

Analyse der geschäftlichen Dokumente

Zuzana Ponížilová

Bachelorarbeit
2024



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav moderních jazyků a literatur

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Zuzana Ponižilová
Osobní číslo: H21699
Studijní program: B0231P090006 Německý jazyk pro manažerskou praxi
Forma studia: Prezenční
Téma práce: Analýza obchodních dokumentů

Zásady pro vypracování

Studium odborné literatury
Definice odborného jazyka
Popis obchodních dokumentů
Objasnění zásad psaní obchodních dokumentů
Analýza vybraných obchodních dokumentů
Interpretace a vyhodnocení výsledků

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

Seznam doporučené literatury:

DUDEN. *Geschäftskorrespondenz*. 2. Aufl. Berlin: Bibliographisches Institut, 2014. ISBN 978-3-411-74212-7.


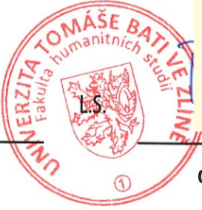
HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung*. 2. Aufl. Berlin: Akademie, 1984. ISBN 9783112473917.

ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt, 2005. ISBN 3-503-07938-6.

ŠILHÁNOVÁ, Renata. *Lexikální a phraseologické aspekty der Textsorte Geschäftsbrief*. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-08-8.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D.**
Ústav moderních jazyků a literatur

Datum zadání bakalářské práce: **1. února 2024**
Termín odevzdání bakalářské práce: **6. května 2024**


Mgr. Libor Marek, Ph.D. děkan

doc. Mgr. Roman Trušník, Ph.D. ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 27. února 2024

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Prohlašuji, že

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

Ve Zlíně 25. 4. 2024

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

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

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě

pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výtisky, opisy nebo rozmnoženiny.

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

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

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

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

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

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

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

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

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se věnuje specifikům písemné komunikace a různým obchodním dokumentům, konkrétně obchodním dopisům, které pocházejí z komunikace mezi Kovárnou VIVA a.s. a jejími partnery. Teoretická část se zabývá definicí odborného a obchodního jazyka a jejich dělením, následuje popis podnikové komunikace a obchodního dopisu. Následuje přehled jednotlivých druhů obchodních dopisů společně se zásadami pro jejich správné vypracování. Praktická část obsahuje krátké představení Kovárny VIVA a.s. V návaznosti na představení kovárny jsou obchodní dopisy zařazeny do určitých kategorií odborného a obchodního jazyka. Poté je představen průběh vyřizování zakázky a následuje analýza vybraných typů obchodních dopisů. Cílem této práce je zjistit, jak jsou tyto obchodní dopisy koncipovány z hlediska jejich formy, struktury, slovní zásoby, větné skladby a stylistiky, a zda odpovídají stanoveným pravidlům pro tvorbu dopisů. Na základě této analýzy bude představeno, jak vypadá obchodní korespondence v praxi a posouzeno, zda existují určité oblasti obchodní korespondence, které lze zlepšit.

Klíčová slova: obchodní korespondence, podnik, obchodní dopis, analýza, zásady vytváření

ABSTRACT

This bachelor thesis focuses on the specifics of the written communication and on various business documents, specifically business letters from the communication between Kovárna VIVA JSC and its partners. The theoretical part deals with the definition of technical and business language and their classification, followed by a description of business communication and business letters. An overview of different types of business letters is presented along with the principles of proofreading and correction. The practical part includes a short introduction to Kovárna VIVA JSC, followed by the classification of business letters into certain categories of technical and business language. Then the procedure for order processing is presented, followed by an analysis of selected types of business letters. The aim of this thesis is to determine how business letters are conceived in terms of form, structure, vocabulary, syntax and stylistics and whether this genre corresponds to the established rules of standard letter writing. Based on this analysis, business communication will be examined in practice and assessments will be made as to whether there are certain areas of business communication that can be improved.

Keywords: business correspondence, enterprise, business letter, analysis, principles of creation

ABSTRACT

Diese Bachelorarbeit widmet sich den Besonderheiten der schriftlichen Kommunikation und den verschiedenen geschäftlichen Dokumenten, insbesondere Geschäftsbriefen, die aus der Kommunikation zwischen der Schmiedewerkstatt VIVA AG und ihren Partnern stammen. Der theoretische Teil befasst sich mit der Definition der Fach- und Wirtschaftssprache und ihrer Gliederung, gefolgt von der Beschreibung der betrieblichen Kommunikation und des Geschäftsbriefes. Dazu werden die verschiedensten Sorten der Geschäftsbriefe zusammen mit den Grundsätzen für ihre richtige Erstellung herangezogen. Der praktische Teil beinhaltet eine kurze Vorstellung der Schmiedewerkstatt VIVA AG. Darauf aufbauend werden die Geschäftsbriefe in bestimmte Kategorien der Fach- und Wirtschaftssprache eingeordnet. Ferner wird die Auftragsabwicklung dargestellt, gefolgt von der Analyse der Geschäftsbriefe. Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es festzustellen, wie diese Geschäftsbriefe hinsichtlich ihrer Form, Struktur, Lexik, Syntax und Stilistik gestaltet werden und ob sie den festgelegten Regeln zur Briefgestaltung entsprechen. Aufgrund dieser Analyse wird vorgestellt, wie die Geschäftskorrespondenz in der Praxis aussieht und bewertet, ob es bestimmte Bereiche der Geschäftskorrespondenz gibt, die verbessert werden können.

Schlüsselwörter: Geschäftskorrespondenz, Unternehmen, Geschäftsbrief, Analyse, Grundsätze der Erstellung

DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchte ich mich zuerst bei meiner Leiterin der Bachelorarbeit, Frau Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D. für die Betreuung meiner Arbeit herzlich bedanken. Vielen Dank für Ihre wertvollen Ratschläge, Bemerkungen und Korrekturen und Ihre kostbare Zeit, die Sie mir gewidmet haben.

Weiterhin gehört ein großer Dank der Schmiedewerkstatt VIVA AG und ihrem Geschäftsführer Ing. Zbyněk Rozsypal und Geschäftsmanager Martin Nevařil und meiner Mutter, die mir die nötigen Dokumente und Informationen für meine Analyse gewährt haben.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

INHALT

| | |
|---|-----------|
| DANKSAGUNG | 8 |
| EINLEITUNG | 11 |
| I THEORETISCHER TEIL | 13 |
| 1 FACHSPRACHE | 14 |
| 1.1 GLIEDERUNG VON FACHSPRACHEN | 15 |
| 1.1.1 Horizontale Gliederung | 15 |
| 1.1.2 Vertikale Gliederung | 16 |
| 1.2 FACHTEXTSORTEN..... | 18 |
| 2 WIRTSCHAFTSSPRACHE | 20 |
| 2.1 GLIEDERUNG DER WIRTSCHAFTSSPRACHE | 20 |
| 3 GESCHÄFTSBRIEF | 22 |
| 3.1 KOMMUNIKATION | 22 |
| 3.1.1 Betriebliche Kommunikation | 22 |
| 3.1.1.1 Inner- und außerbetriebliche Kommunikation..... | 23 |
| 3.2 GESCHÄFTSBRIEF ALS MITTEL DER BETRIEBLICHEN KOMMUNIKATION | 24 |
| 3.2.1 DIN 5008..... | 25 |
| 3.2.2 Konzepte der Formulierung der Geschäftskorrespondenz..... | 27 |
| 3.2.2.1 Das Hamburger Verständlichkeitskonzept | 27 |
| 3.2.2.2 Das Kommunikationsquadrat | 27 |
| 3.2.3 Aufbau und Gestaltung des Geschäftsbriefes | 28 |
| 3.2.3.1 Sinnvoll gliedern..... | 28 |
| 3.2.3.2 Einfach formulieren | 28 |
| 3.2.3.3 Prägnant schreiben..... | 30 |
| 3.2.3.4 Stilmittel einsetzen..... | 31 |
| 3.3 DIE ÄUßERE FORM DES GESCHÄFTSBRIEFES | 31 |
| 3.3.1 Der Briefkopf | 31 |
| 3.3.2 Die Anschrift des Empfängers | 31 |
| 3.3.3 Das Bezugszeichen und Datum..... | 32 |
| 3.3.4 Die Betreffzeile | 32 |
| 3.3.5 Die Anrede | 32 |
| 3.3.6 Der Briefftext..... | 32 |
| 3.3.7 Die Schlussformel | 32 |
| 3.3.8 Die Unterschrift und der Anlagevermerk..... | 33 |
| 3.4 ARTEN DER GESCHÄFTSBRIEFE | 33 |
| 3.4.1 Die Anfrage | 33 |
| 3.4.2 Das Angebot..... | 34 |
| 3.4.3 Die Bestellung | 35 |
| 3.4.4 Die Reklamation..... | 36 |
| 3.4.5 Die Mahnung..... | 36 |

| | |
|---|-----------|
| II PRAKTISCHER TEIL..... | 38 |
| 4 EINLEITUNG IN DEN PRAKTISCHEN TEIL..... | 39 |
| 5 DIE SCHMIEDEWERKSTATT VIVA AG..... | 41 |
| 5.1 DIE SCHMIEDEWERKSTATT VIVA AG | 41 |
| 5.2 PRODUKTE..... | 41 |
| 5.3 ABNEHMER..... | 41 |
| 6 GESCHÄFTSBRIEF..... | 42 |
| 6.1 HORIZONTALE GLIEDERUNG | 42 |
| 6.2 VERTIKALE GLIEDERUNG..... | 42 |
| 6.3 FACHTEXTSORTE | 43 |
| 6.4 WIRTSCHAFTSSPRACHE..... | 43 |
| 7 ANALYSE DER GESCHÄFTSBRIEFE | 44 |
| 7.1 KOMMUNIKATION IN VIVA AG..... | 44 |
| 7.2 AUFTRAGSABWICKLUNG | 45 |
| 7.2.1 Anfrage..... | 45 |
| 7.2.2 Angebot..... | 45 |
| 7.2.3 Bestellung..... | 46 |
| 7.2.4 Mahnung | 46 |
| 7.2.5 Reklamation | 47 |
| 7.3 FORMULARE..... | 47 |
| 7.4 SPRACHE | 48 |
| 7.4.1 Lexik | 48 |
| 7.4.2 Syntax und Stilistik | 51 |
| 7.5 ANALYSE DER EINZELNEN GESCHÄFTSBRIEFE..... | 52 |
| 7.5.1 Bestellung..... | 52 |
| 7.5.1.1 Begleitbrief | 52 |
| 7.5.1.2 Sprache..... | 54 |
| 7.5.2 Reklamation | 59 |
| 7.5.2.1 Begleitbrief | 59 |
| 7.5.2.2 Reklamations-Report | 60 |
| 7.5.2.3 Sprache..... | 61 |
| 7.5.3 Das Hamburger Verständlichkeitskonzept..... | 66 |
| 7.6 ZUSAMMENFASSUNG | 66 |
| SCHLUSSBETRACHTUNG..... | 68 |
| LITERATURVERZEICHNIS..... | 70 |
| SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS..... | 72 |
| ABILDUNGSVERZEICHNIS..... | 73 |
| ANHANGSVERZEICHNIS | 74 |

EINLEITUNG

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Untersuchung und anschließenden Analyse der im alltäglichen Handelsverkehr verwendeten geschäftlichen Dokumente, insbesondere mit der Textsorte Geschäftsbrief. Der Geschäftsbrief bildet einen wichtigen Bestandteil der Geschäftskommunikation. Wenn der Geschäftsbrief formal und stilistisch richtig geschrieben ist, verläuft die Kommunikation zwischen Unternehmen verständlich und reibungslos und die erwünschten Ergebnisse können erreicht werden.

Das erste Ziel der vorliegenden Arbeit liegt darin, die Textsorte Geschäftsbrief in entsprechende Kategorien der Fach- und Wirtschaftssprache einzuordnen, um aufzuweisen, dass Geschäftsbriefe einen wesentlichen Teil der Fach- und Wirtschaftssprache bilden. Zweitens setzt sich diese Arbeit zum Ziel, anhand der gesammelten Geschäftsbriefe aus einem konkreten Unternehmen – der Schmiedewerkstatt VIVA AG – zu zeigen, wie die heutige Handelskorrespondenz wirklich aussieht. Das dritte und wichtigste Ziel ist es, die authentischen Geschäftsbriefe hinsichtlich der Form, Struktur, Lexik, Syntax und Stilistik zu analysieren, um festzustellen, ob diese Briefe den festgelegten Grundsätzen der richtigen Verfassung der Geschäftskorrespondenz entsprechen. Hier stellen sich auch weitere Fragen. Inwieweit wird die Fachsprache in dieser Textsorte verwendet? Aus welchem Bereich stammt die Lexik? Gibt es Bereiche der Geschäftskorrespondenz, die vervollkommen werden können?

Der theoretische Teil erläutert den Begriff der Fach- und Wirtschaftssprache und charakterisiert ihre Unterteilung in verschiedene Teilgebiete. Dazu wird die Definition der betrieblichen Kommunikation und des Geschäftsbriefes herangezogen. Ferner werden die Grundsätze und Regeln der richtigen Verfassung der Geschäftsbriefe aus der Sicht der Struktur und des Inhalts und ausgewählte Arten der Briefe mit ihren typischen Merkmalen, nämlich die Anfragen, Angebote, Bestellungen, Reklamationen und Mahnungen, erörtert.

Zunächst wird in dem praktischen Teil das Unternehmen – die Schmiedewerkstatt VIVA AG, die mir die zu analysierenden Geschäftsbriefe zur Verfügung stellte – kurz vorgestellt. Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Einordnung der Textsorte Geschäftsbrief in verschiedene Kategorien der Fach- und Wirtschaftssprache. Ferner wird der Prozess der Auftragsabwicklung anhand der gesammelten Geschäftsbriefe erläutert. Darauf aufbauend werden die Geschäftsbriefe einer Analyse unter verschiedenen Aspekten wie Form, Struktur, Lexik, Syntax und Stilistik unterzogen, um zu offenbaren, wie der heutige Geschäftsverkehr

in der Praxis aussieht. Anhand der Analyse wird es bewertet, ob die Geschäftsbriefe den Regeln für ihre richtige Erstellung entsprechen. Schließlich werden die Ergebnisse zusammengefasst und es wird empfohlen, was die Unternehmen im Bedarfsfalle an der Geschäftskorrespondenz verbessern könnten, um die Kommunikation effektiver zu machen.

Dieses Thema ist heutzutage sehr relevant, weil der Geschäftsverkehr allgemein und An- und Verkauf von verschiedensten Produkten ein wesentlicher Bestandteil unseres Alltagslebens ist und deshalb soll die Korrespondenz zwischen den Unternehmen problemlos verlaufen. Qualitätsgerechte Kommunikation ist die Grundlage für den Erfolg. Geschäftsbriefe sind solche Dokumente, mit denen sich das Unternehmen nicht nur nach außen hin, sondern auch innerhalb seiner Geschäftspartner präsentiert. Mit dem Aufschwung des internationalen Handels wächst die Bedeutung dieser Dokumente. Deshalb soll jedes Unternehmen ab und zu seine Geschäftsbriefe prüfen und kontrollieren. Falls sie nicht aktuell sind oder den neuesten Trends der Geschäftskorrespondenz nicht folgen, soll sie das Unternehmen an die jeweilige Geschäftssprache, die in dieser Arbeit beschrieben wird, anpassen.

Als Grundmaterial für die Analyse dient das von mir zusammengestellte Korpus, der eine chronologische Liste der Geschäftsbriefe von der Anfrage bis zur Mahnung bildet.

I. THEORETISCHER TEIL

1 FACHSPRACHE

Es ist notwendig zu wissen, wie man kommunizieren soll, um die Informationen richtig zu übergeben. Dazu gibt es festgelegte Regeln der Sprache. In jeder Situation sollte man eine bestimmte Art von Sprache benutzen – Standardsprache, Fachsprache, Jugendsprache, Umgangssprache – um sein Kommunikationsziel zu erreichen.

In jeder Nationalsprache sind vier Funktionen der Sprache zu erkennen – die kommunikative, fachlich-praktische, fachlich-theoretische und ästhetische, zwei davon sind eng mit der Fachsprache verbunden (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 11). In unserem Alltag begegnen wir der Fachsprache fast überall. Es kommen viele verschiedene Formen von Fachsprache vor, die in einzelnen Bereichen – sei es die Wirtschaft, Medizin, Technik, Politik oder Verwaltung – unterschiedlich sein können. Für jede Art gibt es bestimmte Anwendungsart, Regel und Sprachmittel. Sie entwickeln sich gleichzeitig mit der Entwicklung der Welt, Gesellschaft und Wirtschaft.

Heutzutage gibt es keine einheitliche und allgemeingültige Definition von Fachsprache. Die bekannteste Definition nach HOFFMANN lautet wie folgt: „Fachsprache – das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (HOFFMANN, 1984, S. 48).

Eine weitere häufig zitierte Definition nach SCHMIDT ist: „Mittel einer optimalen Verständigung über ein Fachgebiet unter Fachleuten. Sie ist gekennzeichnet durch einen spezifischen Fachwortschatz und spezielle Normen für die Auswahl, Verwendung und Frequenzgemeinsprachlicher lexikalischer und grammatischer Mittel; sie existiert nicht als selbständige Erscheinungsform der Sprache, sondern wird in Fachtexten aktualisiert, die außer der fachsprachlichen Schicht immer gemeinsprachliche Elemente enthalten“ (SCHMIDT, 1969, S. 17, zit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 13).

Erwähnenswert ist auch die Definition von BEIER: „Fachsprache wird von fachlich kompetenten Schreibern bzw. Sprechern gebraucht, um sich mit anderen (auch angehenden) Fachleuten derselben, mit Vertretern anderer Disziplinen oder Laien mit bestimmten Zielen über fachliche Sachverhalte zu verständigen. Sie umfasst die Gesamtheit der dabei verwendeten sprachlichen Mittel und weist Charakteristika auf allen bisher von der Linguistik aus methodischen Gründen unterschiedenen innersprachlichen Ebenen auf, von

denen lexikalische, morphologische und syntaktische am besten erforscht ist“ (BEIER, 1980, S. 13, zit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 13).

Die oben genannten Zitate zeugen davon, dass es viele Interpretationen des Begriffs Fachsprache gibt. Alle Autoren sind sich darin einig, dass die Fachsprache dazu dient, eine reibungslose Kommunikation und Verständigung unter Fachleuten im betrieblichen Alltag zu ermöglichen. Die Übereinstimmung besteht darin, dass die Benutzer dieser Fachsprache Fachleute sind, BEIER fügt noch die Laien oder Vertreter anderer Disziplinen als Benutzer hinzu, die über fachliche Sachverhalte verständigen wollen. Jeder fachliche Text beinhaltet spezifische Lexik und grammatische Mittel, die für diese Textsorte bindend und obligatorisch sind und die durch spezifische Normen geregelt werden.

Im Grunde genommen, ist es sehr schwer den Begriff Fachsprache zu definieren. Die Fachsprache ist mit der sogenannten Gemeinsprache eng verbunden, d. h. mit der Sprache, die Sprachmittel, die in keine bestimmte Gattung der Sprache eingeordnet werden können, weil sie zu generell und üblich sind, benutzt. Bis heute gibt es keine eindeutige Definition der Gemeinsprache (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 13).

1.1 Gliederung von Fachsprachen

Die Fachsprache gliedert sich nach verschiedenen Gesichtspunkten und Kriterien, zu denen „der Handlungsbereich, die Kommunikationspartner, die Abstraktionsstufe, die Textsorte und die sprachliche Realisierung“ gehören (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 15). Auf der Grundlage dieser Kategorien lässt sich die Fachsprache in die horizontale und die vertikale Gliederung teilen.

1.1.1 Horizontale Gliederung

Die horizontale Gliederung teilt die Fachsprache in verschiedene Fachbereiche wie z. B. Verwaltung, Politik, Wirtschaftssprache, Medizin, Informatik oder Literaturwissenschaft (vgl. ROELCKE, 2005, S. 34–36). ROELCKE in Anlehnung an STEGER unterscheidet drei Hauptbereiche der horizontalen Gliederung: „die Fachsprache der Wissenschaft (dazu gehört die Sprache der Natur- und Geisteswissenschaft), der Technik (Sprache der Produktion und Fertigung) und der Institutionen (Sprache des Dienstleistungssektors)“ (ROELCKE, 2005, S. 34–35). Die Anzahl der Fachbereiche, die sich auf die horizontale Gliederung beziehen, ist nicht endgültig, weil es mit der Entwicklung der Technik immer neue Fachbereiche entstehen.

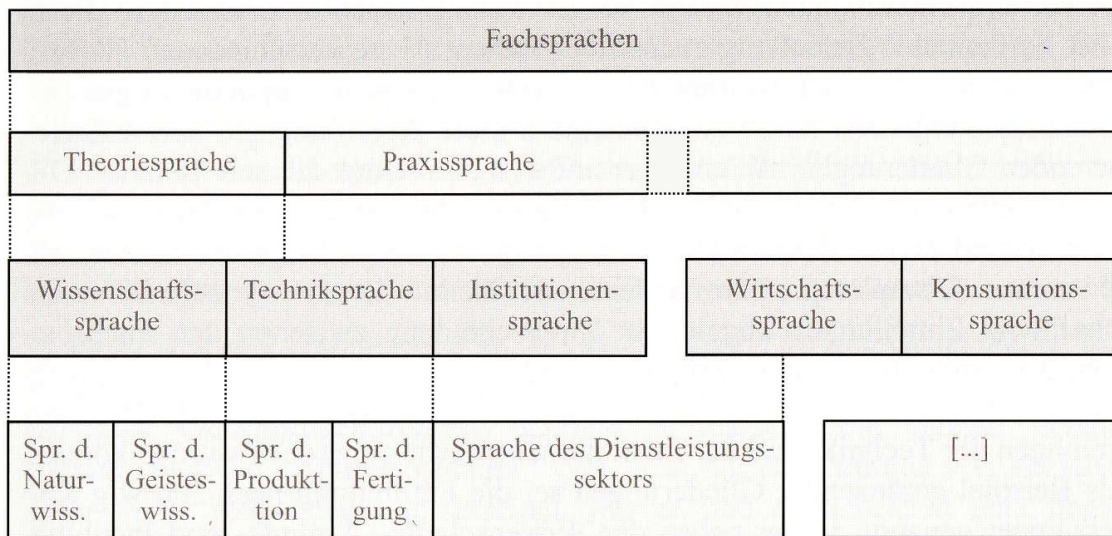


Abbildung 1 – Horizontale Gliederung der Fachsprache

Quelle: ROELCKE, 2005, S. 35

Laut ROELCKE wird die Wissenschaftssprache nur zur Theoriesprache im Gegensatz zur Techniksprache, die sich an der Grenze zwischen Theorie- und Praxisprache befindet, eingeordnet. Zu der Praxisprache selbst gehört die Institutionensprache. ROELCKE ergänzt die Gliederung nach STEGER noch um die Wirtschafts- und Konsumtionssprache (vgl. ROELCKE, 2005, S. 35).

