

TASCHEN GUIDE



Mit CD-ROM

Geschäftsbriefe nach DIN

*Textbausteine
und Vorlagen*

Haufe

Inhalt

Klare Regeln nach DIN	7
■ Warum DIN-gerechte Briefe so wichtig sind	8
■ DIN 676 und DIN 5008 – was steckt dahinter?	9
■ Der Absender	11
■ Die Adresse	13
■ Unser Zeichen & Co.	18
■ Das Datum	23
■ Die Betreff-Zeile	24
■ Die Anrede	27
■ Der Einleitungssatz	31
■ Der eigentliche Briefftext	31
■ Die Grußformel	41
■ Anlagen- und Verteilervermerke	42
■ Das Kuvert	44
■ Das I-Tüpfelchen: Corporate Design	45
Für jeden Geschäftsanlass der richtige Brief	47
■ Absagen	48
■ Anbieten	52
■ Beschwerden	55
■ Beschwerden beantworten	60
■ Bestätigen	63
■ Bestellen	65
■ Danken	66

■ Einladen	70
■ Glückwünsche verschicken	74
■ Informationen einholen	77
■ Andere informieren	84
■ Mahnen	87
■ Nachfassen	89
■ Preise erhöhen	91
■ Rechnungen stellen	92
■ Termine vereinbaren und verschieben	93
■ Weiter verweisen	95
■ Werben	97
■ Zusagen	99
E-Mails und Faxe – wenn es schnell gehen soll	101
■ E-Mails: Post für Eilige	102
■ Faxe: Post für zwischendurch	104
Englische Geschäftsbriefe	107
■ Der Aufbau – eine Frage der Form	108
■ Die einzelnen Briefelemente	108
■ Die wichtigsten Formulierungen	120
■ Mal mehr, mal weniger formell	123
■ Stichwortverzeichnis	125
■ Weitere Informationsquellen	126

Klare Regeln nach DIN

Wir schreiben im Geschäftsleben viel und häufig. Manch einer vergisst dabei, dass es nicht nur auf Quantität, sondern auch auf die Qualität des Geschriebenen ankommt. DIN-Normen sichern diesen Anspruch: Sie geben zu jedem Briefelement klare Vorgaben, was geht und was gar nicht geht.

In diesem Kapitel erfahren Sie,

- warum DIN-gerechte Briefe so wichtig sind (S. 8),
- welche DIN-Vorschriften es gibt (S. 9) und
- wie ein perfekter Brief nach den DIN-Regeln vom Briefkopf bis zum Anlagenvermerk aussehen kann (S. 11).

Warum DIN-gerechte Briefe so wichtig sind

Oft ist Schriftliches, egal ob als Brief, E-Mail oder als Fax, das Erste, was ein Kunde von einem Unternehmen registriert. Und jeder weiß: Gerade im Geschäftsleben zählt der erste Eindruck. Geschäftsbriefe haben völlig unabhängig davon, was in ihnen steht, erhebliche Außenwirkung auf den Leser.

Gute Gründe für gute Geschäftsbriefe

- Mit übersichtlich und einheitlich gestalteten Geschäftsbriefen können Sie Image transportieren.
- Sie können auf den ersten Blick Akzeptanz oder Ablehnung beim Leser erzeugen.
- Wenn Geschäftsbriefe nach DIN und einheitlich gestaltet sind, tragen sie entscheidend zur Corporate Identity eines Unternehmens bei.
- Geschäftsbriefe müssen aus Versandgründen bestimmte Standards einhalten, damit z. B. Massenversendungen durch Versanddienstleister überhaupt möglich sind.

Beispiele



So vermittelt man Seriosität

Durch hochwertiges Briefpapier, z. B. mit Wasserzeichen, in Kombination mit einem grafisch ansprechenden Briefkopf lässt sich Seriosität und ein hoher Qualitätsanspruch an die angebotene Leistung vermitteln.

Falscher Brief – wenig Erfolg

Ein Werbebrief zum Verkauf von Versicherungen, der eine falsche Anrede und keine Abschlussformel enthält, wird wenig Kaufanreiz beim Kunden hervorrufen, auch wenn die Produkte noch so gut sind.

DIN 676 und DIN 5008 – was steckt dahinter?

Es ist einfach und preiswert, die Geschäftskorrespondenz in geordnete Bahnen zu lenken und auf einen guten Standard zu bringen. DIN-Normen, die man eher aus den technischen Bereichen, wie dem Bauwesen kennt, helfen dabei. Das Deutsche Institut für Normung e.V. hat mit der DIN 676 und der DIN 5008 klare Regeln geschaffen, wie perfekte Geschäftsbriefe aussehen sollen. Diese DIN sind keine Vorschriften, die man befolgen muss, sondern Empfehlungen, denen man folgen kann – aus oben genannten Gründen.

DIN 676: Gestalten der Briefvordrucke

Die DIN 676 legt fest, welches Layout ein Briefbogen haben soll. Das ist schon deshalb wichtig, damit ein Brief gefalzt, gelocht und in den gängigen Fensterbriefhüllen verschickt werden kann. Die DIN 676 ist also für diejenigen wichtig, die die Vordrucke für die Briefbögen gestalten. In kleinen Unternehmen kann das aus Kostengründen schon mal der Chef selbst sein, in größeren Unternehmen wird diese Aufgabe oft externen Mediengestaltern, z. B. Grafikstudios oder Werbeagenturen, übertragen.

Die DIN 676 bestimmt detailliert, wo im Briefbogen

- das Firmenlogo,
- die Fensterzeile,
- die Adressdaten,
- die Falz- und die Lochmarken

platziert werden, so dass später auf dem Vordruck ein Brief nach der DIN 5008 erstellt werden kann.

