



Birgit Woitke

Wie schreibt man heute eigentlich?

25 Antworten

auf die alltäglichen Fragen
rund um Rechtschreibung **und** Sprachstil
und Korrespondenz

Der perfekte Ratgeber
mit vielen Formulierungen
und praktischen Beispielen
für's Büro

Die Autorin

Birgit Woitke ist seit über 20 Jahren in der Unternehmenskommunikation von großen und mittelständischen Unternehmen tätig. 2009 hat sie sich mit ihrer Agentur K2G - die Kommunikationsagentur in Berlin selbstständig gemacht.

*„Ich habe mich selbst immer wieder mit diesen Fragen auseinandergesetzt. Ich fand, es war Zeit für diesen in der Themenzusammensetzung einmaligen Ratgeber, der sich mit Rechtschreibung **und** Sprachstil **und** Korrespondenz beschäftigt.“*

Birgit Woitke bietet zu diesen Themen auch Schulungen an.

Inhalt

Vorwort

Einleitung

1. Antwort

Komma ... oder nicht?

2. Antwort

Der/dem/den/das Datum?

3. Antwort

Die Anrede bei Anschreiben

4. Antwort

Der perfekte Textbeginn

5. Antwort

Das Kontaktangebot

6. Antwort

Das perfekte Textende

7. Antwort

„In der Anlage schicken wir Ihnen ...“

8. Antwort

Die Zzzzischlaute

9. Antwort

Bt. verw. Sie k. Abk.!

10. Antwort

Personalisieren Sie!

11. Antwort

„Bitte“ und „Danke“

12. Antwort

Gruß, Unterschrift und Postskriptum

13. Antwort

Bitte keine Bandwurmsätze

14. Antwort

Der Bindestrich

15. Antwort

Groß- und Kleinschreibung

16. Antwort

Verabschieden Sie sich von „bürokratisch“

17. Antwort

„Möchten“ und „würden“ Sie noch?

18. Antwort

Benutzen Sie Verrrrben!

19. Antwort

Drei gleiche Buchstaben - Achtung!

20. Antwort

Trennen Sie die Silben

21. Antwort

Lieber „Ja“ als „Nein“

22. Antwort

Zusammen- und Getrenntschreibung

23. Antwort

Fremdwörter - eingedeutscht

24. Antwort

Die Abwesenheitsnotiz

25. Antwort

Brief versus E-Mail

Übersicht Formulierungsalternativen

Quellenhinweise

Vorwort

Drei in Einem? Das geht nun wirklich nicht!

Doch.

Herzlichen Glückwunsch! Sie halten das einzige mir bekannte Sachbuch im deutschsprachigen Raum in den Händen, das sich mit den Themen Rechtschreibung **und** Sprachstil **und** Korrespondenz beschäftigt.

Wieso dieses Handbuch?

Angefangen hat alles mit einem firmeninternen Kommunikationsseminar, das ich entwickelt und gehalten habe. Die Anforderung lautete: Machen Sie unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wieder fit in Sachen Rechtschreibung und sensibilisieren Sie sie für das Thema Sprache. Eine tolle Aufgabe!

Inzwischen habe ich aus diesen Inhalten ein Tagesseminar konzipiert. Denn ich habe festgestellt, dass sich fast jeder, dem ich von dem Seminar erzählt habe, von den Themen angesprochen fühlte. Und mal ehrlich, Hand aufs Herz: Wer über 40 kann von sich behaupten, wirklich sattelfest in deutscher Rechtschreibung zu sein?

Und was den Sprachstil angeht: Er ist eine noch stark unterschätzte Möglichkeit für Unternehmen, Images zu schaffen und Unternehmenswerte nach außen zu tragen. Denn mit einer modernen, freundlichen, kunden- und dialogorientierten Tonalität spricht ein Unternehmen erfolgreich Zielgruppen an, erreicht gesetzte Marketingziele

und stellt sich professionell auf. Durch Sprache werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu erfolgreichen Multiplikatoren, die die Unternehmenswerte lebendig werden lassen.

Leider sehe ich bei den Briefen und E-Mails, die ich selbst täglich erhalte, immer noch viele veraltete, spröde und umständliche Formulierungen. So entstand der Gedanke, meine Erfahrungen aus über 20 Jahren in der Unternehmenskommunikation sowie aus diversen Schulungen zu diesem Thema in einem Leitfaden zusammenzufassen.

