

DIE LESER VOR AUGEN



Floskeln sind passé. Die Sprache von Mails und Briefen ist direkt, verständlich und persönlich. Mit unseren Texten wollen wir etwas bewirken.



Rolf Murbach

«**S**o geht Korrespondenz. Das Beste für Ihre E-Mails und Briefe». Der Titel des neuen Ratgebers von Angelika Ramer weckt hohe Erwartungen. Und erfüllt sie. Die Expertin für schriftliche Dialogsprache und Autorin mehrerer Schreibratgeber zeigt mit vielen Beispielen aus der Geschäftskorrespondenz auf, was erfolgreiche schriftliche Kommunikation auszeichnet: kurze Texte, klare Inhalte und eine verständliche adressatengerechte Sprache. Aber nicht nur: Ebenso wichtig, so die Autorin, sei die Bezie-

hung zum Leser und das Persönliche in Mails und Briefen: «mehr Nähe, weniger Distanz; mehr Mensch, weniger Unternehmen; mehr Verbindlichkeit, weniger Oberfläche».

Angelika Ramer plädiert für eine ehrliche und direkte Dialogsprache, die möglichst ohne Floskeln auskommt. Texte gelingen und zeigen dann Wirkung, wenn wir an den Leser, an die Leserin denken. Und wenn wir uns an der gesprochenen Sprache orientieren. Wir sagen, was wir zu sagen haben, wir formulieren unsere Anliegen in angemessener

Tonalität und wir verzichten auf sperriges Bürokratendeutsch. Wichtig ist also, dass wir überlieferte und verbrauchte Formulierungen hinterfragen und allenfalls ersetzen.

DINGE ANSPRECHEN

Schnell zum Punkt kommen, den Leser nicht mit überflüssigen Einleitungen langweilen und ihn ansprechen. Angelika Ramer schreibt: «Eine Grundhaltung, die sich in der gesamten Dialogsprache in E-Mails und Briefen zeigt: Wir sprechen die Dinge an und bewer-

3 Schreibstrategien

Beantworten Sie vor dem Schreiben diese Fragen:

**Was ist das Ziel der Nachricht?
Welche Inhalte führen zum Ziel?
Wie möchte ich wirken?**

Schreibstrategie 1: Dialog

Stehen Sie in einem Erstkontakt und geht es darum, sich kennenzulernen oder ein schwieriges Thema in den Griff zu bekommen, dann schreiben Sie mit «Dialog».

Das Ziel ist ein guter Kontakt, Vertrauen. Ihr Gegenüber erwartet angemessene Zuwendung und Aufmerksamkeit.

Beispiele:

- › Ihr Anruf hat mich gefreut – vielen Dank.
- › Gerne bestätige ich Ihnen die Tagungsagenda.
- › Vielen Dank für Ihren Anruf und die Informationen.

Schreibstrategie 2: Briefing

Kennen sich beide Partner und tauschen sich über ein Thema schon längere Zeit aus, so wählen Sie die Strategie «Briefing».

Das Ziel ist die Nachricht. Ihr Empfänger wünscht sich eine Information, kein starker Beziehungswunsch.

Beispiele:

- › Die Tagungsagenda habe ich auf Ihren Wunsch hin angepasst. Stimmt es so?
- › Morgen Nachmittag betreut Sie Frau... und zeigt Ihnen die Räumlichkeiten.
- › Das Dokument «Risikoanalyse» gibt Ihnen Einblick in....

Schreibstrategie 3: Mikro-Wording

Wenn Sie es kurz machen können, entscheiden Sie sich für die Strategie «Mikro-Wording».

Eine Notiz genügt und wirkt sympathisch. Beide, Sender und Empfänger, sind in Eile, im schnellen Arbeitsmodus.

Beispiele:

- › Hier das Dokument für....
- › Ich rufe Sie morgen um 15 Uhr an.
- › Ich habe den Vertrag erhalten und leite ihn weiter.