1.1.2 Vertikale Gliederung

Bei der vertikalen Gliederung der Fachsprache wird die Aufteilung nach Fachbereichen nicht mehr betont, sondern es werden verschiedene Abstraktionsebenen der Sprache berücksichtigt. Wenn Allgemeines im Vordergrund der Fachkommunikation steht, wird über höhere fachliche und sprachliche Abstraktionsebene gesprochen. Dagegen wenn Besonderes im Vordergrund steht, wird der Text zur niedrigeren Abstraktionsebene eingeordnet (vgl. ROELCKE, 2005, S. 38).

Von HOFFMANN stammt die bekannteste Definition der vertikalen Gliederung. Er beschreibt diese Gliederung als „zunehmende Präzisierung (...), die die Sprache in der fachlichen Kommunikation erfährt, je weiter diese im Zusammenhang mit ihrer ständigen Vervollkommnung als Erkenntnis und Kommunikationsinstrument vom Konkreten zum Wesen vordringt“ (HOFFMANN, 1984, S. 64). Jeder Fachtext zeichnet sich durch einen

bestimmten Grad an Allgemeinheit oder Konkretheit aus. Je nach dem weist der Text ein gewisses Maß an Abstraktion auf.

HOFFMANN definiert fünf Abstraktionsstufen, in deren die „Abstraktionsstufe“ (1), die „äußere Sprachform“ (2), das „Milieu“ (3) und die „Teilnehmer an der Kommunikation“ (4) unterschieden werden. Bei dieser Aufteilung werden sprachliche, semiotische und pragmatische Kriterien berücksichtigt.

1. Sprache der theoretischen Grundlagenwissenschaft

(1) die Abstraktionsstufe ist am höchsten, (2) gebraucht künstliche Symbole für Elemente und Relationen, (3) erscheint in theoretischen Grundlagenwissenschaften, (4) unter Wissenschaftlern verwendet;

2. Sprache der experimentellen Wissenschaften

(1) die Abstraktionsstufe ist sehr hoch, (2) gebraucht künstliche Symbole für Elemente und natürliche Sprache für Relationen wie Syntax, (3) erscheint in experimentellen Wissenschaften, (4) unter Wissenschaftlern oder Techniker verwendet oder die Kommunikation verläuft unter wissenschaftlich-technischen Hilfskräften;

3. Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik

(1) die Abstraktionsstufe ist hoch, (2) gebraucht natürliche Sprache mit hoher Anzahl der Fachterminologie und die Syntax ist streng determiniert, (3) erscheint in angewandten Wissenschaften und Technik, (4) unter Wissenschaftlern oder Technikern verwendet oder die Kommunikation verläuft unter wissenschaftlichen und technischen Produktionsleitern;

4. Sprache der materiellen Produktion

(1) die Abstraktionsstufe ist niedrig, (2) gebraucht natürliche Sprache mit hoher Anzahl der Fachterminologie und die Syntax ist relativ ungebunden, (3) erscheint in materieller Produktion, (4) unter wissenschaftlichen und technischen Leitern der materiellen Produktion, Meistern, Facharbeitern oder Angestellten verwendet;

5. Sprache des Konsums

(1) die Abstraktionsstufe ist sehr niedrig, (2) gebraucht natürliche Sprache mit weniger Fachterminologie und die Syntax ist ungebunden, (3) erscheint im Konsum, (4) unter Vertretern der materiellen Produktion oder Mitgliedern des Handlers oder die Kommunikation verläuft unter Konsumenten (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 17–18).

ROELCKE beruht sich dagegen auf ISCHREYT, der drei Abstraktionsebenen folgendermaßen bestimmt: die Wissenschafts-, fachliche Umgangs- und Werkstattsprache. Die Wissenschaftssprache, oder auch Theoriesprache genannt, bildet die oberste

Abstraktionsebene, weil sie im Wesentlichen allgemein ist, und erfolgt in schriftlicher Form unter Spezialisten und Erforschern. Dazu gehören z. B. Anordnungen, Gesetze oder offizielle Geschäftsbriefe. Die mittlere Abstraktionsebene bildet die fachliche Umgangssprache. Diese umfasst sowohl die mündliche als auch die schriftliche Kommunikation unter den Spezialisten, als Beispiel können interne Berichte erwähnt werden. Die Werkstattsprache ist die letzte und niedrigste Abstraktionsebene und umfasst die mündliche und schriftliche Kommunikation in der Verwaltung, Produktion und im Verkauf. Wenn es sich in der Kommunikation um etwas Besonderes, Einzigartiges handelt, d. h. um etwas Konkretes, ist die Abstraktion daher niedriger (vgl. ROELCKE, 2005, S. 39).

1.2 Fachtextsorten

Neben der horizontalen und vertikalen Gliederung lassen sich die fachlichen Texte weiter teilen, und zwar basiert diese Gliederung auf kommunikativen Verhältnissen und fachsprachlichen Verwendungsarten (vgl. ROELCKE, 2005, S. 42). Es werden drei Grundtypen der Fachtextsorten hinsichtlich ihrer Fokussierung unterschieden, nämlich die informativen, instruktiven und direktiven Grundtypen. Die informativen Texte zu denen Mitteilungen, Kommentare, Berichte oder Stellungnahmen zählen, haben eine darstellende Funktion. Eine appellative und anleitende Funktion besetzen die instruktiven Texte, beispielweise Hinweise, Ratgeber, Vorschläge oder Anleitungen. Der Unterschied zwischen diesen zwei Gruppen liegt in der Verbindlichkeit der Aufforderung, wobei die direktiven Texte hoch institutionalisiert und wenn nötig auch sanktioniert sind. Die letzte Gruppe der Gliederung, die aus direktiven Texten mit der appellativen und anordnenden Funktion besteht, umfasst Reklamationen, Anfragen, Aufträge oder Normen.

Eine andere Gliederung unterscheidet, ob die Fachtextsorten in schriftlicher oder mündlicher Form vorkommen. Zu der schriftlichen Form zählen die fachinterne und fachexterne Kommunikation und die Fachtextsorten der Konsumtion. Die fachinterne Kommunikation erfolgt zwischen Fachleuten und als Beispiele können Abstrakt, Monografie oder wissenschaftlicher Zeitschriftartikel erwähnt werden. Die fachexterne Kommunikation verläuft zwischen Fachmännern und Laien, ist didaktisch und populärwissenschaftlich und sammelt Lehrbücher, populärwissenschaftliche Zeitungsartikel oder Ratgebertexte. Die Fachtextsorten der Konsumtion werden durch Texte der Werbung und Produktbegleitung

vertreten.¹ ŠILHÁNOVÁ führt noch die interfachliche Kommunikation, deren Kommunikationspartner aus unterschiedlichen Arbeitsfeldern stammen, an (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 15.). Der geringere Teil der Fachtextsorten wird von mündlicher Kommunikation gebildet und enthält Vorträge oder verschiedene Reden.²

¹ Vgl. ROELCKE, Thorsten. Zur Gliederung von Fachsprache und Fachkommunikation. *Facultas* [online]. 2014, Jg. 36, Nr. 3–4 [zit. 2023-11-01]. URL: <https://doi.org/10.24989/fs.v36i3-4.1305>.

² Vgl. ROELCKE, 2014

2 WIRTSCHAFTSSPRACHE

BUHLMANN / FEARNs definiert die Wirtschaftssprache folgendermaßen: „Wirtschaftsdeutsch – das ist die Gesamtheit aller Fachsprachen, d.h. aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich, nämlich dem der Wirtschaft, verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (BUHLMANN / FEARNs, 2000, S. 306).

Die Wirtschaftssprache oder in diesem Fall Wirtschaftsdeutsch, auch Fachsprache Wirtschaft genannt, wird unter Personengruppen mit unterschiedlichen Tätigkeiten und Kommunikationszielen im Feld der Wirtschaft verwendet. Sie ist die Summe aller in der Wirtschaft benutzten Fachsprachen. Unter wirtschaftsspezifischen Fachsprachen verstehen sich die Sprachen der Wirtschaftspolitik, Industrie, Werbung, des Handels oder Marketings (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 18).

2.1 Gliederung der Wirtschaftssprache

Die Wirtschaftssprache kann nach verschiedenen Ausgangspunkten, entweder nach inneren Strukturen oder Beziehungen zwischen einer Fachsprache und einer anderen, unterteilt werden. Weil die Wirtschaftssprache abwechslungsreich ist, gibt es keine einheitliche Auffassung der Gliederung.

Von BORGULYA stammt die bekannteste Gliederung, die die Wirtschaftssprache in drei Schichten teilt. Als erste Schicht wird die wissenschaftliche Wirtschaftssprache, die aus fachlichen, belehrenden und wissenschaftlichen Texten besteht, angegeben. Die zweite Schicht bilden die halbwissenschaftlichen oder populärwissenschaftlichen Texte, die für einen Adressatenkreis mit Wirtschaftskenntnissen und Interessen vorgesehen sind, z. B. in der Form einer Wirtschaftszeitschrift. Die letzte Schicht – die praktisch-fachliche – dient der betriebsinternen und -externen Kommunikation und wird in der Wirtschaftspraxis verwendet. Diese Gliederung fasst die grundlegenden Wirtschaftsbereiche zusammen (vgl. BORGULYA, 1988, S. 420–429).

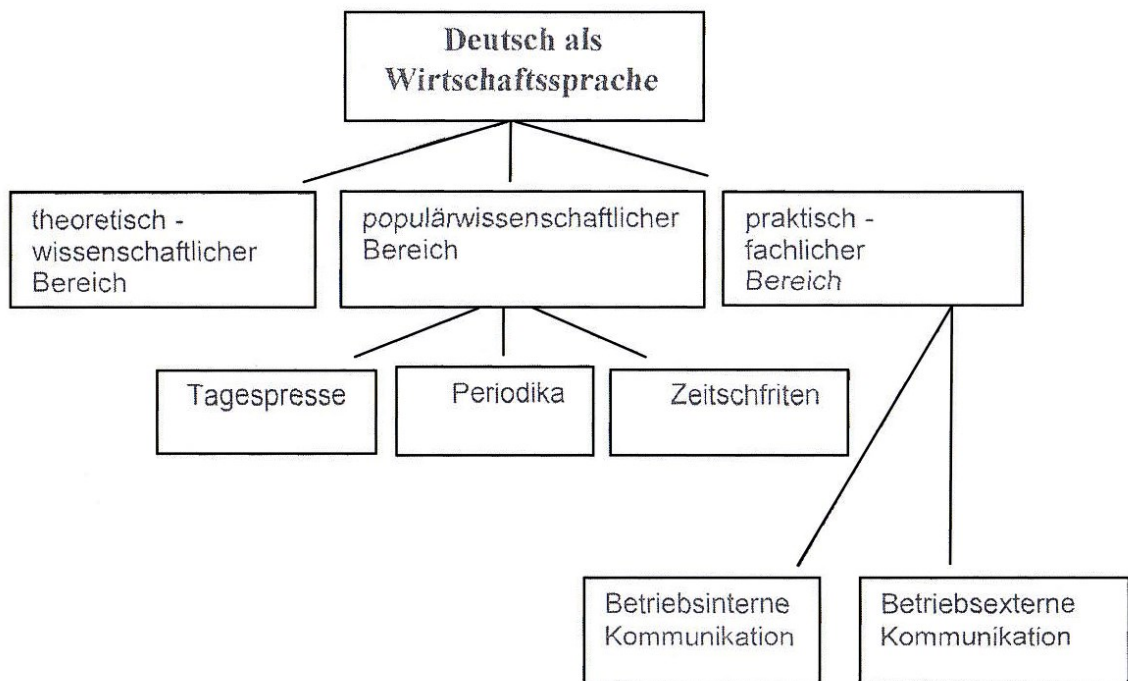


Abbildung 2 – Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache

Quelle: BORGUYLA, 1988, S. 420f

Weiter klassifiziert ŠILHÁNOVÁ in Anlehnung an BOLTEN die Wirtschaftssprache in drei Kategorien und berücksichtigt dabei die Textsorten und Kommunikationspartner. Die erste Kategorie wird als Theoriesprache bezeichnet, wobei als Textsorten Monografien und Lehrbücher und als Kommunikationspartner die Wissenschaftler oder Studenten wahrgenommen werden. Dann folgt die Berufssprache, in deren die Kommunikation zwischen Managern und Journalisten verläuft. Die Textsorten in dieser Sprache bilden Geschäftsbriefe, Verträge und Zeitungsartikel. Die letzte Gruppe bezieht sich auf die fachbezogene Umgangssprache, in deren die Konsumenten die Kommunikationspartner darstellen. Als Textsorten zählen zu dieser Gruppe Werbetexte oder populärwissenschaftliche Texte. Zwischen diesen Kategorien gibt es keine starke Grenze, weil die Kommunikationspartner aus erster Gruppe mit den Partnern aus letzter Gruppe vertauscht werden können (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 19–21).

3 GESCHÄFTSBRIEF

3.1 Kommunikation

Der Begriff „Kommunikation“ lässt sich als „wechselseitiger[n] Austausch der Gedanken, Informationen und Ansichten, wobei das Ziel der kommunikativen Aktivitäten die Verständigung ist“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 23) erklären. BUßMANN ergänzt die Definition der Kommunikation um „nichtsprachliche[r] Mittel wie Gestik, Mimik, Stimme“ (BUßMANN, 2002, S. 392 zit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 24). Der Austausch der Gedanken erfolgt in der Form eines Dialogs zwischen dem Sprecher und Empfänger. Als Beispiel des Dialogs in der betrieblichen Kommunikation kann eine Anfrage von einem Unternehmen und das anschließende Angebot des angesprochenen Anbieters angeführt werden. Die Kommunikation verläuft entweder in der mündlichen oder schriftlichen Form und es wird auch „verbale, nonverbale und paraverbale Kommunikation“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 23) unterschiedet. Bei der paraverbalen Kommunikation wird berücksichtigt, wie mit der Stimme gearbeitet wird. Das persönliche Gespräch ist die bekannteste Form der mündlichen Geschäftskommunikation. Der Geschäftsbrief ist dagegen das meistbenutzte Mittel der schriftlichen Geschäftskommunikation (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 23).

3.1.1 Betriebliche Kommunikation

Bei der betrieblichen Kommunikation kommen verschiedene Kommunikationsformen vor, die laut situativer, struktureller und thematischer Kriterien differenziert werden. BRINKER teilt die betriebliche Kommunikation folgendermaßen: die erste Kommunikationsform nennt er die direkte Sprache oder Kommunikation Angesicht zu Angesicht, die dialogisch und unmittelbar ist. Eine andere Form der Kommunikation bilden die Telefongespräche, die dieselben Eigenschaften wie die direkte Sprache haben. Der einzige Unterschied ist, dass die Telefongespräche räumlich getrennt verlaufen. Funkdurchsagen zeichnen sich damit aus, dass es sich um einen Monolog handelt und sie auch räumlich getrennt sind. Betriebliche Informationen können leicht an alle Teile des Unternehmens verteilt werden. Sie können unmittelbar oder mit zeitlichem Abstand abgewickelt werden. Alle oben genannten Möglichkeiten der Kommunikation verlaufen in der mündlichen Form. Die Briefe und Zeitungsartikel (Zeitschriften) bilden nach BRINKER die wichtigste schriftliche Form der betrieblichen Kommunikation. Geschäftsbriefe als auch Zeitungsartikel, die über Neuigkeiten im Betrieb informieren, kommen in einem Monolog und in einem zeitlichen

und räumlichen Abstand vor. Sie zeichnen sich auch mit hohem Grad der Anonymität aus (vgl. BRINKER, 1992).

3.1.1.1 Inner- und außerbetriebliche Kommunikation

Jede einzelne Tätigkeit in einem Unternehmen ist zielgerichtet. Um diese Ziele zu erreichen – sei es Gewinnung der Rohstoffe oder Fertigung und Vertrieb der Produkte – muss das Unternehmen eine geeignete Form der Wirtschaftskommunikation verwenden. Demnach wählt der Betreib zwischen der innerbetrieblichen Kommunikation, auch „Kommunikation im Rahmen eines Unternehmens“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 29) genannt, oder der außerbetrieblichen Kommunikation – „von Betrieb zu Betrieb“ (BUHLMANN / FEARNES, 2000, S. 307). Bei jeder Form der betrieblichen Kommunikation wird ein angemessenes Kommunikationsmittel gebraucht – entweder eine Mitteilung, Besprechung, ein Telefonat oder Prospekt, wie auf dem Bild von FRENSEER gezeigt wird:

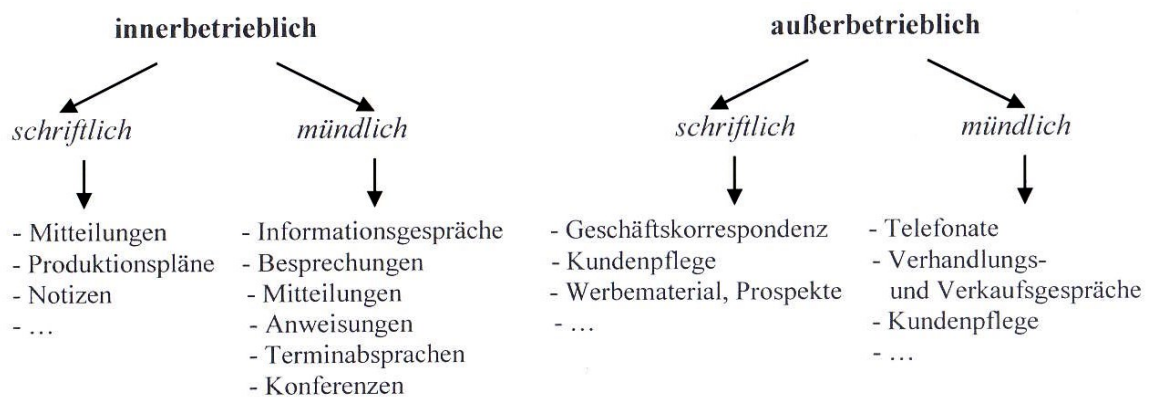


Abbildung 3 – Wirtschaftskommunikation im Produktionsbereich

Quelle: FRENSEER, 1991, S. 127 zit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 29

Die außerbetriebliche schriftliche Kommunikation ist für die Erfüllung der Ziele des Unternehmens am wichtigsten. In diesem Fall verläuft die Kommunikation „zwischen zwei Unternehmen, zwischen Unternehmen und Kunden und dem Unternehmen und der breiten Öffentlichkeit“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 29–30). Dafür werden Werbematerial, Prospekte und Geschäftskorrespondenz in der Form eines Geschäftsbriefes oder E-Mails verwendet. Die Kommunikationspartner bilden das Unternehmen und die Außenstehenden, nämlich verschiedene Kunden, Abnehmer und Lieferanten. Es handelt sich um eine „offizielle formale Kommunikation, die ausschließlich den betrieblichen Zwecken dient und über ein offizielles Kommunikationsnetz erfolgt“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 29–30). Das

Unternehmen muss in dem Kommunikationsprozess bestimmte Regeln über den Kommunikationsinhalt, den Kommunikationszeitpunkt und die Kommunikationsübermittlung einhalten (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 29–30).

3.2 Geschäftsbrief als Mittel der betrieblichen Kommunikation

Die klassische Form der schriftlichen Kommunikation erfolgt in der Form eines Geschäftsbriefes. Heutzutage, mit der Entwicklung der Informationstechnologien, wird auch die elektronische Form der schriftlichen Kommunikation – E-Mails mit geschäftlichen Inhalten – hervorgehoben. Die klassische als auch die digitale Form haben heutzutage einen großen Anteil an der schriftlichen Gesamtkommunikation des Unternehmens. ŠILHÁNOVÁ definiert den Begriff der Geschäftsbrief folgendermaßen: „Der Geschäftsbrief ist jede schriftliche Mitteilung, die im Rahmen des geschäftlichen Verkehrs an einen oder an mehrere Empfänger gerichtet ist“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 42). Der Dialog zwischen dem Absender und dem Empfänger erfolgt mit zeitlichem Abstand. Bei jedem Geschäftsbrief werden zwei Aspekte beachtet – der sprachliche und der kommunikative Aspekt. Der sprachliche Aspekt beruht auf der Struktur, dem Zusammenhang und der Kohärenz des Textes. Die Kohärenz lässt sich noch weiter unterteilen, und zwar in die grammatische und thematische Ebene. Für die Gestaltung der Geschäftsbriefe gibt es vereinbarte und geltende Muster (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 34–42).

