

### Korrespondenz als Dialog

Bei jeder Kommunikation lassen sich zwei Ebenen unterscheiden: Sach- und Beziehungsebene.

Bei der **Sachebene** stehen das Thema, die „harten“ Tatsachen im Vordergrund. Oft unterschätzt wird die **Beziehungsebene**: Wie gut oder wie schlecht empfinden Schreiber und Leser ihre Beziehung? Und: Wie wirkt sich dies auf den Text aus? Wortwahl, Satzbau, Textgestaltung – all diese Stilmittel beeinflussen die Stimmung des Lesers positiv oder negativ.

Wichtig ist der Zusammenhang zwischen beiden Ebenen. Die Beziehungsebene bestimmt, wie Ihr Leser die Informationen der Sachebene auffasst und versteht. Gerade bei „unangenehmen“ Schreiben, wie beispielsweise einer Antwort auf eine Beschwerde, kommt es darauf an, den **richtigen Ton** zu treffen.

Je **positiver** Sie auf der Beziehungsebene agieren, desto lieber wird Ihr Brief gelesen, desto eher richtet sich der Empfänger nach Ihren Aussagen. Dies gilt auch für Inhalte und Entscheidungen, die nicht seinen Erwartungen entsprechen.

Gestalten Sie den Kontakt zum Kunden – egal ob bewusst oder unbewusst – **negativ**, so überdeckt dies oft die Sachebene, die durchaus positiv sein kann. „Objektive“ Tatsachen werden angezweifelt, in Ihrem Text wird geradezu nach Formulierungen gesucht, die den Gegensatz verstärken.

Wenn sich die Beziehung bzw. Stimmung verschlechtert hat, erfahren Sie von Ihrem Gegenüber selten den wahren Grund dafür. Oft ziehen sich verärgerte Kunden auf die Sachebene zurück, nennen z. B. zu hohe Kosten oder zu lange Lieferzeiten.

Fazit: **Wie** Sie mit Ihrem Leser oder Ihrer Leserin umgehen, ist – wenn Sie nicht nur kurzfristige Ziele verfolgen – entscheidend für Ihren Erfolg. Daher sollten Sie sich von dieser Maxime leiten lassen: Sie wollen **kommunizieren**, nicht „nur“ informieren.

Was heißt das? Das Miteinander, der partnerschaftliche Austausch stehen bei Ihren Texten im Vordergrund. Ein Brief ist für Sie wie ein innerer Dialog, bei dem Sie sich als Verfasser auch in die Rolle des Empfängers hineinversetzen, seine Perspektive berücksichtigen, ohne die eigene Sicht aufzugeben. Nur wenn Sie **für Ihren Leser** schreiben, formulieren Sie wirkungsvoll.

**2 Kommunikations-  
ebenen**

**Zusammenspiel  
beider Ebenen**

**Gemeint sind im  
ganzen Text trotz  
der meist männ-  
lichen Form immer  
auch die Frauen.**

**Schreiben als Dialog**

Auf Ihre Einstellung beim Schreiben kommt es also an:

**Sie nehmen Ihren Leser/Kunden ernst.  
Wort und Tat stimmen bei Ihnen überein.**

Versprechen Sie zum Beispiel mehr als Sie halten können, nur um Ihrem Kunden eine „positive“ Antwort zu geben, dann lassen Sie beide Grundsätze außer Acht.

Der „schönste“ Brief wird zum Bumerang, wenn Ihren Worten nicht die entsprechenden Taten folgen. Geschliffene Formulierungen dürfen nicht zum Selbstzweck werden.