Wenn Sie mehrere Mails am gleichen Tag hin und her senden (Ping-Pong), dann können Sie auf die Anrede verzichten.

ten sie nicht. Und: Wir sagen unseren Lesenden etwas Neues.»

Die Sprachexpertin veranschaulicht ihre Ausführungen mit starken Beispielen, zeigt Varianten und Verbesserungen auf. Und immer wieder wird klar: Es geht nicht nur um Sprache, sondern eben auch um Beziehung. Wie erreiche ich mein Gegenüber? Wie kommuniziere ich, ohne den Adressaten vor den Kopf zu stossen? Was bewirkt eine zu direkte Sprache, was langwierige Ausführungen? «Besser nicht: Leider musste festgestellt werden, dass für die Zahlung der falsche Einzahlungsschein verwendet wurde. Besser so: Ihre Zahlungen können wir nur mit der korrekten Referenznummer verbuchen. Verwenden Sie bitte den neuen Einzahlungsschein, vielen Dank».

ABWECHSLUNG UND SPANNUNG

Verbal formulieren, das Passiv zurückhaltend verwenden, Adjektive kritisch prüfen und den Leser ansprechen – das

ANZEIGE

Wirtschaft to go!

Egal wo, egal wann.

Ihr Digital-Abo der **HANDELSZEITUNG** unter
shop.wirtschaftsmedien.ch/hz

Handelszeitung
Die Schweizer Wochenzeitung für Wirtschaft

zeichnet verständliche und leicht lesbare Mails und Briefe aus. Und die immer gleichen Floskeln vermeiden. «Wir nehmen Bezug auf...», «Gemäss Ihrer Anfrage vom...», «Wir bitten um Kenntnisnahme.», «Gerne stehen wir für allfällige Fragen zur Verfügung»: Diese Wendungen sind verbraucht und stereotyp. Ramer führt aus: «Das Freudlose ist das Schlechte an Floskeln. Menschen bleiben in ihrer Einzigartigkeit, ihrem Witz ungesehen. Und Unternehmen bleiben auch im Verborgenen. Standardtexten fehlt es an allem, was Lesende mögen: Abwechslung, Spannung, Neuigkeiten, Freundschaft. Also: Weg von Download, hin zu mehr Spontaneität.» «Mensch vor Standard», nennt die Autorin die Grundhaltung, die gute Korrespondenz ausmacht.

Angelika Ramer macht sich stark für überlegtes Schreiben, verdichtete Texte, bildhafte Sprache, Vielfalt, Perspektivenwechsel und Authentizität – informative Briefe und Mails, die gerne gelesen werden. Die Überschriften der Kapitel lauten unter anderem: «Direkt schreiben – soll man, darf man? Klartext mit Feingefühl wirkt gut.»; «Der Zauber

des ersten und letzten Satzes. Fulminant beginnen und präzise aufhören»; «Das Gute und das Schlechte an Floskeln. Nichts gegen Blümchen, nur frisch müssen sie sein».

Der Ratgeber, mit dem Untertitel «best of Angelika Ramer», ist relativ kurz und übersichtlich. Auf wenigen Seiten findet man viele Beispiele aus ganz unterschiedlichen Textsorten und nützliche Tipps zur Korrespondenz. Wer sie berücksichtigt, macht die Erfahrung, wie reich und wie ausdrucksstark Sprache auch in Alltagstexten sein kann und dass Kreativität in der Korrespondenz durchaus gefragt ist. Und man erfährt, dass Schreiben auch Spass machen kann, sofern man Neues wagt. Die Leser werden es einem danken. ✕



Angelika Ramer
So geht Korrespondenz
Das Beste für Ihre Mails und Briefe. Verlag SKV 2016, 24 Franken
Bestellung:
www.verlagskv.ch

8 Tipps

Fehlerfreie Korrespondenz: Nehmen Sie sich Zeit, Mails und Briefe nochmals zu lesen. Nutzen Sie das Korrekturprogramm. Fehlerfreie Texte sind ein Zeichen von Kompetenz. Zudem sind sie Visitenkarten. Fehler sind peinlich.