DIN 5008: Füllen der Briefvordrucke

Die DIN 5008 enthält wichtige Regeln für die Gestaltung von Geschäftsbriefen. Sie können nur berücksichtigt werden, wenn der Briefbogen optimal aufgebaut ist, also nach der DIN 676 gestaltet ist. Daher gilt die DIN 676 als Gestaltungsrichtlinie, die DIN 5008 als Ausführungsrichtlinie. Natürlich muss man sich nicht sklavisch an die beiden DIN-Werke halten. Kleinere Abweichungen sind je nach Unternehmensinteresse völlig in Ordnung.

Beachten Sie jedoch, dass Briefbeförderer wie die Post es insbesondere bei Massensendungen nicht gerne sehen, wenn sie z. B. mit nicht maschinenlesbaren Formaten konfrontiert werden. Die Einhaltung der DIN-Standards garantiert, dass die Versendung rasch und reibungslos erledigt wird und Sie hier keinen Ärger bekommen.

Der Absender

Die Absenderangaben stehen bei Geschäftsbriefen in der Regel im sogenannten Briefkopf.

Im Briefkopf

Jedes Unternehmen hat natürlich seinen eigenen Briefkopf. Wie dieser gestaltet wird, bleibt der Phantasie und Kreativität der beauftragten Grafiker oder der Firmeninhaber überlassen. Damit aber ein Briefbogen sauber gefalzt, gelocht und in Fensterbriefhüllen verschickt werden kann, sollte man bei aller Kreativität auch die DIN 676 beachten: Sie bestimmt zwei Größen für den Briefkopf, die als Form A und Form B bezeichnet werden.

Form	Höhe des Briefkopfs	Eignung
Form A	27 mm	Für kleinere Firmenlogos
Form B	45 mm	Übliche Variante für Geschäftsbriefe

Ohne Briefkopf

Bei Briefbögen ohne Aufdruck beginnt der Absender in der fünften Zeile beziehungsweise 16,9 mm unterhalb der Blattkante. Die Absenderangaben beinhalten: Name, Straße / Postfach, Ort und das Land (falls der Brief ins Ausland geschickt wird). Telefon- und Faxnummern sowie die E-Mail-Adresse können Sie ebenfalls hier platzieren.

Stichwortverzeichnis

- Abkürzungen 40
- Absätze 32
- Absenderangaben 11 ff.
- Adresse 13 ff.
- Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz 48
- Amtsbezeichnungen 15 f., 30
- Anführungszeichen 36
- Angebot einholen 77 ff.
- Anlagen 42 ff.
- Anlagen, englisch 118
- Anrede 27 ff.
- Anrede, englisch 113 f.
- Anschrift, englisch 110
- Ansprechpartner 29, 82, 96
- Apostroph 35
- Auftragsannahme 100
- Aufzählungen 32 f.
- Ausführungsrichtlinie 10
- Auslandsanschrift 16 f.
- Auslassungszeichen 36
- Ausschreibung 81
- Beförderung 77
- Bestandskunden 98
- Bestätigungsschreiben, kaufmännisches 63
- Betreff 24 ff.
- Betreff, englisch 115
- Bewerbung 48 ff, 64, 99
- Bezugszeichenzeile 18 f.
- Bezugszeichenzeile, englisch 109
- Briefbogen, Aufbau 10
- Briefkopf 11 f.
- Briefkopf, englisch 108
- Briefvordrucke 9 f.
- Corporate Design 45 ff.
- Corporate Identity 8
- Datum 23 f.
- Datum, englisch 10
- DIN 5008 10, 13 ff.
- DIN 676 9
- Doppelnamen 16
- Ehepaare 16
- Einleitung 31
- Fehler 58
- Fensterbriefhüllen 9, 11 ff.
- Form A 11 ff.
- Form B 11 ff.
- Gastfreundschaft 68
- Geburt 76
- Geburts-/Sterbedatum 38
- Geburtstag 75
- Gedankenstriche 35
- Gestaltungsrichtlinie 9 f.
- Gliederung 32 f.
- Gründe erklären 48
- Grußformel 41 f.
- Grußformel, englisch 116
- Handwerksarbeiten 54
- Hervorhebungen 33 ff.
- Hochzeit 77

- Image 8
Informationsblock 22 f.
Inlandsanschrift 14, 17
kaufmännisches „und“ 37
Klammern 36
Komma 35
Kommunikationszeile 20 f.
Kooperationspartner 68
Kostenvoranschlag 54
Krankheit 76
Kritik 55 ff.
Kuvert 44 f.
Lieferanten 79 ff.
Liefertermin 83, 89
Lieferung 57
Maßangaben 39
Massenversendungen 8, 10
Messe 71
Namen 27 f.
Neukunden 98
Nummern 37
Paragrafen 37
Personalwechsel 85
Pressekonferenz 71
Prozentzeichen 38
Rabatt 51
Reklamation 55 ff.
Schrägstriche 35
Schriftzeichen 37 f.
Seminarhotel-Buchung 82
Skontoabzug 59
Spendenzahlung 51
Stornieren 50
Streckenangaben 38
Stundung 50
Teilbetreffe 26 f.
Terminbestätigung 64
Text 31 ff.
Textzeichen 35 f.
Titel 15 f., 30
Umzug 86
Unterschrift, englisch 117
Verteiler 42 ff.
Vertrag 52, 63
Vorstellungsgespräch 72
Währungsangaben 39
Weihnachtsfeier 73
Weihnachtsgrüße 74 f.
Werbeagentur 79
Zahlen 38 ff.
Zahlungstermin 94
Zeichensetzung 34 f.
Zweigstelle 86
Zwischenbescheid 62