Der Geschäftsbrief hat mehrere Funktionen. Die informative Funktion, bei deren der Empfänger über einen wichtigen Sachverhalt informiert wird, ist am bedeutendsten. Die meistbenutzten Ausdrücke, die mit dieser Funktion verbunden sind, sind z. B. *mitteilen*, *übermitteln*, *informieren* oder *berichten*. Eine weitere Funktion, die der Geschäftsbrief besitzt, wird die appellative Funktion genannt. Sie dient dazu, den Rezipienten aufzufordern, die Meinung des Absenders zu übernehmen oder eine Handlung oder Tätigkeit auszuüben mit der Anwendung der Wörter wie *beantragen*, *auffordern* oder *befehlen*. Aufträge, Anträge oder Anordnungen verfügen am meisten über diese Funktion. Der Geschäftsbrief hat auch eine Obligationsfunktion, in der sich der Absender dem Empfänger verpflichtet eine festgelegte Handlung oder Aufgabe zu vollbringen. Formeln wie *sich verpflichten*, *versprechen* und *garantieren* werden in Verträgen oder allgemeinen Geschäftsbedingungen, die die obligatorische Funktion erfüllen, angewendet. Geschäftsbriefe weisen auch die Kontaktfunktion auf. Der Absender vermittelt sein Verhältnis zu dem Rezipienten vor allem in verschiedenen Ansichtskarten oder Danksagungen. Gewöhnlich benutzt der Absender

Ausdrücke wie *willkommen heißen*, *danken* oder *um Entschuldigung bitten*. Die letzte Funktion des Geschäftsbriefes ist die Deklarationsfunktion, die zur Bestätigung eines Sachverhalts dient. Textsorten wie Bevollmächtigungen, Gutachten, Gründungs- oder Erkennungsurkunden, die Formeln wie *hiermit wird ernannt* oder *bescheinigt* beinhalten, zeichnen sich mit dieser Funktion aus (vgl. BRINKER, 1992, S. 136).

Die konkreten Geschäftsbriefe, die in der außerbetrieblichen Kommunikation vorkommen, sind laut BUHLMANN / FEARNNS:

„Kontaktaufnahme, Voranfrage, Anfrage, Angebot, wiederholtes Angebot, Bestellung/Auftrag, Auftragsannahme, Auftragsbestätigung, Annahmeverzug, Zurückziehung/Ablehnung eines Auftrags, Bestätigung über Wareneingang, Terminbestätigung, Versandanzeige, Lieferschein, Eingangsbestätigung, Kreditauskunftsersuchen, Mahnung, Reklamation, Zahlungserinnerung, Zahlungsanzeige, Zahlungsaufforderung, Antwort auf Mahnung, Beschwerde, Reklamation oder Mangelrüge, Geschäftsbedingungen, Zahlungs- und Lieferbedingungen, Verträge und Vereinbarungen“ (BUHLMANN / FEARNNS, 2000, S. 307).

Die innerbetriebliche Kommunikation beinhaltet folgende Gattungen von Geschäftsbriefen: „Rundschreiben, Bericht, Analyse, Protokoll aus der Sitzung, Aktennotiz, Statistik, Arbeitsvertrag“ (BUHLMANN / FEARNNS, 2000, S. 307).

Die letzte Gruppe der betrieblichen Kommunikation – zwischen den Behörden und Ämtern – bilden Geschäftsbriefe wie „Antrag, amtliche Verfügung, behördliche Maßnahme, Verordnung, Werbebrief, Klage, Reklamation, Mahnung, Bitteschreiben“ (BUHLMANN / FEARNNS, 2000, S. 307).

3.2.1 DIN 5008

Die Schreib- und Gestaltungsregeln von Geschäftsbriefen unterliegen der DIN-Norm *DIN 5008*, deren aktuelle Version vom Jahre 2020 stammt. Die DIN-Normen regeln auch die Grundsätze für den elektronischen Schriftverkehr und dienen als Vorlage für E-Mails. Sie garantieren die Qualität der Briefe und stellen die Schreibregeln von z. B. Abkürzungen, Daten, Betreffzeilen, Grußformeln oder Unterschriften. Die Einhaltung dieser Normen ist aber nicht pflichtig (vgl. DUDEN, 2020, S. 114).

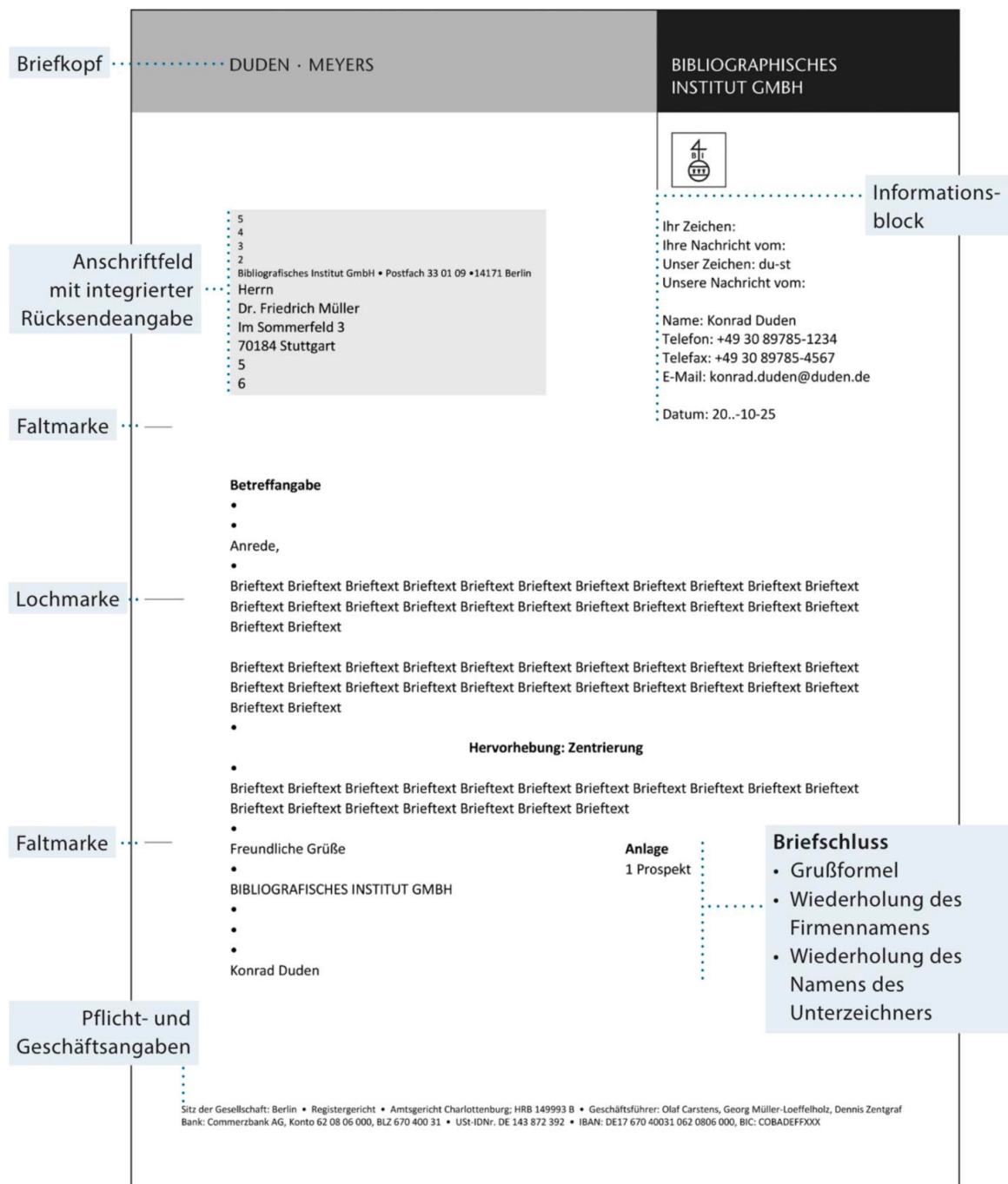


Abbildung 4 – Aufbau eines Geschäftsbriefes nach DIN 5008

Quelle: DUDEN, 2020, S. 117

Diese Abbildung stellt anschaulich die Struktur eines Geschäftsbriefes, die der DIN 5008 Norm entspricht, dar. Sie zeigt nicht nur die obligatorischen Teile wie Betreff, Datum, Adresse usw., sondern gibt auch die Zeilenabstände und die Hervorhebung (Betreff) an. Die Einhaltung dieser Struktur trägt zur Klarheit und besseren Orientierung bei. Die Norm empfiehlt auch die Größe und Art der Schriftarten.

3.2.2 Konzepte der Formulierung der Geschäftskorrespondenz

Es gibt verschiedene Konzepte, die die Gestaltung und Formulierung von Geschäftskorrespondenz unterstützen. Der Hamburger Verständlichkeitskonzept und das Kommunikationsquadrat ist für alle Briefsorten gültig (vgl. DUDEN, 2014, S. 12).

3.2.2.1 Das Hamburger Verständlichkeitskonzept

Das Hamburger Verständlichkeitskonzept legt vier grundlegende Regeln für die Formulierung der Geschäftskorrespondenz fest. Der erste Grundsatz für die Verständigung des Textes ist die Einfachheit, wo Fachwörter erklärt, ungebräuchliche Ausdrücke vermeidet, Sätze im Aktiv geschrieben und Verben statt Substantiven verwendet werden. Der nächste Grundsatz ist die Gliederung und Ordnung der Sätze, die sinnvoll und übersichtlich in Absätze gegliedert werden und in der richtigen Reihenfolge stehen. Dann folgen die Kürze und Prägnanz, die die Weitschweifigkeit zu beschränken versuchen. Als letzte Grundsatz wird die zusätzliche Stimulanz angeführt. Der Text spricht damit die Empfänger intensiver an, die Stellung des Briefverfassers ist persönlicher und der Text ist mit persönlicher Anrede des Empfängers versehen. Die Anwendung von Illustrationen oder Tabellen macht den Text begreifbarer. Alle diese Grundsätze sollten in angemessener Weise verwendet werden um den Text so verständlich wie möglich zu gestalten (vgl. DUDEN, 2014, S. 10–11).

3.2.2.2 Das Kommunikationsquadrat

Das Kommunikationsquadrat umfasst vier Aspekte – die Sachebene, den Appell, die Beziehungsebene und die Selbstoffenbarung – der mündlichen und auch der schriftlichen Kommunikation. Die Sachebene beschäftigt sich mit dem Inhalt, der deutlich und verständlich ist. Bei dem Appell wird berücksichtigt, was die Absicht des Absenders ist und was der Absender vom Empfänger erwartet. Die Beziehungsebene zielt auf das Verhältnis zwischen dem Absender und Empfänger. Die Selbstoffenbarung untersucht die Weise, wie man schreibt, weil sie immer etwas über den Absender und seine Einstellungen verrät. Wenn der Absender das Kommunikationsquadrat richtig verwendet, vermeidet er damit Missverständnisse in der Korrespondenz (vgl. DUDEN, 2020, S. 14–15).

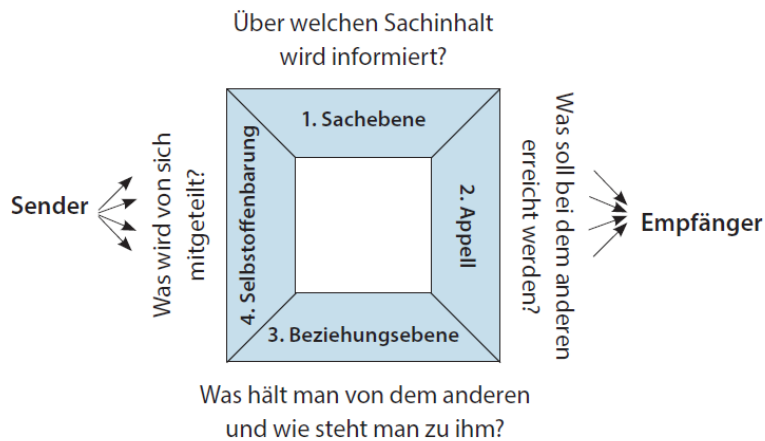


Abbildung 5 – Kommunikationsquadrat

Quelle: DUDEN, 2020, S. 14

3.2.3 Aufbau und Gestaltung des Geschäftsbriefes

Vor dem Beginn des Schreibens ist es notwendig das Ziel festzustellen und über das Verhältnis zwischen dem Absender und dem Empfänger nachzudenken. Der Prozess des Verfassens des Geschäftsbriefes lässt sich in drei Teile gliedern. Zuerst, in der Vorbereitungs- und Planungsphase, sammelt der Absender alle nötigen Informationen über dem Empfänger. Dann folgt die Phase des Schreibens und zuletzt die Kontrolle und Korrektur des Textes (vgl. DUDEN, 2014, S. 11).

3.2.3.1 Sinnvoll gliedern

Der Inhalt eines Geschäftsbriefes wird sowohl inhaltlich als auch textlich gegliedert. Bei der inhaltlichen Gliederung wird auf den logischen und inhaltlichen Zusammenhang der Sätze aufgepasst. Die textliche Gliederung teilt den Inhalt in Absätze, weil die Sätze, die inhaltlich miteinander nicht zusammenhängen, getrennt werden. Um den Text noch übersichtlicher zu machen und die Lesbarkeit zu erhöhen, werden Punkte, Ausrufezeichen, Semikola, Klammer, Doppelpunkte oder Gedankenstriche verwendet. Der Brief kann noch durch Tabellen oder Auflistungen ergänzt werden, um den Inhalt anschaulicher zu präsentieren (vgl. DUDEN, 2020).

3.2.3.2 Einfach formulieren

Der heutige Schreibstil zeichnet sich damit aus, dass die Texte verkürzt und vereinfacht werden. Die neuen Tendenzen der Sprache zeigen, dass die Verwendung von Modalverben als Ausdruck der Höflichkeit allmählich aufgegeben wird. Oft wurde *Ich möchte mich bei*

Ihnen herzlich für die Unterstützung bedanken (DUDEN, 2014, S. 17) geschrieben. Um die Weitschweifigkeit zu vermeiden, wird eher Indikativ benutzt, und zwar *Ich danke Ihnen herzlich für die Unterstützung* (DUDEN, 2014, S. 17).

Die Wortwahl wird durch Streben nach Kürze beeinflusst und höfliche alte Formulierungen *unter Berücksichtigung, in Rechnung stellen* werden durch einfachere und normalsprachliche Formulierungen *wegen, berechnen* ersetzt (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 49).

Bei der Verwendung von Fach- und Fremdwörtern oder Abkürzungen muss sich der Absender vergewissern, dass der Empfänger ihre Bedeutung kennt, damit Missverständnisse nicht auftreten. Wenn der Empfänger die komplizierten Begriffe nicht kennt, sollen sie vom Absender ausführlich erklärt werden. Bandwurmwörter³ werden entweder durch Bindestriche geteilt oder umgeschrieben, anstatt *Berufskraftfahrerqualifikationsgesetz* eher *Gesetz zur Qualifikation der Berufskraftfahrer* (DUDEN, 2014, S. 21). Vorreiter, die oft in den Geschäftsbriefen vorkommen, sind solche Satzanfänge, die keine Aussage oder keine wichtige Information umfassen und deshalb werden sie weggelassen, z. B. *Sie setzen uns in Kenntnis* oder *Bezug nehmend auf Ihr Schreiben* (DUDEN, 2014, S. 19).

Eine weitere Tendenz der Geschäftssprache und der alltäglichen Geschäftsbriefe, die an den Kunden geschickt werden, ist auf die Floskeln⁴ und Papierwörter zu verzichten. In den Geschäftsbriefen, die für Behörden oder Institutionen bestimmt sind und den höchsten Grad der Höflichkeit aufweisen, kommen Korrespondenz-Floskeln noch vor (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 50). Papierwörter, wie z. B. *in obiger Angelegenheit, ein Betrag in Höhe von, aus gegebenem Anlass* (DUDEN, 2014, S. 22) werden häufig geschrieben aber nur selten gesprochen. Füllwörter *quasi, dahingehend, sozusagen, eigentlich, überhaupt* (DUDEN, 2014, S. 23) gehören eher in die gesprochene Sprache, wo sie die Aussage färbiger machen. In einem Geschäftsbrief sollen sie nicht vorkommen, weil sie störend und überflüssig wirken. Alle diese Empfehlungen tragen dazu bei, dass der Text kürzer, übersichtlicher und flüssiger wirkt (vgl. DUDEN, 2014).

³ „Wort, das durch seine Länge auffällt“ In WORTBEDEUTUNG, 2023. Bandwurmwort. In: *wortbedeutung.info* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.wortbedeutung.info/Bandwurmwort/>.

⁴ „nichtssagende Redensart; formelhafte, leere Redewendung“ In DUDEN Rechtschreibung, 2023. Floskel. In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Floskel>.

3.2.3.3 *Prägnant schreiben*

Die Länge des Textes entspricht dem Inhalt. Der Absender beschränkt sich nur auf das wesentliche. Der Inhalt wird im Aktiv formuliert, damit er nicht eintönig und lieber persönlicher auf den Empfänger wirkt. Das Passiv wird nur dann verwendet, wenn es erforderlich ist die einzelnen Sätze abwechslungsreicher zu machen. Substantivierungen wie *Inanspruchnahme, Zurverfügungstellung* (DUDEN, 2014, S. 27), die für den Nominalstil typisch sind, aber hölzern auffallen, werden mit verbalen Ausdrucksweisen *Sie nehmen ... in Anspruch; Ich habe ... zur Verfügung gestellt* (DUDEN, 2014, S. 27) ersetzt. Mit dem Nominalstil sind die Funktionsverbgefüge⁵ verbunden, die in der offiziellen Geschäftskorrespondenz häufig auftreten. Zwischen Geschäftspartnern, die sich schon kennen und regelmäßig Briefe wechseln, werden die Funktionsverbgefüge nur selten verwendet und werden mit einem Verb umgeschrieben. Anstatt *mit Unterschrift versehen, zur Eintragung bringen* kommen *unterschreiben, eintragen* (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 54) vor.

Um den Text lesbarer zu machen, werden Streckformen wie *zur Anwendung kommen lassen, dem Bedauern Ausdruck verleihen zu anwenden, bedauern* (DUDEN, 2014, S. 28) ersetzt. Hauptwortketten hindern der Verständigung des Inhalts, es werden höchstens vier Substantive und zwei Genitivattribute aneinandergereiht. Attributive Partizipien tragen dazu bei, dass der Inhalt präziser und differenzierter ist, manchmal sind sie aber unnötig und überflüssig, es ist genügend die Formulierung *Ihre bisher gemachten Erfahrungen zu Ihre Erfahrungen* (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 52) zu verkürzen.

Damit der Text nicht eintönig erscheint und Wiederholungen enthält, benutzt der Absender Synonyme oder sinnverwandte Wörter. Pleonasmen, unter deren „man das mehrfache Auftreten eines Bedeutungsmerkmals in einem Ausdruck [versteht]“⁶ und „überflüssige Doppelung“ (DUDEN, 2014, S. 31) wie z. B. *genauer Termin, nochmals wiederholen*

⁵ „aus einer festen Verbindung von Substantiv und Verb bestehendes Syntagma, bei dem der Verbinhalt verblasst ist und das Substantiv den Inhalt der Wortverbindung bestimmt (z. B. in Verbindung treten).“ In DUDEN Rechtsschreibung, 2023. Funktionsverbgefüge. In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/rechtsschreibung/Funktionsverbgefuege>.

⁶ DUDEN Rechtsschreibung, 2023. Was ist ein Pleonasmus? In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Was-ist-ein-Pleonasmus>.

(DUDEN, 2014, S. 32) werden vermieden und nur mit *Termin*, *wiederholen* (DUDEN, 2014, S. 32) ersetzt werden (vgl. DUDEN, 2014).

3.2.3.4 Stilmittel einsetzen

Nicht nur die äußere Form und der Inhalt, sondern auch die Art wie der Absender den Empfänger anspricht ist für die Wirkung und den Eindruck des Briefes auf den Leser entscheidend. In einem Brief kommen verschiedene Möglichkeiten der direkten Ansprache vor. Der Empfänger wird direkt von dem Absender angesprochen und wird damit aufgefordert, eine bestimmte Tätigkeit durchzuführen. Unhöflich wirkt, wenn der Absender den Empfänger nicht anspricht. Wenn der Absender nicht sicher ist, wer die Leser seines Briefes sein werden, spricht er beide Geschlechter an, und benutzt zwar die sogenannte Doppelnennung *Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen*. Damit der Inhalt lebendiger wirkt, werden bestimmte Ausdrücke betont, wenn sie der Verfasser am Anfang des Satzes stellt (vgl. DUDEN, 2014).

3.3 Die äußere Form des Geschäftsbriefes

Die Struktur des Geschäftsbriefes unterliegt der DIN-Norm *DIN 5008* und besteht aus den folgenden Teilen:

3.3.1 Der Briefkopf

In dem Briefkopf werden der Name und die Adresse des Unternehmens, bzw. die Telefonnummer, die E-Mailadresse und die Bankverbindung angeführt (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 55).

3.3.2 Die Anschrift des Empfängers

Die Anschrift beinhaltet sowohl den Namen des Empfängers als auch die Postanschrift. Der Name besteht aus der Anrede *Herrn* oder *Frau* im Akkusativ (vgl. DUDEN, 2014, S. 46), gefolgt von den Namen und der Berufsbezeichnung. Wenn der Geschäftsbrief an mehrere Personen geschickt wird, werden sie laut ihrer Position im Unternehmen geordnet (vgl. SACHS, 1993, S. 12). Die Postanschrift setzt sich aus „[der] Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ortsangabe“ (SACHS, 1993, S. 12).

3.3.3 Das Bezugszeichen und Datum

Die typischen Leitwörter für das Bezugszeichen sind z. B. *Ihre Nachricht vom, Unsere Zeichen* (SACHS, 1993, S. 12) und kommen vor allem in öffentlichen Diensten vor. Es ist nicht obligatorisch das Bezugszeichen in den Geschäftsbriefen zu verwenden (vgl. DUDEN, 2014, S. 63).

Die DIN-Norm *DIN 5008* bevorzugt die Jahr-Monat-Tag-Reihenfolge für das Schreiben des Datums, wo die Null hinzugefügt wird, wenn es nötig ist, z. B. der Januar wird als *01* geschrieben (vgl. DUDEN, 2014, S. 69).

