



»OBSERVER«

OÖ Nachrichten Pegasus

Die Wirtschaftszeitung der OÖ Nachrichten  
Linz, im Februar 2022, Nr: 1, 6x/Jahr, Seite: 1,4-5

Druckauflage: 203 000, Größe: 68,89%, easyAPQ: \_

Auftr.: 10636, Clip: 14195349, SB: Strodl-Sollak Gabriele



www.observer.at

01 | 2022  
Februar

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG DER OÖNachrichten

# PEGASUS

*Sehr geehrte  
Geschäftspartner*

## DAS ENDE DES GESCHÄFTSBRIEFES?

➔ Seite 4 und 5

Medizintechnik: Wiesich  
Gesundheit neu erfindet

➔ Seite 6 bis 9

Jobmarkt: Suche nach  
Personal in der Krise

➔ Seite 10 bis 12

Netflix und Amazon:  
Was Chefs streamen

➔ Seite 16 und 17

Österreichische Post AG MZ 1.37039591 M OÖN Promenade 23 4020 Linz

Foto: Weibold

## GESCHÄFTSBRIEF Kommunikation in Unternehmen



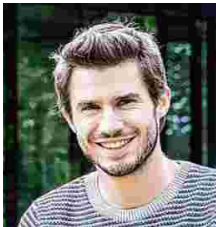
„Floskeln entfallen. Es geht darum, schnell und verständlich zu schreiben. Höflichkeit wird durch Struktur ausgedrückt.“

Gabriele Strodl-Sollak,  
Kommunikationsberaterin



„Informationen und Honorarnoten werden als Geschäftsbrief aufbereitet, aber nur noch ausnahmsweise per Post versendet.“

Paul Oberndorfer,  
Rechtsanwalt bei Beurle



„Geschäftsbriefe spielen bei uns keine Rolle. Wir wollen mit den Kunden immer in einen Dialog treten, das ist digital wesentlich einfacher.“

David Schellander,  
Mitgründer von TeamEcho

Fotos: Gerhard Haan, Martin Eder,  
TeamEcho, OÖ Versicherung,  
Apa/Oba, Silas Stein

# Der Geschäftsbrief wird lockerer – und digital

Ob Kanzlei oder Start-up: Die Kommunikation mit Kunden findet zunehmend per E-Mail statt. Womit der Verfasser punktet – und wovon man jedenfalls die Finger lassen sollte.

Von Elisabeth Prechtl und Martin Roithner

**V**orstandschefs, die in Turnschuhen auftreten, Bankmitarbeiter und Rechtsanwälte, die die Krawatte im Schrank lassen, Unternehmen, die ihre Kunden duzen: Die Kommunikation in der Wirtschaft verändert sich. Das Reduzieren von Förmlichkeiten macht auch vor dem Schriftverkehr mit Kunden, Klienten und Geschäftspartnern nicht Halt.

Geschäftsbriefe nehmen in zahlreichen Unternehmen immer noch einen hohen Stellenwert ein: „Informationen, die Mandanten zur Verfügung gestellt werden, werden genauso als Geschäftsbrief aufbereitet wie Honorarnoten“, sagt Paul Oberndorfer, Rechtsanwalt in der Linzer Kanzlei Beurle: Auch die Wertigkeit einer Unterschrift sei nicht zu unterschätzen. „Allerdings wird nur noch in Ausnahmefällen per Post versendet.“ Die meisten Geschäftsbriefe würden per E-Mail als pdf-Anhang verschickt.

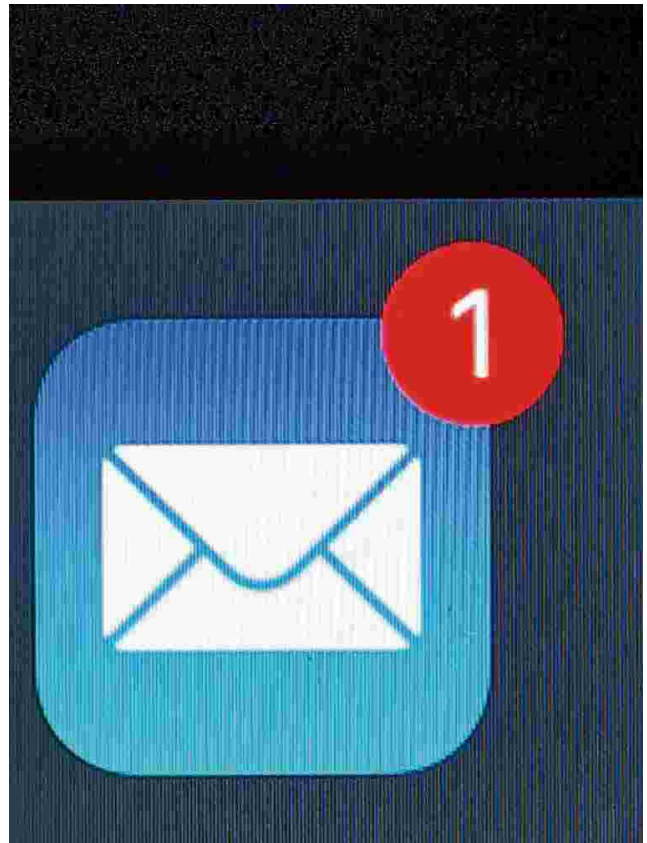
Auch bei der Oberösterreichischen Versicherung hat sich der Umgang in der Kommunikation mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern geändert. „Obwohl die elektronische Kommunikation natürlich zugelegt hat, müssen manche Unterlagen, beispielsweise Polizzen in der Lebensversicherung, verpflichtend postalisch zugestellt werden“, sagt Unternehmenssprecher Günther Waldhäusl. Klassiker seien auch die jährliche Prämienverschreibung, ein Beraterwechsel oder eine Nachricht im Schadensfall. Die Oberösterreichische Versicherung habe 2018 ein Projekt gestartet, mit dem Ziel, die Sprache moderner, klarer und sympathischer zu machen. Dafür seien rund 700 Textvorlagen überarbeitet und ein Handbuch erstellt worden, sagt der Sprecher.