Die folgenden **3-K-Prinzipien** zeigen Ihnen, wie Sie erfolgreich kommunizieren, indem Sie einen ganzheitlichen Schreibstil anstreben:

### 1. **Kompetent – Sache**

**Kompetent**

- klare, verständliche Sprache
- kurze Sätze, einfacher Satzbau
- Abkürzungen vermeiden/erklären
- Aktiv-Formulierungen
- korrekt (Inhalt, Rechtschreibung, Grammatik)
- strukturiert (Inhalt, Form/Optik)
- prägnante Aussagen

### 2. **Kundenorientiert – Mensch**

**Kundenorientiert**

- aus Lesersicht schreiben
- freundlich, höflich
- persönlich (Sie-Stil, Namen)
- partnerschaftlich, offen
- positiv
- zeitnah, kurze Reaktionszeit

### 3. **Kreativ – Sprache/Stil**

**Kreativ**

- individuell
- unkonventionell
- lebendig
- modern
- humorvoll
- Satzbau, Wortwahl wechseln
- Beispiele, Vergleiche verwenden

## Gehen Sie Schritt für Schritt vor

Setzen Sie auf eine gute **Vorbereitung** – gerade bei schwierigen Briefen. Je komplexer ein Sachverhalt, desto wichtiger ist ein systematisches Vorgehen.

## 3 Schreib-Phasen

Beim Schreiben von Texten lassen sich drei große Phasen unterscheiden:

### ① Vorbereiten

#### a) Gedanken ermitteln, sammeln

- Schreiben des Kunden analysieren, Notizen machen, Fragen stellen
- „Schlüsselfragen“ beantworten (Seite 6)
- Recherchieren

#### b) Gedanken gliedern

- Ideen, Formulierungen, Fakten festhalten
- Strategie klären
- Reihenfolge der Inhalte festlegen
- Informativen Betreff formulieren

### ② Texten/Schreiben

- Rohfassung des Briefs erstellen

### ③ Überarbeiten

- Haben Sie sich an den 3-K-Prinzipien orientiert?
- Inhalt, Fakten auf Richtigkeit geprüft?
- Drückt der Brief Ihre Intention aus?
- Endfassung des Briefs erstellen

## So analysieren Sie ein Schreiben Ihres Kunden

Wenn wir etwas sagen oder schreiben, so verbinden wir damit meist eine Absicht. Wir geben unserer Äußerung – gewollt oder ungewollt – eine **kommunikative Funktion**. Ob sich unser Gegenüber jedoch wie von uns beabsichtigt verhält, hängt auch davon ab, ob es die Funktion unserer Äußerung verstanden hat.

Stellen Sie sich vor, wir befinden uns in einem Raum und unsere Absicht ist es, dass die Tür von der Person geschlossen wird, die zuletzt den Raum betreten hat. Wir wollen also zu einer bestimmten Handlung **auffordern** und verwenden dazu die folgende Formulierung: „Bitte schließen Sie die Tür.“

Wir können aber auch anders formulieren: „Tür zu!“ oder „Wären Sie so nett, die Tür zu schließen?“ oder „Sind nicht Sie als Letzter hereingekommen?“

Sie sehen: Eine Funktion, hier eine Aufforderung, lässt sich durch unterschiedliche Sätze ausdrücken. Selbst eine Frage kann die Funktion einer Aufforderung erfüllen. Was ist daher bei der Wahl einer Formulierung zu beachten? Eine „erfolgreiche“ Äußerung ist nicht nur **verständlich**, sondern auch **stilistisch angemessen** – auf die jeweilige Situation abgestimmt.

Dabei dürfen wir über die Wirkung einer einzelnen Äußerung nicht das **Zusammenspiel** der Sätze vergessen. So lässt sich eine isolierte Aussage wie „Es schneit“ vielfältig deuten: Als Aufforderung im Sinn von „Schaut mal nach draußen“ oder „Zieh dich warm an“. Andererseits könnte es eine Warnung sein: „Vorsicht – auf den Straßen wird es glatt“. Und warum nicht ein freudiger Ausruf? „Endlich können wir einen Schneemann bauen“.

Wie finde ich als Leserin oder Leser eines Briefs heraus, was der Verfasser von mir möchte? Welche Absichten stecken hinter seinen Formulierungen und wie ergibt sich daraus ein Gesamtbild?

Mit Hilfe der folgenden **drei Funktionen** lässt sich jedes Schreiben analysieren, um danach eine passende Antwort zu verfassen:

1. **Information**
2. **Aufforderung**
3. **Stimmung** (positiv, negativ)

**Prüfen** Sie jeden Satz auf seine Funktion hin und **ordnen** Sie ihn einer dieser drei Funktionen zu. Dazu können Sie das Formblatt auf der nächsten Seite verwenden und beim Unterstreichen der Äußerungen mit verschiedenen Farben arbeiten.

