

DUDEN

Geschäfts- korrespondenz

Briefe, E-Mails und Kurznachrichten
professionell schreiben

ALLES ZUR NEUEN NORM
**DIN
5008**

Duden

Geschäfts- korrespondenz

**Briefe, E-Mails und Kurznachrichten
professionell schreiben**

Von Ingrid Stephan

3., aktualisierte und komplett überarbeitete Auflage

Dudenverlag
Berlin

Zusätzliche Materialien zu diesem Buch wie die Downloads von Musterbriefen  und Erklärvideos  finden Sie unter www.duden.de/korrespondenz

Die **Duden-Sprachberatung** beantwortet Ihre Fragen zu Rechtschreibung, Zeichensetzung, Grammatik u. Ä. **montags bis freitags zwischen 09:00 und 17:00 Uhr.**
Aus Deutschland: **09001 870098** (1,99 € pro Minute aus dem Festnetz)
Aus Österreich: **0900 844144** (1,80 € pro Minute aus dem Festnetz)
Aus der Schweiz: **0900 383360** (3.13 CHF pro Minute aus dem Festnetz)
Die Tarife für Anrufe aus den Mobilfunknetzen können davon abweichen.
Den kostenlosen Newsletter der Duden-Sprachberatung können Sie unter www.duden.de/newsletterabonnieren.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Es wurde größte Sorgfalt darauf verwendet, dass die in diesem Werk gemachten Angaben korrekt sind und dem derzeitigen Wissensstand entsprechen. Für dennoch wider Erwarten im Werk auftretende Fehler übernehmen Autorin, Redaktion und Verlag keine Verantwortung und keine daraus folgende oder sonstige Haftung. Dasselbe gilt für spätere Änderungen in Gesetzgebung oder Rechtsprechung. Das Werk ersetzt nicht die professionelle Beratung und Hilfe in konkreten Fällen.

Das Wort **Duden** ist für den Verlag Bibliographisches Institut GmbH als Marke geschützt.

Für die Inhalte der im Buch genannten Internetlinks, deren Verknüpfungen zu anderen Internetangeboten und Änderungen der Internetadresse übernimmt der Verlag keine Verantwortung und macht sich diese Inhalte nicht zu eigen. Ein Anspruch auf Nennung besteht nicht.

Für die Nutzung des zugehörigen Downloadangebots zum Buch gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Website www.duden.de, die jederzeit unter dem entsprechenden Eintrag abgerufen werden können.

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nicht gestattet.

© Duden 2021

Bibliographisches Institut GmbH, Mecklenburgische Straße 53, 14197 Berlin

Redaktionelle Leitung Dr. Laura Neuhaus

Herstellung Alfred Trinnes

Layout Magdalene Krumbeck, Wuppertal

Satz Britta Dieterle, Berlin

Umschlaggestaltung 2issue, München

Umschlagabbildungen Shutterstock/4LUCK (Hand mit Stift), Shutterstock/UI (Briefumschlag),The

Noun Project/Rainbow Designs (Laptop)

E-Book-Herstellung und Auslieferung readbox publishing, Dortmund, www.readbox.net

ISBN 978-3-411-91387-9 (E-Book)

ISBN 978-3-411-74213-4 (Buch)

www.duden.de

Inhaltsverzeichnis

1 Geschäftlicher Bereich

1.1 Digital korrekt schreiben und versenden

- 1.1.1 E-Mail-Konventionen
- 1.1.2 Social-Media-Konventionen
- 1.1.3 Akronyme und Emojis
- 1.1.4 QR-Code
- 1.1.5 Briefe und E-Mails sicher versenden

1.2 Briefe nach DIN 5008

- 1.2.1 Vorlagen für Geschäftsbriefe
- 1.2.2 Aufbau eines Geschäftsbriefes

1.3 E-Mails – Aufbau nach DIN 5008

- 1.3.1 Feld »An« – E-Mail-Adresse
- 1.3.2 Felder »Cc« und »Bcc«
- 1.3.3 Betreff
- 1.3.4 E-Mail-Anhänge
- 1.3.5 Bezugszeichen und -angaben
- 1.3.6 Anrede
- 1.3.7 Layout und Text
- 1.3.8 E-Mail-Abschluss

1.4 Schreiben in Geschäftsprozessen

- 1.4.1 Anfragen
- 1.4.2 Voranfragen und Antworten auf Voranfragen
- 1.4.3 Angebote
- 1.4.4 Kostenvoranschlag
- 1.4.5 Bestellungen
- 1.4.6 Ablehnung von Bestellungen
- 1.4.7 Widerruf einer Bestellung
- 1.4.8 Auftragsbestätigungen
- 1.4.9 Versandanzeigen
- 1.4.10 Rechnungen
- 1.4.11 Eingangsbestätigungen
- 1.4.12 Zahlungsbestätigungen
- 1.4.13 Zahlungsavise