3.3.4 Die Betreffzeile

Die Betreffzeile informiert den Empfänger über den Inhalt des Geschäftsbriefes oder gibt Auskunft über seine Art. Es können die Nummer und das Datum hinzugefügt werden – *Bestellung Nr. 44, Angebot vom 23.08.2023*. Die Betreffzeile ist eindeutig, konkret und übersichtlich, das Leitwort *Betreff* wird nicht mehr angegeben (vgl. SACHS, 1993, S. 86).

3.3.5 Die Anrede

Mit der Anrede beginnt die eigentliche Kommunikation. Die üblichste Anrede, wenn der Absender den Empfänger nicht kennt, lautet *Sehr geehrte Damen und Herren* (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 116). Wenn der Empfänger namentlich bekannt ist, wird *Sehr geehrter Herr [...]* oder *Sehr geehrte Frau [...]* (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 116) geschrieben, dazu werden auch Titel hinzugefügt. Der Name kann auch weggelassen werden und der Empfänger wird nur mit seinem Titel angesprochen, wenn der Respekt gegenüber dem Empfänger betont wird (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 116).

3.3.6 Der Briefftext

Der Briefftext wird gemäß den Grundsätzen und Regeln, die im Kapitel 3.2.3 dargestellt wurden, gestaltet. Im Allgemeinen beinhaltet der Briefftext „die Einleitung, den Hauptteil und den Schluss“ (ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 58).

3.3.7 Die Schlussformel

Die angemessene und meistbenutzte Schlussformel lautet *Mit freundlichen Grüßen* (DUDEN, 2014, S. 66).

3.3.8 Die Unterschrift und der Anlagevermerk

Geschäftsbriefe tragen die handschriftliche Unterschrift des zuständigen Mitarbeiters, die oft mit einem Unternehmensstempel versehen ist.

Falls die Anlage beigelegt wird, wird es durch den Anlagevermerk bekanntgegeben.

3.4 Arten der Geschäftsbriefe

Alle Arten der Geschäftsbriefe, die in der betrieblichen Kommunikation vorkommen, werden in dem Kapitel 3.2 *Geschäftsbrief als Mittel der betrieblichen Kommunikation* angeführt. Dieser Kapitel konzentriert sich auf die Arten der Geschäftsbriefe, die in der Geschäftskorrespondenz häufig verwendet werden und die den Verlauf eines Geschäftsfalles von der Anfrage bis zu einer möglichen Reklamation beschreiben. Diese Geschäftsbriefe werden ausführlich dargestellt, weil sie als Grundlage für den praktischen Teil dienen.

3.4.1 Die Anfrage

Die Kunden senden Anfragen an Unternehmen, um Informationen über ihre Produkte und Preise, vor allem in der Form eines Angebots, einzuholen (vgl. DUDEN, 2014, S. 115). Die Anfrage kann der Beginn neuer Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen sein. Das Unternehmen ist nicht rechtlich verpflichtet, die Anfrage zu erfüllen.

Es werden zwei Arten von Anfragen unterschieden – die allgemeine und bestimmte Anfrage. Mit der allgemeinen Anfrage bekommt der Kunde den ersten Überblick über das Sortiment in Form bspw. der „Kataloge, Preislisten, Prospekte“ (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 14) anhand deren er sich folglich entscheiden kann, ob er seine Kaufabsicht realisieren wird (vgl. PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 14). Mit der bestimmten Anfrage erkundigt sich der Kunde nach einer konkreten Ware oder Dienstleistung und bittet um konkrete Angaben – „Preis, Rabatt, Liefer- und Zahlungsbedingungen“ (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 14).

Die Strukturen beider Anfragen folgen die oben genannten Regeln der DIN-Norm *DIN 5008* mit der Ergänzung von weiteren Punkten, die von DUDEN definiert werden:

Die allgemeine Anfrage beinhaltet:

1. Auskunft, wie der Kunde den konkreten Anbieter gefunden hat
2. Bitte um die Einsendung von Katalogen, Prospekten, Preislisten und Verkauf-, Zahlungs- und Lieferbedingungen

3. Bitte um weitere Informationen – Verkaufs, Liefer- und Zahlungsbedingungen

Die bestimmte Anfrage enthält:

1. Auskunft, wie der Kunde den konkreten Anbieter gefunden hat
2. Kundennummer, falls der Kunde regelmäßige Einkäufe macht
3. Genaue Bezeichnung und Charakteristik der gewünschten Ware oder Dienstleistung, z. B. „Menge, Qualität, Farbe“ (DUDEN, 2014, S. 116)
4. Bitte um weitere Informationen – Verkaufs, Liefer- und Zahlungsbedingungen – über die konkrete Ware oder Dienstleistung
5. Den gewünschten Liefertermin

Die Anfrage kann auch Informationen über Ersatzteilen und ihre Preise, Verpackung und Wartung beinhalten (vgl. DUDEN, 2014, S. 116–117).

3.4.2 Das Angebot

Aufgrund der Anfrage kann an den Kunden ein Angebot geschickt werden. Durch das Angebot bietet das Unternehmen seine Produkte oder Dienstleistungen an.

Es werden folgende Arten von Angeboten unterschieden:

- das verlangte Angebot, das direkt auf die Anfrage des Kunden reagiert;
- das unverlangte Angebot, oder auch „das Blindangebot“ (DUDEN, 2014, S. 121), wird in dem Fall an den Kunden geschickt, wenn das Unternehmen seine neuen Produkte vorstellen will oder ein Sonderangebot anbietet, es gibt keine vorherige Anfrage vom Kunden;
- das bindende Angebot beginnt in der schriftlichen Form mit der Redewendung *Das Angebot gilt bis ...* (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 24), der Anbieter bietet bestimmte Produkte an, die zu einem festgesetzten Datum bestellt werden müssen. Nach Ablauf der Frist ist das Angebot nicht mehr gültig. Wenn das bindende Angebot mündlich oder telefonisch verläuft, muss es bis zum Ende des Gesprächs angenommen oder abgelehnt werden;
- das freibleibende Angebot ist rechtlich unverbindlich und enthält Phrasen wie *Ich biete Ihnen freibleibend an, Solange das Vorrat reicht* (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 24) oder *Unverbindliches Angebot, Preisänderungen vorbehalten* (BIELI / GEISER,

2023, S. 38), d. h. der Anbieter hat keine Pflicht, dem Angebot nachzukommen (vgl. PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 24).

Die Struktur des Angebots folgt den Regeln der DIN-Norm *DIN 5008* und beinhaltet darüber hinaus folgende Punkte:

1. Ausführliche Charakteristik der angebotenen Ware oder Dienstleistungen, d. h. die Art, Qualität, Menge oder den Preis
2. Zeitliche Begrenzung und Gültigkeit des Angebots, manchmal sind nur bestimmte Ware befristet
3. INCOTERMS-Klauseln, die die Lieferbedingungen von Waren regeln, z. B. *ab Werk, frei Haus* oder *Kosten und Fracht*
4. Zahlungsbedingungen
5. Bzw. Anmerkungen oder Hinweise zu bestimmten Teilen des Angebots oder der Anlage (vgl. DUDEN, 2014, S. 121)

3.4.3 Die Bestellung

Die Bestellung, auch der Auftrag genannt, knüpft an ein freibleibendes oder vorhergehendes Angebot. Gemäß der Bestellung werden die erwünschten Waren oder Dienstleistungen des Kunden vom Unternehmen geliefert. Wenn die Bestellung ohne Änderungen vom Unternehmen angenommen wird, wird der Kaufvertrag abgeschlossen. Die Bestellung kann vom Kunden zurückgezogen werden, dann wird über einen Widerruf gesprochen (vgl. PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 26).

Die Struktur der Bestellung unterliegt den oben genannten Regeln der DIN-Norm *DIN 5008* und wird um folgende Teile, die nach DUDEN bestimmt werden, ergänzt:

1. Danksagung für die Einsendung des Angebots
2. Bestellsatz, z. B. *Gemäß des Angebots bestellen wir ...*
3. Genaue Bezeichnung und Charakteristik der Waren – „Name des Produktes, Artikelnummer, Größe, Gewicht, Farbe, Qualität“ (DUDEN, 2014, S. 14) mit der Menge- und Verpackungsangaben
4. Gesamtsumme

5. Liefertermin, den das Unternehmen bestätigen oder ablehnen kann und danach dem Kunden den neuen Liefertermin mitteilen kann (vgl. DUDEN, 2014, S. 14)

3.4.4 Die Reklamation

Die Reklamation wird auch als „Mängelrüge“ (DUDEN, 2014, S. 242) oder „Beanstandung“ (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 76) bezeichnet. Der Kunde sendet die Reklamation, wenn er mit den gelieferten Waren oder Leistungen nicht zufrieden ist und wenn die Vertragsbedingungen nicht eingehalten wurden (vgl. PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 76). Der Kunde beanstandet die „Menge, Art, Qualität, Beschaffenheit“ (DUDEN, 2014, S. 242) oder „bestimmte Eigenschaften der Ware [...], die Verpackung [...], die Art und Weise der Auslieferung [...], Fehler in der Rechnung“ (PŠČOLKOVÁ, 2003, S. 76).

Die Reklamation enthält folgende Punkte:

1. Verweis auf die Nummer der Bestellung oder Datum der Lieferung
2. Genaue Bezeichnung der Ware
3. Ausführliche Beschreibung des Mangels
4. Vorschlag der Mängelbehebung (Nachbesserung, Preisnachlass, Ersatzlieferung, Schadenersatz) oder Bitte an den Lieferanten um Lösungsvorschläge
5. Oder Rücktritt vom Kaufvertrag (vgl. DOLEŽALOVÁ, 2007, S. 92–93)

3.4.5 Die Mahnung

Die Mahnung ist die „Aufforderung des Gläubigers an den Schuldner“⁷. Sie wird in dem Fall geschrieben, wenn der Preis für die Ware, die der Kunde bestellt und übernommen hat, noch nicht bezahlt wurde. Dem Kunden können mehrere Mahnbriefe zugesendet werden, bevor das Unternehmen gerichtliche Maßnahmen trifft (vgl. DUDEN, 2014, S. 231). Wenn die Mahnung in freundlicherem Ton verfasst ist, wird sie die „Zahlungserinnerung“ (DUDEN, 2014, S. 231) genannt.

⁷ GABLER Wirtschaftslexikon, 2023. Mahnung. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2023-11-29]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/mahnung-39757>.

Bei der Gestaltung der Mahnung muss die bestellte Ware genau bezeichnet und die Rechnung hinzugefügt werden. Das Unternehmen fordert den Kunden zur Zahlung auf und setzt ein neues Zahlungsdatum fest (vgl. DUDEN, 2014, S. 231).

II. PRAKTISCHER TEIL

4 EINLEITUNG IN DEN PRAKTISCHEN TEIL

Der Beginn des praktischen Teils konzentriert sich auf die Vorstellung der Schmiedewerkstatt VIVA AG, die mir ihre authentischen Geschäftsbriefe für die Analyse zur Verfügung stellte.

Das erste Ziel des praktischen Teils ist es, die Geschäftsbriefe in entsprechende Kategorien der Fachsprache, die in den Kapiteln *1 Fachsprache* und *2 Wirtschaftssprache* dargestellt werden, einzuordnen. Das zweite Ziel des praktischen Teils ist es zu zeigen, wie die heutige Geschäftskorrespondenz, in diesem Fall zwischen der Schmiedewerkstatt VIVA AG und ihren Geschäftspartnern – unter dem Gesichtspunkt der Struktur, Form und Kommunikationsgewohnheiten – aussieht. Das dritte und wichtigste Ziel ist, die authentische geschäftliche Korrespondenz der Schmiedewerkstatt aus der Sicht der Struktur, lexikalischen, syntaktischen und stilistischen Merkmalen zu analysieren. Anhand der Ergebnisse dieser Analyse wird festgestellt, ob diese Geschäftsbriefe den Grundsätzen der richtigen Verfassung der Geschäftskommunikation entsprechen oder inwieweit sie sich von den festgesetzten Mustern unterscheiden und ob es manche Bereiche in der schriftlichen Geschäftskommunikation gibt, die vervollkommen werden können.

Den Korpus bilden die gesammelten Geschäftsbriefe, die zwischen der Schmiedewerkstatt VIVA AG und ihren Partnern ausgetauscht wurden. Es werden solche Geschäftsbriefe gewählt, die am häufigsten geschickt werden, zur erfolgreichen Geschäftskommunikation beitragen und deren Texte fachsprachliche Ausdrücke und Termini beinhalten – Anfragen, Angebote, Bestellungen, Reklamationen und Mahnungen. Die Schmiedewerkstatt VIVA AG verwendet als Grundlage für ihre Geschäftskommunikation auch vorgefertigte Formulare um den Kommunikationsprozess zu erleichtern und beschleunigen. Der Korpus umfasst auch Beispiele der E-Mail-Kommunikation, weil diese Art der schriftlichen geschäftlichen Kommunikation dank derer Schnelligkeit heutzutage vordringt. Das bedeutet, dass für manche Geschäftsbriefe keine Formulare vorhanden sind und verschickt werden und die Kommunikation nur per E-Mail verläuft.

Zuerst wird die übliche Handelskorrespondenz anhand der Beschreibung einer Auftragsabwicklung vorgestellt. Dann wird die Struktur – von der Anrede bis zur Schlussformel – des konkreten Geschäftsbriefes beschrieben und es wird untersucht, ob der Brief alle Punkte, die in dem Kapitel *3.3 Die äußere Form des Geschäftsbriefes* angeführt werden, beinhaltet. Hier handelt es sich um allgemeine Grundsätze des richtigen

Geschäftsverkehrs, die alle Arten der Geschäftsbriefe befolgen sollen. Danach wird der Inhalt jedes Briefes untersucht und es wird festgestellt, ob er den Inhaltsanforderungen, die in dem Kapitel 3.4 *Arten der Geschäftsbriefe* für jede einzelne Art des Geschäftsbriefes beschrieben werden, entspricht. Daraufhin wird untersucht, ob die verwendete Sprache und sprachliche Elemente, die im Kapitel 3.2.3 *Aufbau und Gestaltung des Geschäftsbriefes* erwähnten Regeln folgt. In der Forschung wird auch festgestellt, inwieweit die fachsprachlichen Ausdrücke in den Briefen vorkommen, wie die Briefe formuliert und zusammengestellt werden, ob sie die DIN-Norm 5008 einhalten und welche Tendenzen des Schreibstils die Briefe aufweisen. Dieser Abschnitt wird zur Feststellung führen, wie die Geschäftskommunikation tatsächlich aussieht und in welchen Aspekten die untersuchten Geschäftsbriefe von den, den festgelegten Regeln entsprechenden Musterbriefe, abweichen.

5 DIE SCHMIEDEWERKSTATT VIVA AG

Im ersten Kapitel wird die Schmiedewerkstatt VIVA AG, die Gesellschaft, die mir die Geschäftsbriefe für nachstehende Analyse gewährte, vorgestellt.

5.1 Die Schmiedewerkstatt VIVA AG

Die Schmiedewerkstatt VIVA AG gehört zu den führenden tschechischen industriellen Schmiedewerkstätten. Ihr Sitz befindet sich in Zlín im Industriegebiet Svit. Die Schmiedewerkstatt spezialisiert sich auf die Herstellung der Schmiedestücke vor allem aus Stahl. Die Schmiedestücke mit dem Gewicht von 0,1 bis 30 kg werden für die Fertigung der PKWs, LKWs, Hydraulikmotoren, Gabelstapler und Eisenbahnen benutzt. Nächste Anwendungsmöglichkeit ist im Bereich der Landwirtschaft und des Maschinenbaus.

Die Gesellschaft Schmiedewerkstatt VIVA wurde im Jahre 1992 in Zlín gegründet und knüpfte an die Tradition der Schmiedewerkstatt von Baťa an. Heutzutage beschäftigt sie mehr als 400 Mitarbeiter.

5.2 Produkte

Ihre Produkte werden an hochrangige weltweite Unternehmen geliefert. Die Produktion eines Schmiedestücks besteht aus einer Reihe von komplexen Tätigkeiten – von der Entwicklung, Konstruktion, Herstellung bis zur Bearbeitung und Logistik des Schmiedestücks. Der gesamte Prozess dauert gewöhnlich 8–12 Wochen. Die Werkstatt ist fähig, ungefähr 30 000 Tonnen von Produkten oder 10 Mio. Schmiedestücke pro Jahr herzustellen.

5.3 Abnehmer

Zu den bedeutendsten Abnehmern der Produkte gehören Betriebe wie SCANIA AB, die Nutzfahrzeuge, Busse, Schiffs- und Industriemotoren herstellt, ZF Friedrichshafen AG, die sich auf die Herstellung von Antrieb- und Fahrwerktechnik spezialisiert, LINDE Material Handling GmbH mit ihren Gabelstaplern und Lagertechnikgeräten, Volvo AB und Bosch GmbH.⁸

⁸ Vgl. *VIVA KOVÁRNA* [online], 2023. [zit. 2023-11-22]. URL: <https://www.viva.cz/>.

6 GESCHÄFTSBRIEF

Geschäftsbrief ist ein wichtiges Mittel der schriftlichen betrieblichen Kommunikation, weil er Verständigung unter Unternehmen, Angestellten und Behörden gewährleistet. Er zeichnet sich durch Verwendung von spezifischem Fachwortschatz mit der Einhaltung bestimmter Normen und deshalb gehört die Textsorte Geschäftsbrief zur Fachsprache, die sich noch horizontal und vertikal gliedern lässt.

6.1 Horizontale Gliederung

ROELCKE (2005) unterscheidet drei Hauptbereiche der horizontalen Gliederung. Einer der Hauptbereiche ist die Techniksprache (Sprache der Produktion und Fertigung), zu der die Geschäftsbriefe zugeordnet werden. Sie befinden sich auch an der Grenze zwischen Theorie- und Praxissprache.

6.2 Vertikale Gliederung

Geschäftsbriefe als Fachtexte lassen sich nach ROELCKE (2005) in die niedrigere Abstraktionsebene, die er die Werkstattsprache nennt, einordnen. Im Vordergrund steht etwas Besonderes, sie enthalten viel Fachwortschatz, da die Kommunikation hauptsächlich in der Produktion und im Verkauf verläuft.

In der vertikalen Gliederung der Fachsprache, die von HOFFMANN (1984) definiert wird, gehören Geschäftsbriefe wie Anfrage, Lieferschein oder Reklamation, die das Instrument der außerbetrieblichen Kommunikation darstellen, in die *Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik*. In diesen Briefen wird eine wesentliche Anzahl der Fachtermini verwendet, die Kommunikation verläuft unter Technikern oder technischen Produktionsleitern und sie weisen eine hohe Abstraktionsstufe aus.

Geschäftsbriefe wie Protokolle, Berichte oder Rundschreiben werden in eine andere Abstraktionsstufe, die von HOFFMANN (1984) festgelegt wird, eingeordnet – *Sprache der materiellen Produktion*. Diese Briefarten beinhalten hohe Anzahl von Fachtermini und dienen der innerbetrieblichen Kommunikation. Der Unterschied zu der Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik besteht darin, dass diesmal die Facharbeiter und Angestellten die Kommunikationspartner darstellen, die Syntax nicht so streng determiniert ist und die Abstraktionsstufe niedrig ist.

6.3 Fachtextsorte

ROELCKE (2014) bestimmt drei Grundtypen der Fachtextsorten mit informativer, instruktiver oder direkter Funktion. Geschäftsbriefe wie Berichte, Protokolle aus den Sitzungen oder Rundschreiben verfügen über die darstellende und informative Funktion, während Anfragen, Bestellungen oder Reklamationen, die zur außerbetrieblichen Kommunikation zählen, eine appellative und anordnende Funktion aufweisen, aufgrund derer sie als direkte Texte klassifiziert werden.

Weiter unterscheidet ROELCKE (2014) zwischen den mündlichen und schriftlichen Fachtexten, wobei er bei den Letztgenannten drei Typen unterscheidet, und zwar die informativen, instruktiven und direkten Texte. Auf der Grundlage dieser Einteilung werden Geschäftsbriefe in die schriftliche fachinterne Kommunikation eingeordnet, weil sie in schriftlicher Form vorkommen. Bei der Bestimmung, ob sich die Geschäftsbriefe in die fachinterne oder fachexterne Kommunikation gliedern lassen, ist die Art der Geschäftsbriefe nicht ausschlaggebend, weil zur fachexternen Kommunikation didaktische und populärwissenschaftliche Texte oder Bücher gehören und die Rezipienten auch Laien sind. Das bedeutet, dass in der fachinternen Kommunikation Angebote, Bestellungen oder Mahnungen, die zur Verständigung unter Fachleuten aus mehreren Unternehmen benutzt werden, und auch Protokolle oder Berichte, die nur im Rahmen eines Unternehmens versendet werden, zu finden sind. Es geht darum, dass die Kommunikation entweder unter Fachleuten verläuft oder dass die Rezipienten dieser Geschäftsbriefe aus derselben Branche stammen.

6.4 Wirtschaftssprache

Laut der Gliederung der Wirtschaftssprache von ŠILHÁNOVÁ (2011), die sich auf BORGULYA (1988) stützt, umfasst die praktisch-fachliche Schicht, die der Wirtschaftspraxis dient und für die betriebsinterne und betriebsexterne Kommunikation geeignet ist, alle Geschäftsbriefe.

Eine andere Gliederung laut ŠILHÁNOVÁ (2011), die vor allem die Kommunikationspartner wahrnimmt, ordnet die Geschäftsbriefe der sogenannten Berufssprache zu, weil die Kommunikation im betrieblichen Umfeld verläuft.

7 ANALYSE DER GESCHÄFTSBRIEFE

Zuerst wird in diesem Kapitel die Geschäftskommunikation der Schmiedewerkstatt VIVA AG vorgestellt. Darauf aufbauend wird die übliche Geschäftsabwicklung anhand der gesammelten Geschäftsbriefe erläutert und die Struktur und Sprache werden bei diesen Geschäftsbriefen analysiert. Anschließend wird eine detaillierte Analyse der Struktur, Lexik, Stilistik und Syntax der zwei ausgewählten Arten der Geschäftsbriefe – der Bestellung und der Reklamation – durchgeführt.