Achten Sie bei der Analyse auch auf diese **Fragen**: Mit welcher Funktion beginnt bzw. endet der Text? Wie folgen die einzelnen Funktionen aufeinander? Welche häufen sich? Wo streckt Ihnen der Kunde verbal die Hand entgegen, sodass Sie an diesen positiven Punkt in Ihrem Schreiben anknüpfen können? **Wichtig**: Bewerten Sie die so gewonnenen Erkenntnisse im Zusammenhang, nicht isoliert.

**Mehrere Formulierungsmöglichkeiten**

**Mehrere Deutungsmöglichkeiten**

**Lesen und Verstehen**

**IAS-Formel**

**So gehen Sie vor**

## Formblatt: Analyse eines Kundenschreibens

**Kunde/Sachverhalt:**

**Vorgehen:** Für die Analyse eines Kundenschreibens unterscheiden wir **3 Funktionen** (Absichten), die in sehr unterschiedlichen Formulierungen (Sätzen) ausgedrückt sein können.

Tragen Sie – stichwortartig – die von Ihnen „herausgelesenen“ Aussagen unter den jeweiligen Funktionen (Information, Aufforderung, Stimmung) ein. Eventuell können Sie Formulierungen den einzelnen Funktionen nicht eindeutig zuordnen. Dann tragen Sie diese Aussagen bei zwei Funktionen ein.

<b>1. Information:</b> Was teilt uns der Kunde/Schreiber mit?	SCHWARZ	<b>Kommentar/Fazit:</b>
<b>2. Aufforderung:</b> Was will der Kunde/Schreiber von uns?	BLAU	<b>Kommentar/Fazit:</b>
<b>3. Stimmung:</b> Was bewertet der Kunde/Schreiber <b>positiv</b> ?	GRÜN	<b>Kommentar/Fazit:</b>
<b>Stimmung:</b> Was bewertet der Kunde/Schreiber <b>negativ</b> ?	ROT	<b>Kommentar/Fazit:</b>

## Schlüsselfragen: Gewinnen Sie zusätzliche Klarheit

Jeder Mensch ist anders. Somit kann es „das“ Schreiben nicht geben. Aber wir können versuchen, uns **optimal** auf den Empfänger **einzustellen**.

**Schöpfen Sie alle Möglichkeiten aus**

Begehen Sie nicht den Fehler, vorschnell zu urteilen. Analysieren Sie das Ihnen zugeschickte Schreiben aufmerksam, machen Sie sich Notizen. Wechseln Sie die **Perspektive** und überlegen Sie, wie Sie sich an Stelle Ihres Gegenübers verhalten würden.

Auch wenn Sie nicht alle Fragen der folgenden Liste beantworten können, so wissen Sie doch etwas genauer als vorher, für wen Sie schreiben. Sie erkennen Ihr **Schreibziel** und können Ihren „Plan“ entwickeln.

- Wem schreibe ich?
- Was erwartet Leser/-in von mir?
- Wie ist seine/ihre innere Verfassung (Gefühlslage, Stress)?
- Wie ist das Verhältnis zur Firma, zu mir?
- Welche Position hat Leser/-in?
- Ist es erforderlich, Alter, Geschlecht, Nationalität oder andere persönliche Eigenschaften zu berücksichtigen?
- Wie viel/wie wenig weiß Leser/-in über das Thema?
- Was „muss“ Leser/-in unbedingt wissen – was nicht?

**Mein Gegenüber (Empfänger/-in)**

- Warum schreibe ich diesen Brief?
- Welchen Zweck verfolge ich mit meinem Brief?
- Wie kann ich Leser/-in für mich, für meine Position gewinnen?
- Wie kann ich Leser/-in zum Handeln motivieren?
- Was möchte ich unbedingt „rüberbringen“?
- Welche Reaktionen möchte ich bei Leser/-in auslösen?

**Meine Ziele**

### Wie kann das in der Praxis aussehen?

Nehmen wir an, es beschwert sich jemand bei Ihnen über einen technischen Mangel eines Ihrer Produkte. Durch den Absender erfahren Sie, dass es sich um einen Diplom-Ingenieur handelt.