1.4.14 Bitten und Anträge

1.5 Schreiben in Problemsituationen

1.5.1 Zahlungserinnerungen und Mahnungen

1.5.2 Mahnungen wegen Lieferverzug

1.5.3 Beschwerden und Reklamationen

1.5.4 Zwischenbescheide

1.6 Schreiben im Personalbereich

1.6.1 Stellenanzeigen

1.6.2 Einladungen an Bewerber/-innen

1.6.3 Absagen an Bewerber/-innen

1.6.4 Abmahnungen

1.6.5 Kündigung des Arbeitsvertrages

1.7 Schreiben mit Werbecharakter

1.7.1 Werbebriefe

1.7.2 Begleitschreiben

1.7.3 Websites und Blogs

1.7.4 Chat und Chatbots

1.7.5 Soziale Netzwerke

1.8 Schreiben zu besonderen Anlässen

1.8.1 Regeln nach DIN 5008

1.8.2 Glückwünsche

1.8.3 Genesungswünsche

1.8.4 Dankschreiben

1.8.5 Einladungen

1.8.6 Weihnachts- und Neujahrsgrüße

1.8.7 Nachrufe und Kondolenzschreiben

1.9 Schreiben ins Ausland

1.9.1 Auslandsanschriften

1.9.2 Fremdsprachliche Textbausteine

1.9.3 Typografische Besonderheiten

1.9.4 Besonderheiten britischer und amerikanischer Briefe

1.9.5 Besonderheiten spanischer Briefe

1.9.6 Besonderheiten französischer Briefe

2 Unternehmensinterner Bereich

2.1 Tabellen

2.1.1 Zahlentabellen

2.1.2 Texte in Tabellenform

2.2 Formulare und Checklisten

- 2.2.1 Formulare
- 2.2.2 Checklisten

2.3 Gesprächsinhalte protokollieren und dokumentieren

- 2.3.1 Vorbereitung von wichtigen Gesprächen
- 2.3.2 Gesprächsnotiz
- 2.3.3 Aktennotiz/Aktenvermerk
- 2.3.4 Protokolle
- 2.3.5 Berichte

2.4 Interne Mitteilungen

- 2.4.1 Interne E-Mails
- 2.4.2 Kurznachrichten
- 2.4.3 Memos und Notizen
- 2.4.4 Abwesenheitsnotiz
- 2.4.5 Rundschreiben

2.5 Längere Texte

- 2.5.1 Gestaltung von längeren Texten
- 2.5.2 Aufbau von schriftlichen Arbeiten

2.6 Öffentlichkeitsarbeit

- 2.6.1 Presseinformation
- 2.6.2 Pressemappe
- 2.6.3 Kurzmeldung
- 2.6.4 Gegendarstellung

2.7 Präsentationen

- 2.7.1 Vorüberlegungen
- 2.7.2 Planung
- 2.7.3 Foliengestaltung
- 2.7.4 Handout
- 2.7.5 Präsentieren

2.8 Dokumente ablegen

- 2.8.1 Aufbewahrungspflicht
- 2.8.2 Dateiablage nach DIN 5008
- 2.8.3 E-Mails richtig ablegen

1

Geschäftlicher Bereich

1.1 Digital korrekt schreiben und versenden

- 1.1.1 E-Mail-Konventionen
- 1.1.2 Social-Media-Konventionen
- 1.1.3 Akronyme und Emojis
- 1.1.4 QR-Code
- 1.1.5 Briefe und E-Mails sicher versenden

1.2 Briefe Aufbau nach DIN 5008

- 1.2.1 Vorlagen für Geschäftsbriefe
- 1.2.2 Aufbau eines Geschäftsbriefes
 - 1.2.2.1 Briefkopf
 - 1.2.2.2 Anschriftfeld
 - 1.2.2.3 Informationsblock
 - 1.2.2.4 Betreff/Teilbetreff
 - 1.2.2.5 Anrede
 - 1.2.2.6 Briefftext
 - 1.2.2.7 Briefschluss
 - 1.2.2.8 Pflicht- und Geschäftsangaben
 - 1.2.2.9 Werbliche Elemente

1.3 E-Mails Aufbau nach DIN 5008

- 1.3.1 Feld »An« – E-Mail-Adresse
- 1.3.2 Felder »Cc« und »Bcc«
- 1.3.3 Betreff
- 1.3.4 E-Mail-Anhänge
- 1.3.5 Bezugszeichen und -angaben
- 1.3.6 Anrede
- 1.3.7 Layout und Text
- 1.3.8 E-Mail-Abschluss

1.4 Schreiben in Geschäftsprozessen

- 1.4.1 Anfragen
- 1.4.2 Voranfragen und Antworten auf Voranfragen
- 1.4.3 Angebote
- 1.4.4 Kostenvoranschlag
- 1.4.5 Bestellungen
- 1.4.6 Ablehnung von Bestellungen
- 1.4.7 Widerruf einer Bestellung
- 1.4.8 Auftragsbestätigungen
- 1.4.9 Versandanzeigen
- 1.4.10 Rechnungen
- 1.4.11 Eingangsbestätigungen
- 1.4.12 Zahlungsbestätigungen
- 1.4.13 Zahlungsvise
- 1.4.14 Bitten und Anträge

1.5 Schreiben in Problemsituationen

- 1.5.1 Mahnungen
- 1.5.2 Mahnung wegen Lieferverzug
- 1.5.3 Beschwerden und Reklamationen
- 1.5.4 Zwischenbescheide

