochen werden.



SCHLÜSSELWÖRTER

Der formale Aufbau von Briefen und E-Mails, Schema für Anschreiben nach DIN 5008, Briefkopf und Anschrift, Anrede am Briefanfang und am Anfang einer E-Mail, Grußformeln. Gestaltung von E-Mails

2.1 Formaler Aufbau

Briefe werden in der Regel in die folgenden Bestandteile gegliedert:

1. Briefkopf und Anschrift
2. Datum
3. eventuell Betreffzeile
4. Briefftext

5. Abschlußformel

6. Anlagen

2.2 Schema für das Anschreiben nach DIN 5008

Wie oben bereits beschrieben wurde, werden Briefe nach bestimmten Normen gegliedert und verfasst.

Das Schema eines Briefes nach DIN 5008 sieht wie folgt aus:

4 Leerzeilen nach Briefbogenanfang (2,5 cm)

Vorname und Name
Straße und Hausnummer
Postleitzahl, Ort
Telefon mit Vorwahl (z. B. 0711 9876543)] **Adresse des Absenders**

4 Leerzeilen bis Adressbeginn

Firmen- / Institutionsname
Bezugsperson / Abteilung / Ansprechpartner
Straße und Hausnummer oder Postfach
Postleitzahl, Ort] **(ab Grad 50) Datum**
(Anschrift des Empfängers)

4 Leerzeilen

Betreffzeile(n)] **möglichst fett formatiert,
ohne die Abkürzung „Betr.“,
kein Punkt am Ende**

2 Leerzeilen

Anrede mit Komma

1 Leerzeile

Ihr Briefftext ...
Ihr Briefftext ...
Ihr Briefftext ...] **klein beginnen, z. B. „wir
freuen uns ...“, es sei denn,
das erste Wort ist ein
Substantiv**

1 Leerzeile

Grußformel (z. B. Mit freundlichen Grüßen)
und in der Zeile darunter evtl. i. A. / i. V. etc.

3 Leerzeilen] **Ihre Unterschrift**

Ihr Name
und in der Zeile darunter evtl. Ihre Funktion

1 Leerzeile

Anlage(n) (in der Regel links aufgeführt, aber auch rechts möglich)

Bild 1: Schema nach DIN

2.3 Seitenränder und Zeilenpositionen

Die DIN-Normen dienen der Rationalisierung und der Qualitätssicherung. Seit 2016 regelt DIN 5008: *Schreib- und Gestaltungsregeln für Textverarbeitung* den formalen Aufbau von Briefpapier. Sie ist die wichtigste Norm im Bereich *Geschäftswesen* (Dudenredaktion 2014: 93). DIN-Normen regeln z. B. Abstände, Seitenränder und die Zeilenposition. Und auch das Format der Umschlaghülle wird durch DIN-Normen geregelt.

Die einzelnen Gestaltungsnormen nach DIN können hier nicht aufgezählt werden, für mehr Informationen zu den DIN-Normen vgl. das Kapitel „Formen und DIN-Normen“ in *Geschäftskorrespondenz. Professionelle Briefe und E-Mails schreiben im Duden Ratgeber Geschäftskorrespondenz* (2014).

Informationen zur Gestaltung der Zeilenränder nach DIN:

Vgl. Szombathy (2004: 16-17)

Zeilenabstand und Schrifttypus:

Für den Zeilenabstand und den Schrifttypus gelten folgende Formalien nach DIN-Norm 5008:

- Einzeiliger Abstand
- Absätze
- Gutlesbarer Schrifttypus
- Minimale Schriftgröße 10 Punkte
- Maximale Schriftgröße 12 Punkte

(Szombathy 2004: 18)

2.4 Briefkopf

Der Briefkopf beinhaltet die Anschrift und die Anrede. Er wird nach DIN aufgebaut.

Hat ein Schreiben einen Briefkopf, steht die Adresse des Absenders auf der linken Seite, ebenso wie die Adresse des Empfängers.

Anredeformen: Siehe weiteres Kapitel.

Beispiel für eine Adresse:

Modehaus Müller GmbH
Herr Klaus Meyer

Musterstraße 5

11111 Musterdorf

Anmerkung: Adresse und Anschrift bezeichnen dasselbe.

FÜR INTERESSIERT



Tipps zur Stil- und Textgestaltung in E-Mails:

Für E-Mails gelten die gleichen Regeln wie für Briefe. Allerdings sollte man hier kürzere Texte schreiben, denn das Lesen ist am Bildschirm anstrengender als auf dem Papier. Halten Sie die E-Mail zudem einfach, verzichten Sie auf Einrückungen usw. (Wergen/Wörner 2018: 17).

Wenn Sie lange Dokumente verfassen, dann senden Sie diese besser als Anhang. Weisen Sie darauf im E-Mail-Text hin: „Als Anhang dieser Mail schicke ich... / Dieser Mail angehängt ist... / Im Anhang dieser Mail finden Sie...“ (ebd.).

E-Mails dürfen im Gegensatz zu Briefen auch Emoticons (etwa 😊 Freude) enthalten. Bei Erstkontakt oder förmlichen E-Mail-Verkehr verzichten Sie lieber auf diese Zeichen (ebd.:16).

ZUSAMMENFASSUNG



In dem Kapitel ging es um den formalen Aufbau vom Briefen. Aufgezählt wurden die einzelnen Bestandteile des Briefes. Im Anschluss daran wurde gezeigt, wie ein Brief nach DIN-Normen aufgebaut ist. Darüber hinaus wurden die Positionierung von Seitenrändern und Zeilen thematisiert. Am Schluss des Kapitels wurden Tipps zur Textgestaltung von E-Mails gegeben.

LITERATUR



Im Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Wergen, Josef/Wörner, Annette (2018): *Bürokommunikation Deutsch. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden geschäftlichen Anlass sowie Telefondialoge online zum Herunterladen*. Stuttgart: PONS GmbH.

Dudenredaktion (2014): *Geschäftskorrespondenz. Professionelle Briefe und E-Mails schreiben. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage*. Berlin: Dudenverlag.

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren*. München: Wilhelm Heyne Verlag.

3 FORMELLE UND INFORMELLE E-MAILS

EINLEITUNG



In der beruflichen Kommunikation wird zwischen formellen und informellen E-Mails und Briefen unterschieden, ebenso wie zwischen formellen und informellen Briefen. In diesem Kapitel sollen Unterschiede zwischen formellen und informellen E-Mails und Briefen aufgezeigt werden. Im Fokus des Kapitels standen auch die passende Verwendung von Anrede- und Grußformeln.

ZIELE



In dem Kapitel sollen:

- Unterschiede zwischen formeller und informeller Korrespondenz in der Firma thematisiert werden,
 - Unterschiede hinsichtlich zwischen formellen und informellen E-Mails (und Briefen) aufgezeigt werden,
 - passende Ausdrücke, Redewendungen und Bausteine für die geschäftliche Korrespondenz vorgestellt werden,
 - das Thema der Höflichkeit und Freundlichkeit angesprochen werden.
-

SCHLÜSSELWÖRTER



Formelle und informelle Briefe und E-Mails, Anrede, Grußformen, Abschlussformeln, Redewendungen, Formulierungshilfen, Höflichkeit, Freundlichkeit

3.1 Formelle und informelle Briefe und E-Mails

In der beruflichen Kommunikation wird zwischen formeller und informeller Kommunikation unterschieden. Diese Unterscheidung ist auch beim Schreiben von Briefen und E-Mails sehr wichtig, und zwar besonders bei der Anrede und in Bezug auf den allgemeinen Stil. Bei der E-Mail ist der Stil informeller als beim Brief, oft verwendet man z. B. die

Anrede „Hallo“, die in Briefen nur selten verwendet wird. Im Zweifelsfall sollte man jedoch bei E-Mails immer auch die Regeln für Geschäftsbriefe beachten (Rohrer/Schmidt 2013: 113).

In unternehmensinternen E-Mails werden die formalen Regeln, die für das Schreiben Briefe und E-Mails, die an Geschäftspartner geschickt werden, weniger. Auch kurze Privatnachrichten sind eher informell. Der einzelne Usus kann jeweils unterschiedlich sein (ebd.: 114).

3.2 Anrede am Briefanfang und am Anfang einer E-Mail

Das persönliche Verhältnis zum Adressaten entscheidet über die Form der Anrede:

Formell: „Sehr geehrter Herr Müller“ (sehr formell und verbindlich)

Unverbindlich: „Guten Tag, Herr Müller“ oder „Hallo, Herr Müller“

Persönlich: „Lieber Herr Müller“

Freundschaftlich: „Lieber Klaus“

(Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf 2019, online)

Akademische Grade: Sehr geehrter Herr Dr. Müller, sehr geehrte Frau Dr. Müller

Die neutrale Standardformel in Briefen und E-Mails ist das oben erwähnte „Sehr geehrter Herr Müller“. Es wird immer dann verwendet, wenn man den Gesprächspartner nicht kennt und man eine offizielle Beziehung pflegt.

3.3 Grußformel und Unterschrift

Unter ihren Brief setzen Sie eine Gruß- oder Schlussformel vor ihre Unterschrift. Sie wird in der Regel nicht mit einem Komma abgeschlossen. Auch in Bezug auf die abschließende Grußformel kann man zwischen formellen und (mehr oder weniger) informellen Varianten unterscheiden:

Standardformel: „Mit freundlichen Grüßen“ (sehr formell, wird aber oft benutzt)

Alternativ eventuell auch: „Mit freundlichem Gruß“

Weniger formelle Formulierungen: „Freundliche Grüße aus Opava“

„Freundlicher Gruß nach Berlin“

„Ich wünsche Ihnen einen guten Start in die neue
Woche“

Eher persönlich: „Mit herzlichen Grüßen“

Vertraut: „Viele Grüße“

Sehr vertraut: „Viele liebe Grüße“

Salopp und informell: „Hi“, „Hey“

(Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf 2019, online)

FÜR INTERESSIERTE



In E-Mails werden oft Abkürzungen verwendet, typische Abkürzungen sind:

MfG: Mit freundlichen Grüßen

LG: Liebe Grüße

U. A. w. g.: Um Antwort wird gebeten

(Rohrer/Schmidt 2013: 115)

Höflichkeit und Freundlichkeit:

Höflichkeit und Freundlichkeit sind sehr wichtig. Schon durch die Anrede kann man seine Wertschätzung ausdrücken. Verwenden Sie nicht die Anrede „Grüß dich“ „Hallo“ oder „Hey“. Das gilt als unhöflich.

Konjunktiv:

Denken Sie auch daran, dass im Deutschen der Konjunktiv als Höflichkeitsform verwendet wird. Die Benutzung des Konjunktivs kann eine E-Mail freundlicher wirken lassen.



ZUSAMMENFASSUNG

In dem Kapitel wurden Unterschiede zwischen formellen und informellen E-Mails bzw. Briefen aufgezeigt. Je nachdem, ob man eine formelle oder informelle Beziehung pflegt, gelten andere Anreden und Grußformeln. Bei E-Mails ist die Trennung zwischen formell und informell oft weniger ausgeprägt als bei Briefen. Der adäquate Einsatz von sprachlichen Mitteln sollte angemessen sein. Studierende sollten insbesondere den richtigen Einsatz von Anredeformen und Gruß- bzw. Schlussformeln üben.



LITERATUR

In dem Kapitel wurde folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren –Erfolgreich formulieren*. München: Wilhelm Heyne Verlag.

Wergen, Josef/Wörner, Anette (2018): *Bürokommunikation Deutsch. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden Anlass sowie Telefondialoge online zum Herunterladen*. 3. Auflage. Stuttgart: PONS GmbH.

Onlinequellen

Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf (2019): *Geschäftskorrespondenz. Anrede- und Schlussformeln im E-Mail- und Briefverkehr*. Online im Internet unter: <https://www.wirtschaftsdeutsch.de/lehrmaterialien/korrespondenz-anrede.pdf>. Zuletzt aufgerufen am 15.06.2019.

4 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ I – ALLGEMEINE SCHREIBEN

EINLEITUNG



Das Kapitel „Geschäftskorrespondenz I – allgemeine Schreiben“ ist das erste von drei Kapiteln, die sich mit der Geschäftskorrespondenz beschäftigen (Kapitel 4, 5 und 6). In dem Kapitel sollen anhand von Beispielen allgemeine Schreiben in Firmen vorgestellt und besprochen werden. Im Konkreten geht es um Mitteilungen, Bestätigungen, Dankesschreiben und Einladungen.

ZIELE



Im Kapitel sollen:

- allgemeine Schreiben in Unternehmen vorgestellt werden,
 - die Textsorten „Mitteilung“, „Bestätigung“, „Einladung“ und „Dankesschreiben“ anhand von Beispielen vorgestellt werden.
-

SCHLÜSSELWÖRTER



Allgemeine Schreiben, Mitteilungen, Bestätigungen, Dankesschreiben, Einladungen, sprachliche Mittel

4.1 Allgemeine Schreiben

Zu den allgemeinen Schreiben in Unternehmen zählen vor allem Terminvereinbarungen, Mitteilungen, Bestätigungen sowie Einladungen und Dankesschreiben. In den folgenden Abschnitten sollen diese Textsorten näher betrachtet werden:

4.1.1 SCHRIFTLICHE VEREINBARUNG VON TERMINEN

In Firmen werden jeden Tag Termine vereinbart und wieder abgesagt. Das korrekte Verfassen von Terminvereinbarungen ist daher von großer Bedeutung. Im Folgenden wird zunächst ein Beispiel für eine Terminvereinbarung gegeben. Zudem sollen sprachliche Mittel für Terminvereinbarungen angeführt werden.