Der Versand per E-Mail werde mit Kunden im Vorhinein festgelegt, etwa durch die Nutzung des Onlineportals, sagt Waldhäusl. In diesem Fall finden sich Geschäftsbriefe im Anhang wieder.

„Keiner will 14 Tage später eine Antwort“

Diese Vorgangsweise werde häufig gewählt, bestätigt Gabriele Strodl-Sollak: Die selbstständige Kommunikationsberaterin leitet seit längerem am Österreichischen Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitszentrum (ÖPWZ) den Lehrgang „Erfolgreich kommunizieren per E-Mail und am Telefon“: Komende Woche startet die nächste Runde in einer Online-Version. Früher seien auch Kurse für das korrekte Formulieren von Briefen angeboten worden, „aber das gibt es bereits seit einigen Jahren nicht mehr“.

Der postalisch versendete Geschäftsbrief habe seit den 2000er-Jahren an Bedeutung verloren und sei beinahe gänzlich durch E-Mails abgelöst worden. Grund dafür sei das Tempo: „Keiner will 14 Tage später eine Antwort per Brief, alle wünschen sich schnelle Nachrichten“, sagt Strodl-Sollak.



Dass sich die Kommunikation ins Digitale verlagert, sieht man oft am überquellenden E-Mail-Postfach.

In dieselbe Kerbe schlägt Paul Rettenbacher, Konzernsprecher des Hörschinger Autoteilelieferers Polytec. „Im Tagesgeschäft stehen rasches Agieren und Reagieren im Vordergrund, wodurch sich der Text in E-Mails oft nur noch auf den Verweis auf beigefügte Dokumente beschränkt.“ Per Post würden Dinge verschickt, die Wertschätzung übermitteln sollen, etwa Einladungen, Danksagungen, Einreichungen und juristische Dokumente.

Wie sieht nun aber der perfekte Geschäftsbrief in Zeiten aus, in denen die Kommunikation lockerer wird? Oder, anders formuliert: Wie trete ich niemandem auf die Füße?

■ **Schnell und klar:** „Floskeln und dergleichen entfallen. Schnell und vor allem verständlich zu schreiben, wird als angenehm empfunden“, sagt Strodl-Sollak.

„Höflichkeit werde über die Struktur ausgedrückt: Dazu gehören auch kurze Absätze und klare Ansagen, wie zum Beispiel: „Bitte um Antwort bis spätestens ...“ Ist der Inhalt des Geschäftsbriefs kompliziert, sei es wichtig, das Begehren zu Beginn kurz zusammenzufassen. Abkürzungen (zum Beispiel „SG“ anstelle von „Sehr geehrte ...“) hätten in einem Geschäftsbrief nichts verloren: Dies signalisiere dem Adressaten, dass man sich nicht genug Zeit für ihn genommen habe. „Juristische Abkürzungen sind aber in Ordnung“, sagt Rechtsanwalt Oberndorfer.