1.6 Schreiben im Personalbereich

- 1.6.1 Stellenanzeigen
- 1.6.2 Einladungen an Bewerber/-innen
- 1.6.3 Absagen an Bewerber/-innen
- 1.6.4 Abmahnungen
- 1.6.5 Kündigung des Arbeitsvertrags

1.7 Schreiben mit Werbecharakter

- 1.7.1 Werbebriefe
- 1.7.2 Begleitschreiben
- 1.7.3 Websites und Blogs
- 1.7.4 Chats und Chatbots
- 1.7.5 Soziale Medien

1.8 Schreiben zu besonderen Anlässen

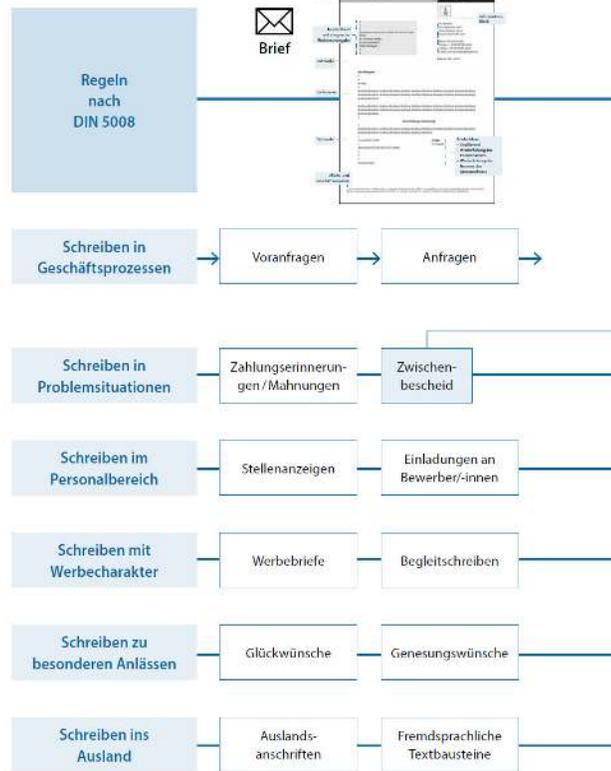
- 1.8.1 DIN-Regeln
- 1.8.2 Glückwünsche
- 1.8.3 Genesungswünsche
- 1.8.4 Dankschreiben
- 1.8.5 Einladungen

- 1.8.6 Weihnachts- und Neujahrsgrüße
- 1.8.7 Nachrufe und Kondolenzschreiben

1.9 Schreiben ins Ausland

- 1.9.1 Auslandsanschriften
- 1.9.2 Fremdsprachliche Textbausteine
- 1.9.3 Typografische Besonderheiten
- 1.9.4 Besonderheiten britischer und amerikanischer Briefe
- 1.9.5 Besonderheiten spanischer Briefe
- 1.9.6 Besonderheiten französischer Briefe

Vorschau





Kapitelüberblick

1.1 Digital korrekt schreiben und versenden

Die elektronische Post ist im geschäftlichen Bereich zur Übermittlung von kurzen sachlichen und fachlichen Informationen geeignet. Eine Nachricht sollte immer nur ein Thema enthalten. Beim Schreiben einer Nachricht ist auf die technischen Gegebenheiten (z. B. Nachrichtenformat, Codierung bei der Verschlüsselung, verwendete Schriften und Dateiformate der Anlagen) des Empfängers Rücksicht zu nehmen.

1.1.1 E-Mail-Konventionen

Neben der Formulierung bietet die Gestaltung einer E-Mail eine Reihe von Möglichkeiten für eine eindeutige digitale Kommunikation. Wo es sinnvoll ist, können die Regeln auf andere schriftliche Kommunikationsformen, z. B. Instant-Messaging oder SMS, übertragen werden.

Adressierung und Betreff

An ...	karin.stellmeier@abc-mannheim.com
Cc ...	
Bcc ...	
Betreff:	Vielen Dank

Überlegen Sie immer, ob eine E-Mail-Antwort überhaupt notwendig ist.

Bei mehreren Empfängern sollten Sie prüfen, ob eine Hierarchie zu beachten ist.

An ...	karin.stellmeier@abc-mannheim.com; eva.ott@abc-mannheim.com
Cc ...	fabian.wall@abc-mannheim.com; martina.sittel@abc-mannheim.com
Bcc ...	
Betreff:	Protokoll der Besprechung vom 25. Oktober

Von allen Empfängern im **An-Feld** wird in der Regel eine Handlung erwartet.

Die Empfänger unter **Cc ...** sollen nur informiert werden.

Alle Empfänger erfahren durch die Listen, wer die E-Mail erhalten hat.

An ...	karin.stellmeier@abc-mannheim.com
Cc ...	
Bcc ...	tina.moser@prt-company.com; max.mueller@wkv-stuttgart.com
Betreff:	Ihr Angebot

Aus datenschutzrechtlichen Gründen sollten externe Geschäftspartner unter **Bcc ...** informiert werden.

An ...	karin.stellmeier@abc-mannheim.com
Cc ...	
Bcc ...	