Beispiel einer Terminvereinbarung:

Sehr geehrter Herr Müller,

ich möchte Sie hiermit um einen Termin für eine Besprechung meiner Magisterarbeit bitten.

Vielen Dank im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

Karl Mustermann

(Knapp, Annelie (2012), hier sind auch weitere Muster und Formulierungshilfen zu finden)

Wichtige sprachliche Mittel zur Terminvereinbarung:

Ich würde dich gern besuchen. Wann würde es Ihnen passen?

Welcher Tag würde Ihnen passen?

Es tut mir leid,

Entschuldigen Sie bitte, aber ich kann an diesem Termin nicht.

Könnten wir den Termin um eine Woche verschieben?

Beispiele übernommen aus: Rohrer/Schmidt (2013: 16-17).

Weitere sprachliche Mittel für Terminvereinbarungen:

Der Termin passt mir leider nicht...

Wann würde es Ihnen noch passen...

Geht das bei Ihnen....

Ich bestätige den Termin am Donnerstag, den 20.03.2019 um 17.00 Uhr

4.1.2 MITTEILUNGEN

Mitteilungen gehören zu den in Firmen und Unternehmen oft verwendeten Textsorten. Mit Mitteilungen wird z. B. das Versenden der Ware mitgeteilt oder auch der Erhalt einer Lieferung angezeigt.

Beispiel:

Lieber Herr Mustermann,

vielen Dank für Ihre E-Mail. Wir möchten Ihnen mitteilen, dass wir die von Ihnen bestellte Ware heute versendet haben. Sie sollte in den nächsten Tagen bei Ihnen angekommen.

Mit freundlichen Grüßen

Susanne Straach

4.1.3 KURZE BESTÄTIGUNGEN PER E-MAIL

Bei den Kurzen Bestätigungen handelt es sich um kurze Texte, die zum Bestätigen von Terminen oder anderen Dingen verwendet werden:

Beispiel:

Sehr geehrter Herr Mustermann,

hiermit bestätige ich den Empfang Ihres Briefes. Ihr Anliegen wird so schnell wie möglich bearbeitet.

Mit freundlichen Grüßen

Gabriela Musterberg

(E-Mail erstellt von Mathias Becker)

Anmerkung:

Bestätigungen werden mit dem Verb „bestätigen“ vorgenommen, und zwar in der Form „hiermit bestätige ich...“ oder „hiermit bestätigen wir...“.

4.1.4 EINLADUNGEN UND DANKESSCHREIBEN

Beispiel:

Im Folgenden wird eine Einladung zu einem Firmenjubiläum angeführt:

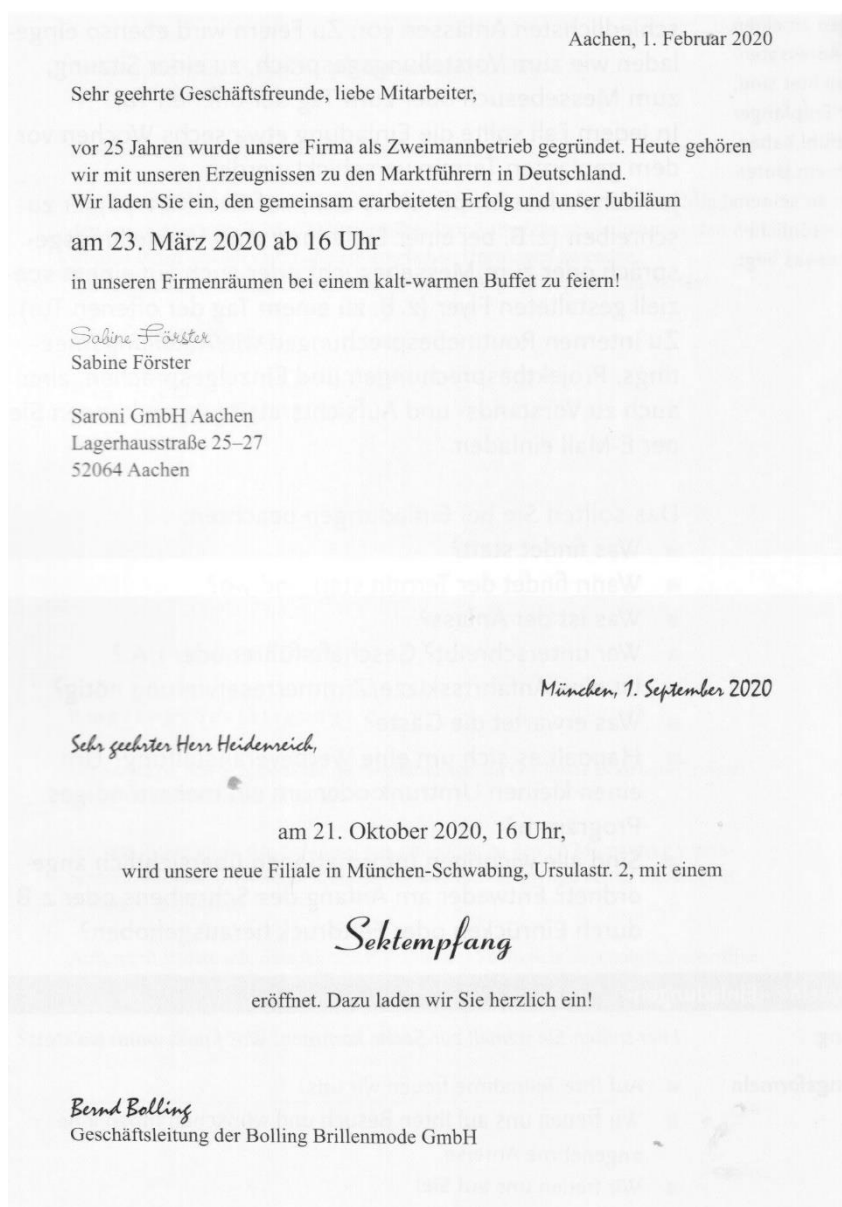


Bild 2: Einladung

Aufgabe: Beschreiben Sie den Aufbau und die Gestaltung der Einladung. Was fällt Ihnen auf?



ZUSAMMENFASSUNG

Im vorliegenden Kapitel wurden allgemeine Texte der Geschäftskorrespondenz vorgestellt und besprochen. Im Konkreten handelte es sich dabei um Terminvereinbarungen, kurze Bestätigungen per E-Mail, Einladungen und Dankeschreiben. Zudem wurde der Einsatz von sprachlichen Mitteln thematisiert.

LITERATUR



In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Rohrer, Hans-Heinrich/Schmidt, Carsten (2013): *Kommunizieren im Beruf. 1000 nützliche Redewendungen*. München: Klett-Langenscheidt.

Onlinequellen

Knapp, Annelie (2012): *Online-Formulierungswörterbuch UniComm*. Online im Internet unter: <http://www.mumis-unicomm.de/deutsch/?seite=muster&sprache=de&muster=140>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

5 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ II



EINLEITUNG

In dem Kapitel geht es um die folgenden Textsorten: Anfrage, Angebot, Angebotsannahme und Bestellung, Widerruf und Stornierung, Auftragsbestätigung, Lieferschein, Empfangsbestätigung, Rechnung. Diese Textsorten der allgemeinen Geschäftskorrespondenz sollen hier anhand von Mustertexten besprochen werden. Im Vordergrund der Ausführungen stehen Angebot und Lieferschein.



ZIELE

In dem Kapitel sollen:

- die Textsorten „Anfrage“, „Angebot“, „Angebotsannahme“ und „Bestellung“, „Widerruf“ und „Stornierung“, „Auftragsbestätigung“, „Lieferschein“, „Empfangsbestätigung“ sowie „Rechnungen“ besprochen und beschrieben werden,
 - Textbausteine und sprachliche Mittel für die oben genannten Textsorten angeführt werden.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Anfragen, Angebote, Angebotsannahmen und Bestellungen, Widerruf und Stornierung, Auftragsbestätigungen, Lieferschein, Empfangsbestätigung, Rechnungen

Im Folgenden werden verschiedene Textsorten des beruflichen Schriftverkehrs anhand von Beispielen besprochen:

5.1 Das Preisangebot

Um den Kunden zu überzeugen, muss man ein gutes Preisangebot schreiben. Das Preisangebot muss auch inhaltlich und in Bezug auf die Gestaltung ansprechend sein.

Beispiel „Kran Servis“

Service und Verkauf von Mobilkränen
Technische Revision von Hebezeugen
Technische Revision von elektrischen Geräten
Autorisierter Servicepartner von Terex-Demag, PPM



Preisangebot

NV18130

Zahlungsmethode: per Nachname
Fracht: TNT/DHL/PPL

Zeitangaben

Ausstellungsdatum: 04.05.2018
Erledigungsfrist: 11.05.2018
Hergestellt von: Martin Juřík Mgr.

Endempfänger:

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Doc. PhDr. Rykalová Gabriela , Ph.D.
Bezučovo náměstí 1150/13
74601 Opava
Česká republika

Kunde:

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Doc. PhDr. Rykalová Gabriela , Ph.D.
Na Rybníčku 626/1
74601 Opava
Česká republika

FN: 47813059

USt-IdNr: CZ47813059

Kran AC 40-1 (B/n: 70401)

Beschreibung	Menge	Einheit	Stückpreis	MwSt. %	Gesamtpreis	MwSt.	Gesamt
Überdichtung eines Teleskopzylinders	25.63	Stunden	32,00	21 %	820,16	172,23	992,39
Elektroinstallationreparatur	4.50	Stunden	32,00	21 %	144,00	30,24	174,24

Summe ohne MwSt.:	964,16	EUR
Gesamtpreis:	1 166,63	EUR

Erhältlich: 1-5 Tage, wenn nicht anders erwähnt wird. Zwischenverkauf vorbehalten.

Dieser Preisangebot wurde mit dem aktuellen Wechselkurs der EUR/CZK der ČNB erstellt. Im Falle einer maßgeblicher Veränderung des Wechselkurses zum Tage des Verkaufs kann der Preis aktualisiert werden.

Handy: + 420 602 712 980
E-mail: martin.jurik@tikran.cz
Web: www.tikran.eu

Ti kran servis s.r.o.
Nádražní 448 FN: 6408434697
73925 Sviadnov US-IdNr: CZ6408434697
Česká republika
Obchodní rejstřík Krajského soudu v Ostravě oddíl N vložka 147777, 4000

Seite: 1
*Übungsmaterial

Bild 3: Preisangebot Kranservis s.r.o.

Beispiel: Angebot Ladeneinrichtung

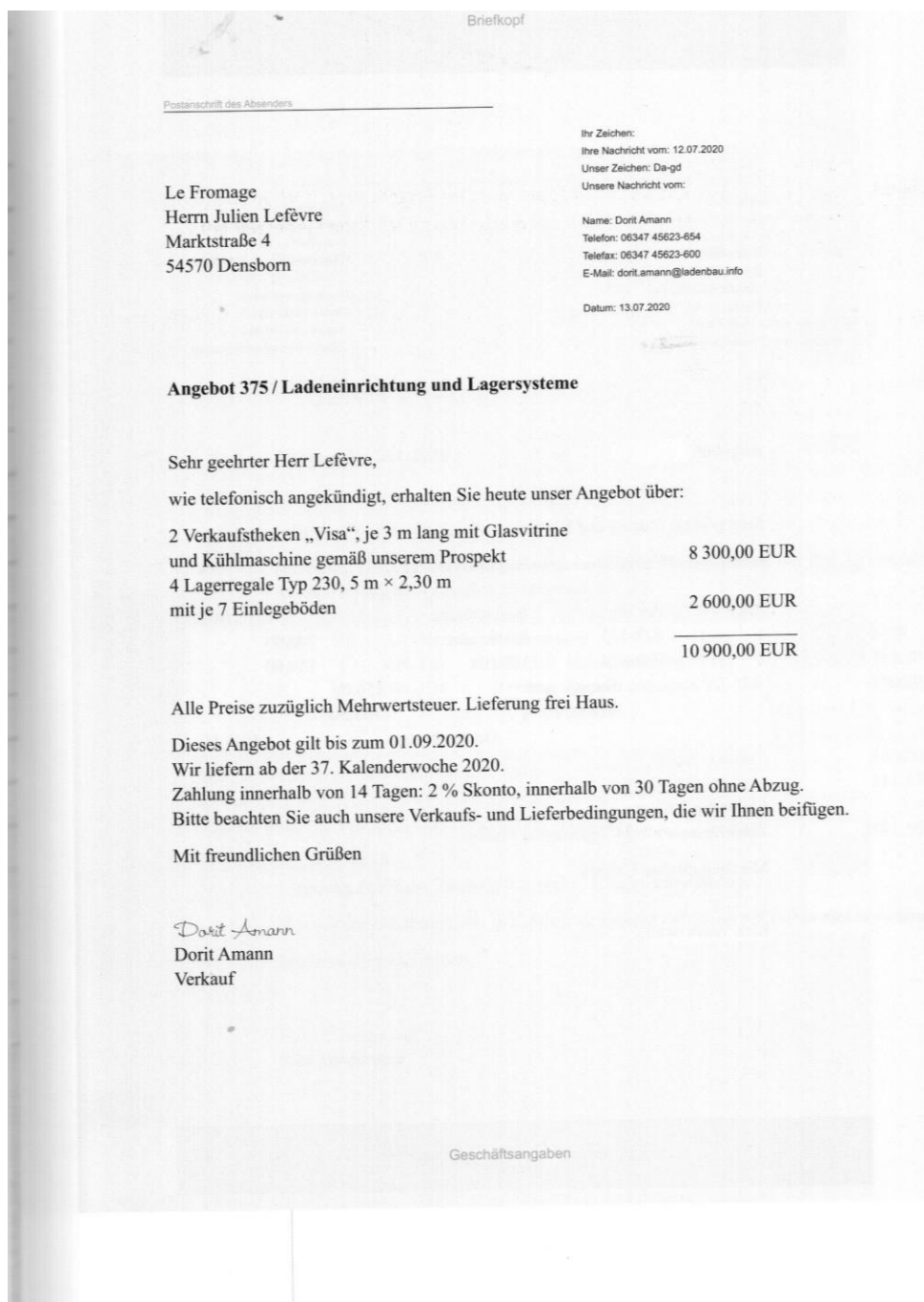


Bild 4: Angebot 375

Sehen Sie sich die Einladung an.

