**Vorlesung 3**

**Briefe und ihre Besonderheiten**

**Plan**

1. Briefarten
2. Briefaufbau
3. Brief und Computer
4. Werbebriefe

Einen Brief zu schreiben ist auf den ersten Blick ganz einfach: Adresse, Anrede, Text und Abschlussfloskel. Kreativität ist höchstens beim Text selbst erforderlich. Doch genau hier ist das Problem, denn meist enthält der Brief nicht nur eine bloße Nachricht. Entsprechend kann es nötig sein, ihn sehr sorgfältig zu formulieren.

1. **Briefarten**

Die meisten Briefe werden unterteilt in:

Persönliche Briefe

* Anfragen
* Mahnungen
* Angebote
* Werbebriefe
* Bestätigungen
* Rechnungen

Formal können alle Briefe gleich aufgebaut sein. Lediglich bei persönlichen Briefen ist das nicht notwendig.

**2. Briefaufbau**

Diese Punkte gehören in jeden Brief, mit der Ausnahme von privater Post mit vertrauten Personen:

* Briefkopf
* Ort und Datum
* Betreffzeile
* Anrede
* Text
* Gruß

Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um einen Brief per Mail oder per Post handelt. Nicht unerheblich ist außerdem der Umschlag. Die Adresse gehört rechts unten auf das Kuvert. Der Absender darf auf der Rückseite stehen oder links oben auf dem Umschlag. Bei Briefen mit Sichtfenster kann der Absender auch klein oberhalb der Adresse durch das Fenster sichtbar sein. Wichtig ist aber, dass das Schreiben zum Briefumschlag passt. Mehr als zweimal sollte das Schreiben nicht gefaltet werden müssen.

 *Der Briefkopf, Ort und Datum*

Ein Briefkopf enthält die Adresse des Empfängers und die des Absenders. Dazu gehört möglichst auch die Mailadresse. Die Telefonnummer ist nicht immer zwingend erforderlich. Der Empfänger sollte persönlich genannt sein, falls der Name bekannt ist. Handelt es sich um ein behördliches Schreiben, dem ein Briefwechsel vorhergegangen ist, muss das Aktenzeichen und der Hinweis auf das Datum des letzten Schreibens mit in die Adresse. In diesem Fall empfiehlt es sich, auch die Dienststelle zu vermerken, sofern diese Informationen vorliegen. Ort und Datum sollten möglichst in einer zusätzlichen Zeile stehen, und zwar unter der Adresse.

*Die Betreffzeile*

In die Betreffzeile gehört der Grund des Anschreibens. Die Betreffzeile sollte möglichst knapp gehalten sein. Es ist nicht notwendig, explizit zu erwähnen, dass es sich um die Betreffzeile handelt. Die Betreffzeile ist besonders bei Mahnungen oder Kündigungen wichtig, aber auch bei Schreiben an eine Behörde. Bei amtlichen Schreiben ist immer auch eine persönliche Unterschrift erforderlich. Eine Mail genügt dann nicht. Bei wichtigen Schreiben, vor allem wenn Fristen einzuhalten sind, empfiehlt es sich deshalb, vorab zu klären, wie und im Rahmen welcher Frist der Brief eingehen muss. Es ist außerdem anzuraten, um eine Empfangsbestätigung zu bitten.

*Was ist bei der Anrede zu beachten?*

Ist der Name des Adressaten bekannt, sollte er auch ausgeschrieben werden. Die neutrale Anrede bei unbekannten Adressaten lautet: „**Sehr geehrte Damen und Herren**“. Wer ganz sicher weiß, dass das Schreiben ausschließlich von Damen oder Herren gelesen wird, sollte das in der Anrede berücksichtigen. Bezieht sich das Schreiben auf eine Stellenanzeige oder einen bereits bestehenden Kontakt, ist die bisher gewählte Anrede beizubehalten. Gerade Stellenanzeigen sind heute etwas lockerer gestaltet. Auch das „**Du**“ ist nicht mehr ungewöhnlich. In diesem Fall darf der Briefeschreiber das „**Du**“ übernehmen oder auch vorsichtshalber zum „**Sie**“ übergehen. „**Sehr geehrte**..“ ist dann aber zu förmlich. Es empfiehlt sich wahlweise „**Liebes Team von…**“, „ Mit einem freundlichen Hallo an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von….“. Die Anrede endet möglichst mit einem Komma. Das Ausrufungszeichen ist aber auch zulässig.