Betreff:

Ihr Angebot

Der Betreff sollte mit wenigen aussagekräftigen Stichpunkten formuliert werden. Anhand der Stichpunkte kann der Empfänger die Nachricht einem Thema zuordnen.

Anrede: In einer E-Mail kann auf die Anrede nicht verzichtet werden. Bei offiziellen E-Mails passt »Sehr geehrte Frau ...«, »Sehr geehrter Herr ...« oder »Sehr geehrte Damen und Herren, ...«. Wenn Sie die E-Mail an einen festen Teilnehmerkreis richten, können Sie in der Anrede beispielsweise »Sehr geehrte Gremien-Mitglieder, ...« schreiben. Pflegen Sie mit den Adressaten einen vertraulichen Umgang, kann die Anrede etwas legerer formuliert werden: »Lieber ...«, »Liebe ...«, »Hallo ...«, »Hallo zusammen«.

Richten Sie Ihre E-Mail an mehrere Personen, sollten Sie in der Anrede die Hierarchie, Titel und akademischen Grade beachten.

Datenschutz: Es ist datenschutzrechtlich unzulässig, dass jeder Empfänger alle Empfängeradressen externer Geschäftspartner sehen kann. Personenbezogene Daten dürfen nur an Dritte übermittelt werden, wenn dazu eine Einwilligung vorliegt. Setzen Sie deshalb die Empfänger anstatt ins Cc-Feld in das Bcc-Feld. In innerbetrieblichen E-Mails können Sie das Cc-Feld nutzen.

Nach DIN 5008 ist der Betreff immer anzugeben. Bei Sendungen ins Ausland sollte auf sprachliche Besonderheiten wie Akzente, Umlaute und ß verzichtet werden. Bei der Weiterleitung einer E-Mail ist zu prüfen, ob der Betreff aktualisiert werden sollte. Die Antwort sollte zumindest durch die entsprechende Abkürzung ergänzt werden:

- Antwort = **AW** (Antwort) oder **RE** (Response),
- Weiterleitung = **WG** (Weiterleiten) oder **FW** (Forward).

Die gängigen E-Mail-Programme setzen die Abkürzungen automatisch in den Betreff, wenn in den Einstellungen die entsprechende Option aktiviert ist.

Verteiler und Verteilerlisten: Achten Sie darauf, dass Sie nur die wirklich betroffenen Personen in den Verteiler einer E-Mail nehmen. Damit tragen Sie dazu bei, das E-Mail-Aufkommen zu reduzieren. Beim Gebrauch von Verteilerlisten sollten Sie grundsätzlich darauf achten, dass Sie die richtige Liste nutzen, dass die Liste aktuell ist und dass wirklich alle in der Liste aufgeführten Personen die E-Mail erhalten dürfen.

Zustelloptionen: Durch Zustelloptionen (z. B. Lesebestätigung) könnte sich der Empfänger kontrolliert oder gegängelt fühlen; auch wird ein Mehraufwand bei der Bearbeitung von Mails erzeugt. Deshalb sollten Zustelloptionen mit äußerster Sorgfalt verwendet werden. Kennzeichnen Sie nur wirklich dringende Nachrichten als »wichtig«.

Wirksamkeit von Willenserklärungen: Auch die allgemeinen Grundsätze zum Vertragsabschluss beziehungsweise zum Wirksamwerden von Willenserklärungen sind im E-Mail-Verkehr maßgeblich. Bei der Abgabe beispielsweise eines Angebots sind Sie an das Angebot gebunden. Wenn der Vertragspartner dem Angebot zustimmt, ist der Vertrag zustande gekommen. Ein ungeöffnetes Angebot im elektronischen Briefkasten des Empfängers gilt bereits als »erreicht«.

Anhänge: Achten Sie auf die Größe der angehängten Datei. Hat der Empfänger Zugriff auf einen gemeinsamen Speicherort, reicht es aus, einen Link zu verschicken. Weisen Sie in der E-Mail auf die mitgeschickte Anlage oder auf den Link hin.

Nach DIN 5008 sollten mehrere und/oder größere Dateien in einem gängigen Format komprimiert werden. Außerdem ist bei der Wahl des zu versendenden Dateiformats zu berücksichtigen, welche Rechte für die

Verwendung und Weiterverarbeitung dem Empfänger eingeräumt werden sollen, z. B. nur lesende Rechte oder Kopierschutz.

Vertraulichkeit: Nach der DIN 5008 sollten vertrauliche und/oder rechtsverbindliche Nachrichten über einen De-Mail-Dienst abgewickelt werden. Das setzt voraus, dass sowohl der Absender als auch der Empfänger ein De-Mail-Konto bei einem der akkreditierten Diensteanbieter verfügen. Über die De-Mail wird die Identität von Absender und Adressat eindeutig nachgewiesen. Ein Austausch zwischen Diensten mit herkömmlichen E-Mail-Adressen und Diensten mit De-Mail-Adressen ist technisch nicht möglich.