5.2 Bestellungen und Angebotsannahme

Mit einer Bestellung wird eine Ware verbindlich bestellt:

Muster Bestellung

Briefkopf

Postanschrift des Absenders

Frau
Svetlana Srna
Computerservice
Bismarckstraße 33
08352 Langenburg

Ihr Zeichen: Lh-aa
Ihre Nachricht vom: 2020-03-08
Unser Zeichen: Bs-te
Unsere Nachricht vom:

Name: Berrit Simonis
Telefon: 01097 3344-555
Telefax: 01097 3344-577
E-Mail: simonis@seibart.com

Datum: 12.03.2020

Auftrag über 1 Notebook
Ihr Angebot Nr. 00126428 vom 08.03.2020

Sehr geehrte Frau Srna,

wir bestellen gemäß Ihrem Angebot Nr. 00126428 vom 08.03.2020 und dem Telefonat mit Frau Zeiss am 11.03.2020:

1 Notebook Merkur 2022 XLS einschließlich

- Intel Pentium Dual-Core Prozessor mit 5,5 GHz
- 4 096 MB 800 MHz Dual Channel DDR2 SDRAM
- 320-GB-Serial ATA-Festplatte
- CD-ROM- und DVD-Laufwerk
- TFT-Aktivmatrix-Bildschirm, 15", 1024 × 768 Pixel
- austauschbarem 12-Zellen-Li-Ion-Akku
- Integrierte GMA X4500 HD-Grafikkarte
- Betriebssystem „Porta XL“ und Text- und
Datenverarbeitungsprogramm Büro plus 2020

	699,00 EUR
Als Zubehör:	
- Maus, optisch – 3 Tasten – verkabelt – PS/2 – weiß	50,00 EUR

	749,00 EUR

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Mit freundlichen Grüßen

Berrit Simonis
Berrit Simonis
Technischer Einkauf

Bild 5: Bestellung

Siehe auch Angebotsannahme.

5.3 Widerruf und Stornierung

Wenn Sie ein bereits bestelltes Produkt zurückgeben wollen, dann müssen Sie widerrufen oder stornieren (vgl. Szombathy 2004: 52f.).

Mehr Informationen zu Widerrufen und Stornierungen siehe Szombathy (2004: 5 2ff.).

5.4 Auftragsbestätigung

Das Thema Auftragsbestätigung wird ausführlich bei Szombathy (2018: 46-47) behandelt, vgl. dort.

5.5 Rechnungen

Beim Verkauf einer Ware muss eine Rechnung erstellt werden. Rechnungen müssen bestimmte Formalien einhalten.

Beispiel Rechnung:

Ti kran servis s.r.o.

Nádražní 448
73925 Svladnov
Česká republika

Firmenbuchnr.: 64084a4697 phone: +420-725790422
UID: CZ64084a4697 www: www.tikran.eu
e-mail: tikran@tikran.cz
Obchodní rejstřík Krajského soudu v Ostravě oddíl K, vložka 13999, 3000



PROFORMARECHNUNG

182240015



QR Plátba

Auftragsnummer von Kunden:
Endbezieher:

FPF_2018/006Z

Slezská univerzita v Opavě

Doc. PhDr. Rykalová Gabriela , Ph.D.
Na Rybníčku 626/1
74601 Opava
Česká republika

Firmenbuchnr.: 47813059 UID: CZ47813059

Abnehmer: e-mail:
Telefon:

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě
Doc. PhDr. Rykalová Gabriela , Ph.D.
Bezučovo náměstí 1150/13
74601 Opava
Česká republika

Zahlungsart: Payment order
Lieferung: Opava

-datum -Symbol
Ausstellungs: 25.05.2018 konstantes: 0308
Fälligkeit: 08.06.2018 variables: 182240015
euerwksamkeit: spezifisches:

Kontonummer / IBAN
19-6353550

SWIFT
0100

Proformarechnung erstellt für Reparatur.

Beschreibung	Menge Einheit	Stückpreis	MwSt. %	ohne MwSt.	Gesamt
Service von ausländischen Kränen (außer)	7,50 hod	790,00	21 %	5 925,00	7 169,25
Reisekosten (km)	106,00 km	14,00	21 %	1 484,00	1 795,64
Reisekosten (Zeit)	3,33 hod	355,00	21 %	1 183,32	1 431,82
Relais	1,00 St.	3 197,30	21 %	3 197,30	3 868,73

	Steuersatz	ohne MwSt.	MwSt.	Gesamt
	0 %	0,00	0,00	0,00
ermäßigter	10 %	0,00	0,00	0,00
ermäßigter	15 %	0,00	0,00	0,00
normaler	21 %	11 789,62	2 475,82	14 265,44
Gesamt		11 789,62	2 475,82	14 265,44

abgerundet: 0,00



Postensumme: **14265,44 Kč**

Gesamtzahlungsbetrag: **14 265,44**

Bild 6: Proforma-Rechnung

Beispiel Lieferschein:

Service und Verkauf von Mobilkränen
 Technische Revision von Hebezeugen
 Technische Revision von elektrischen Geräten
 Autorisiertes Servicepartner von Terex-Demag, PPM



Ti kran servis s.r.o.
 Nádražní 448
 73925 Sviadnov
 Tel.: +420 602 712 980
 FN: 64084a4697
 USt-IdNr: CZ64084a4697
 Registr.: Obchodní rejstřík Krajského soudu v Ostravě
 oddíl N vložka Lrrrr, NDND



Lieferschein	18DV022
Auftragsnummer	30.05.2018
Rechnungsnummer	

Lieferer: **Ti kran servis s.r.o.**

Endempfänger: **Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě**

Abnehmer: **Slezská univerzita v Opavě**

Ausgelagert und übergeben am: 30.05.2018

Doc. PhDr. Rykalová Gabriela, Ph.D.
 Bezručovo náměstí 1150/13
 74601 Opava
 Česká republika

Doc. PhDr. Rykalová Gabriela, Ph.D.
 Na Rybníčku 626/1
 74601 Opava
 Česká republika

FN: 47813059
 USt-IdNr: CZ47813059

AC 40-1 (B/n: 70416)

Beschreibung	Menge Einheit	Stückpreis	MwSt.	ohne MwSt.	Gesamtpreis
Hubseil (160m, 17mm)	160,00m	97,08	21%	15 533,55	18 795,60
hydraulischer Rücklauffilter	1,00 St.	1 356,78	21%	1 356,78	1 641,70
Dichtsatz	1,00 St.	515,32	21%	515,32	623,54
Gummimetallpuffer für elektronische Relais	39,00 St.	15,70	21%	612,18	740,74
Druckgeber (315b)	2,00 St.	6 341,00	21%	12 682,00	15 345,22
Hydrospeicher 0,32l / 6bar	1,00 St.	2 570,30	21%	2 570,30	3 110,06
Schmiernipple	1,00 St.	12,63	21%	12,63	15,28
Seilschloss	1,00 St.	7 461,00	21%	7 461,00	9 027,81
Zyrola	3,00 St.	1 764,40	21%	5 293,20	6 404,77

Geliefert mit: PPL 8068976664315

MwSt.-Satz	ohne MwSt.	MwSt.	Gesamt
0 %	0,00	0,00	0,00
ermäßigter 10 %	0,00	0,00	0,00
ermäßigter 15 %	0,00	0,00	0,00
Normalsatz 21 %	46 036,96	9 667,76	55 704,72
Gesamt	46 036,96	9 667,76	55 704,72

Gesamtpreis: 55 704,72 Kč

Unterschrift und Stempel des Abnehmers

Bild 8: Lieferschein



ZUSAMMENFASSUNG

In dem Kapitel ging es um spezifische Schreiben aus dem Bereich *Geschäftskommunikation*, und zwar im Konkreten um die folgenden Textsorten: Anfrage, Angebot, Angebotsannahme und Bestellung, Widerruf und Stornierung, Auftragsbestätigung, Lieferschein, Empfangsbestätigung, Rechnung. Im Kapitel wurde anhand von Beispielen die Merkmale dieser Textsorten analysiert und diskutiert. Im Vordergrund der Ausführungen standen Angebot und Lieferschein.



LITERATUR

In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Quellen

Dudenredaktion (2013): *Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben. Geschäfts- und Privatkorrespondenz verständlich und korrekt formulieren*. Mannheim und Zürich: Dudenverlag.

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren*. München: Heyne.

Onlinequellen

Wikipediaautoren (2019): *Lieferschein*. In: *Wikipedia. Die Freie Enzyklopädie*. Online im Internet unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lieferschein>. Zuletzt aufgerufen am 01.05.2019.

6 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ III

EINLEITEND



Im dritten Geschäfts- und Behördenkorrespondenz-Kapitel geht es um Texte, die mit dem Zahlungs- und Mahnprozess in Verbindung stehen. Anhand von Mustertexten sollen vor allem Mahnbriefe besprochen werden. Zu diesem Zweck werden die wichtigsten Formalia und sprachlichen Mittel, die in diesen Textsorten vorkommen, dargestellt.

ZIELE



In dem Kapitel sollen:

- das Thema „Zahlungsschwierigkeiten“ thematisiert werden,
 - der Mahnprozess dargestellt werden und
 - das Thema „Reklamationen“ angesprochen werden.
-

SCHLÜSSELWÖRTER



Zahlungsmoral, Mahnungen, Erste Mahnung, Zweite Mahnung, Schreiben bei Zahlungsschwierigkeiten, Zahlungsbestätigungen, Reklamationen

6.1 Mahnungen und Schreiben bei Zahlungsschwierigkeiten

Wenn der Kunde nicht zahlt, dann muss man ein Mahnverfahren einleiten. Wichtig ist, dass „schon mit der ersten Mahnung“ Verzugszinsen erhoben werden können. Langjährige Geschäftspartner sollte man vorher eventuell anrufen. Nach Ablauf der Zahlungsfrist kann man die erste Mahnung verschicken und „Säumniszuschläge geltend machen“ (Szombathy 2004: 60). Mit der zweiten Mahnung wird das gerichtliche Mahnverfahren angedroht und ohne weitere Ankündigungen eingeleitet (ebd.: 60). Das gerichtliche Mahnverfahren wird meist von Anwaltskanzleien durchgeführt.