*Der Text des Briefes*

Für die Lesbarkeit sollte der Text möglichst in Abschnitte unterteilt sein. Je nach Länge folgt alle 5-10 Zeilen eine Leerzeile. Der Text unterteilt sich in Einleitung, Haupttext und Abschluss. Erst nach dem Abschluss, der auch mit einem Appell oder einer Zusammenfassung enden kann, folgt die Grußformel.

*Das ist bei der Grußformel zu beachten*

Die Grußformel gehört unter jeden Brief. Auch wenn es ein Brief über ein Ärgernis ist. Die Wortwahl richtet sich nach der Qualität des Kontakts. Die distanzierteste Form ist da „*Hochachtungsvoll*“. Gängig und höflich ist „*Mit freundlichen Grüßen*“. „*Viele Grüße*“ und „*Herzliche Grüße*“ sind freundlich und sollen die Freundlichkeit auch signalisieren. „*Liebe Grüße*“ eignet sich für sehr vertraute Personen.

**3. Brief und Computer**

Handschriftlich oder mit dem Computer?

Persönliche Briefe, die mit der Hand geschrieben werden, sind besonders freundlich. Es dauert länger, so einen zu schreiben und der Verfasser muss sich mehr konzentrieren. Die Voraussetzung dafür ist aber, dass sich der Autor Mühe gibt, ordentlich lesbar zu schreiben. Bei geschäftlichen Briefen ist die handschriftliche Variante nicht üblich.

*Die Schriftgröße*

Handschriftliche Briefe sind naturgemäß schlechter zu lesen, als mit PC verfasste Briefe oder E-Mails. Die Schriftgröße sollte den Fähigkeiten des Empfängers angepasst sein. Zwar ist es am PC möglich, die Schriftgröße auch beim Empfänger noch einmal zu vergrößern, es erfordert aber zusätzliche und vermeidbare Arbeit.

*Wie lang darf oder sollte ein Brief sein?*

Ein Brief sollte präzise sein. Der Verfasser sollte darauf achten, nicht aus ausufernd zu werden und den roten Faden nicht aus dem Auge zu verlieren. Wenn sich Empfänger und Absender nicht absolut einig sind, dass lange Briefe ausdrücklich erwünscht sind, sollte sich der Verfasser eines Briefs kurz fassen. Das ist bei Briefen mit wichtigen Informationen besonders wichtig. Besonders wenn der Empfänger nicht viel Zeit hat, ist es nicht fair, einen langen Brief zu verfassen, in dessen Verlauf sich irgendwo eine wichtige Nachricht befindet. Sich kurz zu fassen, ist nicht immer einfach. Wer nicht häufig schreibt, braucht dafür etwas Übung. Es ist außerdem hilfreich, den Brief nicht sofort abzuschicken, sondern ihn am folgenden Tag noch einmal laut selbst zu lesen und zu prüfen, ob er missverständlich, umständlich ist oder andere Schwächen aufweist.

1. ***Werbebriefe***

## Um neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zum Kauf zu aktivieren, gibt es nichts Besseres als gut gestaltete Werbebriefe. Ein Werbebrief ist eine schriftliche, persönliche Form der Werbung für ein Produkt oder eine Dienstleistung.

Die Hohe Kunst des Verkaufens ist das Direktmarketing. Dazu braucht es Fachleute. In der Regel schreiben Sie selbst keine direkten Werbetexte, sondern beauftragen einen Copywriter.

Neben den üblichen Anforderungen zu Rechtschreibung ist kreativer und taktischer Umgang mit dem Text notwendig. Es werden gezielt “Trigger” eingesetzt, um die menschliche Psyche zum Kauf anzuregen. Man spricht dabei von der Verführung des Kunden.

Werbebriefe sollten übersichtlich sein und dem Leser auf einen Blick die Vorteile des Angebots deutlich machen:

* Was ist Ihr Angebot?
* Wer ist Ihre Zielgruppe?
* Sieht Ihr Werbebrief gut genug aus?
* Haben Sie den richtigen Zeitpunkt gewählt?

Im Vergleich zu anderen Werbemaßnahmen ist ein Brief kostengünstig und kann schnell und ohne großen Aufwand erstellt werden.