Englische Abkürzungen: Grundsätzlich sollten E-Mails keine Abkürzungen enthalten. Trotzdem werden sie in englischen E-Mails verwendet. Die gebräuchlichsten sollten Sie deshalb kennen:

ABKÜRZUNG	ENGLISCH	DEUTSCH
ASAP	as soon as possible	so schnell wie möglich
BTW	by the way	übrigens
CUL	see you later	wir sehen uns später
EOD	end of discussion	Ende der Diskussion
FAQ	frequently asked questions	häufig gestellte Fragen
FYI	for your information	zu Ihrer Information
IDK	I don't know	ich weiß es nicht
IMO	in my opinion	meiner Meinung nach
KIT	keep in touch	lass uns in Verbindung bleiben
NAA	not at all	überhaupt nicht
OT	off topic	passt nicht zum Thema
TBD	to be done	noch zu erledigen

E-Mail-Richtlinien in Unternehmen

Firmeninterne E-Mail-Richtlinien geben vor, wie das Kommunikationsmittel im Unternehmen genutzt wird, und sichern ein einheitliches Auftreten nach außen. Sie geben den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Sicherheit und helfen, Fehler zu vermeiden.

Im Zentrum des »magischen Dreiecks« der geschäftlichen E-Mail-Kommunikation stehen die hauseigenen E-Mail-Richtlinien.

Jedes Unternehmen sollte seine eigenen E-Mail-Richtlinien entwickeln. Nur dann ist die gewünschte Wirkung nach innen und außen gewährleistet.



Mögliche Regelungen:

für den Absender

- Prüfen Sie, ob die E-Mail, die Sie gerade schreiben möchten, für diese Kommunikation das angemessene Medium ist.
- Eine E-Mail sollte immer folgende Elemente enthalten: Angabe des Betreffs, Anrede, Inhalt, Gruß und Signatur.
- Formulieren Sie einen klaren und eindeutigen Betreff. Leere Betreffzeilen sind unhöflich und landen nicht selten im SPAM-

Filter. Wenn Sie auf eine E-Mail antworten, aktualisieren Sie den Betreff entsprechend.

In internen E-Mails dürfen die Abkürzungen »RS« (Rücksprache), »Info« (zur Information) und »To-do« benutzt werden, um im Betreff zu signalisieren, welche Handlung erwartet wird.

- Beginnen Sie jede E-Mail mit einer passenden Anrede.
- Orientieren Sie sich beim Formulieren des E-Mail-Textes am Anlass und am Zweck der Nachricht und daran, wie gut Sie den Empfänger / die Empfängerin kennen.
- Achten Sie auf korrekte Rechtschreibung und Satzzeichen.
- Fassen Sie sich kurz: Der E-Mail-Text sollte nicht über eine Bildschirmseite hinausgehen. Achten Sie auf eine maximale Satzlänge von 15 Wörtern. Sollte der Text doch etwas länger werden, dann strukturieren Sie ihn mit Zwischenüberschriften.
- Schreiben Sie pro Thema jeweils eine E-Mail.
- Nutzen Sie die E-Mail nur für sachliche und fachliche Informationen. Persönliche Angelegenheiten lassen sich besser in einem Gespräch klären.
- Geben Sie einen kurzen Zwischenbescheid, wenn Ihre Antwort auf eine E-Mail etwas länger dauert.
- Denken Sie daran: Eine E-Mail ist wie eine Postkarte unterwegs und kann durch Dritte abgefangen und gelesen werden! Schreiben Sie niemals vertrauliche oder gar geheime Inhalte in eine E-Mail. Die Gefahr kann durch eine Verschlüsselung auch nicht ganz gebannt werden.
- Setzen Sie keine Prioritäten – überlassen Sie das dem Empfänger.

als Empfänger

- Nutzen Sie E-Mails nicht zur Ablenkung. Definieren Sie stattdessen feste Zeiten, zu denen Sie Ihre Mails bearbeiten.
- Schalten Sie den automatischen Abruf und akustische Signale aus.
- Säubern Sie den Posteingang sofort und fassen Sie jede E-Mail möglichst nur einmal an. Nach der Posteingangsroutine ist Ihr

- Posteingang leer.
- Speichern Sie die geschäftlich relevanten E-Mails gleich in dem entsprechenden Vorgangsordner in Ihrer Ordnerstruktur.
 - Bearbeiten Sie alle E-Mails, deren Beantwortung nicht länger als drei Minuten in Anspruch nehmen, sofort.
 - Geschäftlich relevante E-Mails müssen nach HGB 10 Jahre aufbewahrt werden.

1.1.2 Social-Media-Konventionen

Digitale Medien gehören zur Kommunikation im Alltag. Neben dem Computer wird das Smartphone oder das Tablet zur schnellen Nachrichtenübermittlung genutzt. Unternehmen kontaktieren ihre Kunden über Chatrooms (z. B. Facebook), Messenger-Dienste (z. B. WhatsApp) oder einen Microblog (z. B. Twitter). Auch der schnelle innerbetriebliche Gedankenaustausch erfolgt nicht mehr ausschließlich über das Telefon oder durch E-Mails, sondern über Social-Media-Anwendungen, die eine zeitgleiche oder zeitversetzte Kommunikation unter Kolleginnen und Kollegen ermöglicht. Die Kommunikation wird dadurch schneller und die Geschäftsprozesse werden effizienter.