6.2 Muster 1. Mahnung

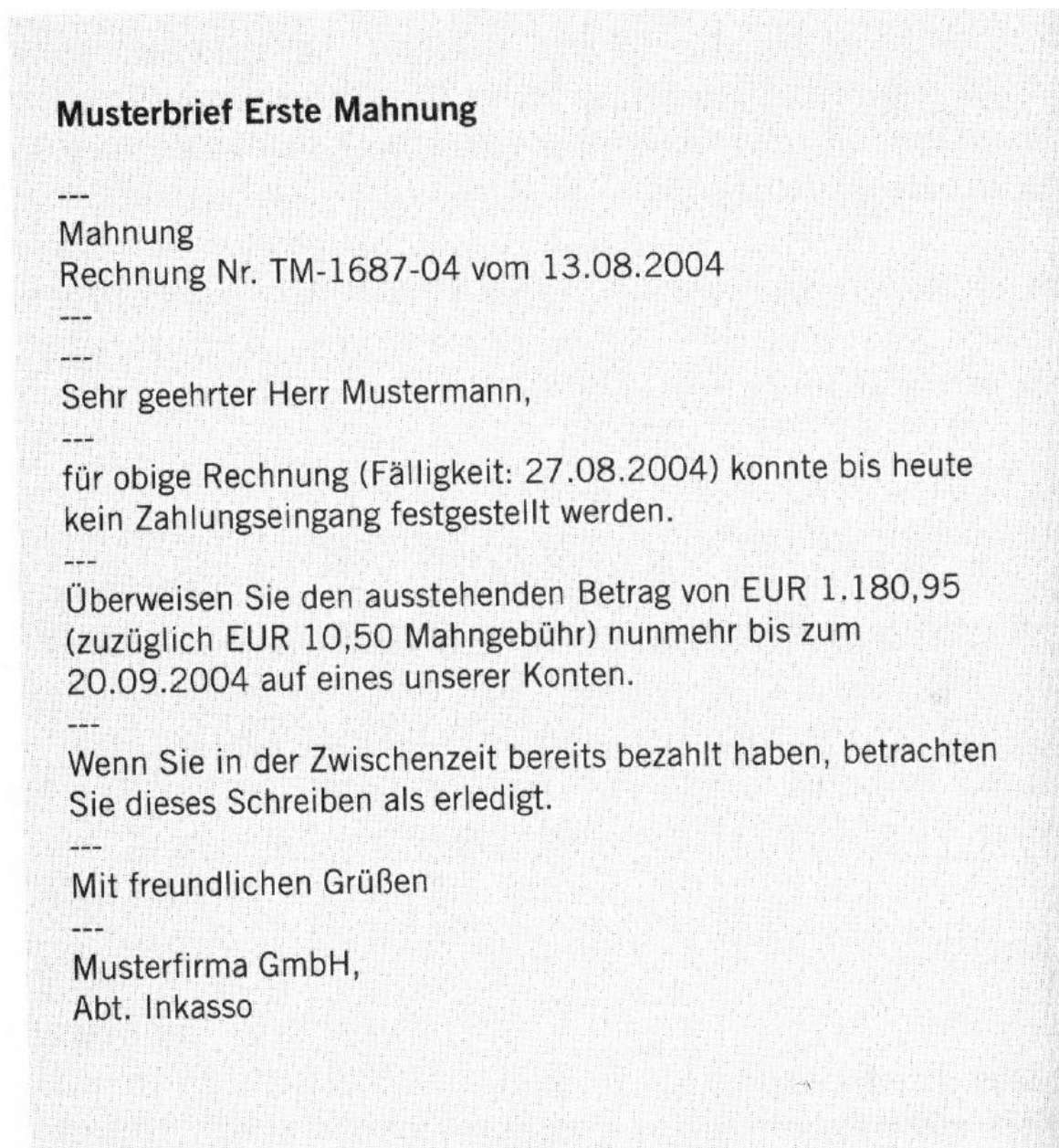


Bild 9: Musterbrief Erste Mahnung



HAUSAUFGABE

Informieren Sie sich im Internet über typische Schuldnertricks. Diskutieren Sie im Kurs.

6.3 Muster 2. Mahnung

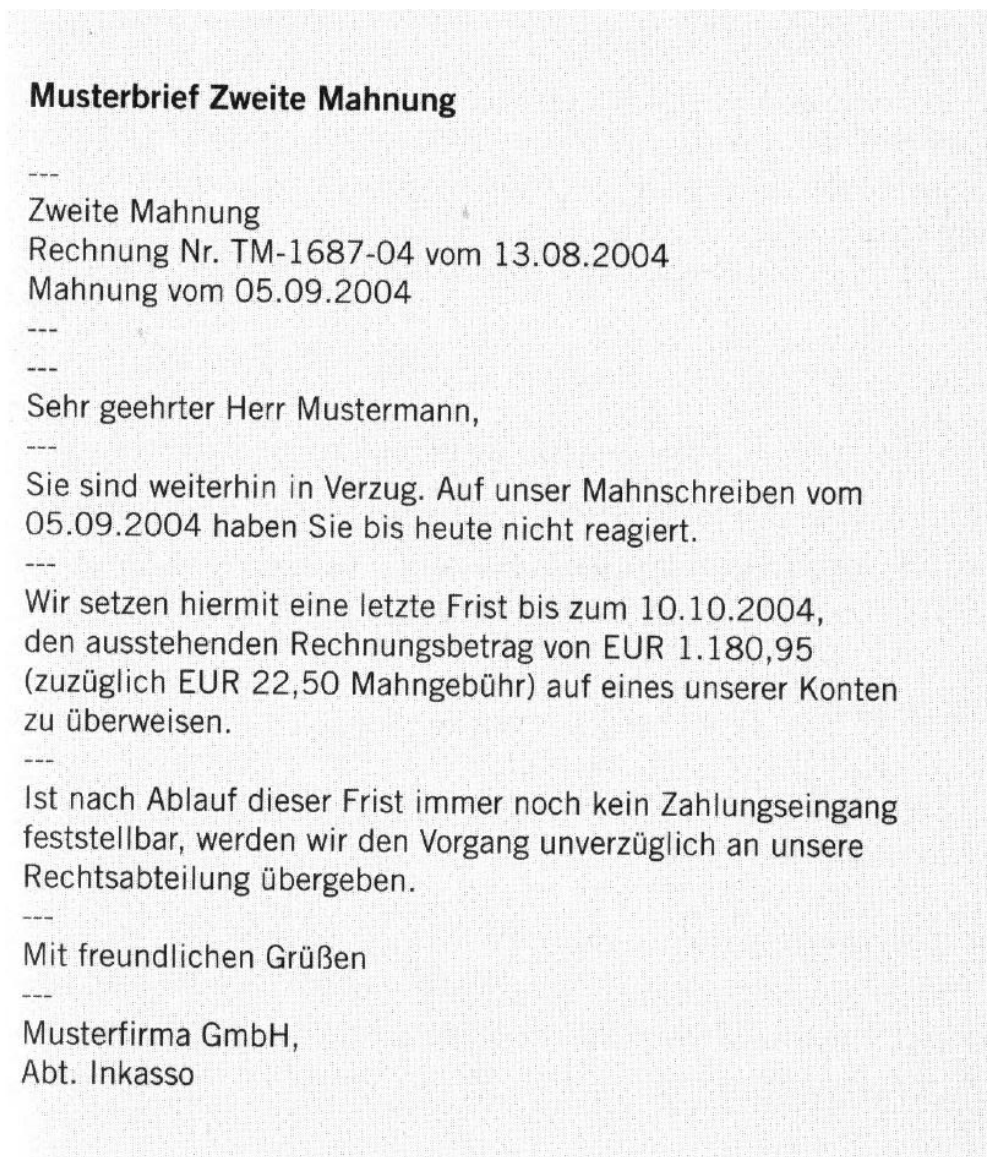


Bild 10: Musterbrief Zweite Mahnung

Wichtige Sprachmittel für die Zweite Mahnung:

„Sie sind weiterhin in Verzug.“

„Wir setzen Ihnen die letzte Frist...“

„Wenn wir keinen Zahlungseingang feststellen, dann leiten wir die Angelegenheit an unseren Rechtsanwalt weiter.“

„Sie haben unsere Rechnung noch nicht bezahlt“

(siehe auch Lochmann/Lochmann 2015: 118-119)

Zahlungsbestätigung:

Wenn ein Kunde schließlich bezahlt, dann kann man eine Zahlungsbestätigung an den Kunden schicken. Sie kann wie folgt formuliert werden:

„Hiermit bestätigen wir den Eingang Ihrer Zahlung in Höhe von...“

6.4 Reklamationen

Wird eine bestellte Ware fehlerhaft geliefert oder liegen Mängel vor, dann sollte man reklamieren, und zwar sofort. Reklamationen und Mängelrügen sind wichtige Textsorten, die Mitarbeiter in Firmen beherrschen sollten. Da das Verfassen von Reklamationen ein sehr komplexes Thema ist, soll hier auf das Kapitel „Reklamation und Mängelrüge“ in Marc Szombathys Buch „Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz“ verwiesen, in dem das Thema etwas ausführlicher besprochen wird (vgl. Szombathy 2004: 56-57).



ZUSAMMENFASSUNG

In dem Kapitel ging es um Texte aus dem Bereich Geschäftskorrespondenz, und zwar vor allem Texte aus dem Bereich Mahnwesen. Anhand von Beispieltexten wurden die Erste und Zweite Mahnung sowie deren Spezifika besprochen. Die Erste und Zweite Mahnung sind Bestandteil des innerbetrieblichen Mahnungsprozesses. Nach der innerbetrieblichen Mahnung wird das gerichtliche Mahnverfahren eingeleitet. Darüber hinaus wurden in dem Kapitel auch Zahlungsbestätigungen und Reklamationen behandelt.



LITERATUR

In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugt formulieren. Erfolgreich kommunizieren*. München: Wilhelm Heyne Verlag.

Lochmann, Franziska/Lochmann, Gerhard (2015): *Praxiswissen Forderungseinzug und Inkasso. Außenstände einziehen – Schuldnertricks abwehren*. Freiburg u. München: Haufe.

7 TEXTE DER EXTERNEN UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

EINLEITEND



In dem vorliegenden Kapitel geht es um Texte der externen Firmenkommunikation. Im Fokus des Kapitels stehen Pressemitteilungen. Ausführlich wird auch das Thema *Soziale Medien* behandelt.

ZIELE



In dem Kapitel sollen:

- Texte der externen Firmenkommunikation (Pressemitteilungen, Werbe- und Marketingtexte, Broschüren und Texte in sozialen Netzwerken) vorgestellt und analysiert werden sowie
 - Mustertexte vorgestellt und deren sprachliche Mittel besprochen werden.
-

SCHLÜSSELWÖRTER



Externe Firmenkommunikation, Pressemitteilungen, Werbe- und Marketingtexte, Texte in sozialen Netzwerken

7.1 Pressemitteilungen

Pressemitteilungen sind Texte, die über Ereignisse in der Firma oder im Geschäftsleben berichten. Sie werden oft an Zeitungen oder Journalisten gesendet. Diese nutzen sie, um selbst Texte zu verfassen.

Im Folgenden wird eine Pressemitteilung einer Firma angeführt, die von einem LKW-Unfall berichtet:

Tonnenschwerer Kranwagen kippt von der Bundesstraße in die Twiste

26.03.18 22:27



±

Unfallstelle in Waldeck-Frankenberg: Der Fahrer des riesigen Fahrzeugs befreite sich selbst aus dem Kranwagen.

© 112-m agazin.de

Mühlhausen. Ein Kranwagen ist am Montagnachmittag auf der Fahrt von Berndorf in Richtung Twiste von der Bundesstraße 252 geraten und in die Twiste gestürzt.

Aktualisiert am 27. März um 8.05 Uhr - Der Fahrer des tonnenschweren Fahrzeugs überstand den Unfall unbeschadet - er kam mit einem gehörigen Schrecken davon. Der 35-jährige Mann aus Warburg (Nordrhein-Westfalen) schaffte es, sich selbst unverletzt aus dem Fahrzeug zu befreien. Anschließend wählte er mit seinem Handy den Notruf. Das berichtet das [112-Magazin](#). Der Unfall ereignete sich gegen 15.15 Uhr.

Das Fahrzeug, das 36 Tonnen wiegt, war aus noch nicht geklärten Gründen zunächst auf die Bankette geraten und durchpflügte dann die leichte Böschung zu dem Bach, geriet in die Schräglage, überschlug sich und blieb in dem Lauf der dort noch relativ schmalen und flachen Twiste mit den Rädern nach oben liegen. Wie es genau zu dem Unfall kam, ist noch nicht bekannt.

Bild 11: Artikel Tonnenschwerer Kranwagen

Anmerkung zu den Pressemitteilungen:

In Pressemitteilungen geht es vor allem darum, das Image der Firma zu bewahren oder zu verbessern. Negative Ereignisse sollten nicht erwähnt oder verschönert dargestellt werden.

7.2 Werbe- und Marketingtexte

Werbe- und Marketingtexte gehören zur externen Firmenkommunikation. Zu diesen Texten gehören vor allem Werbebriefe, mit denen potenzielle Kunden erreicht werden sollen (Szombathy 2004: 31). Darüber hinaus gehören hierzu auch Werbebroschüren und andere Werbetexte, die vor allem in kleineren Firmen selbst produziert werden. Manche Firmen wenden sich auch an Werbe- und Medienagenturen, die ihnen beim Erstellen von Werbung helfen.

Mehr zu Werbebriefen in: (Szombathy 2004: 31-33).

7.3 Broschüren

Broschüren werden in Firmen oft erstellt. Sie zählen zu den Werbetexten. Meistens wollen die Unternehmen sich selbst oder ihre Produkte präsentieren. Große Firmen haben eigene Marketingabteilungen, in denen Broschüren und andere Informationstexte hergestellt werden.

7.4 Texte in sozialen Netzwerken

Immer mehr deutsche Unternehmen kommunizieren über soziale Netzwerke mit den Kunden. Und auch die Kunden haben die Möglichkeit, zu kommentieren oder Produkte zu bewerten. Viele Unternehmen nutzen soziale Netzwerk darüber hinaus auch zur Kommunikation zwischen den einzelnen Abteilungen (Dudenredaktion 2013: 426).

Viele Firmen nutzen Twitter, z. B. um, wie hier, auf ein Produkt aufmerksam zu machen:

„Wir haben ein neues Design für Euch: <http://bit.ly/hbg65> – Viel Spaß beim Kreativsein!“ (ebd.: 427)

Wenn Sie auf Facebook oder Twitter publizieren, dann sollten Sie Folgendes beachten:

- „Publizieren Sie nicht, sondern kommunizieren Sie. Auf Ihre Beiträge wird es Reaktionen und Antworten geben – spielen Sie den Ball zurück“. (ebd.).
- „Auf Reaktionen zu ihren Beiträgen sollten Sie schnell reagieren. Planen Sie diesen Zeitaufwand ein, bevor Sie für Ihr Unternehmen einen Account einrichten.“ (ebd.).

7.5 Social Media im Unternehmen

„Wir müssen auf Facebook!“ (Pein 2008: 25) So lautet in vielen Unternehmen die Devise. Social Media bieten Unternehmen sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Viele Unternehmen wollen einfach auf Facebook und Co. vertreten sein. Nur wenige fragen

sich jedoch, welche Ziele sie mit ihren Auftritten in sozialen Netzwerken verfolgen. Social Media sind „kein Hype“. Sie sind „im Kern nichts Neues und gehören zu unserem Leben“. Was man früher zwischen vier Augen besprochen hat, wird heute über Facebook oder Twitter geregelt. Social Media bringen Menschen und Technologie zusammen (Pein 2008: 25-27).

7.6 Vorteile von Social Media für Unternehmen

Facebook und Co. helfen den Kontakt zum Kunden zu halten. Sie stellen den Kunden in den Mittelpunkt. Ein großer Vorteil dieser Medien ist, dass man mit ihnen eine langfristige Beziehung zu den Kunden aufbauen kann (ebd.: 34-37).

Berufsbild Social Media Manager:

Social Media Manager sind in Unternehmen angestellt und befassen sich mit Social Media (ebd.: 43). Ein Social Media Manager hat folgende Aufgaben: 1. Strategie, 2. Change Management, 3. Schnittstellenfunktion, 4. Koordination sämtlicher Social-Media-Aktivitäten, 6. Qualitätssicherung von Inhalten sowie Führung der Junior Social Media Manager und des Community Teams (ebd.: 45).

Der Social Media sollte bestimmte persönliche Voraussetzungen wie Webaffinität, Offenheit und Freude an Netzwerken, Neugier und Lernbereitschaft mitbringen (ebd.: 54-55).

Welche Contents bzw. Textsorten verfasst der Social Media Manager?

Artikel, Beiträge und Nachrichten, Blogeinträge, Pressemitteilungen, Foren- und Diskussionsbeiträge, zum Downloaden: Ratgeber, Videos, Präsentationen, darüber hinaus auch Videos und Animationen.

Facebook-Unternehmensseiten

Sie sind die Basis für jedes Unternehmen. Facebook nennt sie Fanseiten. Das Anlegen dieser Fanseiten ist kostenlos (ebd.: 376 ff.). Wichtig sind das Titelbild und vor allem das Profilbild. Wichtig ist, dass man beim Anlegen einer Facebook-Seite die Datenschutzbestimmungen beachten sollte (ebd.: 395).

Weitere Social Media, die in Firmen ebenfalls benutzt werden, sind *Twitter* und *Instagram*. *Yelp* und *Foursquare* sind für Bewertungen in der Gastronomie von Bedeutung (ebd.: 458 u. 459).

Hashtags:

Mit Hashtags kann man Bilder oder Videos mit Schlagwörtern versehen. So kann man sie besser auf Instagram finden (Pein 2018: 433).

Beispiel für Antworten auf Facebook:

Lieber Herr Mustermann,

vielen Dank für Ihre Nachricht hier.

Gern setzten wir uns mit Ihnen in Verbindung. Könnten Sie uns Ihre Telefonnummer zusenden, damit wir Sie zurückrufen können?

Vielen Dank im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

Claudia Musterfrau

Erstellt vom Autor des Skripts.

LITERATUR



Im Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Dudenredaktion (2013): *Duden-Ratgeber. Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben. Geschäfts- und Privatkorrespondenz verständlich und korrekt formulieren.* 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Mannheim und Zürich: Dudenverlag.

Lochmann, Franziska/Lochmann, Gerhard (2015): *Praxiswissen Forderungseinzug und Inkasso. Außenstände einziehen – Schuldnertricks abwehren.* Haufe: Freiburg u. München.

Pein, Vivian (2018): *Der Social Media Manager. Handbuch für Ausbildung und Beruf.* Bonn: Rheinwerk Verlag.

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren.* Wilhelm Heyne Verlag: München.

8 INTERNE FIRMENTEXTE I



EINLEITEND

In dem Kapitel geht es um Texte der internen Firmenkommunikation, wie z. B. Sitzungs- und Besprechungsprotokolle, Handbücher und Gebrauchsanweisungen. Es werden die einzelnen Textsorten vorgestellt und erläutert. Im Fokus des Kapitels stehen die Sitzungs- und Besprechungsprotokolle, die ausführlich besprochen werden sollen.



ZIELE

In dem Kapitel sollen:

- die Textsorte Sitzungsprotokolle, Besprechungsprotokolle, Handbücher und Gebrauchsanweisungen besprochen werden,
 - Unterscheide zwischen den einzelnen Textsorten erwähnt werden,
 - die Textsorte *Protokoll* eingehender erklärt werden.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Sitzungs- und Besprechungsprotokolle, Beschluss, Handbuch, Gebrauchsanweisung, textsortenspezifischer Wortschatz

8.1 Sitzungs- und Besprechungsprotokolle

Mit Protokollen werden Besprechungen und deren Ergebnisse festgehalten. So können Nichtteilnehmende anhand des Protokolls über dessen Verlauf und Ergebnisse informiert werden.

Es gibt verschiedene Protokollformen:

1. Beschluss- und Ergebnisprotokoll (hier sind nur Beschlüsse und Aufgaben wichtig)
2. Kurs- bzw. Stichwortprotokoll (Redebeiträge in Stichworten)
3. Verlaufsprotokoll (der ganze Verlauf der Besprechung wird festgehalten)

(Dudenredaktion 2013: 409)

Gestaltung eines Protokollkopfes:

1. Besprechungsthema und Tagesordnung
2. Teilnehmerliste und Bezeichnung der Gruppe, Name des Protokollanden, Verteiler
3. Datum, Uhrzeit
4. Ort, Gebäude, Raum

(Dudenredaktion 2013: 409)

8.2 Beispiel Protokoll

Muster Verlaufsprotokoll

Protokoll

Besprechung der Planungsgruppe „Korrespondenz“

Thema: Rationalisierung der Antworten an Stellenbewerber

Datum: 07.01.2020, 11 Uhr

Ort: Kleiner Besprechungsraum, Zi. 3

Teilnehmer(innen): Anette Barkowitz, Thorsten Schulz, Christian Weiß

Verteiler: Teilnehmer(innen), Gerrit Sager

Protokoll: Christian Weiß

Datum des Protokolls: 10.01.2020

Frau Barkowitz weist darauf hin, dass die ersten Bewerbungen bereits am 23.02.2020 einträfen und dass in der Besprechung ein Beschluss zustande kommen müsse.

Frau Weiß gibt einen Überblick über die Korrespondenz mit Bewerbern bei der letzten Ausschreibung:

Gesamtzahl der Bewerber: 342

Weitere Unterlagen wurden angefordert: 124

Zwischenbescheide: 342

Absagen: 302

Einladungen zum Test: 40

Absagen: 30

Einladungen zum Vorstellungsgespräch: 10

Einstellungen: 4

Absagen: 6

Herr Schulz stellt fest, dass der größte Teil dieser 856 Briefe – die Zwischenbescheide und die ersten Absagen – standardisiert seien. Zu klären sei, was mit den anderen Brieftexten gemacht werde. Frau Barkowitz ist der Meinung, man könne auch in der Phase der Vorauswahl Standardtexte versenden. Dies betreffe alle Einladungen zum Test und die anschließenden Absagen. Nur in der Endphase solle individuell formuliert werden.

Herr Schulz fasst zusammen, dass damit weitere 80 individuelle Briefe gespart würden.

Beschluss: Frau Barkowitz trifft bis zur nächsten Besprechung am 15.01.2020 eine Vorauswahl von Briefen, die sich zur Speicherung eignen. Herr Schulz prüft, ob die Briefe an Bewerber, die in der engsten Wahl sind, mit Textbausteinen erstellt werden können.

Bild 12: Muster Verlaufsprotokoll

8.3 Handbücher und Gebrauchsanweisungen

Maschinen und Geräte gibt es in jeder Firma. Handbücher und Gebrauchsanweisungen werden deshalb überall benutzt. Oft sind Gebrauchsanweisungen heute auf Englisch verfasst.

ZUSAMMENFASSUNG



In dem Kapitel ging es um Texte der internen Firmenkommunikation, wie z. B. Sitzungs- und Besprechungsprotokolle oder Handbücher. Diese Textsorten wurden anhand von Beispielen besprochen und analysiert. Im Fokus des Kapitels stand die Textsorte „Protokoll“, die genauer betrachtet wurde.

LITERATUR



In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Dudenredaktion (2013): *Duden-Ratgeber. Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben. Geschäfts- und Privatkorrespondenz verständlich und korrekt formulieren. 2.*, aktualisierte und überarbeitete Auflage. Mannheim u. Zürich: Dudenverlag.

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren.* München: Heyne.

9 INTERNE FIRMENTEXTE II



EINLEITEND

Das vorliegende Kapitel beschäftigt ebenso wie das vorangegangene Kapitel mit internen Firmentexten. Vorgestellt und besprochen werden sollen Rundschreiben, Abmahnungen, Kündigungen und Newsletter. Zudem wird auch die Textsorte Arbeitszeitznachweis vorgestellt. Arbeitszeitznachweise sind in allen Firmen sehr wichtig, und verdienen daher besondere Aufmerksamkeit.



ZIELE

Im Kapitel sollen:

- interne Firmentexte analysiert und besprochen werden,
 - Rundschreiben, Abmahnungen, Kündigungen und Newsletter vorgestellt werden,
 - Arbeitszeitznachweise als Textform besprochen werden.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Interne Firmentexte: Rundschreiben, Kündigungen, Newsletter, Chats, Arbeitszeitznachweis

9.1 Das Rundschreiben, der Newsletter und Chats

Hierbei handelt es sich um firmeninterne Schreiben. Hier geht es darum Mitarbeitern Informationen „übersichtlich zu präsentieren“ (Szombathy 2004: 73).

Das Rundschreiben

„In einem Rundschreiben werden die Mitarbeiter großer Firmen über aktuelle Ereignisse unterrichtet.“ (ebd.)

Der Newsletter

Ein Newsletter ist eine Zeitschrift die von der Firma intern und extern versendet wird.

Chats

Chats sind heute sehr wichtig. In Firmen sind vor allem WhatsApp-Gruppen verbreitet.

9.2 Arbeitszeitnachweis

Mit dem Arbeitszeitnachweis, früher auch als Stundenzettel bezeichnet, werden die Tätigkeiten in der Arbeit nachgewiesen. Er ist in tschechischen und deutschen Firmen sehr wichtig.

LITERATUR



In dem Kapitel wurde folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren.* München: Heyne.

Onlinequellen:

Wikipediaautoren (2019): *Personalzeiterfassung.* In: *Wikipedia. Die Freie Enzyklopädie.* Online im Internet unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Personalzeiterfassung>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

10 BEWERBUNGSUNTERLAGEN



EINLEITEND

Das Kapitel beschäftigt sich mit dem Thema „Bewerbung“. Anhand von Beispielen wird auf die einzelnen Bestandteile der Bewerbungsmappe eingegangen. Im Vordergrund steht dabei die Gestaltung des Anschreibens, des tabellarischen Lebenslaufes und der dritten Seite. Erwähnt werden soll auch, welche Anlagen zur Bewerbungsmappe gehören und welche nicht.



ZIELE

Das Kapitel soll:

- Grundbegriffe zum Thema „Bewerbungsunterlagen“ erklären,
 - den tabellarischen Lebenslauf und das Motivationsschreiben vorstellen,
 - den Wortschatz und die Grammatik zur speziellen Sprache der Bewerbung trainieren,
 - Strategien für eine erfolgreiche Bewerbung vermitteln.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Bewerbungsunterlage, Anschreiben, Deckblatt, Lebenslauf, Motivationsschreiben, Anhang

Wenn man endlich den perfekten Job gefunden hat, dann möchte man sich auch bewerben. Man muss also eine Bewerbungsmappe (vgl. allgemein Fügert, Nadja/Richter, Ulrike A. 2009) zusammenstellen. Manchmal wird das auch als Bewerbungsunterlagen bezeichnet. Für viele wird die Bewerbung zur Papierschlacht.

Wichtig ist, dass es eine ideale Bewerbung nicht gibt. Meist besteht eine Bewerbung aus Anschreiben, Motivationsschreiben und Lebenslauf.