■ **Betreff und Anrede:** In den Betreff eines Mails sollte man Zeit investieren, er sollte sieben Worte (plus/minus zwei) lang sein: „Die Menschen bekommen so viel Post. Ein



Die Kommunikation wird noch schneller: Messenger-Dienste werden vermehrt verwendet. (ctbx)

guter Betreff steigert die Öffnungsrate“, sagt Strodl-Sollak. Ein „No-Go“ sei es, die Anrede wegzulassen: „Das ist, als ob man einen Raum betritt, ohne zu grüßen.“ Ob man mit „Guten Morgen“ oder „Schönen Nachmittag“ grüßen dürfe, hänge davon ab, wie gut man den Empfänger kenne. Mit der formellsten Anrede, „Sehr geehrte/r ...“, ist man laut Strodl-Sollak auf der sicheren Seite: „Und eine gendersensible Sprache sollte im 21. Jahrhundert selbstverständlich sein.“

■ **Emojis und Rufzeichen:** Auf Emojis und Smileys sollte man geschäftlich verzichten. Etwas anderes ist es, wenn man den Empfänger länger kennt. Noch zurückhaltender sollte man laut Strodl-Sollak mit Rufzeichen sein: „Das macht einen aggressiven Eindruck.“ Es sei okay, hinter ein „Danke“ eines zu setzen, ansonsten sollte man sich das ebenso sparen wie Farben in E-Mails. Auch beim Verwenden des Du-Worts sollte man Fingerspitzengefühl beweisen.

■ **Fehler vermeiden:** So simpel es klingt: Mängel in Rechtschreibung und Grammatik

kommen beim Gegenüber nie gut an. „Auch E-Mails nur in Kleinbuchstaben zu schreiben, wie dies zu den Anfängen viele als innovativ oder futuristisch eingestuft haben, geht überhaupt nicht“, sagt Rettenbacher von Polytec. Waldhäusl von der Oberösterreichischen Versicherung warnt zudem, zu viel an Information in einen Geschäftsbrief zu packen. Das schrecke vielfach eher ab.

■ **Was die Zukunft bringt:** Die Kommunikation wird in den nächsten Jahren noch schneller werden, ist sich Strodl-Sollak sicher: „Terminvereinbarungen oder Infos werden viel häufiger über Messenger-Dienste ausgetauscht werden.“ Beim Linzer Start-up Team-Echo, das Software für digitales Mitarbeiterfeedback in anderen Firmen entwickelt, haben sich Chatlösungen oder Videobesprechungen in der internen Kommunikation bereits gegen E-Mails durchgesetzt. „Und natürlich verwenden wir auch die eigene Plattform“, sagt Mitgründer Markus Koblmüller. „Uns ist wichtig, mit unseren Kunden immer in einen Dialog zu treten“, sagt sein Geschäftspartner David Schellander.

## Vorsicht bei der Wahl von Emojis

Weniger ist mehr: Dieses Motto gilt laut Experten, wenn Emojis und Smileys in der geschäftlichen Unterhaltung zum Einsatz kommen. Einige der Bilderschriftzeichen, die Wörter ersetzen sollen, könnten Missverständnisse auslösen. Hier eine Auswahl:



Der **nach oben gereckte Daumen** galt einst als Markenzeichen von Facebook, mittlerweile ist er aus Chatverläufen nicht mehr wegzudenken. Häufig steht der Daumen für ein simples „Ja“, noch häufiger jedoch für „Jaja, ich habe keine Zeit, passt schon.“ Daher sollte man ihn sparsam nutzen.



Das **tränenlachende Emoji**, das laut Statistiken neben :- ) und :- ) am häufigsten verwendet wird, erscheint in fast jedem Messenger-Dienst inflationär. Die jüngere Generation empfindet es deshalb schon als uncool, berichtete kürzlich der Sender CNN.

Um Lachen auszudrücken, setzt sich stattdessen das Totenkopf-Emoji (Totlachen) bei Jüngeren durch.



Der **Affe mit zugehaltenen Augen** entstammt wie jener mit zugehaltenem Mund und zugehaltenen Ohren einem japanischen Sprichwort. Die Zeichen stehen für den Umgang mit Schlechtem. In der geschäftlichen Kommunikation sollte man sich nach Alternativen umsehen.



Vorsicht ist auch bei dem Zeichen mit der **herausgestreckten Zunge** geboten. Was privat noch als Neckerei durchgehen mag, ist geschäftlich nicht die feine englische Art. Auch von anderen negativen Gemütsäußerungen wie ausgestreckten Mittelfingern oder wütenden Emojis mit roten Köpfen raten Experten ab.



**Herzchen** und Kusszeichen tauchen vor allem in privaten Nachrichten häufig auf und drücken Zuneigung aus. Im beruflichen Kontext läuft man damit Gefahr, Missverständnisse auszulösen. Im Zweifel lieber die Finger davon lassen, will man Berufliches und Privates trennen.



An sich stehen **klatschende Hände** für Applaus. Doch jemandem dieses Emoji zu senden, zeugt von nur geringer Aufmerksamkeit – und kann leicht auch ironisch aufgefasst werden. Was spricht gegen ein „Super“ oder „Gut gemacht“?



Ziffern und **Zahlen** als Ziffern und Zahlen zu schreiben, ist auch im Zeitalter von Emojis erlaubt. Die Zahl 10 etwa als Zeichen darzustellen, mutet seltsam an – und erfordert überdies mehr Zeitaufwand.