Es gibt keine universale Netzetikette. Verhaltens- und Sprachregeln werden in unterschiedlichen Ausführungen sowohl von Nutzern als auch von Anbietern formuliert.

Die folgenden Verhaltensregeln geben die grobe Richtung vor:

- Die Vielfalt der Netzwerke ist groß und jede Plattform hat ihre eigene Sprache.
- Sie sollten Ihre Nachrichten im Internet genauso sorgfältig formulieren wie einen Geschäftsbrief.
- Formulieren Sie Ihre Messenger-Nachrichten empfängerorientiert, kurz und prägnant – nicht nachlässig.

- Verzichten Sie auf Abkürzungen, die Ihr Kommunikationspartner möglicherweise nicht verstehen oder falsch interpretieren könnte.
- Seien Sie immer ehrlich und freundlich.
- Achten Sie auf einen angemessenen Umgangston. Im Gegensatz zu einem direkten Gespräch können Sie schriftlich Ihre Mitteilungen nicht mit Mimik, Gestik oder Tonfall unterstreichen.
- Kritische Äußerungen sollten Sie in einem angemessenen Ton formulieren, damit sie nicht beleidigend wirken.
- Machen Sie keine Angaben zu privaten Daten Ihrer Kommunikationspartner/-innen im Netz.
- Versenden Sie Werbung nur dann, wenn Sie genau wissen, dass sie beim Leser erwünscht ist.

Social-Media-Richtlinien in Unternehmen

Die Social-Media-Richtlinien eines Unternehmens zeigen den Beschäftigten, wie das Unternehmen im Internet wahrgenommen werden möchte, und geben allen Betroffenen Sicherheit im Umgang mit den digitalen Kommunikationsplattformen. Ein angemessenes Verhalten und eine wertschätzende Kommunikation sind wichtig, sonst ist der gute Ruf gefährdet.

Die inhaltliche Gestaltung der Richtlinien hängt sehr stark vom jeweiligen Unternehmen ab und ist auf die Unternehmenswerte und Firmenkultur abgestimmt.

SOCIAL-MEDIA-RICHTLINIEN IM UNTERNEHMEN



Inhalte der Social-Media Richtlinien sind z. B.:

Information: Die Beschäftigten werden über die Funktionsweise und Wirkungsmechanismen der »Sozialen Medien« informiert. Dazu gehört auch die Beratung darüber, welche technischen Einstellungen in den Netzwerken zur Wahrung der Privatsphäre und der Sicherheit vorgenommen werden müssen.

Ziele und Strategie: Alle, die in der Firma arbeiten, sollten wissen, warum sich das Unternehmen in den »Sozialen Netzwerken« engagiert.

Eigenverantwortung: Private Mitteilungen und Äußerungen sind vor dem Veröffentlichenden abzuwägen und kenntlich zu machen – auch im Hinblick darauf, dass die Beiträge im Netz sehr lange verfügbar sind.

1.1.3 Akronyme und Emojis

Emoticons und Emojis haben alle Bereiche der digitalen Kommunikation erobert. Sie werden in E-Mails, Chats, SMS u. Ä. verwendet.

Auch wenn es widersprüchlich klingt, so gilt die Online-Kommunikation als kommunikationsarm. Es fehlen ihr nämlich nützliche Informationen wie Gesten, Mimik oder Intonation, die in einem direkten Gespräch mehr oder weniger unbewusst und spontan eingesetzt werden. Bei der Nutzung von Social-Media-Software setzen die Absender die kleinen Bildzeichen gerne ein, um beispielsweise unernste Bemerkungen in einer Nachricht zu kennzeichnen.

Emoticons/Emojis:

:-) 😊 entspricht glücklich :- (😞 entspricht traurig

Emojis erfüllen in der Online-Kommunikation vielfältige Funktionen:

- Steht ein Emoji am Ende einer Nachricht, kommentiert und bewertet der Schreiber damit seine subjektive Sicht.

Bei den Verhandlungen hatte ich kein gutes Gefühl. 😞

- Ein Emoji kann auch als Ersatz für ein Wort stehen.

Es wäre schön, wenn wir uns heute um 12:00 Uhr zum 🍷 treffen könnten.

- Häufig sieht man auch, dass mehrere Bildzeichen am Ende einer Nachricht zur Illustration eingesetzt werden.

Ich wünsche Ihnen einen wunderschönen Urlaub. ✈️ ☀️ 🍹 🏖️

Die beiden letzten Möglichkeiten sind eher unter Kolleginnen und Kollegen üblich.

Im geschäftlichen Bereich können Emoticons und Emojis eingesetzt werden, um

- den Ton einer Online-Kommunikation aufzulockern,

Das Abstimmungsergebnis wurde bestätigt. 😊

- Aussagen zu verstärken oder abzuschwächen (z. B. bei Anweisungen oder Absagen, Grüßen, Dank und Komplimenten),

Es war wie immer eine gelungene Veranstaltung. 😊

- Missverständnisse zu vermeiden.

Es ist doch nichts passiert. 😊

Emojis, die auf der Unicode-Kodierung basieren, werden auf allen Endgeräten einheitlich angezeigt.

Regeln nach DIN 5008

Emoticons und Emojis sollten nicht bei Erstkontakten verwendet werden. Sie können aber sparsam bei wiederholten Kontakten bzw. bekannten Empfängern eingesetzt werden.