Und was haben Sie davon?

Dieses Handbuch ist als Ratgeber gedacht. Als ein Wegweiser, der Ihnen Ihre Fragen beantwortet: „Komma oder nicht?“, „Mir fällt keine passende Einleitung ein“ oder „Wie war das nochmal mit der Groß- und Kleinschreibung nach dem Doppelpunkt?“.

Legen Sie es sich auf oder neben Ihren Schreibtisch und arbeiten Sie damit. Denn so ist das Buch konzipiert – als praktischer Helfer in Ihrem Arbeitsalltag.

Und wenn Sie Fragen haben, auf die Sie hier keine Antwort finden: Ich freue mich auf Ihre Anregungen. Denn diese Themen rechtfertigen mindestens noch eine weitere Ratgeber-Ausgabe.

Birgit Voitke, 2014

birgit.voitke@k2g.de

Ich habe in meinen Texten auf die jeweilige weibliche Form verzichtet, weil ich die Lesbarkeit in den Fokus gestellt habe. Aber selbstverständlich meine ich bei allen Formulierungen Männer wie Frauen gleichermaßen.

Einleitung

Sprache verändert sich. Und das ist auch gut so, denn wer schreibt schon noch so wie vor 150 Jahren.

Für die korrekte Rechtschreibung wurden schon vor Jahrhunderten Grundsätze festgelegt. Und es wird bis heute daran gearbeitet, eingängige Regeln für eine einheitliche Rechtschreibung aufzustellen und an die aktuellen Erfordernisse anzupassen – zuletzt mit der Rechtschreibreform von 1996 beziehungsweise deren Überarbeitung 2004 und 2006. Hier den Überblick zu behalten, erfordert ein hohes Maß an Eigeninitiative und ein Dauer-Abo für die beinahe jährlich erscheinende Neuausgabe des Dudens.

Für den passenden Sprachstil gibt es dagegen nur Faustregeln. Sie entscheiden selbst, ob Sie sie einhalten wollen oder nicht.

Entwicklung der Unternehmenskommunikation

Schauen wir uns doch mal die Unternehmenskommunikation in der Bundesrepublik der 50er Jahre an. Die Unternehmen machten einfach da weiter, wo sie aufgehört hatten: bei einer umständlichen und zeitaufwendigen Kommunikation. Chefs diktierten langatmige und ausführliche Schreiben, Sekretärinnen tippten und legten den Brief zur Unterschrift vor. Der Vorteil: Die Gestaltung der Unternehmenstonalität nach außen war in wenigen Händen, nämlich in denen der Führungskräfte.

Doch diese Art der Kommunikation kostete Zeit. Zeit, die man schon bald nicht mehr hatte. Denn in den 60er Jahren blühten die Geschäfte, immer mehr Korrespondenz musste umgesetzt werden. Die Folge: Mit den umständlichen und zeitraubenden Formulierungen stießen Unternehmen langsam an ihre Grenzen.

Die Folge: Formulierungen wurden verkürzt. Jetzt waren die Briefe zwar übersichtlicher, aber dafür mit Hauptwörtern vollgestopft und nicht das, was wir heute unter verständlichen und kundenfreundlichen Briefen verstehen würden. Behördenschreiben sind ein gutes Beispiel für den Stil dieser Zeit (der in manchen Behörden noch heute zu finden ist).

Die Trends lösten einander ab. So sollten im Laufe der 70er und 80er Jahre Briefe vor allem eins sein: *verständlich* und *kundenfreundlich*. Begriffe wie *dialogfreudig* und *kundenorientiert* setzten sich dann Jahre später durch, als der Aspekt *Individualität* Einzug in die Kommunikationsstrategie von Unternehmen hielt.

Aber nicht jedes Unternehmen und nicht jeder Mensch in diesen Unternehmen ist jedem dieser Entwicklungsschritte gefolgt. So beherrscht heute ein mehr oder minder individuell ausgeprägter Stilmix den Schreibstil von Unternehmen. Und manche Formulierungen früherer Jahrzehnte halten sich überraschend hartnäckig. Auch, und das ist besonders erstaunlich, bei sehr jungen Menschen.