10.1 Das Anschreiben

Das Anschreiben ist die erste Seite der Bewerbung.

Mehr Infos: <https://www.stellenwerk.de/magazin/bewerbung/welche-dokumente-gehoren-die-bewerbungsunterlagen>

10.2. Motivationsschreiben / Dritte Seite

Ein Motivationsschreiben, die sogenannte dritte Seite, ist ein wichtiger Bestandteil einer Bewerbung. Nähere Informationen zum Thema „Motivationsschreiben“ finden Sie hier:

<https://karrierebibel.de/motivationsschreiben/>

10.3 Lebenslauf

Zur Bewerbung gehört auch ein überzeugender Lebenslauf. Der Lebenslauf wird zu meist in tabellarischer Form geschrieben. Manchmal verlangt ein Arbeitgeber auch einen ausführlichen Lebenslauf, was jedoch eher selten ist.

Beispiel Tabellarischer Lebenslauf:

21 Lebenslauf

Marta Rodriguez Sanchez hat in der Zeitung eine interessante Stellenanzeige gelesen, auf die sie sich bewerben will. Sie hat sich einen Tag Zeit genommen und ihren Lebenslauf geschrieben

Marta Rodriguez Sanchez	
Blumenstraße 55 // 72827 Reutlingen // Mobil: 0174-165241 // E-Mail: marta.r@yahoo.de	
Persönliche Angaben	
Vorname	Marta
Name	Rodriguez Sanchez
Geburtsdaten	25.09.1977
Geburtsort	Zaragoza, Spanien
Familienstand	verheiratet
Staatsangehörigkeit	Spanisch
Einreise nach Deutschland	17.04.2011
Rechts oben ein repräsentatives Foto (kein Familienfoto), einfügen. Alternativ kann es auf einem schön gestalteten separaten Deckblatt aufgebracht werden.	
Berufstätigkeit	
1997 - 1999	Krankenschwester am Poliklinikum Zaragoza
2003 - 2011	Biologin am Institut für Biologie, Zaragoza
Studium	
1999 - 2003	Bachelor Studium an der Universität von Zaragoza. Fakultät für Biologie: Abschlussnote gut
Ausbildung	
1995 - 1997	Ausbildung als Krankenschwester
Schulbildung	
1984 - 1994	Grundschule und Gymnasium in Zaragoza, Allgemeine Hochschulreife
Weiterbildung	
2014	Deutschkurs mit Berufsorientierung Institut für Akademische Berufe (IAB) Stuttgart
Kenntnisse	
Sprachen	
	Spanisch, Muttersprache
	Englisch, fließend
	Französisch, fließend
	Deutsch, gut
EDV-Kenntnisse	
	MS Office, Grundlagen
Führerschein	
	Theorieprüfung bestanden, praktische Prüfung ausstehend
Hobbys / Engagement	
	Ehrenamtliche Übersetzerin für das Jugendamt Stadt Reutlingen
	Familie, Freunde, Kino, Sport
Stuttgart, 10.01.20... (Unterschrift)	

Bild 13: Tabellarischer Lebenslaufe



LITERATUR

In dem Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Fügert, Nadja/Richter, Ulrike A. (2009): *Bewerbungstraining*. Stuttgart: Ernst Klett.

Wergen, Josef/Wörner, Annette: *Bürokommunikation Deutsch. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden geschäftlichen Anlass sowie Telefondialoge online zum Herunterladen*. Stuttgart: PONS GmbH.

Internetquellen

Stellenwerk (2019): *Welche Dokumente gehören in die Bewerbungsunterlagen*. Online im Internet unter: <https://www.stellenwerk.de/magazin/bewerbung/welche-dokumente-gehoren-die-bewerbungsunterlagen>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

11 WEITERE TEXTE IN BETRIEBEN



EINLEITEND

In diesem Kapitel geht es um verschiedene weitere Texte aus Betrieben und Firmen, die bisher noch nicht thematisiert wurden, wie z. B. Zertifikate, Arbeitszeugnisse, Berichte usw. Im Fokus des Kapitels stehen Zertifikate und Arbeitszeugnisse.



ZIELE

In dem Kapitel sollen:

- die Textsorten Zertifikat, Arbeitszeugnis und Bericht besprochen werden,
 - die Textsorte Arbeitszeugnisse genauer betrachtet werden,
 - sprachliche Besonderheiten der oben genannten Textsorten angesprochen werden.
-



SCHLÜSSELWÖRTER

Zertifikate, Arbeitszeugnisse, Berichte, sprachliche Mittel

11.1 Serviceschein

Für Serviceeinsätze werden Servicescheine ausgestellt, die Informationen über die erbrachte Serviceleistung enthalten:

Service und Verkauf von Mobilkränen
 Technische Revision von Hebezeugen
 Technische Revision von elektrischen Geräten
 Autorisierter Servicepartner von Terex: Demag, PPM




Serviceschein **18ZAK135**

Anlage zur Rechnung **18010191**

Serviceschein

Auftraggeber: Slezská univerzita v Opavě Auftragsnummer: FPF_2018/006Z Machinentyp: AC 40-1 KZ / Baunummer: 70478	Auftragnehmer: Ti kran servis s.r.o. Ort der Reparatur: Opava Anfang der Arbeiten: 23.05.2018 Protokollnummer: OP18076
--	---

Auf der o. g. Machine wurden folgende Arbeiten ausgeführt:

Diagnostik des defekten Lenkungssystems:
 Kabelbruch bei linkerem, oberem Winkelgeber der 3. Achse -> wurde gelötet
 defekter rechter, unterer Winkelgeber der 1. Achse -> Winkelgeber muss bestellt und getauscht werden
 Reparatur der Fehlfunktion des Teleskopeinfahrens -> defektes Relais E542 wurde ausgetauscht
 Diagnostik der fehlerhaften Achsennivelization -> Hydrospeicher brauchen gefüllt zu werden
 Reparatur der fehlerhafter Kühlanlage -> Kurzschluss an der Verkabelung des Proportionalventils wurde gelöst
 Reparatur des fehlerhaften Schweißenwischwasserantriebs -> Spritzen wurden gereinigt
 MFA10 (Multifunktionsanzeiger) zeigt falsche Istwerte -> Länge- und Winkelgeber im Kabeltrommel E254 wurden kalibriert
 Reparatur der inaktiven Armaturenblettindikatoren -> defekter Glühbirnen wurden ausgetauscht, Material brachte der Kunde ->
 keine Garantiefrist auf die Gebrauchsdauer der Glühbirnen
 Einstellung der Druckventilen an dem hydraulischen Steuerblock
 Befestigung der Sonnenblende für die Dachscheibe der Oberwagenskabine

Beschreibung	Menge Einheit	Stückpreis	MwSt. %	ohne MwSt.	Gesamt
Service von ausländischen Kränen (außerhalb)	7,50 hod	790,00	21%	5925,00	7169,25
Reisekosten (km)	106,00 km	14,00	21%	1484,00	1795,64
Reisekosten (Zeit)	3,33 hod	355,00	21%	1183,32	1431,82
Relais	1,00 St.	3 197,30	21%	3197,30	3868,73

km: 135 496
 Motorwerkstunden: 15 406

	ohne MwSt.	MwSt.	Gesamt
Steuersatz 0%	0,00	0,00	0,00
Steuersatz 15 %	0,00	0,00	0,00
Steuersatz 21 %	11789,62	2475,82	14265,44

Gesamtpreis: **14 265,44 Kč**

Ausgestellt von:

Name: Martin Juřík Mgr.

Unterschrift:

Datum: 25.05.2018 Ort: Sviadnov

Für den Kunden:

Name:

Unterschrift:

Datum: Ort:

Bild 14: krans servis, Serviceschein

11.2 Zertifikate

Eine Textsorte, die vor allen in technischen Firmen zu finden ist, ist das Zertifikat. Zertifikate werden vor allem im Rahmen der technischen Überwachung von Geräten benötigt.

11.3 Arbeitszeugnisse

Wenn ein Mitarbeiter die Firma verlässt, muss der Chef ein Arbeitszeugnis ausstellen.

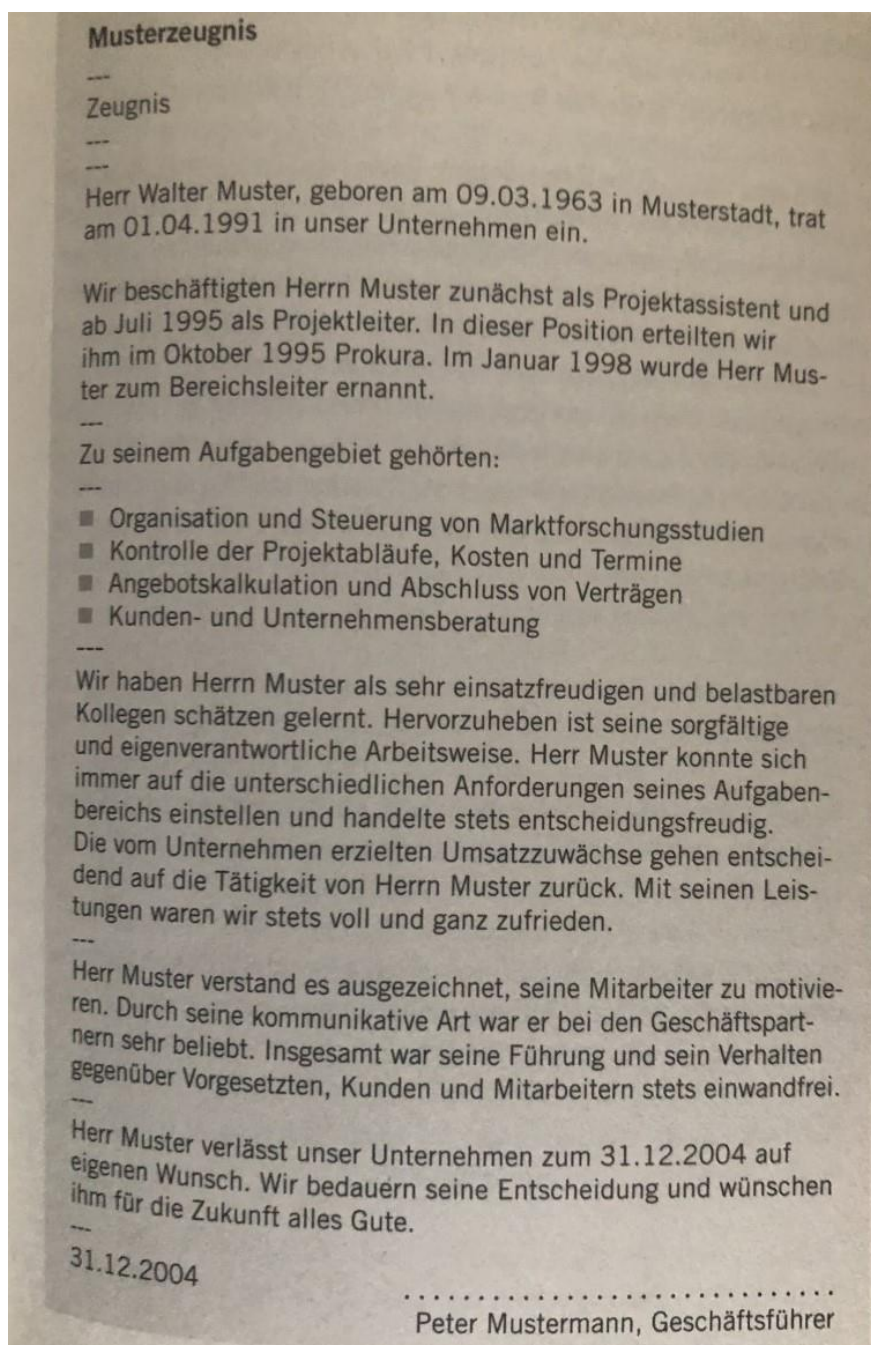


Bild 15: Musterzeugnis

Tipps für das Arbeitszeugnis:

1. „Verbauen Sie dem Mitarbeiter nicht die Chance auf einen neuen Arbeitsplatz.“ (Szombathy 2004: 89)
2. „Ein Arbeitszeugnis ist kein Schulzeugnis.“ (ebd.)

11.4 Berichte

In Betrieben werden verschiedene Berichte verfasst, z. B. bei Dienstreise oder bei Vorortterminen. Für Studierende sind vor allem Praktikumsberichte von Bedeutung. Auch in der Ausbildung wird ein Berichtsheft von den Auszubildenden geführt. Im Bericht werden durchgeführte Tätigkeiten aufgelistet und vermerkt. So ist eine spätere Kontrolle dessen, was der Praktikant oder der Auszubildende während der Arbeitszeit gemacht hat, möglich (vgl. *Unicum* Praktikumsbericht o. J., online)

Informationen darüber, wie man einen Praktikumsbericht schreibt, findet man z. B. hier:

Den Praktikumsbericht schreiben: https://www.schülerpraktikum.de/rund_ums_praktikum/praktikumsbericht

FÜR INTERESSIERTE



Links und Informationen zum Thema Praktikumsbericht:

Der Praktikumsbericht: <https://www.azubiyo.de/schuelerpraktikum/praktikumsbericht/>

Karrierebibel: <https://karrierebibel.de/praktikumsbericht/>

LITERATUR



Im Kapitel wurde folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Quellen:

Szombathy, Marc: *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren.* München: Heyne.

Onlinequellen

Weitere Texte in Betrieben

Unicum (o. J.): Praktikumsbericht. Online im Internet unter: <https://abi.unicum.de/schule-z/auf-einen-blick/praktikumsbericht>. Zuletzt aufgerufen am 23-05.2019.

12 FORMULIERUNGSHILFEN UND TEXTBAUSTEINE (ÜBUNGEN)

EINLEITEND



In dem Kapitel soll das in dem Skript erworbene Wissen wiederholt und vertieft werden. In dem Kapitel werden Formulierungshilfen und Textbausteine mithilfe von Übungen wiederholt.

ZIELE



In dem Kapitel sollen:

- das erworbene Wissen vertieft werden,
- Übungen zu Anredeformen angeführt werden,
- Lösungen gegeben werden.

SCHLÜSSELWÖRTER



Wiederholung, Vertiefung, Briefe, E-Mails, formell, Anrede

12.1 Übung Anredeformen

Welche Anreden und Schlussformeln sind formell oder informell. Kreuzen Sie an:

Anrede	Formell	Informell	Weder noch (Zwischenstufe)
Lieber Herr Müller,			
Sehr geehrter Herr Müller,			

Mit freundlichen Grüßen,			
Freundliche Grüße,			
Liebe Susanne,			
Hi Harald,			
Servus Dieter,			

12.2 Übung Präpositionen

Ergänzen Sie die Präposition:

sich interessieren ...

Ich habe Interesse ...

Etwas liegt ... meinem Interesse



FALLSTUDIE

Schreiben Sie eine Bestellung für die Universität, die bei einem Kühlschrankhersteller 10 Kühlschränke der Marke Miele einkaufen möchte. Vergleichen Sie die Bestellungen im Kurs.



ZUSAMMENFASSUNG

In dem Kapitel wurde das im Studientext erworbene Wissen vertieft und wiederholt. Im Besonderen ging es noch einmal um Anredeformen.

LITERATUR



Im Kapitel wurde die folgende Literatur verwendet:

Gedruckte Literatur

Wergen/Wörner (2018): *Bürokommunikation Deutsch. Mehr als 800 Mustertexts und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden Anlass.* Stuttgart: Pons.

LÖSUNG



Übung Anredeformen:

Die richtigen Antworten sind angekreuzt.

Anrede	Formell	Informell	Weder noch (Zwischenstufe)
Lieber Herr Müller,			x
Sehr geehrter Herr Müller,	x		
Mit freundlichen Grüßen,	x		
Freundliche Grüße,			x
Liebe Susanne,		x	
Hi Harald,		x	
Servus Dieter,		x	

Lösung Übung 2: Ergänzen Sie die Präposition:

formulierungshilfen und Textbausteine (Übungen)

sich interessieren für

Ich habe Interesse an

Etwas liegt in meinem Interesse

13 ZUSAMMENFASSUNG UND ÜBUNGEN

EINLEITEND



In dem Kapitel soll das in dem Skript erworbene Wissen anhand von Übungen wiederholt und vertieft werden. In den einzelnen Übungen geht es vor allem um den richtigen Einsatz von Formulierungen.

ZIELE



In dem Kapitel sollen:

- das im Skript erworbene Wissen vertieft und wiederholt werden,
- Formulierungen wiederholt werden,
- Wissen über die Gestaltung von Geschäftskorrespondenz wiederholt werden.

SCHLÜSSELWÖRTER



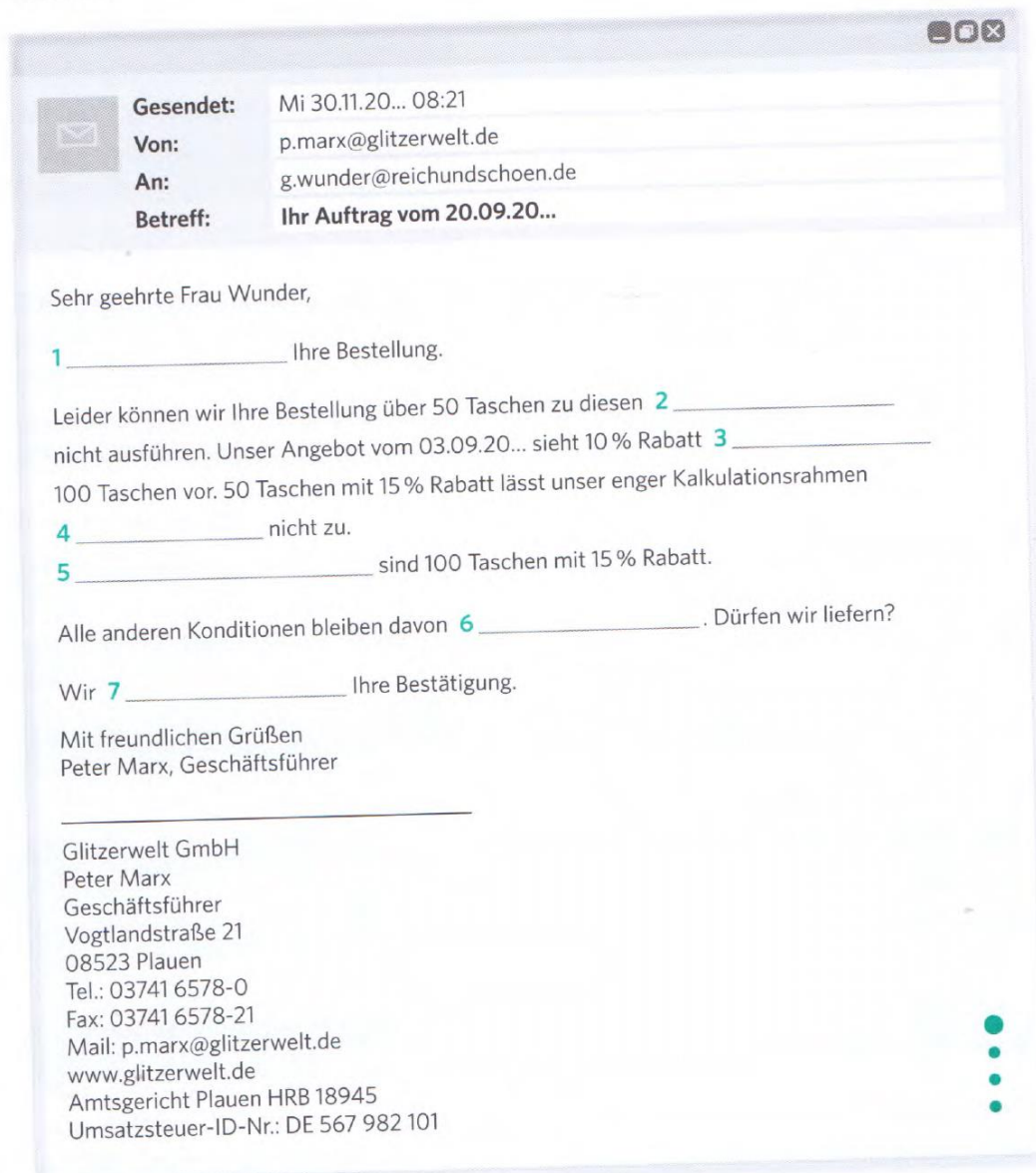
Textsorten, Formulierungen, Textbausteine, Korrespondenz, Kommunikation

13.1 Übung: Beantworten einer Bestellung

Lesen Sie den Text:

8 Bestellungen beantworten

Frau Wunder hatte bei einer Modemesse eine Tasche der Firma Glitzerwelt gesehen, die ihr sehr gut gefiel. Sie plant, diese Taschen für einen Werbeeinsatz zu nutzen. Nach der Messe ließ sie sich ein Angebot machen. Da ihr der angebotene Preis und die Abnahmemenge zu hoch waren, machte sie ein Gegenangebot. Glitzerwelt ist aber nicht bereit, zu diesem Preis zu liefern.



The screenshot shows an email window with a header and a main body. The header contains the following information:

Gesendet: Mi 30.11.20... 08:21
Von: p.marx@glitzerwelt.de
An: g.wunder@reichundschoen.de
Betreff: Ihr Auftrag vom 20.09.20...

The main body of the email contains the following text with numbered blanks for a task-solving exercise:

Sehr geehrte Frau Wunder,

1 _____ Ihre Bestellung.

Leider können wir Ihre Bestellung über 50 Taschen zu diesen 2 _____ nicht ausführen. Unser Angebot vom 03.09.20... sieht 10 % Rabatt 3 _____ 100 Taschen vor. 50 Taschen mit 15 % Rabatt lässt unser enger Kalkulationsrahmen 4 _____ nicht zu. 5 _____ sind 100 Taschen mit 15 % Rabatt.

Alle anderen Konditionen bleiben davon 6 _____. Dürfen wir liefern?

Wir 7 _____ Ihre Bestätigung.

Mit freundlichen Grüßen
Peter Marx, Geschäftsführer

Glitzerwelt GmbH
Peter Marx
Geschäftsführer
Vogtlandstraße 21
08523 Plauen
Tel.: 03741 6578-0
Fax: 03741 6578-21
Mail: p.marx@glitzerwelt.de
www.glitzerwelt.de
Amtsgericht Plauen HRB 18945
Umsatzsteuer-ID-Nr.: DE 567 982 101

► E-Mail 10: Lösung auf Seite 153

Setzen Sie die richtigen Antworten ein:

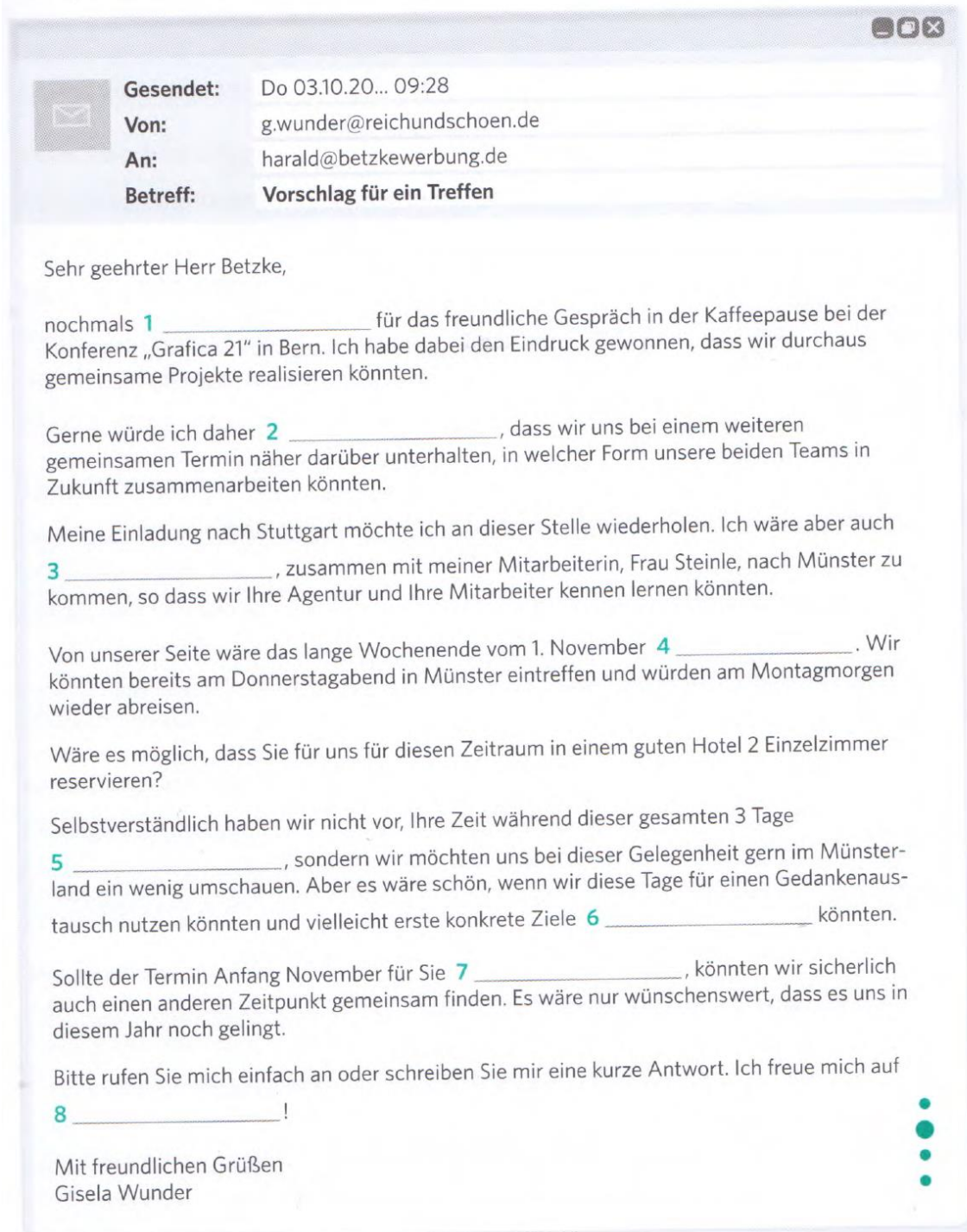
Gestalten Sie mit Hilfe folgender Elemente das Antwortschreiben:

- 1 Wie wird auf Frau Wunders Bestellung Bezug genommen?
erhalten haben wir
vielen Dank für
geschickt haben Sie
- 2 Glitzerwelt akzeptiert nicht die ...
Bedingungen
Zahlen
Unterlagen
- 3 Wann wird Rabatt gewährt?
bei Mitnahme von
bei Zusage von
bei Abnahme von
- 4 „bedauerlicherweise“:
leider
schade
zum Glück
- 5 Glitzerwelt kann Frau Wunder nicht weiter entgegenkommen:
Unser bester Vorschlag
Unser äußerstes Angebot
Unser Gebot
- 6 Wie bleiben die anderen Konditionen davon?
unberührt
frei
unbelastet
- 7 „höflich verlangen“:
bitten um
erhoffen
wünschen

13.2 Übung: Termine Vereinbaren

2 Termine vereinbaren

Frau Wunder hat bei einem Kongress einen Kollegen aus Münster kennen gelernt. Nun möchte sie den Kontakt vertiefen.