Emoticons und Emojis ersetzen Satzzeichen nicht und werden hinter dem Satzschlusspunkt platziert – vorausgesetzt, sie beziehen sich auf den gesamten Satz.

Im Austausch mit ausländischen Geschäftspartnern ist zu berücksichtigen, dass die Gestaltung und Nutzung von Emoticons sowie Emojis in anderen Kulturkreisen sehr unterschiedlich sein können. Deshalb sollten bei internationalen Kontakten nur wirklich gängige Emoticons und Emojis verwendet werden.

Beispiele:

Dies war sicherlich eine gute Entscheidung. 😊

😊 Über Ihre Nachricht haben wir uns sehr gefreut. Wir gehen davon aus, dass Sie es genauso sehen ;-) ...

1.1.4 QR-Code

QR-Code (Quick Response = schnelle Antwort) heißen die kleinen Quadrate, hinter denen sich unterschiedliche Informationen (z. B. Werbung, Fahrpläne, nähere Informationen zu einem Produkt, Adressen) verbergen. Sie werden mithilfe eines Smartphones oder Tablets eingescannt. Eine spezielle Reader-Software übersetzt den Code und zeigt eine Internet-Adresse an, über die Informationen zu einem bestimmten Thema in Form von Text, Video oder Audio angezeigt werden. Dies erspart das Erfassen von langen Internet-Adressen oder Texten.

In Briefen, Mails, Präsentationen, Visitenkarten u. v. m. leiten QR-Codes den Nutzer direkt zu passenden Informationen im Internet, wie z. B. zu einer Bedienungsanleitung oder zu einem Video zu dem Produkt, für das Sie im Brief werben.

Einen QR-Code können Sie bequem über einen QR-Code-Generator erstellen. Viele Anbieter stellen den Service kostenlos zur Verfügung. Einige Textverarbeitungsprogramme (z. B. Word 365) bieten diese Funktion als Add-Ins an.



QR-Code



Scan



Decode

(RedKoala/Shutterstock.com)

1.1.5 Briefe und E-Mails sicher versenden

Schriftform

Das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) schreibt zwar keineswegs für alle Rechtsgeschäfte eine Form vor, so schließt der Einkauf im Supermarkt etwa im juristischen Sinne einen Kaufvertrag ein, dieser aber muss nicht eigens vereinbart werden; er entsteht automatisch durch den Kauf selbst. Uneingeschränkt rechtsgültig sind auch mündliche Verträge, die in vielen Bereichen möglich sind. Sofern es um weitreichende Konsequenzen geht, sind mündliche Verträge allerdings riskant, weil sie ganz oder in (wesentlichen) Punkten bestritten werden können.

Für bestimmte Rechtsgeschäfte verlangt das BGB die Schriftform, deren wichtigstes Charakteristikum die eigenhändige Unterschrift ist. Seit 2001 kennt das BGB daneben auch die Textform und die elektronische

Form, die weniger umfassend sind und ohne eigenhändige Unterschrift auskommen.

Als **Textform** (§ 126 b BGB) gelten z. B. Kopien, Telefaxe, SMS, Dateien und E-Mails. Die Textform reicht für einen Großteil der täglichen Rechtsgeschäfte im Privaten und im Beruf aus, wenn

- die »dauerhafte Wiedergabe in Schriftzeichen« möglich ist, das heißt der entsprechende Text gespeichert werden kann – egal, ob z. B. auf Papier, Festplatte, CD oder USB-Stick,
- der Name der/des Erklärenden genannt wird; in einfachen Willenserklärungen kann das ein Name sein, in Verträgen sind es mindestens zwei,
- die Nachbildung einer Unterschrift (z. B. als Namensnennung, aber auch als Faksimile) eingefügt wurde,
- der Textabschluss eindeutig erkennbar ist, z. B. durch eine Grußformel, ein Datum, den expliziten Hinweis »Ende« oder »Dieses Schreiben ist ohne Unterschrift wirksam« (so soll verhindert werden, dass Inhalte übersehen werden können),
- die Textform für alle Beteiligten zu den erwartbaren Formen gehört (wenn in einem Mietvertrag z. B. die E-Mail-Adressen von Mieter und Vermieter genannt sind, kann der Mietvertrag auch per E-Mail gekündigt werden).

Die **elektronische Form** (§ 126a BGB) steht zwischen Text- und Schriftform: Sie verlangt zwar keine eigenhändige Unterschrift, aber eine eindeutige Identifizierungsmöglichkeit – die qualifizierte elektronische Signatur. Diese enthält eine nach der europäischen eIDAS-Verordnung (electronic Identification Authentication and trust Services) vorgeschriebene technische Verschlüsselung, womit der Absender einer E-Mail dieser zweifelsfrei zugeordnet werden und der Inhalt eines elektronischen Dokuments nicht nachträglich verändert werden kann (ohne dass dies auffiele). Rechnungen an Firmenkunden können in

elektronischer Form (oder aber auf Papier) versendet werden, wenn ihre Echtheit und Lesbarkeit gewährleistet werden können.