7.1 Kommunikation in VIVA AG

Früher wurde das Fax häufig verwendet, heutzutage erfolgt die Geschäftskommunikation über das Internet, das eine schnelle und sichere Weise der Kommunikation bietet, vor allem gewinnt die Kommunikation per E-Mail an großer Bedeutung. Die klassischen Formen der Briefe, die auf Papier und per Fax gesendet werden, werden durch die Kommunikation per Computer zurückgedrängt.

Die Geschäftskommunikation in der Schmiedewerkstatt VIVA AG erfolgt meist auf Englisch, vor allem dank dem größten Kunden, dem schwedischen Konzern SCANIA AG. Die Kommunikation mit deutschsprachigen Unternehmen macht einen kleineren Teil der gesamten Kommunikation aus.

Der offizielle Geschäftsverkehr der Schmiedewerkstatt VIVA AG verläuft in verschiedenen Formen. Am häufigsten wird die Kommunikation per E-Mail verwendet, wo sich im Anhang die konkreten Geschäftsbriefe befinden, die den bedeutendsten Teil der schriftlichen geschäftlichen Kommunikation der Schmiedewerkstatt bilden. Es gibt vorgefertigte Muster für fast alle Arten der Geschäftsbriefe – Angebote, Bestellungen, Reklamationen – die zwischen dem Kunden und der Schmiedewerkstatt versendet werden, deshalb sind sie strukturiert und haben eine einheitliche Form. Für manche Arten der Geschäftsbriefe nutzt die Schmiedewerkstatt keine vorgefertigten Formulare, sondern sie werden nur als Text in einem E-Mail verschickt, ein Beispiel davon sind die Mahnungen. Einen geringeren Teil der Kommunikation bilden auch die telefonischen Gespräche, die aber bei der Auswahl der Kommunikationsmittel nicht bevorzugt werden. Die meisten Geschäftsbriefe, die später analysiert werden, stammen aus der Kommunikation mit dem deutschen Unternehmen ABUS GmbH, das sich für Kransysteme spezialisiert.

7.2 Auftragsabwicklung

Auf der Grundlage der erworbenen Geschäftsbriefe werde ich offenbaren, wie die Auftragsabwicklung in der Schmiedewerkstatt VIVA AG in der Praxis aussieht. Dieser Prozess hat regelmäßig einen bestimmten Ablauf, das heißt, dass die Auftragsabwicklung mit einer Anfrage beginnt und mit der Lieferung von Waren und Begleichung der Rechnung endet.

7.2.1 Anfrage

Die ordentliche Auftragsabwicklung beginnt entweder mit der allgemeinen oder bestimmten Anfrage von einem Abnehmer. Wenn er bestimmte Kaufinteresse und Wünsche hat, wird das Angebot von konkreten Waren mit der Preisliste nachgefragt. Die Anfrage kann von einem unbekanntem Unternehmen, das keine geschäftliche Beziehung zu der VIVA AG hat und das einen neuen Kontakt aufnehmen will, verschickt, aber sehr häufig wird die Anfrage von einem Unternehmen, bei dem Geschäftskontakte zu der Schmiedewerkstatt schon existieren, versendet. Die Anfrage erfolgt sowohl in der Form eines Textes in dem E-Mail-Körper als auch in der Form eines Geschäftsbriefes, der sich im Anhang des E-Mails befindet. In der Geschäftskorrespondenz der Schmiedewerkstatt überwiegen die bestimmten Anfragen, d. h. die Kunden wenden sich selbst mit konkreten Anforderungen an die Schmiedewerkstatt. Sie brauchen nämlich spezifische Erzeugnisse, die die Schmiedewerkstatt herstellt, die sie dann für ihr Endprodukt verwenden.

7.2.2 Angebot

Anhand der Anfrage wird von der Schmiedewerkstatt das gewünschte Angebot, das als Anhang im E-Mail vorkommt, versendet. In dem Angebot wird die nachgefragte Ware genau beschrieben, das heißt die Menge, die Losgröße, der Stückpreis, der Preis für die Bearbeitung eines Stückes und auch der gesamte Preis. Dann werden weitere Parameter der Waren aufgelistet, wie z. B. Material der Erzeugnisse, das Gewicht eines Stückes und andere Angaben, die die Artikel detailliert charakterisieren. Was nicht fehlen darf sind die Zahlungs- und Lieferbedingungen, das heißt die INCOTERMS-Klauseln mit der Lieferfrist, und nicht zuletzt die Gültigkeit des Angebots. In dem Angebot sind alle Angaben, die die Ware und Auftragsbedingungen betreffen, genau beschrieben, um Missverständnisse in dem Geschäftsverkehr zu vermeiden. Alle Angebote haben die gleiche Struktur und die gleiche Form, ihr Inhalt ändert sich dann je nach den Wünschen der Kunden. Die Verkaufsabteilung

der Schmiedewerkstatt braucht keine unverlangten Angebote an andere Unternehmen zu senden, weil die Produktionskapazität durch die Nachfrage der Stammkunden ausreichend ausgelastet ist. Vor allem verschickt sie die verbindlichen Angebote, bei denen die Kunden die Ware zu einem festgelegten Datum bestellen müssen, sonst ist das Angebot nach dem Ablauf der Frist nicht mehr gültig.

7.2.3 Bestellung

Wenn der Kunde von dem Angebot die gewünschte Ware auswählt, sendet er die Bestellung – bis zu der in dem bindenden Angebot angegebenen Frist – an den Lieferanten. Die Bestellung entspricht immer dem vorher verschickten Angebot. In der Bestellung spezifiziert das Unternehmen die ausgewählte Ware, z. B. die Menge oder den Werkstoff. Danach wird die Einzel- und Gesamtpreis für eine bestimmte Art von Waren, der Liefertermin und die Gesamtsumme für alle bestellten Artikel angegeben. Dazu werden Informationen über die Lieferbedingungen, Verpackung und Zahlung von dem Angebot in die Bestellung umgeschrieben. Alle Bestellungen erfolgen genau wie die Anfragen auf einem vorgefertigten Formular, um die Einheitlichkeit der Gestaltung und der Struktur zu bewahren und das einzelne, was sich in jedem Brief ändert, ist der Inhalt. Sie werden fast immer als Anhänge in E-Mails verschickt.

Nach dem Bestelleingang erwartet der Kunde die schriftliche Auftragsbestätigung und damit wird ein Kaufvertrag abgeschlossen. Vor der Lieferung sendet der Lieferant auch eine Versandanzeige, wo er den Kunden über die Warenablieferung informiert. Danach folgt die Lieferung der Ware mit der Rechnung. Wenn die Rechnung innerhalb der festgelegten Frist bezahlt wird, wenn der Kunde bestätigt, dass die Ware erfolgreich eingekommen wurde und wenn es keine Mängel in Bezug auf Ware gibt, endet bestenfalls die Auftragsabwicklung.

7.2.4 Mahnung

Es kann aber auch passieren, dass die Auftragsabwicklung nicht mit der Eingangsbestätigung endet. Der außerordentliche Ablauf der Auftragsabwicklung erfolgt z. B. bei Zahlungsproblemen oder mangelhaften Waren, wenn eine Mahnung oder Reklamation eingereicht werden muss.

Wenn die Rechnung innerhalb der festgelegten Frist nicht bezahlt wird, ist die Schmiedewerkstatt gezwungen, die Mahnung über den ausstehenden Geldbetrag an das zahlungsunwillige Unternehmen zu schicken. Die Mahnungen haben keine einheitliche

Struktur und treten nur als Texte in E-Mails-Körper auf, das heißt, dass die Schmiedewerkstatt über keine vorgefertigten Formulare für ihre Mahnungen verfügt. Am meisten handelt sich es um eine freundliche Zahlungserinnerung, vor allem wenn das nicht zahlende Unternehmen ein Stammkunde ist. Schlimmstenfalls, wenn die Ware nach mehreren Mahnungen noch nicht bezahlt wurde, kann die Schmiedewerkstatt mit einem Gerichtsverfahren oder mit der Unterbrechung der Geschäftskontakte drohen.

7.2.5 Reklamation

Auf der anderen Seite kann der Kunde die mangelhaften Waren beanstanden. In der Reklamation beschreibt der Kunde welche Mängel er festgestellt hat und bittet um Zusendung eines ausgefüllten Reklamations-Reports innerhalb einer festgelegten Frist. Die Reklamation beinhaltet eine genaue Bezeichnung der beanstandeten Waren, das heißt die Nummer der Bestellung, die Menge, was oder welches Teil mangelhaft ist und repariert werden soll oder welche andere Art der Mangelbehebung sich der Kunde wünscht. Außerdem enthält der Reklamations-Report ein Foto von der mangelhaften Ware und das Unternehmen, an das die Reklamation verschickt wurde, muss Auskunft über Sofortmaßnahme, Ursachenanalyse und Abstellmaßnahme (welche Maßnahmen werden lieferantenseitig getroffen, um diese Fehler nicht mehr zu wiederholen) geben. Bei den Sofort- und Abstellmaßnahmen soll der Lieferant die Wirksamkeit dieser Maßnahmen in Prozent angeben. Die Reklamationen werden entweder als Text im E-Mail-Körper oder im Anhang des E-Mails eingereicht. In der Schmiedewerkstatt VIVA AG kommt es fast nie dazu, dass der Kunde in der Reklamation von dem Kaufvertrag zurückzutreten will.

7.3 Formulare

Wie bereits erwähnt wurde, werden die meisten Geschäftsbriefe aus vorgefertigten Formularen gestaltet. Diese Formulare sind Bestandteil der Unternehmenssoftware. Es geht um ein Computerprogramm, das die Vorlagen für meisten Geschäftsbriefe beinhaltet. Wenn ein konkreter Geschäftsbrief verschickt werden soll, muss der beauftragte Angestellte z. B. die Adresse des Empfängers, Angaben über Lieferbedingung, Verpackung und Zahlung, die aus den Angeboten oder anderen Geschäftsbriefen stammen, und genaue Bezeichnung der Produkte mit ihrer Menge und ihrem Einzel- und Gesamtpreis eintragen und das System erstellt den offiziellen Brief automatisch. Auch die Angebots-, Bestell- oder Reklamationsnummer wird automatisch von dem Programm generiert. Zu den Angaben, die in das System schon eingegeben wurden und gleich in jedem generierten Geschäftsbrief

erscheinen, gehören die Kontaktinformationen über den Angestellten, der für die Erstellung des Briefes verantwortlich ist, der Firmenlogo in der Kopfzeile, in der Fußzeile sind es die Kontaktinformationen des Unternehmens, z. B. der Sitz, die Telefonnummer, die E-Mail- und Webadresse und die Namen der Geschäftsführer. Mithilfe dieser Unternehmenssoftware wird den Prozess der Auftragsabwicklung erleichtert und beschleunigt und die Anzahl der möglichen Fehler wird verringert.

7.4 Sprache

In diesem Kapitel werden die gesammelten Geschäftsbriefe hinsichtlich ihrer sprachlichen, syntaktischen und stilistischen Merkmale analysiert.

7.4.1 Lexik

In den Texten aus den Geschäftsbriefen kommen nicht nur Ausdrücke aus der standardsprachlichen Ebene vor, sondern auch Ausdrücke aus dem Geschäftsdeutsch. Die analysierten Geschäftsbriefe beinhalten in großer Maße branchespezifische Fachtermini wie z. B. *Zahnradrohling*, *Laufgrad*, *Flasche*, *gesandstrahlt*, *entgratet*, *Antriebsflansch*, *Lagerflansch*, *Kurbeltrieb Gesenk*, *Zapfendurchmesser*, *Kettenhalter* oder *Seiltrommel*, die aus dem Industriesektor stammen, und Fachbegriffe wie z. B. *netto*, *brutto*, *Skonto*, *MwSt-Satz*, *MwSt-Betrag*, *Losgröße*, *Abnahmeprüfzeugnis*, *Lieferbedingung*, *Lieferfrist*, *Liefertermin*, *Angebotsgültigkeit*, *Auftragsbestätigung*, *Zahlungsbedingung*, *Wareneingang*, *Gesamtnettowert*, *Warenwert*, *frei Haus* oder *Abnahmeprüfzeugnis*, die sich als Begriffe der kaufmännischen Sprache klassifizieren lassen.

| | |
|-----------------------|---|
| Bedarf: | 6 000 Stück/Jahr |
| Losgröße: | 1 500 Stück |
| Preis: | ■ Euro/Stück + aktuelle Schrott- u. Legierungszuschläge |
| Bearbeitung: | ■ Euro/Stück |
| Gesamtpreis: | ■ Euro/Stück + SZ + LZ |
| Rohteilgewicht: | 0,361 kg |
| Material: | C45 (gewöhnliches, keine begrenzte chemische Zusammensetzung) |
| Werkzeugkostenanteil: | ■ Euro |

Die Teile werden nach EN 10243 F geschmiedet, abgegratet, gelocht, N-geglüht, sandgestrahlt, bearbeitet und galvanisch verzinkt.

Abbildung 6 – Beispiele der Fachtermini aus dem Industriesektor aus dem Angebot

Lauftrad E130 NA
für geneigte Flansche
Zu jeder Lieferung:
Abnahmeprüfzeugnis nach DIN EN 10204-3.1 mit Analyse und
mechanische Eigenschaften
ZNR: 044059-001
Zolltarif-Nr.: 8431 49 80
Werkstoff: C60 DIN EN10083
ABUS-AN: XXXXXXXXXX
Kommission: / LG: 60703
Bestell-Nr.: 08022-2
Liefertermin: **19.04.2021** eintreffend

Abbildung 7 – Beispiele der Fachtermini aus dem Industriesektor aus der Bestellung

| | |
|--------------------|--|
| Liefertermin: | Erstmusterteile nach Vereinbarung, erste Serie 8 bis 10 Wochen nach Musterfreigabe |
| Lieferbedingung: | DDU VIVA Zlín ohne Verpackung |
| Zahlungsbedingung: | 12 Tage 3 % Skonto, 30 Tage netto nach Wareneingang |
| Angebotgültigkeit: | 3 Monate |

Abbildung 8 – Beispiele der Begriffe der kaufmännischen Sprache aus dem Angebot

Fachsprachliche Texte zeichnen sich auch dadurch aus, dass die Abkürzungen hier stark vertreten sind:

- *DDU* steht für *Delivery Duty Unpaid*
- *DAP* für *Delivered At Place*
- *LS* für *Lieferschein*
- *Kd - Nr.* für *Kundennummer*
- *Lief.-Nr.* für *Liefernummer*
- *LZ* für *Legierungszuschläge*
- *SZ* für *Schrottzuschläge*
- *Rg.* für *Rechnung*
- *MTZ* für *Materialteuerungszuschlag*
- *USt.-ID Nr.* für *Umsatzsteuer-Identifikationsnummer*
- *Nettowert incl Rab.* für *Nettowert inclusive Rabatt*

Bestell Nr.: 71151323
Bestelldatum: 15.10.2021
Lieferanten Nr.: 91023
Unsere Kd - Nr.:
Ihr Zeichen: Verkauf

Abbildung 9 – Beispiele der Verkürzungen aus der Bestellung

Diese Abkürzungen werden von Laien nicht verstanden, sind aber für Fachleute aus dem Industrie- oder Unternehmensbereich klar und deutlich. In den Texten kommen auch andere Abkürzungen vor, die üblicherweise verwendet werden, z. B. die, die Rechtsformen der Unternehmen repräsentieren:

- *GmbH*, die für *Gesellschaft mit beschränkter Haftung* steht
- *AG* als *Aktiengesellschaft*

Weitere Abkürzungen, die für die Korrespondenz spezifisch sind:

- *T* steht für *Tage*
- *MfG*, was *Mit freundlichen Grüßen* bedeutet
- *i.A.* verdeutlicht *im Auftrag*
- *o.g.* in Bedeutung von *oben genannt*

In den Geschäftsbriefen sind auch einige Fremdwörter zu bemerken:

- die *DDU* INCOTERM-Klausel stammt aus dem Englischen *Delivery Duty Unpaid* und bedeutet „geliefert unverzollt,“⁹ d. h., dass der Verkäufer die Transportkosten und die Gefahr bis zum Bestimmungsort übernimmt und der Käufer die Einfuhrzollkosten trägt.¹⁰
- die *DAP* INCOTERM-Klausel kommt auch aus dem Englischen *Delivered At Place*, d. h. „geliefert benannter Bestimmungsort“ und „der Verkäufer trägt alle Kosten und Gefahren bis zum vereinbarten Bestimmungsort.“¹¹

⁹ GABLER Wirtschaftslexikon, 2024. DDU. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/ddu-29529>.

¹⁰ Vgl. ebd. [zit. 2024-02-26].

¹¹ GABLER Wirtschaftslexikon, 2024. DAP. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/dap-52731>.

- *Netto* wurde aus dem Italienischen entlehnt und bedeutet, dass die Zahlung „ohne Abzug“ fällig ist oder „ohne Verpackung.“¹²
- *Brutto* hat seinen Ursprung auch im Italienischen und verdeutlicht „mit Verpackung“ oder „ohne Abzug der Kosten oder Steuern.“¹³
- *Skonto* stammt auch aus dem Italienischen und bezeichnet „Preisnachlass bei sofortiger Zahlung.“¹⁴

Lieferbedingung: DAP Incoterms ® 2010
Verpackung: einschließlich
Zahlung: 14 Tage 2% Skonto oder 30 Tage netto

Abbildung 10 – Beispiele der Fremdwörter aus der Bestellung

7.4.2 Syntax und Stilistik

Die Texte sind in Absätze gegliedert und die Zeichensetzung wird korrekt verwendet. Die aufeinanderfolgenden Sätze haben einen logischen und inhaltlichen Zusammenhang, weil sie sorgfältig verfasst wurden. Der Inhalt ist damit klar, sinnvoll und übersichtlich, hat einen offensichtlichen Zweck und vermittelt damit eine bestimmte Botschaft. In den Geschäftsbriefen wird auf die Floskeln, Füllwörter oder Streckformen verzichtet und sie beinhalten keine Vorreiter. Die Verfasser der Geschäftsbriefe gehen direkt auf das Thema des Briefes und halten sich mit keiner langen Einleitung auf. Die Texte enthalten nichts, was als Überflüssiges betrachtet wird, es wird nur auf das Wesentliche beschränkt.

Sehr geehrte Frau [REDACTED],

wir bitten Sie, uns für folgende Teile Ihr Angebot in EUR bis zum 04.10.2023 vorzulegen.

Abbildung 11 – Beispiel der Beschränkung auf das Wesentliche aus der Anfrage

¹² DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Netto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/brutto>.

¹³ DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Brutto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/brutto>.

¹⁴ DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Skonto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Skonto>.

Die meisten Sätze werden im Indikativ und Aktiv geschrieben, wie z. B. *bei unserer Wareneingangsprüfung stellten wir folgenden Mangel fest* statt *bei unserer Wareneingangsprüfung wurde folgender Mangel festgestellt*. Dadurch werden die Texte kürzer, verständlicher und übersichtlicher und das Aktiv lässt die Sätze persönlicher erscheinen. Der Satz auf der *Abbildung 11* zeigt auch, dass es heutzutage auf die Modalverben als Ausdruck der Höflichkeit allmählich aufgegeben wird und dass die Sätze vielmehr im Indikativ verfasst werden. Es wird demnach eher *wir bitten Sie* statt *wir möchten Sie bitten* geschrieben. Es wird auch auf Sätze, die mit *es* oder *man* beginnen, verzichtet. Anstatt dieser Ausdrücke fangen die Sätze mit *ich* oder *wir* an, z. B. *Wir unterbreiten Ihnen folgendes Angebot* statt *Es wird Ihnen folgendes Angebot unterbreitet*, um den Text prägnanter zu gestalten. Die Geschäftsbriefe sind kundenorientiert, das heißt, dass die Rezipienten direkt angesprochen werden. Es wird damit auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden näher eingegangen. Die Briefe wirken dadurch auch kundenfreundlicher und lebendiger.

Im Allgemein ist die Tendenz des heutigen Schreibstils durch die Einfachheit gekennzeichnet und der klare und übersichtliche Schreibstil passt auch zum Inhalt der Geschäftsbriefe. Zusammengefasst wurden die Briefe so verfasst, dass sie den Grundsätzen der richtigen Gestaltung und Formulierung der Handelskorrespondenz entsprechen.

7.5 Analyse der einzelnen Geschäftsbriefe

Für die detaillierte Analyse wurde eine Bestellung und eine Reklamation aus der Geschäftskorrespondenz der Schmiedewerkstatt VIVA AG gewählt, weil diese Geschäftsbriefe am besten zeigen, wie der heutige offizielle Geschäftsverkehr wirklich aussieht. Die Analyse befasst sich mit den inhaltlichen, lexikalischen und stilistischen Aspekten beider Geschäftsbriefe.

7.5.1 Bestellung

Die analysierte Bestellung, die aus einem Begleitbrief besteht, enthält zwei Seiten und befindet sich im Anhang des E-Mails des Unternehmens ABUS GmbH.

7.5.1.1 Begleitbrief

Der Begleitbrief setzt sich aus folgenden Teilen zusammen:

- Briefkopf: Ganz oben auf der rechten Seite befindet sich der Informationsblock, d. h. der Firmenlogo mit der Telefonnummer gefolgt von dem Namen des Geschäftsbriefes *Bestellung* mit den auftragsbezogenen Angaben – die Bestellnummer und das Bestelldatum. Das Datum 14.04.2021 wird nicht gemäß der von der DIN-Norm *DIN 5008* bevorzugten Jahr-Monat-Tag Reihenfolge verfasst, ist aber eine der anderen erlaubten Möglichkeiten der Schreibweise des Datums.¹⁵ Unter den Bestellangaben werden die Kontaktangaben der für diese Bestellung zuständige Person angegeben – der Name, die Telefon- und Faxnummer zusammen mit der E-Mail-Adresse.
- Anschrift des Empfängers: Diese Bestellung wird an einen konkreten Ansprechpartner gesendet, deswegen gibt es oben auf der linken Seite des Geschäftsbriefes seine Kontaktangaben. Dazu werden die Rücksendeangaben hinzugefügt.
- Betreffzeile und Briefftext: In den geläufigen Geschäftsbriefen folgt normalerweise nach der Anschrift der Betreff. In dieser Bestellung werden nach der Anschrift des Empfängers die Lieferanschrift, d. h. die Adresse des Empfängers, mit den Anlieferzeiten, die Lieferbedingungen und Informationen über Zahlung und Verpackung angeführt. Die drei Letztgenannten Angaben wurden aus dem Angebot entnommen und in die Bestellung umgeschrieben. Im Grunde genommen befindet sich in dieser Bestellung kein Betreff.