Anrede: Hier gibt es keine allgemeingültigen Regeln. Die Unternehmenskultur und Konventionen sind entscheidend.

- › Sehr geehrte Frau..... : für formelle, offizielle Texten
- › Guten Tag Herr..... : für weniger formelle Mails und Briefe
- › Liebe Frau..... : wenn man die Person kennt; stark von der Unternehmenskultur und Branche abhängig
- › Liebe alle..... : eher unschön, wird aber immer häufiger verwendet

Das Wichtigste zuerst: Gleich zur Sache kommen, keine langweiligen Einleitungen.

Füllwörter streichen: Eigentlich, im Allgemeinen, grundsätzlich: sich überlegen, ob es diese Wörter braucht.

Ich/Wir: Früher war die Ich-Form verboten in der Korrespondenz. Heute ist sie vitaler und persönlicher.

- › Wir: Sachebene, Unternehmen
 - › Ich: Beziehung, Mensch
- Beides zu verbinden geht nur bei Einzelunterschrift. Die Mischung erzeugt Nähe, ähnlich wie bei Anreden im Singular.

Verständlichkeit vor Komplexität:

maximal 15 Wörter pro Satz, wenig oder gar keine Einschübe, Klammerbemerkungen oder lange Nebensätze

Struktur: längere Texte vor dem Schreiben strukturieren; in welcher Reihenfolge kommuniziere ich meine Inhalte?

Aktiv vor Passiv: Es wurde vermehrt beobachtet, dass Mitarbeitende ihre Autos auf Kundenparkplätze stellen. Alle werden aufgefordert, die gelbmarkierten Parkplätze zu benutzen. Besser: Liebe Mitarbeitende, bitte parkieren Sie Ihr Auto auf den gelbmarkierten Plätzen. Die blauen sind für unsere Kunden reserviert. Vielen Dank.

Aktive Formulierungen wirken und lesen sich leichter. Sie sind meist persönlicher, zudem erfährt der Leser, wer etwas tut.



LÜCKEN SCHLIESSEN SICH

«Es ist fast ein bisschen, als hätte das Team bloss auf diesen Moment gewartet; die machen es irrsinnig», sagte ein Kollege, als ich ihn neulich bei einem Anlass unseres Netzwerks traf. Ich musste kurz überlegen und dann kam mir in den Sinn, dass er vor rund einem halben Jahr das Katastrophenszenario an die Wand gemalt hatte.

Damals, auch an einem solchen Netzwerkanlass, war er sorgenvoll. Und schüttete das Herz aus; sein bestes Pferd auf zweiter Hierarchiestufe, jenes, das mit seinem Team sämtliche Aufträge des Unternehmens kalkuliert, hatte vor kurzem gekündigt. Und mein Kollege konnte sich zum damaligen Zeitpunkt nicht vorstellen, diese Lücke sinnvoll zu schliessen.

Ich erinnerte mich jetzt, dass ich ihn damals in etwa mit den Worten «Ob er so gut ist, wie du das jetzt darstellst, siehst du dann, wenn er weg ist» gestoppt hatte. Und weil er mich verständnislos anschaute, schob ich damals nach: «Für mich ist jemand gut, wenn auch das Team gut ist». Wir diskutierten damals noch etwas über die Interessen und Fähigkeiten des Einzelnen, die doch dem grossen Ganzen dienen sollten und darüber, dass meist ein gutes Team hinter einem guten Chef stehe, aber er war angesichts seiner akuten Notlage nicht wirklich offen fürs Philosophieren und hatte nur den Verlust seines langjährigen Sparringpartners gesehen.

Doch jetzt, drei Monate nach dem Abgang seines besten Pferdes, hat er verstanden, was ich damals meinte. «Er war so gut wie sein Team. Und im Team läuft es auch jetzt reibungslos», meinte er zufrieden.

FRANZISKA HÜGLI, Unternehmensberaterin und Verwaltungsrätin.