Arbeitsverträge und befristete Mietverträge mit mehr als zwölfmonatiger Laufzeit, Arbeitszeugnisse und arbeitsrechtliche Kündigungen sowie Aufhebungsverträge, Bürgschaftserklärungen, Schuldversprechen und -anerkenntnisse dagegen bedürfen der traditionellen **Schriftform**, die einschließt, dass die Schriftstücke von Hand unterschrieben werden müssen. Die strengste Anforderung ist die notarielle Beurkundung, die zum Beispiel beim Immobilienkauf nötig ist.

Prinzipiell kann außer der Form, in der ein Schreiben abgefasst ist, auch sein **Zugangsnachweis** von entscheidender Bedeutung sein – schließlich muss der Empfänger das Schreiben auch zur Kenntnis erhalten. Das sicherste Verfahren, den Zugang nachzuweisen, sind Einschreiben. Je nach gewählter Form wird das Schreiben entweder nur dem Adressaten persönlich (bzw. einem Bevollmächtigten) ausgehändigt (»eigenhändig«), sein Einwurf in den Empfängerbriefkasten dokumentiert (»Einschreiben Einwurf«) oder der Empfang durch den Empfänger (bzw. einen Bevollmächtigten) per Unterschrift bestätigt. Bei drohendem Rechtsstreit oder Fristen (z. B. arbeitsrechtlichen Kündigungsfristen), die nur mit der rechtzeitigen Aushändigung gewahrt werden können, sind Einschreiben oft unumgänglich. In der Regel aber sind sie zu aufwendig, zu teuer und gar nicht nötig.

Dennoch ist der traditionelle Postversand im Zweifel ein sichererer Weg als zum Beispiel die E-Mail. Anders als das Sendeprotokoll von Telefaxen, das vor Gericht durchaus als Zugangsnachweis akzeptiert werden kann, gelten die Sendedaten der elektronischen Post nicht als gerichtsfähiger Beweis für den Empfang.

Elektronische Signaturen

Durch die europäische eIDAS-Verordnung wurde das deutsche Signaturgesetz 2017 außer Kraft gesetzt. Die eIDAS regelt den Einsatz von

Vertrauensdiensten und die elektronische Identifizierung. Damit wurde der rechtliche Rahmen für die EU-weite Nutzung elektronischer Unterschriften geschaffen. Über zertifizierte Anbieter können cloudbasierte Systeme (z. B. Adobe Sign, FP Sign, Docu Sign) genutzt werden, die einen vertraulichen und rechtsverbindlichen digitalen Austausch und Abschluss von Dokumenten und Verträgen ermöglichen. Mit einem qualifizierten Siegel und Zeitstempel oder durch ein elektronisches Einschreiben wird die Nachvollziehbarkeit erhöht. Jeder Teilnehmer und jeder Schritt im Prozess werden dokumentiert.



(cirquedesprit/stock.adobe.com)

Es gibt drei Stufen der Sicherheit:

Die einfache elektronische Signatur: An sie werden keine besonderen Anforderungen gestellt und sie ist für formlose Rechtsgeschäfte geeignet.

Die fortgeschrittene Signatur: Sie bietet gegenüber der einfachen elektronischen Signatur durch einen einmaligen Signaturschlüssel eine höhere Sicherheitsstufe.

Die qualifizierte elektronische Signatur: Sie ist das sicherste Signaturverfahren. Die Nutzer melden sich durch eine Online-Registrierung einmalig bei einem zertifizierten Anbieter an. Die Zertifizierungsstelle bestätigt, dass die genannte Person im Besitz des

Zertifizierungsschlüssels ist. Nach der Online-Identifikation können Dokumente hochgeladen werden, die mithilfe einer Zwei-Faktor-Authentisierung und einer per SMS zugesendeten TAN signiert werden.

De-Mail

Um eine E-Mail rechtsverbindlich und vertraulich zu versenden und zu empfangen, kann der De-Mail-Dienst genutzt werden. Das De-Mail-Gesetz regelt die sichere und rechtsverbindliche Kommunikation im Netz. Ein Konto kann bei einem akkreditierten De-Mail-Anbieter eingerichtet werden. Die Nachrichten werden ausschließlich über verschlüsselte Kanäle übertragen und verschlüsselt abgelegt.

Beim Versand einer De-Mail erhält der Absender eine zusätzlich qualifizierte signierte Bestätigung, die den Charakter eines herkömmlichen Einschreibens hat. In der Bestätigung wird dokumentiert, wann der Absender die Nachricht verschickt hat und wann sie an das Postfach des Empfängers ausgeliefert wurde. Neben dem De-Mail-Einschreiben gibt es noch weitere Optionen, wie z. B. »Persönlich«, »Absender-Bestätigt«, »Abholbestätigung«.

De-Mail-Adressen sind wie folgt aufgebaut:

empfaengerbezeichnung@anbieter.de-mail.de

Dateien mit Kennwort sichern

Die meisten Textverarbeitungs- und PDF-Programme bieten die Möglichkeit, Dokumente mit einem Passwort zu verschlüsseln und vor unberechtigtem Zugriff zu schützen.

Es gibt zwei Möglichkeiten, eine Datei in Word mit einem Passwort zu schützen: