

# **Der Geschäftsbrief: Schriftliche Kommunikation in der Gesellschaft Z-Group Steel Holding, a.s.**

Adriana Bartošíková

---

Bachelorarbeit  
2017



**Tomas Bata University in Zlín**  
Faculty of Humanities

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav moderních jazyků a literatur

akademický rok: 2016/2017

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Adriana Bartošíková**

Osobní číslo: **H130081**

Studijní program: **B7310 Filologie**

Studijní obor: **Německý jazyk pro manažerskou praxi**

Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Obchodní dopis: Písemná komunikace ve společnosti Z-Group Steel Holding, a.s.**

Zásady pro vypracování:

**Studium odborné literatury**

**Vymezení základních pojmů z oblasti firemní komunikace**

**Charakteristika odborného jazyka se zaměřením na obchodní němčinu**

**Analýza vybraných obchodních dopisů společnosti Z-Group Steel Holding, a.s.**

**Vyhodnocení analýzy a vyvození závěrů**

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**GRÜN, Karl. Der Geschäftsbrief: Gestaltung von Schriftstücken nach DIN 5008, DIN 5009. Berlin: Beuth, 2013. ISBN 978-3-410-23356-5.**

**ROELCKE, Thorsten. Fachsprachen. Berlin: Erich Schmidt, 2005. ISBN 3-503-07938-6.**

**ŠILHÁNOVÁ, Renata. Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textsorte Geschäftsbrief. Zlín: VerBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-08-8.**

**WEDMANN-TOSUNER, Bärbel. Geschäftsbrieft geschickt formulieren: freundlich und gewinnend, aber bestimmt Briefe für schwierige Fälle. Regensburg: Walhalla Fachverlag, 2012. ISBN 978-3-8029-3912-9.**

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D.**

Ústav moderních jazyků a literatur

Datum zadání bakalářské práce:

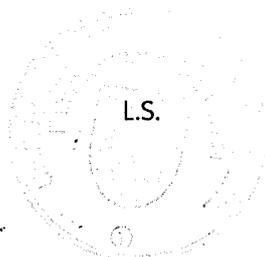
**11. listopadu 2016**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**5. května 2017**

Ve Zlíně dne 16. prosince 2016

  
doc. Ing. Anežka Lengálová, Ph.D.  
děkanka



  
PhDr. Katarína Nemčoková, Ph.D.  
ředitelka ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

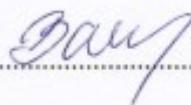
Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 26.4.2014

.....  


*1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;*

*(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.*

(2) *Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

(3) *Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.*

2) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:*

(3) *Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).*

3) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:*

(1) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.*

3). *Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybnějšího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.*

(2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*

(3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělků jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k výši výdělků dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

## **ABSTRACT**

Meine Arbeit beschäftigt sich mit der Unternehmenskommunikation in Z-Group Steel Holding, a.s. mit der Zielrichtung auf den Geschäftsbrief. Der theoretische Teil befasst sich mit der Verarbeitung von theoretischen Kenntnissen und der Definition der Grundbegriffe aus dem Bereich der Unternehmenskommunikation. Vor allem setzt sie sich mit der Fachsprache, der Wirtschaftssprache und mit dem Geschäftsbrief auseinander. In diesem Teil werden weiter die schriftliche und die mündliche Kommunikation beschrieben. In praktischem Teil wird das Unternehmen Z-Group Steel Holding, a.s. von dessen Geschichte über das Firmenprofil bis zu den Produkten vorgestellt. Die Arbeit wird durch den Vergleich der theoretischen Kenntnisse mit den praktischen Erfahrungen des Unternehmens abgeschlossen.

Schlüsselwörter: Kommunikation, Fachsprache, Wirtschaftssprache, Geschäftsbrief, Unternehmen

## **ABSTRAKT**

Moje práce se zabývá firemní komunikací ve společnosti Z-Group Steel Holding, a.s. se zaměřením na obchodní dopis. Teoretická část se věnuje zpracování teoretických poznatků a definicím základních pojmů z oblasti firemní komunikace. Především se zabývá odborným jazykem, ekonomickým jazykem a obchodním dopisem. V této části bude popsána také písemná a ústní komunikace. V praktické části bude představena firma Z-Group Steel Holding, a.s. a to od historie přes firemní profil až k samotným produktům. Práce bude zakončena srovnáním teoretických znalostí s praktickými zkušenostmi firmy.

Klíčová slova: komunikace, odborný jazyk, ekonomický jazyk, obchodní dopis, firma

## **ABSTRACT**

My work deals with corporate communication in the company Z-Steel Holding Group, Inc. with the focus on business letters. The theoretical part devotes processing the theoretical knowledge and definitions of basic terms of field of corporate communication. It mainly occupies technical language, economic language and business letters. In this section written and oral communication are also described. In the practical part, the company Z-Group Steel Holding, Inc. is introduced from its history through the profile of the company to its products. The work is conclude by a comparison of the theoretical knowledge with the practical experience of the company.

Key words: communication, technical language, economic language, business letter, company

Vor allem möchte ich der Leiterin meiner Bachelorarbeit Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D. für eine Hilfe, aufgewandte Anstrengungen, eine Bereitschaft und eine Zusammenarbeit bei einem Schaffen meiner Bachelorarbeit danken.

Weiter möchte ich meiner Familie, die mich in jeder Hinsicht unterstützt hat, meinem Freund Martin und meinen Freunde, die mich während der gesamten Studie über Wasser gehalten haben, herzlichen Dank aussprechen.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně.....

.....

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>10</b>
<b>I THEORETISCHER TEIL</b> .....	<b>11</b>
<b>1 FACHSPRACHE - KOMMUNIKATIONSBEREICH WIRTSCHAFT</b> .....	<b>12</b>
1.1 VERTIKALE UND HORIZONTALE SCHICHTUNG DER FACHSPRACHEN .....	14
1.1.1 Horizontale Gliederung .....	15
1.1.2 Die Vertikale Schichtung .....	16
<b>2 DIE KOMMUNIKATION</b> .....	<b>20</b>
2.1 MÜNDLICHE SPRACHFORM.....	21
2.2 SCHRIFTLICHE SPRACHFORM.....	22
2.3 KOCH/OESTERREICHER .....	22
<b>3 BRIEF ALS MITTEL DER SCHRIFTLICHEN KOMMUNIKATION</b> .....	<b>24</b>
3.1 GESCHICHTE DES BRIEFES .....	24
3.1.1 Persönlicher Brief.....	25
3.1.2 Privater Brief.....	25
3.1.3 Geschäftlicher Brief .....	25
<b>4 STRUKTUR DES GESCHÄFTSBRIEFES</b> .....	<b>26</b>
4.1 BRIEFKOPF.....	27
4.2 DIE ADRESSE DES EMPFÄNGERS.....	27
4.3 BEZUGSZEICHEN UND DATUM .....	28
4.4 BETREFFZEILE .....	28
4.5 ANREDE UND BRIEFTEXT.....	29
4.6 SCHLUSSFORMEL.....	30
4.7 ANLAGE .....	30
<b>II PRAKTISCHER TEIL</b> .....	<b>31</b>
<b>5 DIE EINLEITUNG ZU DEM PRAKTISCHEN TEIL</b> .....	<b>32</b>
<b>6 ÜBER Z-GROUP STEEL HOLDING, A.S.</b> .....	<b>33</b>
6.1 GESCHICHTE.....	33
6.2 FIRMENPROFIL .....	35
6.3 SORTIMENT .....	36
6.4 NUTZUNG DER PRODUKTE IN DER INDUSTRIE .....	36
6.5 VERKAUFSGEBIET.....	37
<b>7 METHODEN DER MODERNEN KOMMUNIKATION UND IHRE NUTZUNG IN DER GESELLSCHAFT Z-GROUP STEEL HOLDING, A.S.</b> .....	<b>38</b>
<b>8 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ</b> .....	<b>40</b>

8.1	ANFRAGE .....	40
8.1.1	Anfrage-der klassische Brief .....	43
8.1.2	Anfrage-per E-Mail .....	47
8.2	BESTELLUNG .....	48
8.2.1	Analyse der Bestellung.....	52
8.3	ANALYSE DEN ARTEN VON ANREDEN .....	53
8.4	ANALYSE VON EINLEITUNGSFORMELN .....	54
8.5	ANALYSE VON SCHLUSSFORMELN .....	55
	<b>SCHLUSSBETRACHTUNG.....</b>	<b>57</b>
	<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>58</b>
	<b>SYMBOL UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>60</b>
	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>61</b>
	<b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>62</b>
	<b>ANHANGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>63</b>

## EINLEITUNG

Kommunikation ist und immer wird ein Bestandteil unseres Lebens. Wir leben im 21. Jahrhundert, in der Zeit der Informationstechnologien, wo die Kommunikation unvergleichbar einfacher und schneller als früher ist. Wir haben die Möglichkeit, mit anderen Ländern zusammenzuarbeiten und damit unsere Kenntnisse und Erfahrungen zu erweitern. So arbeitet mit dem Ausland auch die Firma, die ich für meine Bachelorarbeit ausgewählt habe, zusammen.

Z-Group Steel Holding, a.s. ist ein erfolgreicher Nachfolger der langen Traditionen der Böhmisches-Mährischen Stahl-Eisenhüttengesellschaft. Das Unternehmen wurde von Mannesmann in 1890 gegründet. Die von dieser Firma hergestellten Produkte belegen die wichtige Position auf dem globalen Markt für Stahlprodukte hauptsächlich in Deutschland.

Meine Bachelorarbeit teilt sich in zwei Teile, den theoretischen und den praktischen Teil. Der erste befasst sich mit der Verarbeitung von theoretischen Kenntnissen und der Definition der Grundbegriffe aus dem Bereich der Unternehmenskommunikation. Er beschreibt konkret die persönlichen, privaten und geschäftlichen Briefe und ihre Struktur, die Kommunikation oder die Gliederung der Fachsprache in die vertikale und horizontale Schichtung.

Der praktische Teil berichtet über die Z-Steel Holding Group, a.s. Er konzentriert sich auf die meistverwendeten Typen von Geschäftsbriefen, wie die Anfrage und die Bestellung und verbindet theoretisches Wissen mit praktischen Erfahrungen des Unternehmens. Der praktische Teil analysiert diese Verbindung und kommt zu dem Ergebnis.

Für meine Bachelorarbeit wählte ich das Thema „Der Geschäftsbrief: Schriftliche Kommunikation in der Gesellschaft Z-Group Steel Holding, a.s.“, weil ich das Praktikum in erwähnter Gesellschaft absolviert hatte und deswegen konnte ich an der Analyse der Geschäftsbriefe arbeiten.

## **I. THEORETISCHER TEIL**

## 1 FACHSPRACHE - KOMMUNIKATIONSBEREICH WIRTSCHAFT

Die Fachsprache ist eine Sprache, die sich von der Gemeinsprache vor allem durch Fachausdrücke unterscheidet. Die Fachsprachen bilden mit der Gemeinsprache, den Mundarten und regionalen Varietäten die Gesamtsprache. Einige Fachsprachen heben sich besonders deutlich von der Umgangssprache ab. Beispiele hierfür sind: Medizinersprache, juristische Fachsprache, Wissenschaftssprache, Jägersprache, Seemannssprache und andere.

Bereits in den 30er Jahren wurde festgestellt, dass die Fachsprache keine einheitliche Terminologie hat. Mit diesem Thema hat sich zu der Zeit die strukturelle und funktionale Sprachwissenschaft der Prager Schule beschäftigt. Zwei der vier Funktionen der Nationalsprache (der kommunikativen, fachlich-theoretischen, fachlich-praktischen, ästhetischen Funktion) haben sich auf die Fachsprache konzentriert. Diese Tatsache unterstreicht an eine Bedeutung dieser Sprache (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 11).

Bis zu den 50er Jahren wurde das erste Sprachmodell entwickelt. Dieses Modell basiert auf gemeinsamen Eigenschaften bei der professionellen Kommunikation zwischen dem Produzenten und dem Rezipienten.

Das erwähnte erste Kommunikationsmodell zeigt den Transferprozess von Informationen zwischen den beiden Parteien, zwischen dem Quellsystem und dem Zielsystem. Der Absender verschlüsselt die Idee. Die Idee bekommt die Form einer Mitteilung (gesprochen, geschrieben, nonverbale, Grafik ...). Der Empfänger entschlüsselt die Nachricht und verarbeitet sie und anschließend liefert er eine Rückmeldung an den Absender (vgl. ROELCKE, 2005, S. 15-16).

Auf dem folgenden Bild kann man das Kommunikationsmodell, das die Kommunikation zwischen dem Rezipienten und dem Produzenten darstellt, sehen.

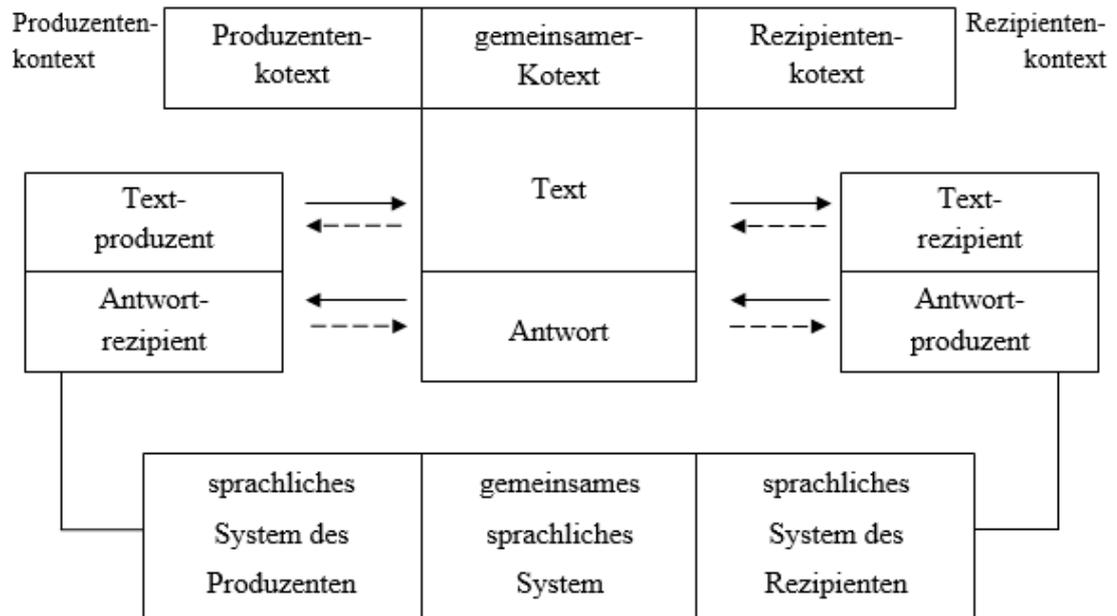


Abbildung 1: Fachsprachliches Kommunikationsmodell

Quelle: (ROELCKE, 2010, S. 13)

Zwischen den 80er und 90er- Jahren wurde das zweite Modell – Kontextmodell entwickelt. Dieses Modell konzentriert sich auf die Analyse von wissenschaftlichen Texten und kontextuelle und kotextuelle Zusammenhänge. Das Mittel für diese Kommunikation ist der sog. Rückkoppelungsprozess - Prozess der Rückmeldung einer Zustandsveränderung an den Impulsgeber innerhalb eines Regelkreises. (vgl. ROELCKE, 2005, S. 15-16).

Es gibt mehrere Definitionen von „Fachsprache“. Die bekannteste Definition der Fachsprache kommt z.B. von Lothar HOFFMANN: „Fachsprache – das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in eine fachlichen begrenzbaren Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (HOFFMANN, 1984, S. 48). Zu erwähnen ist ebenfalls die von SCHMIDT: „Mittel einer optimalen Verständigung über ein Fachgebiet unter Fachleuten. Sie ist gekennzeichnet durch einen spezifischen Fachwortschatz und spezielle Normen für die Aus-

wahl, Verwendung und Frequenz gemeinsprachlicher lexikalischer und grammatischer Mittel; sie existiert nicht als selbständige Erscheinungsform der Sprache, sondern wird in Fachtexten aktualisiert, die außer der fachsprachlichen Schicht immer gemeinsprachliche Elemente enthalten“ (SCHMIDT, 1969, S. 17).

BEIER beschreibt die Fachsprache folgendermaßen „Fachsprache wird von fachlich kompetenten Schreibern bzw. Sprechern gebraucht, um sich mit anderen (auch angehenden) Fachleuten derselben, mit Vertretern anderer Disziplinen oder Laien mit bestimmten Zielen über fachliche Sachverhalte zu verständigen. Sie umfasst die Gesamtheit der dabei verwendeten sprachlichen Mittel und weist Charakteristika auf allen bisher von der Linguistik aus methodischen Gründen unterschiedenen innersprachlichen Ebenen auf, von denen lexikalische, morphologische und syntaktische am besten erforscht ist“ (BEIER, 1980, S. 13).

Die Fachsprache ist also ein Mittel für die Kommunikation in der gegebenen Umwelt und zwischen bestimmten Menschen. Für die Fachsprache gilt spezielle Normen, der spezifische Fachwortschatz, lexikalische und grammatische Wahrzeichen. Diese Sprache muss auch sachlich und klar sein.

## 1.1 Vertikale und horizontale Schichtung der Fachsprachen

Die Struktur der Fachsprache kann nach verschiedenen Kriterien untersucht und gebildet werden. Das Kriterium ist eine Datei von verschiedenen Eigenschaften und Aspekte bei der Beobachtung eines Gegenstands. Nach der Typologie und der Klassifizierung unterscheiden sich zwei Arten von Gliederung der Fachsprachen, aber es ist häufig schwer sie richtig zu bestimmen.

Bei dieser Teilung muss man sich auf Abstraktionsebenen, Verwendungsarten, horizontale und vertikale fachsprachliche Varietäten und Textorten konzentrieren (vgl. ROELCKE, 2010, S. 29).

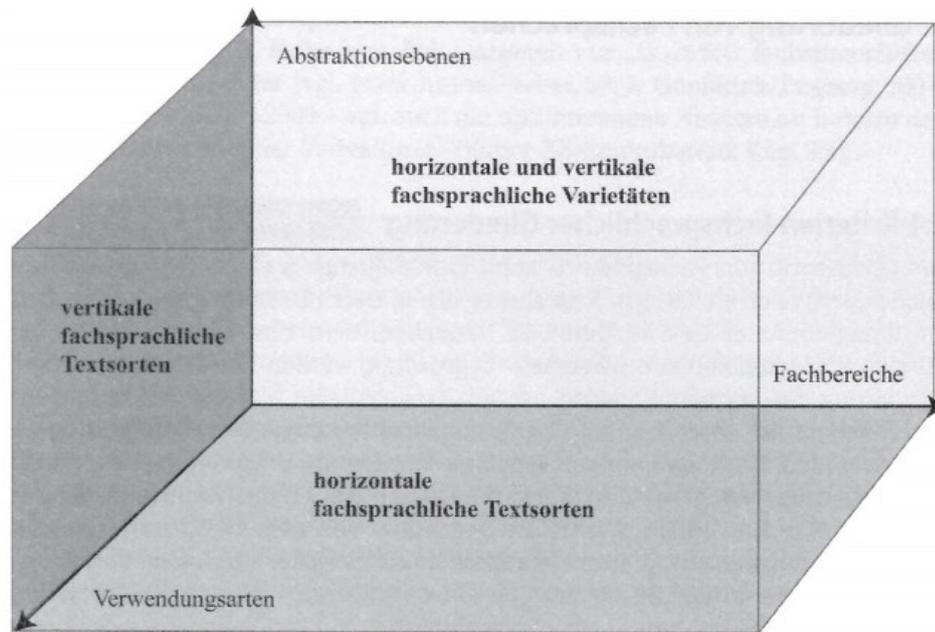


Abb. 2: Kriterien fachsprachlicher Gliederung, Quelle: (ROELCKE, 2010, S. 30)

### 1.1.1 Horizontale Gliederung

„Die horizontale Gliederung von Fachsprachen folgt Fächergliederungen und Fachbereichseinteilungen, die in der Regel unabhängig von innersprachlichen Erscheinungen zustande gekommen sind. Diese Gliederung unterliegen jedoch selbst jeweils einer ganzen Reihe von fächergeschichtlichen und fächerpolitischen Bedingungen, so dass eine entsprechende Gliederung von Fachsprachen in eine allzu starke Abhängigkeit von wissenschafts- bzw. fachgeschichtlichen Erwägungen zu geraten droht“ (ROELCKE, 2010, S. 30). Aus dieser Definition lässt sich erschließen, dass die Fachsprachen nach verschiedenen Fächern und Fachbereichen gegliedert werden wie z.B. Sprache der Naturwissenschaft, der Technik, Architektur, Medizin, des Rechtswesens usw. oder Sprache der Wirtschaft.

Roelcke teilt die Fachsprache nach horizontaler Gliederung in drei Gruppen:

- a) Wissenschaftssprache
- b) Techniksprache
- c) Institutionensprache (vgl. ROELCKE, 2010, S. 31).

Fachsprachen						
Theoriesprache			Praxisprache			
Wissenschafts- sprache		Technik- sprache		Institutionen- sprache	Wirtschafts- sprache	Konsumtions- sprache
Sprache der Natur- wiss.	Sprache der Geistes- wiss.	Sprache der Produk- tion	Sprache der Ferti- gung	Sprache des Dienstleistungssektors		[...]

Abb. 3: Horizontale Gliederung von Fachsprachen in Wissenschafts-, Technik- und Institutionensprache sowie stark vereinfachte Zuordnung einiger ausgewählter Ergänzungen, Quelle: (ROELCKE, 2010, S. 31)

Sehr bekannte Definition von Fachsprache nach der horizontalen Schichtung kommt von Hugo STEGER. Er teilt einzelne Fachsprachen nach verschiedenen Fachbereichen:

- a) Wissenschaft (z.B. Ökonomie),
- b) Technik (z. B. Maschinenbau)
- c) Institutionen (STEGER, 1988, S. 289-319).

### 1.1.2 Die Vertikale Schichtung

„Die vertikale Gliederung von Fachsprachen folgt nicht verschiedenen Fächergliederungen und Fachbereichseinteilungen, sondern jeweils den kommunikativen Ebenen innerhalb eines einzelnen Fachs (bzw. Fachbereichs)“ (ROELCKE, 2010, S. 34).

Mit der Gliederung der Fachsprache haben sich in den 60er Jahren Hainz Ischreyt und in den 80er Jahren Hoffmann befasst. Nach ihnen existieren drei fachliche und sprachliche Abstraktionsebenen:

- a) Wissenschaftliche Fachsprache
- b) Fachliche Umgangssprache
- c) Werkstattsprache.

Bezeichnung nach Ischreyt	Bezeichnung nach Hoffmann	semiotische und sprachliche Merkmale	kommunikative Merkmale
Theoriesprache (Wissenschaftssprache)	Sprache der theoretischen Grundlagenwissenschaften	künstliche Symbole für Elemente und Relationen	Wissenschaftler ↔ Wissenschaftler
	Sprache der experimentellen Wissenschaften	künstliche Symbole für Elemente; natürliche Sprache für Relationen (Syntax)	Wissenschaftler (Techniker) ↔ Wissenschaftler (Techniker) ↔ wissenschaftlich-technische Hilfskräfte
Fachliche Umgangssprache	Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik	natürliche Sprache mit einem sehr hohen Anteil an Fachterminologie und einer streng determinierten Syntax	Wissenschaftler (Techniker) ↔ wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion
	Sprache der materiellen Produktion	natürliche Sprache mit einem hohen Anteil an Fachterminologie und einer relativ ungebundenen Syntax	wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion ↔ Meister ↔ Facharbeiter (Angestellte)
Werkstattssprache (Verteilersprache)	Sprache der Konsumtion	natürliche Sprache mit einigen Fachtermini und ungebundener Syntax	Vertreter der materiellen Produktion ↔ Vertreter des Handels ↔ Konsumenten ↔ Konsumenteff

Abb. 4: Verbindung der vertikalen Fachsprachengliederungen

Quelle: (ROELCKE, 2010, S. 36)

Mit Bezug auf das Thema dieser Untersuchung ist den Begriff „Wirtschaftssprache“ näher zu behandeln. Die Wirtschaftssprache gehört zu der Gruppe der Fachsprachen - die Sprache der Wirtschaft. Es ist die Sprache, die im Rahmen des Geschäftsverkehrs und der Produktion angewendet wird. Die Wirtschaftssprache allgemein erscheint in mehreren Varianten je nach dem Anwendungsbereich. So können wir z.B. über die Sprache der Manager als auch Buchhalterinnen, Bankberater, Sekretärinnen, Geschäftsmänner usw. sprechen. Mit der Untersuchung der Wirtschaftssprache beschäftigten sich mehrere Forscher wie zum Beispiel: Agota Borgulya, Hans-Rüdiger Fluck, Martin Hahn, Markus Hundt usw.

Nach Buhlmann/Fearns ist Wirtschaftsdeutsch „die Gesamtheit aller Fachsprachen, d.h. aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich,

nämlich dem der Wirtschaft, verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten“ (BUHLMANN/FEARNS, 2000, S. 306).

Die fachliche Forschung bietet zahlreiche Definitionen und Gliederungen der Wirtschaftssprache, die nach verschiedenen Kriterien untersucht wird an.

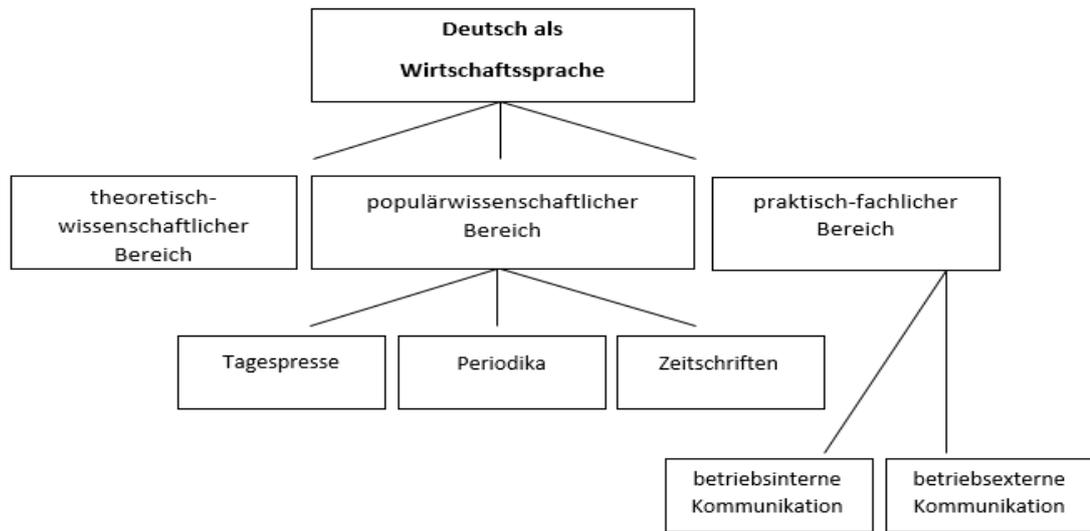


Abb. 5: Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache

Quelle: (BORGUYLA, 1988, 420f)

Die Gliederung von BORGUYLA stellt die Wirtschaftssprache in drei Bereichen vor:

- a) Theoretisch-wissenschaftlicher Bereich
- b) Populärwissenschaftlicher Bereich ( in diese Gruppe ordnet sich die Tagespresse, die Periodika und die Zeitschriften)
- c) Praktisch-fachlicher Bereich (diese Gruppe teilt weiter auf: betriebsinterne Kommunikation (es handelt sich um die Kommunikation innerhalb des Unternehmens, z. B. zwischen den Angestellten) und betriebsexterne Kommunikation (es handelt sich um die Kommunikation mit der Firmenumgebung, z.B. mit Geschäftsführer, Lieferanten, Banken, usw.).)

Die Gliederung der Wirtschaftssprache nach vertikaler und horizontaler Schichtung:

- a) Horizontale – nach dieser Gliederung gehört die Wirtschaftssprache auf ein gleiches Niveau wie die Wissenschaftssprache, Techniksprache, Institutionensprache. Jede diese Ebene kann weiter immer in konkretere Sprache eines gegebenen Gebietes weiter eingeteilt werden. Z.B. Techniksprache – Maschinenbau, Hüttenwesen, Bauwesen usw.
- b) Vertikale- in dieser Hinsicht werden die Fachsprachen nach der Abstraktionsstufe bzw. nach dem Fachlichkeitsgrad eingeteilt. Als Beispiel können folgende Sprachenvarianten angeführt werden:
  - Die Sprache der Wirtschaftsspezialisten
  - Die Sprache des Spezialisten, der zur breiten Öffentlichkeit spricht
  - Die Sprache der Wirtschaftszeitung
  - Die Sprache von zwei Laien, die über Wirtschaft sprechen, usw.

## 2 DIE KOMMUNIKATION

„Die heutige Form der Kommunikation stellt andere Ansprüche an die Definition von Raum und Zeit.“

Frank Dommenz  
Malermeister und Illustrator

Die Kommunikation ist ein breiter Begriff, der einem großen Interesse vieler Disziplinen entspricht (die Psychologie, die Politikwissenschaft, die Neurowissenschaften, die Linguistik, die Biologie, die Anthropologie und andere), von denen jede sie aus ihrer Sicht zu beschreiben versucht. Für die Zwecke dieser Untersuchung wird die Aufmerksamkeit auf die gegenseitige Kommunikation zwischen unternehmerischen Subjekten gerichtet.

Die Kommunikationsformen im Rahmen sowohl des geschäftlichen als auch des privaten Verkehrs haben sich mit einer unglaublichen Geschwindigkeit entwickelt. Vor der Erfindung des ersten Telegraphen (1837) mussten die Menschen mit jeder Nachricht zur Post gehen. Einen großen Beitrag für eine Gesellschaft stellte die Erfindung vom Haustelefon (fester Anschluss), Vorläufer der weiteren modernen Kommunikationsmittel wie Fax, Mobiltelefon oder Internet dar. Im Laufe der Zeit hat die Postkorrespondenz an Bedeutung verloren und wurde allmählich durch E-Mail ersetzt, die heutzutage die meistverwendete Form der inner- und außerbetrieblichen Kommunikation ist.

Die Kommunikation ist die Bezeichnung für eine Übertragung von Gedanken, Informationen und Ansichten. Die Grundlage für die Kommunikation ist ein Dialog zwischen dem Sprecher und dem Zuhörer. Es wird in der interpersonalen Kommunikation (der interne Dialog), interpersonalen Kommunikation (zwischen zwei oder mehr Personen) und Massenkommunikation (einbahnige Strömung den Informationen von einer oder mehreren Quellen an viele Empfänger) verwendet (vgl. MELOTÍKOVÁ, 2008).

Die Kommunikation kann man nach verschiedenen Kriterien charakterisieren:

- a) Verbale: - Kommunikation, die mit der Sprache und der Rede gebildet wird
  - Kommunikation, die zur Äußerung sie Töne, Wörter und Sätze benutzt
  - Kommunikation, die für Menschen typisch ist

- b) Nonverbale: - die Zusammenfassung der nonverbalen Äußerungen
- dazu gehören: Mimik (Gesichtsrede), Haptik (Rede den Berührungen), Kinesik (Rede von ganzem Körper), Augenkontakt, Posturik (Körperposition), Proxemik ( Distanz), Chronemik (Zeitmanagement)
- c) Paraverbale: - Atmung, Stimmgebung, die Position der Stimme, Ton, Dynamik, Tempo usw. (vgl. MELOTÍKOVÁ, 2008).

Klaus Brinker befasst sich z.B. mit den kontextuellen Kriterien für die Bestimmung von Texttypen. Er unterscheidet folgende Kommunikationsformen:

- „Direkte Gespräche (Face-to-face-Kommunikation) – dialogisch, akustisch und optisch; in räumlich und zeitlicher Hinsicht unmittelbar; gesprochen
- Telefongespräche – dialogisch, akustisch; in zeitlicher Hinsicht unmittelbar; räumlich getrennt; gesprochen
- Rundfunksendungen – monologisch; akustisch; in zeitlicher Hinsicht unmittelbar, wenn es sich um Live-Sendungen handelt beziehungsweise zeitlich getrennt, wenn es eine Tonaufzeichnung ist; räumlich getrennt; gesprochen
- Fernsehsendungen – monologisch; akustisch und optisch; in zeitlicher Hinsicht unmittelbar oder getrennt
- Briefe – monologisch; in zeitlicher und räumlicher Hinsicht getrennt; geschrieben
- Zeitungsartikel/Bücher – monologisch; in zeitlicher und räumlicher Hinsicht getrennt; geschrieben“ (BRINKER in: ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 24).

## 2.1 Mündliche Sprachform

Mündliche Kommunikation gehört unter verbale Kommunikation gleich wie schriftliche Kommunikation. Aus der Sicht der Wirtschaftssprache sind beide Formen gleich wichtig und werden häufig verwendet.

Der Vorteil der mündlichen Kommunikation ist ein Dialog, der eine Rückkopplung bietet

und der kurzfristig ist. So entstehen keine signifikanten Kommunikationsgeräusche wie in der schriftlichen Kommunikation.

Jeder entsendeten Anlass von einem Produzenten zum Rezipienten kann man gleich in Form von Antworten zurückkommen und ein Kreislauf kann fortfahren.

Der nächste Vorteil ist die Verwendung von nonverbaler Kommunikation. Hier sprechen wir über Mimik, Gestik, Haptik, Phonetik und Proxemik (vgl. BECKER-MROTZEK, 2007).

## 2.2 Schriftliche Sprachform

Genauso wie die mündliche Kommunikation ist auch die schriftliche Kommunikation sehr wichtig. Großem Vorteil dieser Kommunikation sind Einträge und Grundlagen, die die schriftliche Kommunikation hinterlassen. Wir können so viele vergessene Informationen auffinden oder Beweise überprüfen.

Der Nachteil der schriftlichen Kommunikationsform ist die längere Zeit bei einer Antwort. Es geht nicht nur um die Kommunikation innerhalb des Unternehmens, zwischen dem Arbeitnehmer und dem Arbeitgeber, Klienten, zwischen den Niederlassungen. Es geht auch um Kommunikation mit breiter Öffentlichkeit, mit potenziellen Kunden, Lieferanten, Gläubiger, Werbeagenturen, Banken, usw. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011, S. 23-30).

## 2.3 Koch/Oesterreicher

Koch und Oesterreicher befassen sich mit der Einordnung der Wahrzeichen der gesprochenen und der geschriebenen Sprache. Sie haben ein Modell erstellt, das die Eigenschaften beider Arten von Kommunikation vergleicht. Die Sprache teilt sich in zwei Kategorien: Nähe und Distanz. Die Nähe markiert die konzeptionelle Mündlichkeit und die konzeptionelle Schriftlichkeit prägt die Distanz.

Das Modell beurteilt den Aufwand der mündlichen und schriftlichen Kommunikation, eine Anzahl von Partikeln, Syntax, Wortstellung und andere.

Gesprochene Sprache	Geschriebene Sprache
→ einfachere, kürzere, variationsärmere Lexik, mehr Floskeln, sprachliche Versatzstücke	→ schwierigere, differenziertere, längere, variationsreichere Lexik
→ sprechsprachliche lexikalische Spezifika	→ schriftsprachliche Spezifika
→ viele und typisch sprechsprachliche Partikeln	→ wenige Partikeln
→ einfachere, kürzere, variationsärmere Syntax	→ kompliziertere, längere, variationsreichere Syntax
→ „weiche“, nicht streng durchkomponierte Syntax	→ „harte“, streng durchkomponierte Syntax
→ unklare Ganzsatzgrenzen (evtl. ganz anderes oder zusätzliches Gliederungsprinzip), Holophrasen	→ klare Ganzsatzgrenzen
→ typisch sprechsprachliche grammatische Kategorien und morphologische Formen (z.B. Perfekt, analytisches Konjunktiv II, Demonstrativ-statt Personalpronomen)	→ typisch schriftsprachliche grammatische Kategorien und morphologische Formen (z.B. mehr Präteritum, synthetisches Konjunktiv II)
→ mehr Fehler	→ weniger Fehler
→ typisch sprechsprachliche Konstruktionen	→ typisch schriftsprachliche Konstruktionen
→ markierte Wortstellung	→ „normalere“ (unmarkierte) Wortstellung
→ weniger komponierter Textbau, z.B.: - weniger Konsequenz im Gebrauch von Kohäsionsmitteln - „weiche“, unscharfe Kohäsionsmittel	→ stärker komponierter Textbau, z.B.: - konsequenterer Kohäsionsmittelgebrauch - „harte“, präzise Kohäsionsmittel
→ typisch sprechsprachliche Metakommunikation	→ typisch schriftsprachliche Metakommunikation
→ weniger Information im Verhältnis zur Textlänge	→ mehr Information im Verhältnis zur Textlänge
→ etc.	→ etc.

Abb. 6: Typische Sprachmerkmale konzeptioneller Mündlichkeit/Schriftlichkeit

Quelle: (SIEBER, 1998, S. 186)

### 3 BRIEF ALS MITTEL DER SCHRIFTLICHEN KOMMUNIKATION

„Wir denken, dass das Briefeschreiben für die nicht erfunden ist, die sich mündlich miteinander unterhalten können, sobald sie wollen.“

Gotthold Ephraim Lessing

#### 3.1 Geschichte des Briefes

Die Geschichte des Wortes „BRIEF“ stammt aus dem 8. Jahrhundert aus dem lateinischen Wort „brevis“. Damals bedeutete dieses Wort noch nicht einen Brief, sondern ein kurzes Schreiben. Das Wort „Brief“ wird erst in dem 16. bis 17. Jahrhundert verwendet.

Erste Erwähnungen über Briefe entstanden bereits vor 4000 Jahren. Der Brief ist so alt wie die Schrift selbst. Er ist schon in Mesopotamien, Ägypten oder antiken Griechenland erschienen. Ursprüngliches Papier war so genannt „Papyrus“ und dann „Pergament“. Klassischer Brief ist erst im Mittelalter entstanden. In dieser Zeit trugen anstatt des Briefträgers die Nachrichten die Boten. Das Schreiben wird nur in einem Kloster gelehrt, weil die meisten Briefe zwischen ihnen umgangen haben.

Einen neuen Typen von Brief „Sendschreiben“ hat Martin Luther ausgedacht. Es war die Gedanken bestimmt für ein breiteres Publikum. Diese offenen Briefe haben zwischen Luthers Zuhörern frei umlaufen.

Seit 17. Jahrhundert begann die Briefe zu anwachsen und sie erweiterten zwischen der gesamten Bevölkerung. Die Menschen begannen heftig zu schreiben. Sogar erste Normen entstanden.

Im 18. Jahrhundert entstand die erste Norm „Wie den hochgestellten Leute korrekt zu schreiben“. Während dieser Zeit schrieb über Briefe Christian Fürchtegott Gellert. Zum Beispiel im Werk „Gedanken von einem deutschen Briefe“ aus Jahr 1742. Gellert wollte, damit die Briefe klar, einfach, natürlich und stilistisch korrekt sich geschrieben (vgl. MENZEL, 2007).

### 3.1.1 Persönlicher Brief

Der persönliche Brief wird oft fälschlicherweise als privat bezeichnen. Diese Art von Briefen schreibt man bei offiziellen Ereignissen, außergewöhnlicher Veranstaltungen oder einer Ernennung in einer Funktion. Persönliche Briefe schreiben auch die Übergeordneten den Untergeordneten z.B. als eine Danksagung oder bei einer Benachrichtigung über Änderungen oder bei einer Beendigung eines Arbeitsverhältnisses. Diese Form von Brief ist mit einer eigenhändigen Unterschrift abgeschlossen (vgl. SACHS, 1993).

### 3.1.2 Privater Brief

Diese Briefe schicken die Leute gegenseitig. Die Inhalte bilden verschiedene Nachrichten unterschiedlicher Bedeutung. Für den privaten Brief werden zum Beispiel Anzeigen, Glückwünschen, Kondolenzen oder Liebesbriefe gehalten. Diese Art des Briefes enthält keine fest bestimmten Regeln (vgl. SACHS, 1993).

### 3.1.3 Geschäftlicher Brief

Für diese Briefform von gelten klare und fest gegebene Regeln. In Deutschland stellen diese Regeln für Verfassung von Geschäftsbriefen die Norm DIN 5008 und DIN 676. Der Inhalt muss kurz, klar und verständlich sein. Es existiert auch stabilisierte Formulierungen. Wichtig ist auch die sprachliche und grammatikalische Korrektheit. Man darf nicht z.B. Umgangssprache, vulgäre Ausdrücke oder emotionale Worte benutzen. Der Geschäftsbrief spielt nicht nur eine informative Rolle sondern auch eine repräsentative Rolle.

Die häufigsten Geschäftsbriefe sind z.B.:

- Nachfrage
- Angebot
- Bestellung
- Reklamation
- Mahnung
- Urgenz, usw. (vgl. SACHS, 1993).

## 4 STRUKTUR DES GESCHÄFTSBRIEFES

Wie man richtig die Geschäftsbriefe schreiben soll stellt die Norm DIN 5008<sup>1</sup> fest.

DIN 5008 legt Regeln für Texte fest – z.B. Regeln für Wortabkürzungen, Hervorhebungen oder allgemeine Briefgestaltung. So wird eine einheitliche Formatierung der Briefe sichergestellt und die Lesbarkeit verbessert (vgl. DUDEN, 2013, S. 221).

Folgendes Muster stellt die richtige Formatierung des Briefes dar.

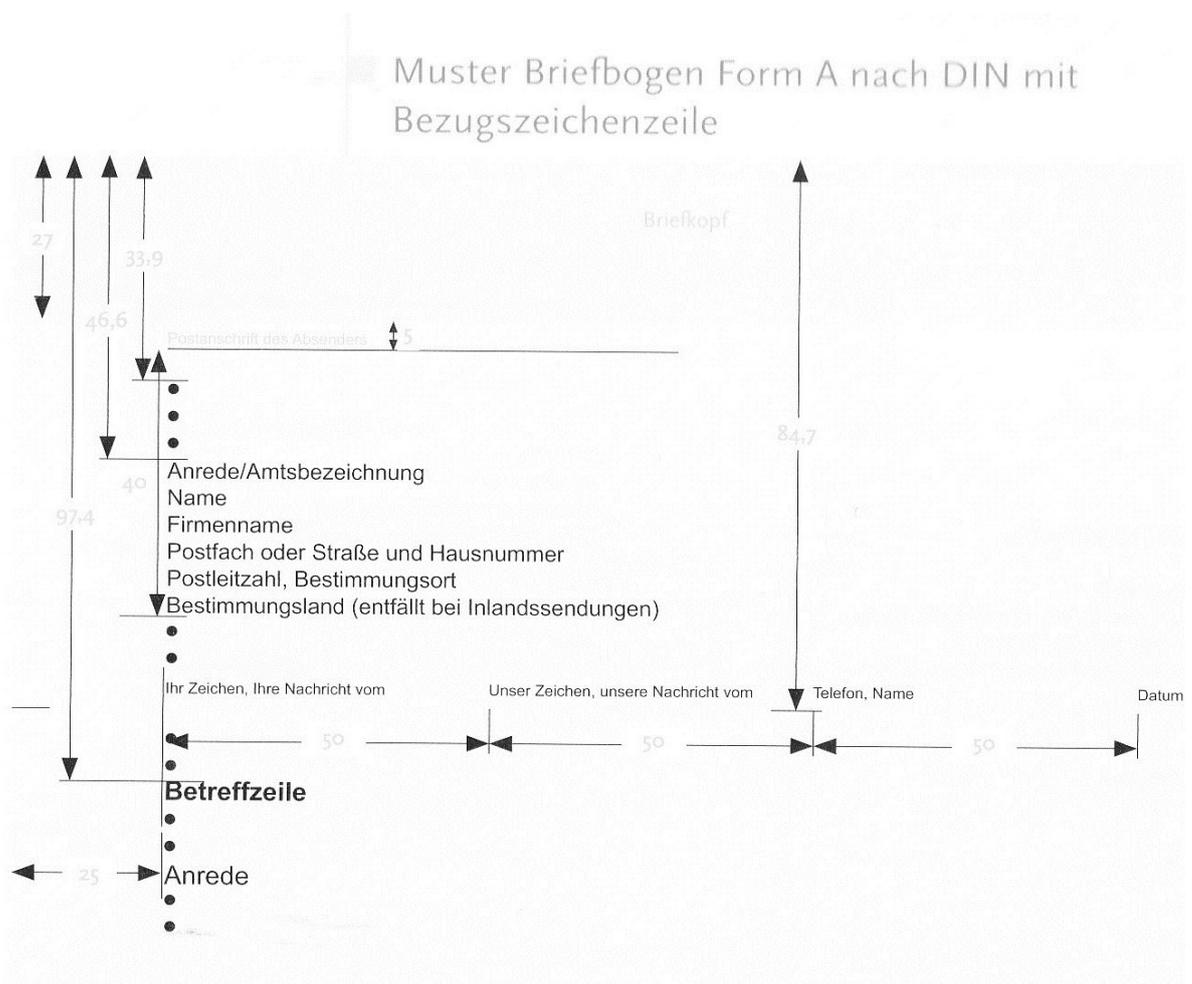


Abb. 7.: Muster Briefbogen Form A, Quelle: (DUDEN, 2013)

<sup>1</sup> „das Deutsche Institut für Normung“

## 4.1 Briefkopf

Es geht um eine Platzierung der Adresse auf dem Briefpapier, die für einen Umschlag angepasst ist. Der Briefkopf muss den Firmennamen und die Adresse des Unternehmens oder den Namen und die Adresse des Firmenvertreters enthalten.

Man muss auf eine Richtigkeit von Angaben (vollständiger Firmenname, Rechtsform usw.) achten. Hierzu zählen auch weitere Informationen wie zum Beispiel: Telefonnummer, Faxnummer, E-Mail Adresse oder Bankverbindung (vgl. DUDEN, 2013).

## 4.2 Die Adresse des Empfängers

Bei Geschäftsbriefen unterscheidet man mehr Arten von Empfängern. Der Empfänger kann z.B. eine Firma sein. In diesem Fall belegt die erste Zeile den Firmennamen und folgt die Adresse des Unternehmens. Bei dem Namen des Unternehmens darf man nicht vergessen, die Rechtsform des Unternehmens anführen (Aktiengesellschaft, Gesellschaften mit beschränkter Haftung oder Kommanditgesellschaft). Wenn man ins Ausland schreibt, führt man als letzte Zeile das gegebene Land an (vgl. DUDEN, 2013).

### Beispiel I.

Z-Group Steel Holding, a.s.  
Kollárova 1229  
698 01 Veselí nad Moravou  
Tschechische Republik

Der Brief kann auch dem Firmenvertreter adressiert sein. In diesem Fall schreibt man auf die erste Zeile den Namen des Unternehmens, auf die zweite Zeile die Anrede und den Namen der gegebenen Person (Herr, Frau, Fräulein) und auf nächste Adresse des Unternehmens (vgl. DUDEN, 2013).

### Beispiel II.

Z-Group Steel Holding, a.s.  
Frau Adriana Bartošíková  
Kollárova 1229  
698 01 Veselí nad Moravou  
Tschechische Republik

Eine weitere Möglichkeit ist ein Brief für eine bestimmte Person. In diesem Fall führt man kein Unternehmen an. An erste Zeile schreibt man die Anrede (Frau, Herr oder Fräulein) und folgt die Adresse der gegebenen Person (vgl. DUDEN, 2013).

### Beispiel III.

Fräulein Adriana Bartošíková  
Benešovo nábřeží 3  
760 01 Zlín  
Tschechische Republik

## 4.3 Bezugszeichen und Datum

Die Bezugszeichen enthalten wichtige Informationen über die Person, die den Brief diktiert hat und die Person, über die den Brief geschrieben hat, wobei das Kürzel für den Diktierenden an erster Position steht. Es kann sich hinter diesen Kürzeln aber auch ein Vorgesetzter und der Unterschreibender verstecken.

Auf diesen Ort gehört in Geschäftsbriefe:

- Ihr Zeichen:
- Ihre Nachricht von:
- Unser Zeichen:
- Unsere Nachricht von:
- Datum:

Bezugszeichen und Datum befinden sich in der Regel rechts oben. Bei dem Datum gibt es zwei Möglichkeiten, wie ihn richtig zu schreiben: a) das numerische Datum (03.03.2017) b) das alphanumerische Datum (03. März 2017). Die häufigste Methode aber ist: Jahr xxxx Monat xx Tag xx (vgl. DUDEN, 2013).

## 4.4 Betreffzeile

Mit der Betreffzeile hinterlässt man in der E-Mail-Korrespondenz einen ersten Eindruck. Eine kurze, treffende Betreffzeile ermöglicht dem Empfänger die schnelle Zuordnung und Bearbeitung der Nachricht.

**Beispiel**

- Ihr Auftrag zum Abschluss eines Dienstleistungsverhältnisses
- Ihre Voranfrage über rund 290 Vorsatzrolläden
- Ihre Bestellung Nr.: 1733 vom 13.09.2017 (vgl. DUDEN, 2013).

**4.5 Anrede und Brieftext**

„Als Anrede bezeichnet man die ein Gegenüber ansprechende Kontaktaufnahme, mit der eine Person ein Gespräch, eine Rede oder ein Schriftstück beginnt. Die angeredete Person oder Personengruppe heißt Adressat.“<sup>2</sup>

Die Anrede hat eine Position an der dritten Zeile von einer Betreffzeile und zwei Zeile von einem Brieftext. Sie steht so zwischen ihnen. Sie beendet mit einem Komma und nächster Satz fortsetzt mit kleinem Buchstabe.

Der Brieftext beginnt mit der Anrede, die zwei Zeilen unter die Betreffzeile geschrieben wird. Dann folgt der eigentliche Inhalt des Briefs.

**Beispiel**

- Sehr geehrte Frau Massine,

x

nochmals herzlichen Dank für Ihren Auftrag.

Bei einer Wahl der Anrede ist wichtig zu wissen, wem man schreibt. Es kann die Person mit der akademischen Grade, der Diplomaten, mehrere Personen, nahe Person, die Öffentlichkeit, politische Ämter, kirchliche Ämter, der Parteifunktionäre usw. sein.

---

<sup>2</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Anrede>

### Beispiel

- Sehr geehrte Damen und Herren,
- Sehr geehrte Frau Massine,
- Sehr geehrter Herr Dr. Massine,
- Euer Heiligkeit,
- Sehr geehrte Frau Bundesministerin, usw. (vgl. DUDEN, 2013).