Wie gehen Sie damit um? Ziehen Sie keine voreiligen Schlüsse, die Sie bei der Analyse der Lesererwartungen in eine Sackgasse führen könnten. Der Hinweis auf eine akademische Ausbildung kann in diesem Fall „gezielt“ gegeben worden sein, um die eigene Kompetenz zu unterstreichen – muss es aber nicht.

**Reaktion auf Beschwerde**

Lesen Sie daher den Brief intensiv durch und machen Sie sich ein genaueres Bild von dem Verfasser. Was können Sie daraus erfahren? Wie argumentiert er? Sachlich? Aggressiv? Verwendet er viele Fachbegriffe? Geht er auf technische Einzelheiten ein?

Wenn eine Kundin oder ein Kunde zum Beispiel den Sachverhalt sehr kenntnisreich darstellt, empfiehlt es sich, bei der Beantwortung mehr als sonst auf technische Zusammenhänge und Fakten einzugehen. Das heißt jedoch nicht, dass Sie die **Beziehungsebene** ausblenden dürfen. Auch wenn Sie den Eindruck haben, Sie antworten einer eher nüchternen, sachlichen Person.

**Beide Ebenen berücksichtigen**

Werden Sie persönlich angegriffen, so bleiben Sie ruhig – Sie verhalten sich professionell. Lassen Sie sich von Ihrem Gegenüber nicht das „Niveau“ aufzwingen. Denken Sie an unsere 3-K-Prinzipien.

**3-K-Prinzipien**

Trotz aller Informationen, die Sie durch die Beantwortung der Schlüsselfragen erhalten, bleibt dieses Vorgehen nur eine Annäherung an Ihren Leser, Ihre Leserin. Im Gegensatz zu einem Gespräch kann unser Gegenüber die Richtigkeit unserer **Annahmen** weder gleich bestätigen noch korrigieren.

Genau darin liegt die Schwierigkeit beim Korrespondieren. Dies fällt für uns jedoch kaum ins Gewicht, solange die Inhalte positiv sind. Erst bei „unangenehmen“ Texten drückt diese Tatsache unsere Schreiblust.

Der vorgestellte funktionale Ansatz eignet sich allerdings nicht nur für die Analyse von Texten (Lesen + Verstehen), sondern auch für die Produktion, das Schreiben.

**Funktionaler Ansatz**

Deshalb habe ich einen **Baukasten** für ein Antwortschreiben zusammengestellt, der Ihnen eine Gliederung mit Formulierungen anbietet, um Ihnen so mehr Sicherheit zu geben.

**Baukasten mit Rezept**

Wenn Sie die einzelnen **Bausteine** miteinander verbinden, haben Sie gute Chancen, jedem in seiner unterschiedlichen Stimmung und Situation gerecht zu werden: Dem Sachlichen, dem Aufgeschlossenen, dem Gefühlsbetonten, dem Selbstdarsteller, dem Gierigen ...

Eines sollten Sie nicht vergessen: Sie haben immer mehrere Möglichkeiten, Ihre Gedanken auszudrücken. Fragen Sie sich, welcher Satz **angemessen** ist oder wie Sie die Inhalte in einem Gespräch mitteilen würden.

## Wie können Sie diesen Baukasten nutzen?

Der Baukasten besteht aus den drei Spalten „**Textelement**“, „**Funktion**“ und „**Formulierungen**“.

**3 Spalten**

Die Reihenfolge der Textelemente entspricht einer Gliederung, einem Muster für ein Antwortschreiben auf eine Beschwerde.

Je nachdem, für welche Funktion (Absicht) Sie bei einem Textelement entscheiden, wählen Sie eine der angebotenen Formulierungen. Oder: Sie lassen sich von einer Formulierung „nur“ anregen und kommen zu einer viel besseren Lösung.

Wie ist dieser funktionale **Baukasten** aufgebaut und wie können Sie mit ihm arbeiten?

**Funktionaler Ansatz**

### Textelement

- Gliederungspunkt, inhaltlicher Baustein Ihres Briefs. Zum Beispiel: „Positiver Einstieg“, „Entscheidung“, „Begründung“.
- Textelemente können bei der Gliederung auch übersprungen werden. Beispiel: Sie sind auf den „Sachverhalt“ schon durch „Positiver Einstieg“ und „Auf den Kunden zugehen“ eingegangen.

**Reihenfolge**

Oder: Wenn Sie das Problem des Kunden bereits mit Ihrer Entscheidung „gelöst“ haben, dann ist das Textelement „Lösung“ für Ihren Brief überflüssig.

- Verschiedene Textelemente können auch in einer Formulierung zusammengefasst werden. Beispiel: „Entscheidung“ + „Begründung“.
- Innerhalb eines Textelements können Sie verschiedene Funktionen kombinieren. Beispiel: Beim Textelement „Auf den Kunden zugehen“ wählen Sie zuerst „Verständnis zeigen“ und danach „entschuldigen“.
- Achten Sie auf die richtige Auswahl, Reihenfolge, Kombination der Textelemente, um Ihr Ziel zu erreichen. Lassen Sie sich dabei von den 3-K-Prinzipien leiten.

**Kombination**

### Funktion

- Welche Absicht verbinden Sie mit Ihrer Formulierung? Was wollen Sie erreichen? Welche Funktion Sie bei einem Textelement auswählen, entscheiden Sie aufgrund der Situation und Ihrer Strategie.

**Situation und Strategie**

## Formulierungen

- Wie kann ich meine angestrebte Funktion angemessen formulieren? Hier bekommen Sie Vorschläge für Sätze, die Ihnen als Anregung dienen sollen. Im Idealfall können Sie einzelne Formulierungen original übernehmen.
- Wichtig: Prüfen Sie stets, ob der angebotene Satz passt – zu Ihnen, zum Leser, zur Situation, zu Ihrem Unternehmen.
- Formulierungsvorschläge können sich auch überschneiden.
- Halten Sie sich daher nicht sklavisch an den Baukasten. Er ist ein Modell – nicht mehr und nicht weniger.

**Funktion  
formulieren**

## Tipps zur Strategie

### Betreff

- Vermeiden Sie eindeutig negativ besetzte Wörter wie „Reklamation“ oder „Beschwerde“ in Ihrem Betreff bzw. in Ihrem Text.

**Negatives  
vermeiden**

### Einstieg

- Für Sie als Schreiber/-in ist der Einstieg besonders schwierig. Womöglich denken Sie: Mir fällt nichts ein. Ich möchte nicht schon wieder mit einer Floskel beginnen. Für Ihren Leser ist diese Passage besonders wichtig, weil er gleich das Gefühl haben möchte, im Mittelpunkt zu stehen.

**Pluspunkte  
sammeln**

- Der Einstiegssatz eröffnet oder verschließt einen Dialog. Wenn es Ihnen gelingt, einen positiven Einstieg zu formulieren, gewinnen Sie Ihre Leser als Partner. Mit dem Einstieg können Sie also die Einstellung Ihres Gegenübers positiv oder negativ beeinflussen.

**Schlüsselstelle 1**

Negativ: Floskel, Standardformulierung

Positiv: individuelle Formulierung, zum Beispiel „danken“

- Aber: Ein guter Einstieg allein reicht nicht aus, um einen erfolgreichen Dialog zu führen (3-K-Prinzipien).
- Wenn es nicht angemessen sein sollte, Ihrem Leser zu „danken“, dann können Sie auch „neutral“ beginnen: Sie fassen die Situation zusammen oder wiederholen das Anliegen des Kunden.

**„Neutraler“  
Einstieg**

Dieses Vorgehen ist allerdings nicht „ungefährlich“. Ihr Leser fragt sich eventuell, warum Sie „bekannte“ Ausführungen wiederholen: Habe ich mich unklar ausgedrückt? Was will der Schreiber mir damit sagen? Wann kommen die endlich zur Sache? Nur eine **kurze Zusammenfassung oder Wiederholung** ist sinnvoll.

- Achten Sie darauf, dass Sie nicht ins weitschweifige Interpretieren geraten. Beispiel: Ihr Kunde weist Sie auf einen Mangel hin. Sie werten diesen Hinweis als Vorwurf und reagieren entsprechend gereizt bei Ihren Formulierungen.

**Riskant: „überinterpretieren“**

Selbst wenn Ihnen ein Kunde etwas vorwirft, bleiben Sie ruhig. Haben Sie sich erst auf eine aggressive Linie eingelassen, wird die Auswahl an Folge-Formulierungen immer geringer. Die Gefahr, verbal „aus der Kurve zu fliegen“ ist hoch.

- Ihre Aussagen bauen aufeinander auf, bilden eine Kette (Baukasten). Jede Formulierung sollte daher zur folgenden bzw. vorhergehenden passen. Ein Text ist mehr als eine Aneinanderreihung einzelner Sätze.

**Zusammenhang**

### **Negative Formulierung**

- Ihr Kunde legt nach einer aggressiven oder negativen Äußerung den Brief möglicherweise zur Seite oder überfliegt den Text nur noch. Das bedeutet: Alle weiteren (positiven) Aussagen verfehlen Ihr Ziel.
- Oder: Ihr Leser baut eine „Verteidigungshaltung“ auf. Motto: „Ich werde ungerecht behandelt, ich lasse mich nicht unterkriegen.“ Somit verschließt er sich auch weiteren (positiven) Aussagen. Alle Folgesätze werden mit einer negativen Einstellung gelesen und verstanden.

**Immer weniger Gemeinsamkeiten**

### **Wortwahl**

- Machen Sie Ihren Kunden bzw. sein Anliegen nicht zu einer „Angelegenheit“ oder einem „Vorgang“. Verzichten Sie auf diese Worthülsen.
- Vermeiden Sie negativ besetzte Begriffe wie „Beschwerde“ oder „Reklamation“. Vor allem dann, wenn sie Ihr Kunde/Ihre Kundin im Anschreiben nicht gebraucht hat. Gießen Sie verbal kein Öl ins Feuer.

**Negative Ausstrahlung**

### **Schluss**

- Negatives (Mangel, Problem) am Schluss nicht noch einmal wiederholen. Richten Sie Ihren Blick – mit Ihrem Kunden/Ihrer Kundin – in die (positive) Zukunft.

**Schlüsselstelle 2**

<b>TEXTELEMENT</b>	<b>FUNKTION</b>	<b>FORMULIERUNGEN</b>
<b>WAS?</b>	<b>WOZU?</b>	<b>WIE?</b>
<b>POSITIVER EINSTIEG</b>	danken (loben?!)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vielen Dank für Ihre wichtigen Informationen.</li> <li>- vielen Dank, dass Sie uns über ... informiert haben.</li> <li>- vielen Dank für Ihren Brief, mit dem Sie uns Gelegenheit geben, die Situation aus unserer Sicht zu schildern.</li> <li>- Ihre Informationen haben uns sehr geholfen – dafür vielen Dank.</li> <li>- vielen Dank für Ihre Hinweise, die uns sehr geholfen haben.</li> </ul>
<b>AUF KUNDEN ZUGEHEN</b>	Verständnis zeigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ihren Ärger/Ihre Verärgerung über ... können wir [sehr] gut verstehen. [Bitte entschuldigen Sie ...]</li> <li>- Ihre Unzufriedenheit mit ... verstehen wir sehr gut.</li> <li>- Ihre Enttäuschung über ... verstehen wir sehr gut.</li> </ul>
	entschuldigen ( <i>Verantwortung/Fehler eindeutig bei Ihrem Unternehmen</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entschuldigen Sie bitte, dass ...</li> <li>- Bitte entschuldigen Sie, dass ...</li> <li>- Entschuldigen Sie bitte die Probleme mit ...</li> <li>- Entschuldigen Sie bitte unseren Fehler.</li> </ul>
	bedauern ( <i>Verantwortung nicht eindeutig zu klären</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wir bedauern, dass ...</li> <li>- ... bedauern wir sehr.</li> <li>- Es tut uns leid, dass ...</li> <li>- ... tut uns leid.</li> </ul>
	Recht geben	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sie haben Recht: ...</li> <li>- Sie erwarten zu Recht ... Deshalb ist es auch in unserem Interesse, Ihnen so schnell wie möglich eine Lösung anzubieten.</li> </ul>
	Verantwortung übernehmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... entspricht nicht unseren hohen Qualitätskriterien, daher ...</li> <li>- Wir stehen für Qualität, deshalb ...</li> </ul>
<b>SACHVERHALT</b>	<p>Sachverhalt darstellen</p> <p><i>Was haben Sie infolge des Kundenschreibens unternommen?</i></p> <p><i>Fakten nennen (vorher Recherche).</i></p> <p><i>Anliegen des Kunden ansprechen.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ihr Anliegen haben wir [nochmals] geprüft. Dabei wurden alle Fakten und Ihre Argumente berücksichtigt.</li> <li>- Um die Ursache für ... zu klären, haben wir ...</li> </ul>