Gesendet: Do 03.10.20... 09:28
Von: g.wunder@reichundschoen.de
An: harald@betzkewerbung.de
Betreff: Vorschlag für ein Treffen

Sehr geehrter Herr Betzke,

nochmals **1** _____ für das freundliche Gespräch in der Kaffeepause bei der Konferenz „Grafica 21“ in Bern. Ich habe dabei den Eindruck gewonnen, dass wir durchaus gemeinsame Projekte realisieren könnten.

Gerne würde ich daher **2** _____, dass wir uns bei einem weiteren gemeinsamen Termin näher darüber unterhalten, in welcher Form unsere beiden Teams in Zukunft zusammenarbeiten könnten.

Meine Einladung nach Stuttgart möchte ich an dieser Stelle wiederholen. Ich wäre aber auch **3** _____, zusammen mit meiner Mitarbeiterin, Frau Steinle, nach Münster zu kommen, so dass wir Ihre Agentur und Ihre Mitarbeiter kennen lernen könnten.

Von unserer Seite wäre das lange Wochenende vom 1. November **4** _____. Wir könnten bereits am Donnerstagabend in Münster eintreffen und würden am Montagmorgen wieder abreisen.

Wäre es möglich, dass Sie für uns für diesen Zeitraum in einem guten Hotel 2 Einzelzimmer reservieren?

Selbstverständlich haben wir nicht vor, Ihre Zeit während dieser gesamten 3 Tage **5** _____, sondern wir möchten uns bei dieser Gelegenheit gern im Münsterland ein wenig umschauchen. Aber es wäre schön, wenn wir diese Tage für einen Gedankenaustausch nutzen könnten und vielleicht erste konkrete Ziele **6** _____ könnten.

Sollte der Termin Anfang November für Sie **7** _____, könnten wir sicherlich auch einen anderen Zeitpunkt gemeinsam finden. Es wäre nur wünschenswert, dass es uns in diesem Jahr noch gelingt.

Bitte rufen Sie mich einfach an oder schreiben Sie mir eine kurze Antwort. Ich freue mich auf **8** _____!

Mit freundlichen Grüßen
Gisela Wunder

Gestalten Sie den Brief mit Hilfe folgender Ausdrücke:

- | | |
|---|---|
| <p>1 Frau Wunder sagt „Danke!“:
bedanke ich mich
danke ich mich
bedanke ich Sie</p> <p>2 Herrn Betzkes Vorschlag hat sie nicht vergessen:
von Ihrem Vorschlag begeistern
auf Ihren Vorschlag zurückkommen
für Ihren Vorschlag interessieren</p> <p>3 Frau Wunder möchte auch gern nach Münster kommen:
willig und fertig
interessant und bereit
bereit und interessiert</p> <p>4 Eine Zeit passt ihr ganz gut:
eine vernünftige Zeit
ein gelungener Termin
ein günstiges Reisedatum</p> | <p>5 Sie möchte nicht, dass Herr Betzke denkt, er müsse die ganze Zeit für Frau Wunder da sein:
in Anspruch zu nehmen
zu okkupieren
einzunehmen</p> <p>6 Ziele vereinbaren:
gemeinsam ausreden
miteinander abstimmen
zusammen vereinigen</p> <p>7 Wenn der Termin unpassend ist:
überhaupt nicht gehen
gar nicht ausgeschlossen
total falsch sein</p> <p>8 Das Treffen:
unser Wiedersehen
das Rendezvous
das Abschiednehmen</p> |
|---|---|

ZUSAMMENFASSUNG



In dem Kapitel wurde das im Studentext erworbene Wissen vertieft und wiederholt. Wiederholt wurden vor allem die Themen Angebot und Terminvereinbarung.

LITERATUR



Wergen, Josef/Wörner, Annette (2018): *Bürokommunikation DEUTSCH. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden Anlass sowie Telefondialoge online zum Herunterladen*. 3. Auflage. Stuttgart: Pons GmbH.

LÖSUNG



13.1 Lösung:

1. Vielen Dank

Zusammenfassung und Übungen

2. Bedingungen
3. bei Abnahme
4. leider
5. Unser äußerstes Angebot
6. unberührt
7. bitten um

Quelle: Wergen/Wörner 2018: 153

13.2. Lösung:

1. bedanke ich mich
2. auf ihren Vorschlag zurückkommen
3. bereit und interessiert
4. ein günstiges Reisedatum
5. in Anspruch zu nehmen
6. miteinander abstimmen
7. überhaupt nicht gehen
8. Wiedersehen!

Quelle: Wergen/Wörner 2018: 150.

14 BILDER- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- Bild 1: Schema nach DIN (Wergen/Werger 2018: 9).
- Bild 2: Einladung (Dudenredaktion 2014: 164)
- Bild 3: Preisangebot Kranservis s.r.o. (zur Verfügung gestellt von Martin Juřík)
- Bild 4: Angebot 375 (Dudenredaktion 2013: 251)
- Bild 5: Bestellung (Dudenredaktion 2013: 274)
- Bild 6: Proforma Rechnung (zur Verfügung gestellt von Martin Juřík)
- Bild 7: Rechnung Ti kran servis (zur Verfügung gestellt von Martin Juřík)
- Bild 8: Lieferschein (zur Verfügung gestellt von Martin Juřík)
- Bild 9: Musterbrief Erste Mahnung (Szombathy 2004: 62)
- Bild 10: Musterbrief Zweite Mahnung (Szombathy 2004: 63)
- Bild 11: Artikel Tonnenschwerer Kranwagen (112 Magazin, 23.05.2019, von Martin Juřík)
- Bild 12: Muster Verlaufsprotokoll (Dudenredaktion 2013: 414)
- Bild 13: Tabellarischer Lebenslauf (Wergen/Wörner 2018: 118)
- Bild 14: krans servis, Serviceschein (zur Verfügung gestellt von Martin Juřík)
- Bild 15: Musterzeugnis (Szombathy 2004: 91)

LITERATURA

Gedruckte Literatur

Dudenredaktion (2013): Duden-Ratgeber. Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben. Geschäfts- und Privatkorrespondenz verständlich und korrekt formulieren. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Mannheim u. Zürich: Dudenverlag.

Dudenredaktion (2014): *Duden Ratgeber. Geschäftskorrespondenz. Professionelle Briefe und E-Mails schreiben*. 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Berlin: Dudenverlage.

Fügert, Nadja/Richter, Ulrike A.: *Bewerbungstraining*. Stuttgart: Ernst Klett.

Lochmann, Franziska/Lochmann, Gerhard (2015): *Praxiswissen Forderungseinzug und Inkasso. Außenstände einziehen – Schuldnertricks abwehren*. Haufe: Freiburg u. München.

Pein, Vivian (2018): *Der Social Media Manager. Handbuch für Ausbildung und Beruf*. 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. Rheinwerk Computing.

Rohrer, Hans-Heinrich/Schmidt, Carsten (2013): *Kommunizieren im Beruf. 1000 nützliche Redewendungen*. München: Klett-Langenscheidt.

Szombathy, Marc (2004): *Musterbriefe für die geschäftliche Korrespondenz. Überzeugend formulieren. Erfolgreich kommunizieren*. München. Wilhelm Heyne Verlag.

Wergen, Josef/Wörner, Annette (2018): *Bürokommunikation DEUTSCH. Mehr als 800 Mustertexte und Textbausteine zum Nachschlagen und Üben für jeden Anlass sowie Teledialoge online zum Herunterladen*. 3. Auflage. Stuttgart: Pons GmbH.

Onlinequellen

Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf (2019): *Geschäftskorrespondenz. Anrede- und Schlussformeln im E-Mail- und Briefverkehr*. Online im Internet unter: <https://www.wirtschaftsdeutsch.de/lehrrmaterialien/korrespondenz-anrede.pdf>. Zuletzt aufgerufen am 15.06.2019.

Knapp, Annelie (2012): *Online-Formulierungswörterbuch UniComm*. Online im Internet unter: <http://www.mumis-unicomm.de/deutsch/?seite=muster&sprache=de&muster=140>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

Wikipediaautoren (2019): *Lieferschein*. In: *Wikipedia*. Die Freie Enzyklopädie. Online im Internet unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lieferschein>. Zuletzt aufgerufen am 01.05.2019.

Wikipediaautoren (2019): *Personalzeiterfassung*. In: *Wikipedia. Die Freie Enzyklopädie*. Online im Internet unter: <https://de.wikipedia.org/wiki/Personalzeiterfassung>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

Unicum (o. J.): *Praktikumsbericht*. Online im Internet unter: <https://abi.unicum.de/schule-z/auf-einen-blick/praktikumsbericht>. Zuletzt aufgerufen am 23-05.2019.

Stellenwerk (2019): *Welche Dokumente gehören in die Bewerbungsunterlagen*. Online im Internet unter: <https://www.stellenwerk.de/magazin/bewerbung/welche-dokumente-gehoren-die-bewerbungsunterlagen>. Zuletzt aufgerufen am 23.05.2019.

SHRnutí STUDIjNÍ OPORY

In dem Studienskript „Produktion von Firmentexten“ wurden verschiedene Texte aus dem Bereich Firmenkommunikation vorgestellt und analysiert. Vorwiegend ging es um Geschäftskorrespondenz. Im Skriptum wurden auch Informationen und Übungen zu den einzelnen Textsorten gegeben. In einigen Kapiteln wurden auch Formulierungshilfen angeboten.

Das Studienskript wurde in 13 Kapitel eingeteilt:























In Kapitel 1 wurde eine Einführung in das Thema „Beruflicher Schriftverkehr“ gegeben. Kapitel 2 beschäftigte sich mit dem formalen Aufbau von Geschäftsbriefen und um die Bedeutung von DIN-Normen. Kapitel 3 thematisierte die Unterschiede zwischen formellen und informellen E-Mails. In Kapitel 4, 5 und 6 ging es um Geschäftskorrespondenz. In Kapitel 7 wurden Textsorten der externen Unternehmenskommunikation, wie z.B. Pressemitteilungen, Werbe- und Marketingtexte usw.) vorgestellt und analysiert. In Kapitel 8 und 9 wurden interne Firmentexte, wie etwa Rundschreiben und Newsletter) vorgestellt. In Kapitel 10 ging es um das Thema Bewerbung sowie das Verfassen von Lebenslauf und Motivationsschreiben. In Kapitel 11 wurden weitere Texte (Zertifikate, Arbeitszeugnisse usw.) aus dem Berufsleben beschrieben und analysiert. In Kapitel 12 wurden Übungen mit Formulierungshilfen und Textbausteinen angeführt. In Kapitel 13 wurde eine Zusammenfassung in Form von Übungen gegeben.

Mit diesem Skript wollte der Autor die wichtigsten Textsorten der Unternehmenskommunikation vorstellen. Er hat sich redlich bemüht, einen möglichst vollständigen Überblick über die Texte, die in Firmen verwendet werden, zu geben. Zudem sollte auch die Produktion dieser Texte besprochen werden. Der Autor dieses Studienskriptes hofft, dass ihm dies gelungen ist. Letzte Zweifel aber bleiben immer.

Zum Schluss wünscht der Autor den Studierenden viel Spaß bei der Textproduktion.

Mathias Becker

PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Pozn. Tuto část dokumentu nedoporučujeme upravovat, aby byla zachována správná funkčnost vložených maker. Tento poslední oddíl může být zamknut v MS Word 2010 prostřednictvím menu Revize/Omezit úpravy.

Takto je rovněž omezena možnost měnit například styly v dokumentu. Pro jejich úpravu nebo přidávání či odebrání je opět nutné omezení úprav zrušit. Zámek není chráněn heslem.

Název: **Tvorba firemních textů / Produktion von Firmentexten**

Autor: **PhDr. Mathias Becker, M. A.**

Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Určeno: studentům SU FPF Opava

Počet stran: 76

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.