Danach gibt der Absender noch Auskunft über anderen Anforderungen für die Bestellung, die in kleinerem Druck geschrieben werden, z. B. welche Einkaufsbedingungen gelten, wo sie für den Lieferanten zu finden sind und nicht zuletzt setzt der Auftraggeber eine Frist für die schriftliche Auftragsbestätigung. Darauf folgende Informationen über die Schließung des Wareneingangs an bestimmten Tagen werden hervorgehoben. Um das Verständnis der Bestellung zu erleichtern, wird sie um Erklärungen zu den weiter angeführten Abkürzungen ergänzt. Erst dann folgt die eigentliche Bestellung der Waren mit den Angaben über z. B. die Menge, Artikel, den Einzel- und Gesamtpreis und die Gesamtsumme für alle bestellten Waren. Die gewünschten Artikel werden ausführlich bezeichnet, d. h.

¹⁵ Vgl. DIN-5008-Richtlinien, 2024. Die aktuelle Empfehlung zur Schreibweise des Datums. In: *din-5008-richtlinien.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.din-5008-richtlinien.de/startseite/datum/>.

über welche Parameter sie verfügen sollen, aus welchem Werkstoff sie hergestellt werden sollen und andere Angaben zu ihrer Charakterisierung die nur von Fachleuten verstanden werden. Nicht zuletzt wird der erwartete Liefertermin angegeben.

Neben dem Firmenlogo und Namen des Geschäftsbriefes setzt auf der zweiten Seite die eigentliche Bestellung fort. Dort wird die Gesamtsumme wiederholt und eine weitere Anfrage bezüglich der bestellten Waren gestellt.

- Schlussformel: In dieser Bestellung fehlt völlig die Grußformel, stattdessen wird am Ende der Seite ein kleines Formular für den Lieferanten gesetzt. Lieferantenseitig muss der Sachbearbeiter die Auftragsnummer, seinen Namen und das Datum in das Formular eintragen. Zuletzt wird die Bestellung von dem Sachbearbeiter unterzeichnet und möglicherweise wird der Brief mit dem Stempel versehen. Diese Bestellung ist jedoch ohne die eigenhändige Unterschrift oder den Stempel gültig.
- Die Fußzeilen beider Seiten enthalten weitere Geschäftsangaben – der Sitz, die Telefon- und Faxnummer, die E-Mail- und Webadresse, der Name des Handelsregisters, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer und die Namen der Geschäftsführer.

In dem Kapitel *3.4.3 Die Bestellung* werden alle Punkte, die in der Bestellung vorkommen sollen, vorgestellt, zwei davon – Danksagung für die Einsendung des Angebots und der Bestellsatz sind in dieser Bestellung nicht zu finden. Der größte Mangel dieses Geschäftsbriefes ist aber sicherlich das, dass sich hier kein Betreff befindet. Mit Ausnahme der Kopfzeile wird es nie angeführt, um welche Art des Geschäftsbriefes sich es handelt. Das Fehlen einer Anrede lässt den Geschäftsbrief unpersönlich erscheinen. Laut der Abbildung *Aufbau eines Geschäftsbriefes nach DIN 5008* soll die Schlussformel neben der Grußformel, die sich in dieser Bestellung auch nicht befindet, noch den Namen des Unternehmens und des Unterzeichners beinhalten. Weiter fehlt das Bezugszeichen, das aber heutzutage nicht mehr als Fehler betrachtet wird. Die Bestellung weist auch keine Zeichen für die Falt- und Lochmarken auf. Weil der Geschäftsbrief viele Unterschiede zu der von der DIN-Norm *DIN 5008* festgelegten Struktur zeigt, stimmen die Zeilenabstände mit der Norm nicht überein. Zusammengefasst weicht diese Bestellung von den empfohlenen Regeln für die Gestaltung der Briefe laut der DIN-Norm *DIN 5008* ab.

7.5.1.2 Sprache

Die Lexik dieser Bestellung ist reich an Fachtermini aus der kaufmännischen Sprache:

- *die Lieferanschrift*
- *die Lieferbedingung*
- *der Liefertermin*
- *die DAP Incoterms*
- *der Skonto*
- *der Wareneingang*
- *netto*
- *die Auftragsbestätigung*
- *die Auftragsnummer*
- *die Abnahmeprüfzeugnis*

Weiter treten hier auch Fachausdrücke aus dem Industriesektor auf wie z. B.:

- *das Laufrad*
- *die Flansche*

In der Bestellung sind auch Abkürzungen zu bemerken:

- *DAP* steht für *Delivery At Place*
- *Bestell-Nr.* steht für *Bestell-Nummer*
- *Zolltarif-Nr.* für *Zolltarif-Nummer*
- *USt.-ID Nr.* für *Umsatzsteuer-Identifikationsnummer*
- *MWST* für *Mehrwertsteuer*

In diesem Geschäftsbrief erscheinen auch einige Fremdwörter:

- *netto* aus dem Italienischen
- *DAP* aus dem Englischen

In dem ganzen Text treten nur ein paar volle Sätzen auf, die im Aktiv und Indikativ geschrieben werden und über Einkaufsbedingungen informieren oder Anweisungen festlegen – *Wir erteilen diesen Auftrag, Wir erwarten* oder *Wir bestätigen*. Die Bestellung wird vor allem stichwortartig und im Nominalstil (*der Wareneingang, die Auftragsbestätigung*) verfasst, damit sie übersichtlicher wirkt und das Verständnis erleichtert wird.

Der Satz *An folgenden Tagen bleibt der Wareneingang bei ABUS geschlossen* beinhaltet zwei Fehler. Zuerst ist es die fehlende Lücke zwischen den Wörtern *folgenden* und *Tagen* und zweitens das fehlende *l* bei der Konjugation des Verbs *bleiben*. Wegen den grammatischen Fehlern kann der Empfänger den Eindruck gewinnen, dass die Bestellung nicht sorgfältig erstellt wurde.

Außerdem wirkt die Bestellung klar, prägnant und deutlich. Neben der informativen Funktion über die aus dem Angebot gewählten Waren verfügt sie auch über die appellative und anordnende Funktion, wo der Rezipient verpflichtet ist, die gewünschten Waren zu liefern und die Rechnung zu senden.



+420 57 7210319

ABUS Kransysteme GmbH · Postfach 10 01 62 · 51601 Gummersbach

Kovarna VIVA a.s.
 Frau [REDACTED]
 Vavreckova 5333
 760 01 ZLIN
 TSCHECHISCHE REPUBLIK

Bestellung

Bestell-Nr. (bitte stets angeben)

708018/41036271/60703

Bestelldatum: 14.04.2021

ABUS Stammhaus

Tel. [REDACTED]
 Fax [REDACTED]
 [REDACTED]

Lieferanschrift

ABUS Kransysteme GmbH
 Tor 22/23
 Archimedesstr. 1
 51647 Gummersbach-Sonnenberg
 Prüfdokumente an: [REDACTED]

Anlieferzeiten:

Mo. - Do.: 07:00 - 15:00
 Freitag: 07:00 - 12:00

Lieferbedingung: DAP Incoterms ® 2010
 Verpackung: einschließlich
 Zahlung: 14 Tage 2% Skonto oder 30 Tage netto

Wir erteilen diesen Auftrag auf Basis der Internationalen Einkaufsbedingungen für nicht in Deutschland ansässige Lieferanten (aktueller Stand: www.abus-kransysteme.de/lieferanten) sowie den mit Ihnen getroffenen Individualvereinbarungen. Wir erwarten innerhalb von 2 Arbeitstagen nach Bestelleingang Ihre schriftliche Auftragsbestätigung. Änderungen unserer Bestellspezifikation bedürfen unserer schriftlichen Zustimmung.

An folgenden Tagen beibt der Wareneingang bei ABUS geschlossen: 14.05.2021 & 04.06.2021

PE: E=Einzelpreis; H=per Hundert; T=per Tausend; kg=per Kilo; Hkg=per 100 Kilo; t=per Tonne; m=per Meter

| Pos. | Menge | ME | Artikel/Bezeichnung | Einzelpreis | PE | Gesamtpreis |
|------|-------|----|--|----------------|----|----------------|
| 1,0 | 12 | St | Laufrad E130 NA für geneigte Flansche Zu jeder Lieferung: Abnahmeprüfzeugnis nach DIN EN 10204-3.1 mit Analyse und mechanische Eigenschaften ZNR: 044059-001 Zolltarif-Nr.: 8431 49 80 Werkstoff: C60 DIN EN10083 ABUS-AN: [REDACTED] Kommission: / LG: 60703 Bestell-Nr.: 08022-2 Liefertermin: 19.04.2021 eintreffend | [REDACTED] EUR | E | [REDACTED] EUR |

Gesamtsumme (Zuzüglich der am Tag der Anlieferung gültigen MWST.)

[REDACTED] EUR

Seite: 1 / 2

EB 10

ABUS Kransysteme GmbH
 Sonnenweg 1 · D-51647 Gummersbach
 Tel. +49 2261 37-0 · Fax +49 2261 37-247
 E-Mail: info@abus-kransysteme.de
 Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
 USt.-ID.Nr.: DE 811 575 164
 Geschäftsführer: Lothar Bühne, Dr. Eckhard Bube, Michael Bühne

**Bestellung**

Bestell-Nr.: 708018/41036271/60703

| Pos. | Menge | ME | Artikel/Bezeichnung | Einzelpreis | PE | Gesamtpreis |
|-------------------|-------|----|---------------------|-------------|----|-------------|
| Gesamtsumme offen | | | | | | EUR |

Bitte informieren Sie uns, falls in Ihren Produkten Stoffe aus der Kandidatenliste nach Art. 33 der REACH-Verordnung mit über 0,1 Massenprozent enthalten sind.

Wir bestätigen die Annahme dieses Auftrages
und liefern geschlossen u. termingerecht an.

Unsere Auftragsnummer :

Unser Sachbearbeiter :

Fax an ABUS :

Datum

Unterschrift / Stempel

Diese Bestellung wurde maschinell erstellt und ist rechtsgültig ohne Unterschrift.

Seite: 2 / 2

EB 10 ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Dr. Eckhard Bube, Michael Bühne

Abbildung 12 – Bestellung

7.5.2 Reklamation

Die Reklamation aus Wareneingang, die ich gerade einer Analyse unterziehe, besteht aus zwei Seiten. Sie wird als Anhang im E-Mail vom Unternehmen ABUS GmbH eingereicht. Die erste Seite hat eine für den Geschäftsbrief typische Struktur, es geht um einen Begleitbrief. Auf der zweiten Seite befindet sich der Reklamations-Report in der Form eines Formulars.

7.5.2.1 Begleitbrief

Der Begleitbrief besteht aus folgenden Teilen:

- Briefkopf: Neben dem Firmenlogo und der Bezeichnung der Art des Briefes *Reklamation aus Wareneingang* befindet sich im Briefkopf der Name der Abteilung, des Absenders, die Telefon- und Faxnummer, E-Mail-Adresse zusammen mit dem Sitz des Unternehmens und dem Datum. Das Datum *15. März 2023* folgt der von der DIN-Norm *DIN 5008* bevorzugten Jahr-Monat-Tag Reihenfolge nicht, gehört aber zu der erlaubten Schreibweise des Datums.¹⁶
- Anschrift des Empfängers: Die Reklamation wird an keine konkrete Person verschickt, deshalb ist an der linken Seite nur die Adresse des Unternehmens eingeführt. Die Anschrift wird noch um die Rücksendeangaben ergänzt.
- Betreffzeile: Der Betreff *Reklamation-Nr.: 7412 - 1* wird hervorgehoben, damit der Empfänger sofort weiß, was für Sachverhalt behandelt wird.
- Anrede: Die üblichste Anrede *Sehr geehrte Damen und Herren* wird verwendet, weil der Empfänger nicht namentlich bekannt ist.
- Brieftext: Der Inhalt informiert den Empfänger über den festgestellten Mangel an Waren bei der Wareneingangsprüfung. Der Absender bittet auch um die Zusendung eines ausgefüllten Reklamations-Reports innerhalb einer festgelegten Frist – zwei Wochen – und fügt die E-Mail-Adresse, wo der Report eingesendet werden soll, hinzu. Daraufhin folgt die genaue Bezeichnung der beanstandeten Ware, d. h. der Artikelname, die Menge, die Nummer des Teiles und der Bestellung, die

¹⁶ Vgl. DIN-5008-Richtlinien, 2024. Die aktuelle Empfehlung zur Schreibweise des Datums. In: *din-5008-richtlinien.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.din-5008-richtlinien.de/startseite/datum/>.

Fehlerbeschreibung, in diesem Fall werden der tatsächliche Durchmesser des gelieferten Zapfens und auch die richtige Ausmessung, die aus der Bestellung stammt, angeführt. Diese Mängelrüge wird nur durch die Meldung des Problems gelöst, das bedeutet, dass das Unternehmen keine konkrete Mangelbehebung fordert, sondern den Lieferanten auf das Problem aufmerksam macht. Es geht um eine der weniger verbreiteten Möglichkeiten der Lösung einer Reklamation, die zur Verhinderung des Problems in der Zukunft führt.

- Schlussformel: Die Schlussformel besteht aus der Grußformel, Wiederholung des Unternehmensnamens und des Namens der beauftragten Person. Die Grußformel *Mit freundlichem Gruß* gehört zu den meistgebrauchten Schlussformeln.
- Folgend werden in der Fußzeile die an das Unternehmen bezogenen Angaben angegeben – der Sitz, die Telefon- und Faxnummer, die E-Mail- und Webadresse, der Name des Handelsregisters, die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer und die Namen der Geschäftsführer.

Dieser Geschäftsbrief enthält kein Bezugszeichen und keine eigenhändige Unterschrift, weil beide heutzutage nicht mehr verlangt werden. Dagegen beinhaltet der Brief die Bezeichnungen für die Falt- und Lochmarken. Die meisten Zeilenabstände entsprechen der DIN-Norm *DIN 5008*. Sie weichen von der Norm nur in der Schlussformel ab, weil es dort die eigenhändige Unterschrift, die auf dem Bild 4 *Aufbau eines Geschäftsbriefes nach DIN 5008* veranschaulicht wird, fehlt. Zusammengefasst stimmt dieser Geschäftsbrief fast allen Regeln für die Gestaltung der Briefe laut der DIN-Norm *DIN 5008* überein.

7.5.2.2 Reklamations-Report

Die zweite Seite der Reklamation bildet der Reklamations-Report in der Form eines Formulars, wo weitere Informationen über die beanstandeten Waren eingeführt werden. In der Kopfzeile befinden sich Verweise auf weitere Dokumente (z. B. Kaufvertrag) und das Firmenlogo. Dann folgen die Kontaktinformationen des Unternehmens, an das die Mängelrüge gesendet wird, und ausführliche Angaben zur Beschreibung der Bestellung – die Lieferanten-, Lieferschein-, Bestell- und Seriennummer, das Lieferdatum und nicht zuletzt die Liefermenge, um sicher zu sein, um welche konkrete Ware sich es handelt. Was nicht fehlen darf sind die Informationen, die schon in dem Geschäftsbrief angeführt wurden, d. h. die Reklamations- und Teile-Nummer, das Datum des Wareneingangs, die Menge und die detaillierte Bezeichnung der reklamierten Ware und der Fehler mit ihrer anschaulichen

Abbildung in der Form eines Fotos. Alle diese Felder werden von dem Verfasser dieses Geschäftsbriefes – in diesem Fall von ABUS GmbH – aufgefüllt.

Die übrigen Punkte des Formulars muss der Hersteller, der die Reklamation erledigt, in diesem Fall die Schmiedewerkstatt VIVA AG, erfüllen. Dazu gehören die Sofortmaßnahmen, Ursachenanalyse und Abstellmaßnahmen. Bei den Sofort- und Abstellmaßnahmen muss der Lieferant angeben, welche Maßnahmen er sofort treffen will, damit der Fehler nie wieder auftaucht, er soll auch die Wirksamkeit dieser Maßnahmen prozentuell einführen. Mit der Ursachenanalyse teilt der Hersteller die Ursachen, die zu den oben genannten Fehlern oder Abweichungen führten, mit. Zuletzt muss die für die Ausfüllung dieses Formulars beauftragte Person ihren Namen, ihre Funktion in der Unternehmensstruktur und Telefon-Nummer eintragen. Die eigenhändige Unterschrift wird nicht benötigt.

Der ganze Reklamations-Report ist hinsichtlich seiner Struktur sehr übersichtlich, klar und für beide involvierten Unternehmen verständlich, weil er alle nötigen Informationen für die Bearbeitung der Mängelrüge enthält. Das beigefügte Foto erleichtert das Verständnis des Grundes der Reklamation. Die Anforderungen für die Mangelbehebung sind in diesem Formular nicht eingeschlossen. Das spezielle Computerprogramm wird nach der Eingabe der nötigen Daten den vollständigen Reklamations-Report automatisch generieren.

Der Geschäftsbrief mit dem Reklamations-Report enthält alle empfohlenen Punkte für die korrekte Verfassung einer Reklamation, die in dem Kapitel 3.4.4 *Die Reklamation* beschrieben werden.

7.5.2.3 *Sprache*

Was die Sprache betrifft, zeichnet sich diese Reklamation damit aus, dass die Fachsprache aus dem Industriesektor hier vertreten ist:

- *der Lagerflansch*
- *der Zapfendurchmesser*
- *die Seiltrommel*

Der Geschäftsbrief ist auch reich an aus der kaufmännischen Sprache stammende Fachausdrücke, wie z. B.:

- *die Wareneingangsprüfung*

- *die Lieferanten-Nummer*
- *die Lieferschein-Nummer*
- *das Lieferdatum*
- *die Liefermenge*

Die fachsprachliche Ebene zeichnet sich durch hohe Anzahl von Substantiven und geringer Vertretung von Verben aus, d. h. die Nominalisierungen und Wortverbindungen treten hier üblich auf:

- *die Erstellung*
- *die Wareneingangsprüfung*
- *der Bearbeitungsschritt*
- *die Sofortmaßnahme*
- *die Ursachenanalyse*
- *die Abstellmaßnahme*
- *die Wiederholungsfehler*

In der Reklamation erscheinen auch Abkürzungen:

- *i.A.* in Bedeutung von *im Auftrag*
- *ext. Reklamation-Nr.* verdeutlicht *externe Reklamations-Nummer*
- *o.g.* steht für *oben genannt*
- *USt.-ID Nr.* für *Umsatzsteuer-Identifikationsnummer*

Der Briefftext in dem Geschäftsbrief besteht aus einem Absatz, der sogar nur von einem Satz gebildet wird. Der Satz ist im Aktiv und Indikativ geschrieben – *bei unserer Wareneingangsprüfung stellten wir folgenden Mangel fest und bitten Sie ...* Die Ursache der Reklamation wird dann nur stichwortartig mit den Wörtern *Zapfendurchmesser, Soll* und *Ist* erklärt, ohne sie in die ganzen Sätze zu setzen. Es wirkt übersichtlicher, kann aber das Verständnis des Textes erschweren. Bei der Bezeichnung der Mängelrüge wird dieser Satz angeführt: *Bitte Bearbeitungsschritt überprüfen*. Es handelt sich um einen unvollständigen Satz, weil das Subjekt fehlt. Der Satz ist bündig und drückt einen Appell an den Rezipienten aus. In dem Reklamations-Report tritt auch dieser Satz auf:

!!Füllen Sie bitte die nachfolgenden Punkte 2. bis 4., sowie „Ausgefüllt von“ komplett aus.!!

Es geht um einen Imperativsatz, der sogar mit roter Farbe hervorgehoben wird. Die vier Ausrufezeichen, die diese Aussage begrenzen, tun dem Stil des Briefes einen Abbruch. In

dem ganzen Text ist nur ein grammatischer Fehler zu bemerken – das Wort *Lieferantenseitig* soll in diesem Fall kleingeschrieben werden.

Außerdem ist die ganze Reklamation klar, kurz und deutlich verfasst. Aus der Struktur und dem Inhalt der Reklamation lässt sich ableiten, dass die Reklamation den Tendenzen der Einfachheit entspricht.

Sie besitzt auch eine informative Funktion, weil der Inhalt ein konkretes Problem behandelt, weiter verfügt die Reklamation über die appellative und anordnende Funktion, weil sie die Rezipienten fordert, eine bestimmte Tätigkeit durchzuführen.



ABUS Kransysteme GmbH • Postfach 10 01 62 • 51601 Gummersbach

Kovarna VIVA a.s.
Vavreckova 5333
CZ- 760 01 ZLIN

Reklamation aus Wareneingang

Materialwirtschaft & Fertigungsplanung

[Redacted]
☎ + [Redacted]
✉ + [Redacted]
📄 [Redacted]

Gummersbach, 15. März 2023

Reklamation-Nr.: 7412 - 1

Sehr geehrte Damen und Herren,

bei unserer Wareneingangsprüfung stellten wir folgenden Mangel fest und bitten Sie daher, den **ausgefüllten Reklamations-Report** innerhalb von 2 Wochen nach Erstellung dieses Schreibens an [Redacted] zurück zu senden.

| Menge | Teil | Bezeichnung |
|-------|------|---|
| 1 | 6835 | Lagerflansch 266 Unsere Bestellung: 41267856 Fehlerbeschreibung: Zapfendurchmesser Soll: 35 e7 (-0,05/- 0,075) mm Ist: 35,15 mm Der Lagerflansch wird nicht zurückgeschickt, da bereits mit der Seiltrommel verschweißt. Bitte Bearbeitungsschritt überprüfen. |

Mit freundlichem Gruß

ABUS Kransysteme GmbH

i.A.

[Redacted]

ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • 51647 Gummersbach
Tel.: +49 2261 37-0 • Fax: +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt-ID Nr.: DE 811 575 164

Geschäftsführer: Lothar Bühne, Michael Bühne



| | | | | | |
|--|--|--|--|---|-------------|
| Dokumenten-Nr.: ZQ870001F00 Bezug zu : ZQ130007V Gültig seit : 31.03.2022 | | Reklamations-Report | |  | |
| Kovarna VIVA a.s. Vavreckova 5333 CZ 760 01 ZLIN | | | Lieferanten-Nr.: 708018 Lieferschein-Nr.: Lieferdatum: 07.03.2023 Bestell-Nr.: 41267856 Liefermenge: 78 Seriennummer: | | |
| Reklamation-Nr.: 7412 - 1 Eingang: 09.03.2023 reklamierte Menge: 1 Ext. Reklamation-Nr.: | | Teile-Nr.: 6835 Bezeichnung: Lagerflansch 266 | | | |
| 1. Fehler Durchmesser | | | | | |
| Zapfendurchmesser Soll: 35 e7 (-0,05/- 0,075) mm Ist: 35,15 mm | | |  | | |
| !! Füllen Sie bitte die nachfolgenden Punkte 2. bis 4., sowie „Ausgefüllt von“ komplett aus. !! | | | | | |
| 2. Sofortmaßnahme (Welche sofortige Abstellmaßnahme wird Lieferantenseitig eingeleitet): | | | | | wirksam (%) |
| 3. Ursachenanalyse (Welche Ursache hat zu der o.g. Abweichung geführt): | | | | | |
| 4. Abstellmaßnahme (Wie wird Lieferantenseitig ein Wiederholungsfehler ausgeschlossen): | | | | | wirksam (%) |
| Ausgefüllt von Name: | | Telefon-Nr.: | | | |
| Funktion: | | | | | |
| 15.03.2023 | | - Seite 2 - | | | |

Abbildung 13 – Reklamation

7.5.3 Das Hamburger Verständlichkeitskonzept

Bei der Formulierung der Geschäftskorrespondenz sollen die Grundsätze, die in dem Kapitel 3.2.2.1 *Das Hamburger Verständlichkeitskonzept* vorgestellt werden, eingehalten werden. In beiden analysierten Geschäftsbriefen – der Bestellung und der Reklamation – wird der Grundsatz, dass Verben statt Substantiven verwendet werden, nicht beachtet, weil die Briefe hohe Anzahl an Substantivierungen aufweisen. Fachwörter werden auch nicht erklärt, aber bei dieser Art der Korrespondenz, die unter Fachleuten verläuft, die die Bedeutung der Fachtermini kennen, besteht dafür keine Notwendigkeit.

Die Geschäftsbriefe stimmen anderen Grundsätzen zu, nämlich, dass ungebräuchliche Ausdrücke vermieden werden, weil sie die Verständlichkeit des Textes erschweren würden, Sätze, zwischen denen logischer und inhaltlicher Zusammenhang besteht, im Aktiv geschrieben werden und der Inhalt prägnant verfasst und übersichtlich in Absätze gegliedert wird. Den anderen Grundsatz, dass der Empfänger persönlich angesprochen werden soll, erfüllt nur die Reklamation. Um den Text begreifbarer und anschaulicher zu präsentieren, treten in beiden Briefen Illustrationen oder Tabellen auf.

7.6 Zusammenfassung

Aus der durchgeführten Analyse ergibt sich, dass die klassischen Papierbriefe durch die Computerkommunikation per E-Mail ersetzt werden. Einige Arten der Geschäftsbriefe, nämlich die Angebote, Bestellungen und Reklamationen folgen fast allen festgelegten Grundsätzen der richtigen Verfassung der Geschäftsbriefe. Von der empfohlenen Struktur der DIN-Norm *DIN 5008* weichen sie nur in einigen Punkten ab. Das lässt sich aufgrund der fehlenden Anrede und Grußformel und des fehlenden Betreffs in der Bestellung nachweisen. Für diese Arten der Geschäftsbriefe verfügen die Unternehmen über die vorgefertigten Formulare. Nach der Eintragung nötiger Angaben in diese Formulare gestaltet die Unternehmenssoftware maschinell die gewünschten Geschäftsbriefe, die übersichtlich und einheitlich sind und als Anhang in einem E-Mail vorkommen. Die Weise, wie diese Geschäftsbriefe erstellt werden, ist sehr effektiv und spart Zeit. Jedes Unternehmen hat eigene Standards für die Struktur seiner Geschäftsbriefe, aber die grundlegenden Punkte der Briefe sind in allen Unternehmen gleich.

Auf der anderen Seite treten in der Handelskorrespondenz auch Anfragen oder Mahnungen auf, die frei, ohne bestimmte Regeln der Gestaltung der Geschäftsbriefe zu beachten, erstellt werden. Deshalb unterscheiden sie sich von den festgesetzten Mustern in hohem Maße. Sie

befinden sich in dem Körper eines E-Mails und wirken dadurch informal, bieten aber freundlicherer Zugang zu den Rezipienten.

Wie erwartet, weil sich um die Kommunikation unter Fachleuten handelt, kommt in den Geschäftsbriefen eine große Anzahl von Fachtermini, Fremdwörter und Abkürzungen aus dem Industriesektor und aus der kaufmännischen Sprache zum Vorschein. Die Botschaft wird oft nur stichwortartig mitgeteilt, doch wenn es Sätze gibt, werden sie vorwiegend klar und deutlich verfasst, d. h., dass die Tendenzen der Einfachheit und Klarheit hier zu merken sind. In den analysierten Geschäftsbriefen werden einige grammatische Regeln gebrochen. Obwohl sie dem Verständnis des Inhalts nicht hindern, können sie das Unternehmensimage verschlechtern und hinterlassen keinen guten Eindruck.

SCHLUSSBETRACHTUNG

Meine Bachelorarbeit befasste sich mit der Untersuchung der geschäftlichen Dokumente, nämlich der Geschäftsbriefe. Erstens setzte sich diese Arbeit zum Ziel, die Geschäftsbriefe in die verschiedenen Gruppen der Fach- und Wirtschaftssprache einzuordnen. Das zweite Ziel lag darin, die heutige Handelskorrespondenz anhand der gesammelten Geschäftsbriefe aus der Geschäftskorrespondenz der Schmiedewerkstatt VIVA AG vorzustellen. Das dritte und wichtigste Ziel war, die Geschäftsbriefe aus der lexikalischen, syntaktischen und stilistischen Sicht zu analysieren und festzustellen, ob sie der festgelegten Struktur und den Grundsätzen für die richtige Erstellung der Geschäftsbriefe folgen.

In dem theoretischen Teil wurde zuerst die Fachsprache, ihre Hauptmerkmale und Gliederung laut bestimmter Kriterien wie z. B. der Handlungsbereich oder die Abstraktionsstufe beschrieben. Darauf aufbauend wurde die Wirtschaftssprache mit ihrer Gliederung geklärt. Danach wurde die betriebliche Kommunikation mit den Geschäftsbriefen vorgestellt, und zwar ihre Arten, Funktionen und Struktur. Der letzte Teil des theoretischen Teils erläuterte die Grundsätze, Regeln und Erfordernisse für die richtige Formulierung der Geschäftsbriefe mit Schwerpunkt auf die gewählten Arten der Geschäftsbriefe, nämlich die Anfragen, Angebote, Bestellungen, Reklamationen und Mahnungen, weil sie häufig in der Handelskorrespondenz verwendet werden.

Der praktische Teil stellte die Schmiedewerkstatt VIVA AG, die mir ihre Geschäftsbriefe für die Analyse zur Verfügung stellte, vor. Aufgrund des theoretischen Teils wurden im praktischen Teil die einzelnen Geschäftsbriefe in verschiedene Kategorien der Fachsprache eingeordnet und es wurde bewiesen, dass die Geschäftsbriefe laut ihrer sprachlichen Merkmale einen wesentlichen Teil der Fachsprache darstellen. Weiter wurde die Auftragsabwicklung laut der gesammelten Geschäftsbriefe von der Anfrage bis zu der Mahnung offenbart. Den wichtigsten Punkt des praktischen Teils bildete die Analyse der Geschäftsbriefe anhand ihrer Struktur, Lexik, Syntax und Stilistik. Es wurde verglichen, ob die Geschäftsbriefe den aktuellen Vorschriften der Verfassung der Geschäftskorrespondenz entsprechen.

Die heutige Handelskorrespondenz umfasst keine klassischen Papierbriefe, weil sie durch die Computerkommunikation zurückgedrängt wurden. Gemäß der Analyse wurde festgestellt, dass die meisten Geschäftsbriefe, nämlich die Angebote, Bestellungen und Reklamationen, die als übersichtlichen, klar strukturierten und maschinell erstellten

Formulare vorkommen, den oben genannten Grundsätzen und Regeln der Formulierung und der richtigen Erstellung folgen. Weil es sich um offizielle Briefe handelt, wird darauf aufgepasst, dass sie richtig erstellt werden. Obwohl Geschäftsbriefe wie Anfragen oder Mahnungen eine lockere Struktur haben und weitgehend die Regeln eines klar strukturierten Formulars missachten, sind sie, zusammen mit den formalen Geschäftsbriefen, für den Rezipienten verständlich verfasst. Aus der Analyse lässt sich die Schlussfolgerung ziehen, dass der heutige Geschäftsverkehr erfolgreich sein kann, ohne bestimmte Vorschriften der Korrespondenz einzuhalten. Das geschieht vor allem in den Unternehmen, zwischen denen schon Geschäftsbeziehungen existieren.

Die analysierten Geschäftsbriefe enthalten neben den Ausdrücken aus der standardsprachlichen Ebene auch eine wesentliche Anzahl der Fachlexik aus dem Industriesektor und der kaufmännischen Sprache, die hilft, die Kommunikation und Verständigung zwischen Kommunikationspartnern präziser zu gestalten. Die Abkürzungen sind hier auch stark vertreten. Es wird auf unnötige und komplizierte Sätze verzichtet und im Vordergrund treten die Einfachheit, Klarheit und Deutlichkeit. Die grammatischen Fehler sind aber ein Mangel und obwohl sie in den Geschäftsbriefen nicht oft auftauchen, sollen sie in der offiziellen Handelskorrespondenz nicht auftreten.

Es wurde erwartet, dass die Ergebnisse meiner Analyse dazu führen würden, dass die gesamten Geschäftsbriefe laut den Vorschriften für die Erstellung der Geschäftskorrespondenz verfasst wurden. Die Ergebnisse aber beweisen, dass manche Briefarten diesen Regeln nicht folgen. Trotzdem verläuft die Kommunikation zwischen der Schmiedewerkstatt VIVA AG und den anderen Partnern erfolgreich und reibungslos, weil im Laufe der Zeit eine zuverlässige Grundlage für die Geschäftskommunikation geschaffen wurde. Die Unternehmen können ihre Ziele in dem Handelsbereich erreichen, auch wenn die Geschäftsbriefe nicht immer richtig formuliert werden. Was die Empfehlungen für die Gestaltung der Handelskorrespondenz betrifft, sollen die Unternehmen grammatische Fehler vermeiden, ansonsten sollen sie ihre Kommunikationsstrategie fortsetzen und nach bestimmter Zeit überprüfen, ob ihre Geschäftsbriefe noch aktuell sind und ob sie einige Verbesserungen, die den neuesten Trends in dem Geschäftsverkehr folgen, brauchen.

LITERATURVERZEICHNIS

BIELI, Alex und Carmen GEISER. *Korrespondenz aktuell*. 4. Aufl. Bern: hep, 2023. ISBN: 978-3-0355-2317-1.

BORGULYA, Agota. *Zu einigen wichtigen Merkmalen der deutschsprachigen Texte der Dokumentation in der Wirtschaft*. Bungarten, 1988.

BRINKER, Klaus. *Linguistische Textanalyse: Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 4. Aufl. Berlin: Erich Schmidt, 1992. ISBN 9783503030378.

BUHLMANN, Rosemarie und Anneliese FEARNs. *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*. 6. Aufl. Tübingen: Gunter Narr, 2000. ISBN 9783823349655.

DOLEŽALOVÁ, Katarína. *Eine Einführung in die deutsche Geschäftskorrespondenz*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2007. ISBN 978-80-7318-546-6.

DUDEN. *Briefe, E-Mails und Kurznachrichten gut und richtig schreiben*. 4. Aufl. Berlin: Bibliographisches Institut, 2020. ISBN 978-3-411-74304-9.

DUDEN. *Geschäftskorrespondenz*. 2. Aufl. Berlin: Bibliographisches Institut, 2014. ISBN 978-3-411-74212-7.

HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung*. 2. Aufl. Berlin: Akademie, 1984. ISBN 9783112473917.

PŠČOLKOVÁ, Miroslava. *Obchodní korespondence v němčině*. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-327-7.

ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt, 2005. ISBN 3-503-07938-6.

SACHS, Rudolf. *Německá obchodní korespondence*. Plzeň: Fraus, 1993. ISBN 9788090061965.

ŠILHÁNOVÁ, Renata. *Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textsorte Geschäftsbrief*. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-08-8.

Elektronische Quellen:

DIN-5008-Richtlinien, 2024. Die aktuelle Empfehlung zur Schreibweise des Datums. In: *din-5008-richtlinien.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.din-5008-richtlinien.de/startseite/datum/>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Brutto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/brutto>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2023. Floskel. In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Floskel>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2023. Funktionsverbgefüge. In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Funktionsverbgefuege>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Netto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/netto>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2024. Skonto. In: *duden.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Skonto>.

DUDEN Rechtsschreibung, 2023. Was ist ein Pleonasmus? In: *duden.de* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Was-ist-ein-Pleonasmus>.

GABLER Wirtschaftslexikon, 2024. DAP. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/dap-52731>.

GABLER Wirtschaftslexikon, 2024. DDU. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2024-02-26]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/ddu-29529>.

GABLER Wirtschaftslexikon, 2023. Mahnung. In: *wirtschaftslexikon.gabler.de* [online]. [zit. 2023-11-29]. URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/mahnung-39757>.

ROELCKE, Thorsten. Zur Gliederung von Fachsprache und Fachkommunikation. *Facultas* [online]. 2014, Jg. 36, Nr. 3–4 [zit. 2023-11-01]. ISSN 1017-3285. URL: <https://doi.org/10.24989/fs.v36i3-4.1305>.

VIVA Kovárna [online], 2023. [zit. 2023-11-22]. URL: <https://www.viva.cz/>.

WORTBEDEUTUNG, 2023. Bandwurmwort. In: *wortbedeutung.info* [online]. [zit. 2023-11-13]. URL: <https://www.wortbedeutung.info/Bandwurmwort/>.

SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

bspw. beispielweise

d. h. das heißt

Mio. Million

S. Seite

usw. und so weiter

vgl. vergleiche

z. B. zum Beispiel

ABILDUNGSVERZEICHNIS

| | |
|--|----|
| Abbildung 1 – Horizontale Gliederung der Fachsprache | 16 |
| Abbildung 2 – Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache..... | 21 |
| Abbildung 3 – Wirtschaftskommunikation im Produktionsbereich | 23 |
| Abbildung 4 – Aufbau eines Geschäftsbriefes nach DIN 5008 | 26 |
| Abbildung 5 – Kommunikationsquadrat..... | 28 |
| Abbildung 6 – Beispiele der Fachtermini aus dem Industriesektor aus dem Angebot..... | 48 |
| Abbildung 7 – Beispiele der Fachtermini aus dem Industriesektor aus der Bestellung | 49 |
| Abbildung 8 – Beispiele der Begriffe der kaufmännischen Sprache aus dem Angebot..... | 49 |
| Abbildung 9 – Beispiele der Verkürzungen aus der Bestellung | 50 |
| Abbildung 10 – Beispiele der Fremdwörter aus der Bestellung..... | 51 |
| Abbildung 11 – Beispiel der Beschränkung auf das Wesentliche aus der Anfrage | 51 |
| Abbildung 12 – Bestellung | 58 |
| Abbildung 13 – Reklamation..... | 65 |

ANHANGSVERZEICHNIS

Anhang A I: Anfrage

Anhang A II: Anfrage

Anhang A III: Angebot

Anhang A IV: Angebot

Anhang A V: Bestellung

Anhang A VI: Bestellung

Anhang A VII: Bestellung

Anhang A VIII: Bestellung

Anhang A IX: Reklamation

Anhang A X: Mahnung

Anhang A XI: Mahnung

ANHANG A I: ANFRAGE

From: [REDACTED] <[REDACTED]>
Sent: Tuesday, November 14, 2023 11:56 AM
To: [REDACTED] <[REDACTED]>
Subject: WG: Anfrage 2013927 an 708018 Kovarna VIVA a.s. / ZLIN (CZ)

Hallo Frau [REDACTED],

würden Sie mir bitte in den nächsten Tagen Ihr bestes Angebot unterbreiten.
ABUS erwartet eine merkliche Preisreduzierung.

Im Voraus besten Dank.

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]
Beschaffung

ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1, 51647 Gummersbach

Tel.: +[REDACTED] Fax: +[REDACTED]
e-mail: [REDACTED]
Website: www.abus-kransysteme.de
Commercial Register: HRB Köln 39091
VAT Registration Number: DE 811 575 164
Managing Directors: Lothar Bühne, Michael Bühne

Bespiel der Anfrage, die sich im E-Mail-Körper befindet.

ANHANG A II: ANFRAGE



ABUS Kransysteme GmbH · Postfach 10 01 62 · 51647 Gummersbach

Kovarna VIVA a.s.
Frau [REDACTED]
Vavreckova 5333
760 01 ZLIN
TSCHECHISCHE REPUBLIK

Anfrage

Anfrage-Nr.: 2013927
Gummersbach, 06.09.2023

Lieferanten-Nr.: 708018

ABUS Stammhaus

Tel. [REDACTED]

Fax [REDACTED]

Sehr geehrte Frau [REDACTED],

wir bitten Sie, uns für folgende Teile Ihr Angebot in EUR bis zum 04.10.2023 vorzulegen.

| Pos. | Menge | ME | Beschreibung |
|------|-------|----|--------------|
|------|-------|----|--------------|

Die angefragte Menge ist unser geschätzter Jahresbedarf, der auf Abruf bestellt werden soll.
Bitte bieten Sie Ihre Preise vom 01.01.2024 - 31.12.2024 an.

Mit freundlichen Grüßen
ABUS Kransysteme GmbH
[REDACTED]

PS: Besuche bitte telefonisch vereinbaren.

Seite: 1 / 1

EAA 10
ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Michael Bühne

Beispiel der Anfrage in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A III: ANGEBOT



Angebot

Kovárna „VIVA“ Zlín, spol. s r.o.
Tř. T. Bati č. p. 5266
760 01 Zlín

Von: [REDACTED]
Datum: 10.12.2019
E-mail: [REDACTED]
Von: [REDACTED]
Datum: 10.12.2019
E-mail: [REDACTED]

Für: **ABUS Kransysteme GmbH**
Name: Herr [REDACTED]
Anschrift:
Telefon: + [REDACTED]
E-mail: [REDACTED]

Sehr geehrter Herr [REDACTED],

vielen Dank für Ihre Anfrage nach Schmiedeteilfertigung, wir unterbreiten Ihnen folgendes Angebot:

Angebot Nr.: 071A/19 Zeichnungsnummer: 224 209-000

Bedarf: 6 000 Stück/Jahr
Losgröße: 1 500 Stück
Preis: [REDACTED] Euro/Stück + aktuelle Schrott- u. Legierungszuschläge
Bearbeitung: [REDACTED] Euro/Stück
Gesamtpreis: [REDACTED] Euro/Stück + SZ + LZ
Rohteilgewicht: 0,361 kg
Material: C45 (gewöhnliches, keine begrenzte chemische Zusammensetzung)
Werkzeugkostenanteil: [REDACTED] Euro

Die Teile werden nach EN 10243 F geschmiedet, abgegratet, gelocht, N-geglüht, sandgestrahlt, bearbeitet und galvanisch verzinkt.

In die Standardkalkulation ist die Ausstellung des Materialattestes 3.1 bei Serienlieferungen eingeflossen. Weitere geforderte Kontrolldokumentationen zu den Teillieferungen konkretisieren Sie uns bitte oder führen dies in der Bestellung an, sie sind nicht Bestandteil des Angebotes.

Liefertermin: Erstmuster Teile nach Vereinbarung, erste Serie 8 bis 10 Wochen nach Musterfreigabe
Lieferbedingung: DDU VIVA Zlín ohne Verpackung
Zahlungsbedingung: 12 Tage 3 % Skonto, 30 Tage netto nach Wareneingang
Angebotgültigkeit: 3 Monate

Mit freundlichen Grüßen
[REDACTED] project manager

VF16501

Beispiel des Angebots in der Form eines Geschäftsbriefes, das als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A IV: ANGEBOT

Kovárna "VIVA" Zlín, spol. s r. o.

Tř. T. Bati č.p. 5266

760 01 Zlín

Česká republika

Tel.:+420 577 522 185

E-Mail: kovarna@vivazlin.cz

Zápustkové i volně kované výkovky z oceli

Drop forgings and smith forgings of steel

Gesenkschmiedete und freiformgeschmiedete Stahlteile

Tel./Fax:+420 577 210 319

| Für: | Von: |
|---|--|
| Abus Kransysteme GmbH H. [REDACTED] Sonnenweg 1 516 47 GUMMERSBACH [REDACTED] | Von: [REDACTED] Datum: 22.5.2021 Zeit: 12:47 Seiten: 1 E-Mail: [REDACTED] E-Mail: [REDACTED] (project manager) |
| Betr.: Angebot Nr. 033/21 – Anfrage 2003330 | |

Sehr geehrter Herr [REDACTED],

vielen Dank für Ihre Anfrage Nr. 2003330 vom 19.04.2021. Wir unterbreiten Ihnen folgendes Angebot:

Angebot Nr. 033/21 Laufrad GM 1000 E130 Stahl A, Zg. Nr. 209082-000

Bedarf: 1 600 Stück/Jahr
Losgröße: 700 Stück
Preis: [REDACTED] Euro/Stück
Preis (Bearbeitung): [REDACTED] Euro/Stück
Gesamtpreis: [REDACTED] **Euro/Stück**
Material: C60
Schmiedeteilgewicht: 3,7 kg/Stück
Werkzeugkostenanteil: [REDACTED] Euro
2 Räumwerkzeuge: [REDACTED] Euro
Bearbeitungsvorrichtung: [REDACTED] Euro

Die Teile werden nach EN 10243 F sauber geschmiedet, vergütet, sandgestrahlt, und mechanisch bearbeitet auf der Grundlage der Zeichnung.

Lieferbedingung: DDU Gummersbach
Lieferfrist: Muster nach Vereinbarung;
Serie: 6 - 8 Wochen nach Musterfreigabe
Angebotsgültigkeit: 3 Monate
Zahlungsbedingung: 30 Tage netto

Mit freundlichen Grüßen

[REDACTED]
project manager

Beispiel des Angebots in der Form eines Geschäftsbriefes, das als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A V: BESTELLUNG

Stallkamp

Erich Stallkamp ESTA GmbH
In der Bahler Heide 4
D-49413 Dinklage
Tel. Zentrale: 04443/9666-0
Fax Einkauf: 04443/9666-61

Erich Stallkamp ESTA GmbH-Postfach 12 60-D-49413 Dinklage

Kovarna VIVA a.s.
tr. T. Bati 5333

CZ 760 01 Zlín Czech Republic

Bestellung

Seite: 1

Bestell Nr.: 71151323
Bestelldatum: 15.10.2021
Lieferanten Nr.: 91023
Unsere Kd - Nr.:
Ihr Zeichen: Verkauf

Lieferadresse: Erich Stallkamp ESTA GmbH
Werk 2.2
Bahler Straße 9
D-49413 Dinklage

Ansprechpartner: [REDACTED]

Tel.: [REDACTED]

E-Mail: [REDACTED]

Liefertermin: 08.03.2022

Kommission: Lager

| Pos. | Teile-Nr. | Menge | ME | Preis in EUR | PE | Rabatt | Wert in EUR |
|------|-----------|-------|----|--------------|----|--------|-------------|
|------|-----------|-------|----|--------------|----|--------|-------------|

Bitte weisen Sie auf Ihrer Auftragsbestätigung, Lieferschein und Rechnung folgende Referenzangaben aus:

Bestell-Nr.: 71151323
Kommission: Lager

Zusätzlich ist in jeder Auftragsposition unsere Teile-Nr. zu vermerken.

Ohne diese Angaben ist die Weiterverarbeitung Ihrer Belege bei uns im Haus nicht möglich!

Sehr geehrte Damen und Herren,

zu dieser Bestellung erhalten Sie eine neue geänderte Zeichnung Nr. 5140028 -003, nach der gefertigt werden muss.

MfG i. A. [REDACTED]

| | | | | | | | |
|-----|--|---------|-----|------------|---|-------|------------|
| 1,0 | 5140028 | 1.500,0 | Stk | [REDACTED] | E | 0,00% | [REDACTED] |
| | Zahnradrohling Z=16 m=6 Werkstoff 16MnCrS5 / 1.1739 ZeichnungsNr.: 5140028 003 sauber geschmiedet, gesandstrahlt und entgratet | | | | | | |

Erich Stallkamp ESTA GmbH
Sitz der Gesellschaft: D-49413 Dinklage
Handelsregister: Amtsgericht Oldenburg HRB 110161
Geschäftsführer: Erich Stallkamp, Christoph Heseding

Unsere Einkaufsbedingungen gelten für alle von uns erteilten Bestellungen und Aufträge

Stallkamp

Bestell Nr. : 71151323
Lieferanten Nr. : 91023
Ansprechpartner : ██████████

vom: 15.10.2021

BESTELLUNG

Seite: 2

| Pos. | Teile-Nr. | Menge | ME | Preis in EUR | PE | Rabatt | Wert in EUR |
|------|-----------|-------|----|--------------|----|--------|-------------|
|------|-----------|-------|----|--------------|----|--------|-------------|

Verpackungsvorschrift:

Gitterbox a 300 Stück

Gewichtsbegrenzung: 900 kg

Achtung:

Lieferung incl. Werkzeugeinsatz vom Einsatzmaterial als PDF Datei per E-Mail

Gesamtwert in EUR ██████████

Senden Sie uns bitte Ihre Auftragsbestätigung innerhalb von 3 Tagen zu!

Ihre Rechnung schicken Sie uns bitte per Email an ██████████

Erich Stallkamp ESTA GmbH
Sitz der Gesellschaft: D-49413 Dinklage
Handelsregister: Amtsgericht Oldenburg HRB 110161
Geschäftsführer: Erich Stallkamp, Christoph Heseding

Unsere Einkaufsbedingungen gelten für alle von
uns erteilten Bestellungen und Aufträge

Beispiel der Bestellung in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A VI: BESTELLUNG



+420 57 7210319

Bestellung

Bestell-Nr. (bitte stets angeben)

708018/41369676/60702

Bestelldatum: 25.10.2023

ABUS Stammhaus

Tel. [REDACTED]

Fax [REDACTED]

ABUS Kransysteme GmbH · Postfach 10 01 62 · 51601 Gummersbach

Kovarna VIVA a.s.
Frau [REDACTED]
Vavreckova 5333
760 01 ZLIN
TSCHECHISCHE REPUBLIK

Lieferanschrift

ABUS Kransysteme GmbH
Tor 22/23
Archimedesstr. 1
51647 Gummersbach-Sonnenberg
Prüfdokumente an: [REDACTED]

Anlieferzeiten:

Mo. - Do.: 07:00 - 15:00
Freitag: 07:00 - 12:00

Lieferbedingung: DAP Incoterms ® 2010
Verpackung: einschließlich
Zahlung: 14 Tage 2% Skonto oder 30 Tage netto

Wir erteilen diesen Auftrag auf Basis der Internationalen Einkaufsbedingungen für nicht in Deutschland ansässige Lieferanten (aktueller Stand: www.abus-kransysteme.de/lieferanten) sowie den mit Ihnen getroffenen Individualvereinbarungen. Wir erwarten innerhalb von 2 Arbeitstagen nach Bestelleingang Ihre schriftliche Auftragsbestätigung. Änderungen unserer Bestellspezifikation bedürfen unserer schriftlichen Zustimmung.

PE: E=Einzelpreis; H=per Hundert; T=per Tausend; kg=per Kilo; Hkg=per 100 Kilo; t=per Tonne; m=per Meter

| Pos. | Menge ME | Artikel/Bezeichnung | Einzelpreis PE | Gesamtpreis |
|------|----------|---|------------------|----------------|
| 1,0 | 50 St | Antriebsflansch 295 Zu jeder Lieferung: Abnahmeprüfzeugnis nach DIN EN 10204-3.1 mit 14er-Analyse, CEV-Wert, mechanische Eigenschaften ZNR: ES060003T-002;212893-002 Zolltarif-Nr.: 7326 90 98 Werkstoff: S355J2 DIN EN10025-2 ABUS-AN: [REDACTED] Kommission: [REDACTED] / LG: 60702 Bestell-Nr.: 08034A-1 Liefertermin: 28.11.2023 eintreffend | [REDACTED] EUR E | [REDACTED] EUR |
| 2,0 | 50 St | Lagerflansch 295 Zu jeder Lieferung: Abnahmeprüfzeugnis nach DIN EN 10204-3.1 mit 14er-Analyse, CEV-Wert, mechanische Eigenschaften ZNR: ES060003T-002;105821-010 | [REDACTED] EUR E | [REDACTED] EUR |

Seite: 1 / 2

EB 10
ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt.-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Michael Bühne

Bestellung

Bestell-Nr.: 708018/41369676/60702

| Pos. | Menge ME | Artikel/Bezeichnung | Einzelpreis PE | Gesamtpreis |
|------|----------|---|----------------|-------------|
| | | Zolltarif-Nr.: 8483 90 20 | | |
| | | Werkstoff: S355J2 DIN EN10025-2 | | |
| | | ABUS-AN: [REDACTED] | | |
| | | Kommission: / LG: 60702 | | |
| | | Bestell-Nr.: 08033-1 | | |
| | | Liefertermin: 28.11.2023 eintreffend | | |

Gesamtsumme (Zuzüglich der am Tag der Anlieferung gültigen MWST.)

[REDACTED] EUR

Gesamtsumme offen

[REDACTED] EUR

Bitte informieren Sie uns, falls in Ihren Produkten Stoffe aus der Kandidatenliste nach Art. 33 der REACH-Verordnung mit über 0,1 Massenprozent enthalten sind.

Wir bestätigen die Annahme dieses Auftrages und liefern geschlossen u. termingerecht an.

Unsere Auftragsnummer :

Unser Sachbearbeiter :

Fax an ABUS :

[REDACTED]

Datum

Unterschrift / Stempel

Diese Bestellung wurde maschinell erstellt und ist rechtsgültig ohne Unterschrift.

Seite: 2 / 2

EB 10 ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Michael Bühne

Beispiel der Bestellung in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A VII: BESTELLUNG



Metallverarbeitung GmbH
Gewerbepark Aunkirchen 1
D-94474 Vilshofen an der Donau

Telefon +49-8543-9623-0
Fax +49-8543-9623-33

info@zeisler.biz
www.zeisler.biz

ZEISLER Metallverarbeitung GmbH * Gewerbepark Aunkirchen 1 * D-94474 Vilshofen

Kovarna VIVA a.s.
Vavreckova 5333
760 01 Zlin
Tschechien (Tschechische Republik)

Lieferantennr.: 703712

Bearbeiter: [REDACTED]

Telefon: [REDACTED]

Datum: 13.07.2023

Bestellung 3006006

| Pos. | Artikelnummer Bezeichnung | Menge | Einzelpreis EUR | Gesamtpreis EUR |
|------|--|-------------------|--------------------|--------------------|
| 1 | 12044012800 Verstärkung rechts gewünschter Liefertermin: 22.01.2024 | 1.000,00 Stück | [REDACTED] | [REDACTED] |
| 2 | 12044012802 Verstärkung links gewünschter Liefertermin: 22.01.2024 | 1.000,00 Stück | [REDACTED] | [REDACTED] |
| 3 | 12544012800 Verstärkung BR12x4 gewünschter Liefertermin: 22.01.2024 | 2.000,00 Stück | [REDACTED] | [REDACTED] |
| 4 | 15344465501 Kettenhalter bearbeitet rechts gewünschter Liefertermin: 22.01.2024 | 400,00 Stück | [REDACTED] | [REDACTED] |
| 5 | 15344465502 Kettenhalter bearbeitet links gewünschter Liefertermin: 22.01.2024 | 400,00 Stück | [REDACTED] | [REDACTED] |

Freitag keine Anlieferung. Entladung nur mit Stapler möglich. Wir bitten um Auftragsbestätigung.

| Warenwert | Fracht | Verpackung | Netto | MwSt-Satz | MwSt-Betrag | Brutto |
|------------|--------|------------|------------|-----------|-------------|----------------|
| [REDACTED] | 0,00 | 0,00 | [REDACTED] | 0,00 % | | EUR [REDACTED] |

Zahlungskonditionen: 30 T netto

Lieferkonditionen: frei Haus

Seite 1 von 1

ZEISLER Metallverarbeitung GmbH
Sitz der Gesellschaft: Vilshofen an der Donau
Amtsgericht Passau, HRA 6868
USt-IdNr. DE331173561

Geschäftsführer:
Kurt Zeisler
Joachim Zeisler

Bankverbindung:
Oberbank München SWIFT-BIC: OBKLEMX, IBAN: DE46 7012 0700 1061 2057 28
Sparkasse Passau SWIFT-BIC: BYLADEM1PAS, IBAN: DE72 7405 0000 0030 9408 94
Lieferungen bleiben bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum der Gesellschaft.
Gerichts

Beispiel der Bestellung in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A VIII: BESTELLUNG



Wacker Neuson Produktion GmbH & Co. KG, 85084 Reichertshofen, Deutschland

Firma
Kovarna Viva a.s.
Vavreckova 5333
CZ-760 01 ZLIN

Lieferanschrift:
Wacker Neuson Produktion GmbH & Co. KG
Münchner Straße 31
D-85084 REICHERTSHOFEN

| Bestellung | | 4503025565 |
|-------------------|------------|------------|
| Bestelldatum | 18.08.2020 | |
| Lieferantennummer | 1014596 | |
| Druckdatum | 18.08.2020 | |
| Kundennummer | | |
| Ansprechpartner | | |
| Telefon | | |
| Fax | | |
| E-Mail | | |

Bitte beachten Sie unsere Warenannahmezeiten:
Anlieferung Münchner Str. 31, 85084 Reichertshofen, Deutschland
Mo. - Do. 07:00 - 15:15 Uhr
Fr. 07:00 - 11:45 Uhr

Anlieferung Röntgenstr. 18, 85757 Karlsfeld
Mo.- Fr. 07:30 - 15:30 Uhr

Elektronischer Rechnungsversand an:
[REDACTED]

Bei Rückfragen zu Ihren Rechnungen wenden Sie sich bitte an: [REDACTED]

Lieferbedingung: DDU Reichertshofen

Zahlungsbedingung: 30 Tage netto

Auftragsbestätigung:

Sehr geehrte Damen und Herren,
hiermit bestellen wir gemäß unseren Allgemeinen Einkaufsbedingungen, die Sie jederzeit unter
<http://wackerneusongroup.com/lieferanten/formulare-richtlinien/> einsehen können:

| Pos | Materialnummer Bezeichnung | Menge | Preis EUR | Einheit | Positionswert EUR |
|--|---|------------------|--------------|-----------------------|----------------------|
| 00010 | 5000200717 Kurbeltrieb Gesenk | 470.00 Stück | [REDACTED] | 1 Stück | [REDACTED] |
| | Normbezeichnung: | DIN17210 | | | |
| | Werkstoff: | 16MnCrS5BG | | | |
| | Ihre Material-Nr: | 11929 | | | |
| | Zeichnungs-Nr | 5000200717 | | Zeichnungsversion: 01 | |
| | Verbindlicher Anliefertermin: | 470 Stück | | Tag 28.10.2020 | |
| | MTZ Zuschlag / Menge | [REDACTED] EUR | | 1 ST | [REDACTED] |
| | Nettowert incl Rab. | [REDACTED] EUR | | 1 ST | [REDACTED] |
| Gesamtnettowert ohne Umsatzsteuer | | EUR | | | [REDACTED] |

Seite 1 von 2

Wacker Neuson Produktion
GmbH & Co. KG
Wackerstraße 6 • 85084 Reichertshofen
Telefon: +49 - (0) 8453 - 340 - 0
www.wackerneuson.com

Deutsche Bank München
Bankleitzahl: 700 700 10
Konto-Nr.: 222 748 600
SWIFT (BIC): DEUT DE MM XXX
IBAN: DE04 7007 0010 0222 7486 00

USt-Id-Nr.: DE277138620
WEEE-Reg.-Nr.: DE31060516

Wacker Neuson Produktion GmbH & Co. KG • Reichertshofen • Amtsgericht Ingolstadt • HRA 3195
Komplementärin: Wacker Neuson PGM Verwaltungs GmbH • Reichertshofen • Amtsgericht Ingolstadt • HRB 8268
Geschäftsführer: Helmut Bauer, Stefan Pfetsch



Bitte beachten Sie: Bei sämtlicher diesen Auftrag betreffenden Korrespondenz inkl. Auftragsbestätigungen, Lieferscheinen und Rechnungen ist unsere oben angegebene Bestellnummer anzugeben. Sämtliche notwendigen Dokumente wie zum Beispiel Material- und Ursprungszeugnisse etc. sind Bestandteil dieser Bestellung und vom Lieferanten zusammen mit der bestellten Ware zu liefern. Dieses Dokument wurde maschinell erstellt und ist ohne Unterschrift gültig.

Seite 2 von 2

Wacker Neuson Produktion
GmbH & Co. KG
Wackerstraße 6 • 85084 Reichertshofen
Telefon: +49 - (0) 8453 - 340 - 0
www.wackerneuson.com

Deutsche Bank München
Bankleitzahl: 700 700 10
Konto-Nr.: 222 748 600
SWIFT (BIC): DEUT DE MM XXX
IBAN: DE04 7007 0010 0222 7486 00

USt-Id-Nr.: DE277138620
WEEE-Reg.-Nr.: DE31060516

Wacker Neuson Produktion GmbH & Co. KG • Reichertshofen • Amtsgericht Ingolstadt • HRA 3195
Komplementärin: Wacker Neuson PGM Verwaltungs GmbH • Reichertshofen • Amtsgericht Ingolstadt • HRB 8268
Geschäftsführer: Helmut Bauer, Stefan Pfetsch

Beispiel der Bestellung in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A IX: REKLAMATION



ABUS Kransysteme GmbH · Postfach 10 01 62 · 51601 Gummersbach

Kovarna VIVA a.s.
Frau [REDACTED]
Vavreckova 5333
760 01 ZLIN

TSCHECHISCHE REPUBLIK

Reklamation aus Wareneingang

Abteilung Logistikmanagement
Belegnummer (bitte stets angeben)

7022568

Belegdatum: 14.04.2021

Lieferanten-Nr.: 708018

ABUS Stammhaus

Tel. [REDACTED]

Fax [REDACTED]

FM-Nr.: 5896 - 1

Sehr geehrte Damen und Herren,

bei unserer Wareneingangsprüfung stellten wir folgenden Mangel fest und bitten Sie daher, den **ausgefüllten Reklamations-Report** bis zum 28.04.2021 an [REDACTED] zurück zu senden.

| Pos. | Menge | ME | Artikel/Bezeichnung |
|---|-------|----|---|
| 1,0 | 12 | St | Laufrad E130 NA für geneigte Flansche ABUS-AN: [REDACTED] Unsere Bestellung: 41022924 LS 81211836 |
| Fehlerbeschreibung : | | | |
| Falsches Teil Soll: AN35503 Ist: AN35501 | | | |
| Ersatzlieferung: nein | | | |

Seite: 1 / 2

ERL10
ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt.-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Dr. Eckhard Bube, Michael Bühne

Reklamation aus Wareneingang

Belegnummer: 7022568

| Pos. | Menge | ME | Artikel/Bezeichnung |
|------|-------|----|---------------------|
|------|-------|----|---------------------|

Wir bitten Sie, die fehlerhaften Teile innerhalb von 48 Stunden abzuholen bzw. uns zu informieren, ob wir eine Verschrottung oder unfreie Rücksendung veranlassen sollen.

Mit freundlichen Grüßen
ABUS Kransysteme GmbH
Abteilung Materialwirtschaft
i.A. [REDACTED]

Diese Reklamation wurde maschinell erstellt und ist rechtsgültig ohne Unterschrift.

Seite: 2 / 2

ERL10
ABUS Kransysteme GmbH
Sonnenweg 1 • D-51647 Gummersbach
Tel. +49 2261 37-0 • Fax +49 2261 37-247
E-Mail: info@abus-kransysteme.de
Web: www.abus-kransysteme.de

Handelsregister: HRB Köln 39091
USt-ID.Nr.: DE 811 575 164
Geschäftsführer: Lothar Bühne, Dr. Eckhard Bube, Michael Bühne

Beispiel der Reklamation in der Form eines Geschäftsbriefes, die als Anhang im E-Mail vorkommt.

ANHANG A X: MAHNUNG

From: [REDACTED]
Sent: Friday, October 12, 2018 9:40 AM
To: [REDACTED] <[REDACTED]>; [REDACTED]
Subject: Rechnungen 20183016 und 20183111 nach Fälligkeit

Sehr geehrte Herren,

die zwei o. g. Rechnungen sehen als unbezahlt im unsren System aus. Bitte seien Sie so nett und teilen Sie mir den akutellen Status der Zahlung mit.

Vielen Dank für Ihre Zeit,

[REDACTED]

S pozdravem / Mit freundlichen Grüssen / Best regards

[REDACTED]
disponent / logistik

Tel.: +[REDACTED] GSM: +[REDACTED] FAX: +[REDACTED]
Kovárna VIVA a.s., Vavrečkova 5333, 760 01 Zlín, Czech Republic
www.viva.cz

Beispiel der Mahnung, die sich im E-Mail-Körper befindet.

ANHANG A XI: MAHNUNG

From: [REDACTED] <[REDACTED]>
Sent: Thursday, December 14, 2023 11:40 PM
To: [REDACTED] <[REDACTED]>; [REDACTED]
[REDACTED]
Subject: M a h n u n g

Mahnung

[REDACTED]

bei der regelmässigen Kontrolle unserer Zahlungen stellten wir fest, dass wir bisher keine Begleichung der folgenden Rechnung feststellen konnten.

Rg. Nr.: 20233345
Rg-Datum: 12.10.23
Fälligkeit: 11.12.23
Betrag: [REDACTED] EUR
Disponent: [REDACTED] - [REDACTED], + [REDACTED]

Bitte veranlassen Sie die Zahlung der Rechnung noch heute oder, falls Sie die Zahlung nicht vollständig leisten können, setzen Sie sich bitte mit mir in Verbindung, um eine für beide Seiten akzeptable Zahlung zu vereinbaren.

Wenn die Zahlung kürzlich erfolgt ist, nehmen Sie bitte unseren Dank an und ignorieren Sie diese Mahnung.

Danke.

Einen schönen Tag wünscht

[REDACTED]

Kovárna VIVA, a.s.

Beispiel der Mahnung, die sich im E-Mail-Körper befindet.