<b>ENTSCHEIDUNG (ERGEBNIS)</b>	zustimmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nachdem wir alle Fakten und auch Ihre Argumente geprüft haben, kommen wir zu dem Ergebnis ...</li> <li>- Um Ihnen schnell und unbürokratisch zu helfen, bekommen Sie ...</li> </ul>
	ablehnen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nachdem wir alle Fakten und auch Ihre Argumente geprüft haben, kommen wir zu dem Ergebnis ...</li> <li>- Bei der Bewertung Ihres Anliegens haben wir Ihre Argumente neben den Betriebsdaten berücksichtigt. Jeder Kulanz sind [aber/jedoch] auch Grenzen gesetzt. Aufgrund von ... und ... können wir uns an den Kosten nicht [weiter] beteiligen.</li> </ul>
	Kompromiss	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nachdem wir alle Fakten und auch Ihre Argumente geprüft haben, kommen wir zu dem Ergebnis ...</li> <li>- Da Sie mit ... wirklich Pech gehabt haben, schlagen wir Ihnen folgenden Kompromiss vor: ... Was halten Sie von ...?</li> </ul>
<b>BEGRÜNDUNG</b>	Gründe nennen  <i>Begründung muss nicht in einem eigenen Satz formuliert werden, sollte aber immer gegeben werden.</i>	<p><i>Grund/Gründe (Argumente) darstellen/nennen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ..., weil (da)...</li> <li>- Begründung:</li> <li>- Der Grund dafür ist:</li> <li>- Unsere Gründe sind:</li> </ul>
	Kriterien für Entscheidung nennen <i>(siehe Sachverhalt)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Da wir alle unsere Kunden gleich behandeln ...</li> <li>- Nach Ablauf der Gewährleistung ... nur noch über Kulanz möglich.</li> </ul>
<b>LÖSUNG</b>	Maßnahmen nennen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- In den nächsten Tagen [oder konkreter] wird Sie Herr/Frau ... anrufen und mit Ihnen einen Termin vereinbaren.</li> <li>- Zu den Punkten ... und ... wird Herr/Frau ... mit Ihnen Kontakt aufnehmen.</li> <li>- Folgende Maßnahmen werden wir durchführen:</li> </ul>
	vorschlagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daher schlagen wir Ihnen vor ...</li> <li>- Unser Vorschlag: ... Sind Sie damit einverstanden?</li> </ul>
	empfehlen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eine Alternative ist ...</li> <li>- Was halten Sie von ...?</li> <li>- Um zu ..., empfehlen wir Ihnen ...</li> </ul>
	Rat geben	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... raten wir Ihnen.</li> <li>- Unser Rat/Tipp ist: ...</li> <li>- Wir raten Ihnen ...</li> </ul>

<p><b>POSITIVER SCHLUSS</b></p> <p><i>Kleines Geschenk beilegen?</i></p>	<p>Kunden loben/ in Kontakt bleiben/ positiven Ausblick geben</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wenn Sie Anregungen oder [auch] [Grund zur] Kritik haben, dann wenden Sie sich bitte [erneut] an uns. Unser Ziel ist es, dass Sie [schon bald wieder] mit ... und unserem Service rundum zufrieden sind.</li> <li>- Wenn Sie wieder Anregungen oder Verbesserungsvorschläge haben, dann informieren Sie uns bitte. Wir freuen uns über jeden Hinweis, der uns hilft, für unsere Kunden noch besser zu werden.</li> <li>- Wenn Sie uns wieder Anregungen oder Verbesserungsvorschläge mitteilen wollen, melden Sie sich bitte bei uns. Unser Ziel ist eine optimale Kundenbetreuung – jeden Tag!</li> <li>- Wenn Sie ..., dann melden Sie sich bitte bei uns. Mit Ihren wichtigen Informationen helfen Sie uns, unseren Kunden jeden Tag einen optimalen Service zu bieten.</li> <li>- Ihre Ideen und Wünsche [Anregungen] sind Ansporn, uns ständig zu verbessern. Nehmen Sie daher [bitte] wieder Kontakt zu uns auf, wenn Sie bei einem unserer Produkte Spielraum für Verbesserungen sehen.</li> <li>- Wenn Sie noch Fragen, Anregungen oder Kritik haben, dann informieren Sie uns bitte. Unser Ziel ist, dass Sie mit ... rundum zufrieden sind.</li> <li>- Haben Sie weitere Fragen, dann wenden Sie sich bitte wieder an uns. Wir sind für Sie da.</li> <li>- Selbstverständlich bleiben wir in die Bearbeitung Ihrer Anfrage einbezogen und werden über die weiteren Schritte auf dem Laufenden gehalten.</li> </ul>
	<p>wünschen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Freude [Spaß] mit ...</li> <li>- Wir wünschen Ihnen gute Fahrt und viel Freude mit ...</li> </ul>
	<p>fragen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sind Sie mit unserer Entscheidung einverstanden?</li> <li>- Sie mit unserem Vorschlag einverstanden?</li> <li>- Was halten Sie von unseren Vorschlägen?</li> </ul>
	<p>um Verständnis werben (bitten + begründen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bitte haben Sie [daher] Verständnis für unsere Entscheidung.</li> <li>- Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass auch einer großzügigen Einstellung zu Schadensfällen Grenzen gesetzt sind.</li> <li>- Bitte verstehen Sie, dass ...</li> <li>- Deshalb sehen wir keine Möglichkeit, Ihnen weiter entgegenzukommen. Bitte haben Sie – auch wegen der Gleichbehandlung unserer Kunden – dafür Verständnis.</li> <li>- Bitte haben Sie bis dahin noch etwas Geduld.</li> <li>- Wir sind sicher, dass wir für ... eine Lösung finden werden.</li> <li>- Wir hoffen, dass Sie mit unserer Regelung/unserem Vorschlag einverstanden sind und wünschen Ihnen mit ... viel Freude.</li> </ul> <p><b>Wichtig:</b> Formulierungen mit „hoffen“ nur in Ausnahmen verwenden, da Sie Ihre Unsicherheit hinsichtlich des Briefs (Inhalts) ausdrücken, die sich auf den Leser übertragen kann. Mit unserem Vorgehen (Baukasten) streben wir jedoch genau das Gegenteil an.</p>

## Briefbeispiel: Antwortschreiben auf eine Kundenbeschwerde

### Unruhiger Lauf Ihres XY-Gerätes: Maßnahmen

Ihr Schreiben vom ....

Sehr geehrter Herr Müller,

vielen Dank, dass Sie uns über ... informiert haben.

**Positiver  
Einstieg**

Ihre Unzufriedenheit können wir gut verstehen. Für unsere Produkte gelten sehr hohe Qualitätskriterien und Sie erwarten zu Recht einen störungsfreien Betrieb.

**Auf Kunden  
zugehen**

Damit wir die Ursache für ... klären können, wird einer unserer Techniker Ihr XY-Gerät prüfen. Herr Huber, Serviceleiter unserer Niederlassung, ruft Sie an, um mit Ihnen einen Termin zu vereinbaren.

**Maßnahme/  
Sachverhalt**

Falls die Störung nicht vor Ort behoben werden kann, bekommen Sie für die Dauer der Reparatur von uns ein Ersatzgerät – selbstverständlich kostenlos.

Wenn Sie wieder einmal ein Problem oder Fragen haben, dann wenden Sie sich bitte erneut an uns – dafür sind wir da. Unser Ziel ist es, dass Sie mit unseren Produkten rundum zufrieden sind.

**Positiver  
Schluss**

Freundliche Grüße

Super-Service GmbH