

# GESCHÄFTSKOMMUNIKATION

## Höflich und präzise zum Erfolg: Das Einmaleins für Telefon, E-Mail & Co

Von Karin F. Hallinger. Ein stilsicheres Auftreten ist nicht nur bei gesellschaftlichen Anlässen, sondern ganz besonders auch im Berufsleben von entscheidender Bedeutung. Nur wer weiß, wie er sich in bestimmten Situationen zu verhalten hat, kann souverän und überzeugend auftreten und die Sympathien von Kollegen, Kunden und Geschäftspartnern gewinnen. Dies gilt für den direkten persönlichen Kontakt ebenso wie für Telefonate, E-Mails und Geschäftsbriefe. Am Telefon kommt es darauf an, mit voller Konzentration bei der Sache zu sein. Es ist hilfreich, sich gut auf das Gespräch vorzubereiten, eventuell relevante Unterlagen bereit zu legen und sich vor dem Griff zum Hörer ein paar Minuten zu sammeln. Wer sich für einen Arbeitsplatz bewirbt, sollte sich vor dem Telefonat unbedingt die Stellenausschreibung noch einmal genau durchlesen. Vor Verhandlungen ist es ratsam, sich vorherige Gespräche mit dem Verhandlungspartner in Erinnerung zu rufen und mögliche Argumentationswege durchzugehen. Es empfiehlt sich zudem, das Ziel, das man in dem Gespräch erreichen möchte, für sich selbst vorab festzulegen, damit man im Gespräch nicht den Faden verliert. Notizen können dabei helfen.

Während des Telefonats ist eine ruhige Umgebung wichtig, daher sollten Hintergrundgeräusche nach Möglichkeit ausgeschaltet werden. Ein Radio oder ein klingelndes Handy sind für die positive Entwicklung des Gesprächs nicht gerade förderlich. Dass ein Lächeln während des Telefonats der Stimme einen angenehmen und freundlichen Klang verleiht und gleich sympathischer macht, ist schon fast eine Binsenweisheit. Wichtig ist außerdem, nicht zu schnell und nicht zu leise zu sprechen, sondern deutlich und in normalem Tempo. Im Gespräch ist unbedingt auf die korrekte Anrede des Gesprächspartners zu achten – das gilt für den Namen ebenso wie für den Titel. Wer Herrn Schmidt als Herrn Schmitz oder Herrn Müller als Herrn Meier anspricht, demonstriert, dass er unkonzentriert und/oder chaotisch ist, dass er ein schlechtes Gedächtnis hat oder dass ihm der andere als Person offensichtlich nicht so wichtig ist. Beim Titel wird jeweils der höchste akademische Grad genannt: Der Prof. Dr. Dr. Schulz wird also als „Herr Professor Schulz“ angeredet. Grundsätzlich gilt: Die korrekte Anrede ist ein Zeichen des Respekts gegenüber dem Gesprächspartner und damit eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiche Verhandlungen.

Neben dem Telefon ist heute wohl die E-Mail das wichtigste Kommunikationsmittel im Berufsleben. Briefe sind selten geworden, fast der gesamte geschäftliche Schriftverkehr spielt sich in Form von E-Mails ab. Was viele nicht wissen oder vernachlässigen: Eine geschäftliche E-Mail sollte genauso sorgfältig formuliert werden wie ein Brief. E-Mails in umgangssprachlichem Ton, mit flapsiger Anrede, Abkürzungen und Smileys oder anderen Emoticons mögen privat und vielleicht auch unter Kollegen in Ordnung sein, in geschäftlichen Beziehungen sind sie fehl am Platz. Eine korrekte Anrede

ist auch in einer E-Mail ein Muss, ebenso wie eine vollständige und höfliche Grußformel am Schluss. Abkürzungen wie „MFG“ statt „Mit freundlichen Grüßen“ sind in geschäftlichen E-Mails auf jeden Fall zu vermeiden. Vollständige Sätze, ein sinnvoller Aufbau der E-Mail, eine korrekte Rechtschreibung und Zeichensetzung sowie ein höflicher Umgangston sollten ebenso selbstverständlich sein wie in einem Brief. Ein richtiger Briefkopf ist dagegen nicht notwendig. Es ist aber in E-Mails üblich, eine Signatur anzuhängen, und die sollte alles umfassen, was auch in einem Briefkopf angegeben wird: den Namen, die Adresse und die Telefonnummer(n) des Absenders sowie – ganz wichtig – seine E-Mail-Adresse.

Durch die fast ausschließliche Kommunikation per E-Mail sind es viele Menschen kaum noch gewohnt, einen Brief zu verfassen – und dementsprechend unsicher. Das beginnt bereits bei der Anrede: Im geschäftlichen Briefverkehr lautet die richtige Anrede nach wie vor „Sehr geehrter Herr“ und „Sehr geehrte Dame“ beziehungsweise „Sehr geehrte Damen und Herren“. Idealerweise lässt sich im Vorfeld

herausfinden, wie der Ansprechpartner heißt, denn mit der Nennung des Namens wird die Anrede persönlicher. Der Betreffzeile wird heute nicht mehr, wie früher, die Abkürzung „Betr.“ vorangestellt. Stattdessen wird in ein bis zwei Zeilen zusammengefasst, worum es in dem Schreiben geht; diese Betreffzeilen können durch Fettdruck hervorgehoben werden. Ebenso wie in einem Brief sind auch in einer E-Mail eine korrekte Rechtschreibung und Zeichensetzung sowie grammatikalisch und sprachlich einwandfreie, höflich formulierte Sätze das A und O. Plattitüden und Wiederholungen sollten vermieden werden, denn es liest sich nicht gut, wenn zum Beispiel zwei aufeinanderfolgende Sätze mit der gleichen Wortgruppe beginnen oder sich bestimmte Worte in jedem zweiten Satz wiederholen. Bei der Formulierung eines Bewerbungsschreibens kann ein entsprechendes Handbuch wertvolle Hilfe leisten. Es empfiehlt sich allerdings nicht, Sätze aus dem Bewerbungsratgeber abzuschreiben, denn dann klingt der Brief nach Schema F und wirkt somit unpersönlich. Es ist also auf jeden Fall besser, eigene Sätze zu formulieren und im Zweifelsfall lieber anschließend eine dritte Person Korrektur lesen zu lassen. Gleichgültig, ob man sich mit einem Brief auf eine Stelle bewerben oder ein Projekt vorstellen möchte: Zähe Einleitungen sind fehl am Platz.

Besser ist es, möglichst schnell und prägnant das Anliegen auf den Punkt zu bringen und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, ohne unhöflich oder kurz angebunden zu wirken. Vor allem Bewerbungsschreiben sollten nicht mehr als eine DIN-A4-Seite umfassen. Personalchefs haben täglich oft zehn, zwanzig oder mehr Bewerbungen auf dem Tisch – und wissen kurz gefasste, präzise Anschreiben zu schätzen.

### Zur Person



Unsere Autorin Karin Felicitas Hallinger ([www.knigge-hallinger.de](http://www.knigge-hallinger.de)) arbeitet mit großem Erfolg als selbstständige Knigge-Trainerin. Sie gehört zu den Renommiertesten im deutschsprachigen Raum. Sie verfügt über einen Abschluss als "Bachelor Professional Human Resources". Kontakt: [hallinger@businessandwoman.com](mailto:hallinger@businessandwoman.com)