## 4.6 Schlussformel

Die Schlussformel befindet sich am Ende des Briefes. Dieser Gruß muss höflich sein und zur Anrede zu passen. Zur Schlussformeln gehören auch der Vorname und der Name und die handschriftliche Unterschrift des Absenders.

### Beispiel

- Mit freundlichen Grüßen
- Mit den besten Grüßen
- Herzliche Grüße
- Herzlichst
- Liebe Grüße, usw. (vgl. DUDEN, 2013).

## 4.7 Anlage

Die Anlage ist die Datei, die nicht im Text vorkommt. Die Kennzeichnung der Anlagen befindet sich auf der zweiten Zeile vom Name des Absenders. Es kann sich um einen Lebenslauf, eine Preisliste, einen Katalog, ein Zertifikat handeln. (vgl. DUDEN, 2013).

## **II. PRAKTISCHER TEIL**

## 5 DIE EINLEITUNG ZU DEM PRAKTISCHEN TEIL

Im ersten Block des theoretischen Teils beschäftige ich mich mit der Firma Z-Group Steel Holding, a.s. Diese Gesellschaft ist die Quelle meiner Unterlagen für eine Ausarbeitung der Arbeit. Deshalb beginne ich mit diesem Thema und ich beschreibe die Firma ausführlich von der Geschichte, über die Struktur der Firma, ihr Sortiment bis zu ihrem Exportgebiet.

Ich habe diese Gesellschaft gewählt, weil ich sie viele Jahre kenne und weil sie mit deutschsprachigen Ländern kooperiert. Im Laufe meines Praktikums, das ich gerade hier absolviert habe, hatte ich ausreichenden Raum für die Sammlung der notwendigen Unterlagen zur Bachelorarbeit.

Ein weiteres Thema des praktischen Teils ist die Kommunikation in diesem Unternehmen. Ich untersuchte, welche Kommunikationsmittel verwendet werden. Für diese Analyse habe ich einen einfachen Fragebogen, die 15 Angestellten erfüllt haben.

Zur Kommunikation in der Gesellschaft gehören selbstverständlich die Geschäftsbriefe und ich habe gerade ihnen den großen Teil der Arbeit gewidmet. Ich habe konkret zwei Arten der Geschäftsbriefen, Anfrage und Bestellung gewählt, weil die Firma Z-Group Steel Holding, a.s. mir zur Verfügung am meisten Briefen gerade dieses Typ gestellt. Ich habe eine Einhaltung der Norm 5008 gefolgt, ich habe eine Benutzung verschiedener Formulierungen der Ansprechen oder Grüßen geforscht.

Zur Analyse der ausgewählten Geschäftsbriefen habe ich einen Vergleich der Muster (die Anfrage und die Bestellung) mit den Firmenbriefen verwendet, die mir die Firma Z-Group Steel Holding, a.s. gewährt hat. Ich hatte insgesamt 40 Briefe zur Verfügung. Zur Analyse der häufigsten Anreden und Schlussformeln habe ich diese Arten von Briefen benutzt: die Anfrage, das Angebot, die Bestellung und die Auftragsbestätigung.

## 6 ÜBER Z-GROUP STEEL HOLDING, a.s.

Die Firma Z-Group Steel Holding, a.s. residiert in Veselí nad Moravou, der im südöstlichen Teil der Tschechischen Republik liegt, in der Nähe der Autobahnverbindung Prag-Brünn-Bratislava und der Kreuzung der Bahngleise. Das Unternehmen hat zu einer Industrialisierung der Region beigetragen und hat wesentlich eine Beschäftigung in der Region Slovácko beeinflusst. Diese Tatsache beweist die Produktion in Höhe von 75 237 Tonne pro Jahr mit dem Umsatz von 2,05 Milliarden CZK. Die Firma entwickelt sich ständig und arbeitet an ihren Plänen. Einer von ihnen ist eine Anfertigung der neuen Walzlinien in Chomutov oder die Optimierung des Ofentransformators in Železářny Veselí.<sup>3</sup>

### 6.1 Geschichte

Der Ausbau des Unternehmens wurde am 2. Mai 1960 mit dem Bau von der Stahlzieherei begonnen, danach folgten das Wartungsgeschäft, die Betriebsküche, das Sozialgebäude, Kanalisation, Schaltanlage und anderer Bauprojekte. Der Probetrieb wurde schon am 1. September 1962 mit der Inbetriebnahme der ersten Zuglinie ins Leben gerufen. Danach folgte die Gründung der Baubetriebe von geschweißten Stahlröhre, geschlossene dünnwandige Abschnitte und Röhrzieherei, weiter wurden auch Reparaturwerkstätte, Lager von brennbaren Stoffen und Hilfsstoffen, Heizungsanlagen, andere soziale Gebäude, Erweiterung von Schaltanlage, Wasserwirtschaft und viele andere Hilfsoperationen gebaut.

Mit der Herstellung in der neuen Schweißerei wurde im Jahr 1967 begonnen. Mit der Einführung der Herstellung wurde praktisch der aktuelle Mangel an diesen Produkten gelöst und Kapazitätsbedingungen wurden für die Ausfuhr von geschweißter Röhre entwickelt. In der nächsten Etappe, wann die Anzahl von Schweißlinien erweitert wurde, wurde der Betrieb der feuerverzinkten Gewinderöhre eingebaut.

Im Jahr 1975 wurde der Grundstein für den Bau eines neuen Gebäudes für die Herstellung von Gewinderöhre verlegt und in den achtziger Jahren wurde auf dem Betriebsgelände das

---

<sup>3</sup> <https://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/history-de>

Gesundheitszentrum und die Berufsschule einschließlich der Übernachtungsmöglichkeit für Lehrlinge und Arbeiter gebaut. Durchlaufend wird eine Modernisierung der technologischen Ausrüstung ausgeführt. Weiter werden neuer Röhrgößen und neuer Formen geschweißte Profile nach Kundenwunsch eingeführt.

In der letzten Zeit wurden in die Produktion auch technologisch anspruchsvolle Produkte eingeführt, wie z.B. die geschweißte Röhre für die Gasverteilung an der äußeren Oberfläche ummantelt in Polyethylen, Röhren und Profilen aus verzinktem Streifen, geschält und poliertem Stahl mit kleiner Grenzabweichungen. Die Produkte der Aktiengesellschaft Železářny Veselí finden ihre Anwendung unter anderem auch im Maschinenbau, in der Bauproduktion und in der Möbelherstellung. Das hohe Qualitätsniveau der Produkte dieses Unternehmens wird mit dem Ausbau ein Qualitätsmanagementsystem der Produktion nach ISO 9001 / EN 29001 unterlegt und sie wird durch Zertifikat von RWTÜV zertifiziert.

Zum Jahreswechsel 1994-1995 kam es in der Organisation und Tätigkeit des Unternehmens zu grundsätzlichen Änderungen, wenn der Prozess der Privatisierung abgeschlossen wurde und alle in- und ausländischen Verkauf von Produkten hat die Gesellschaft ČMOVS, a.s. übernommen, deren Sitz sich im Areal Železářny Veselí befindet.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Příručka jakosti, Veselí nad Moravou, ŽV, a.s. 1995, Organizační směrnice č. 818: Příprava zaměstnanců, Veselí nad Moravou, ŽV, a.s. 1996

## 6.2 Firmenprofil

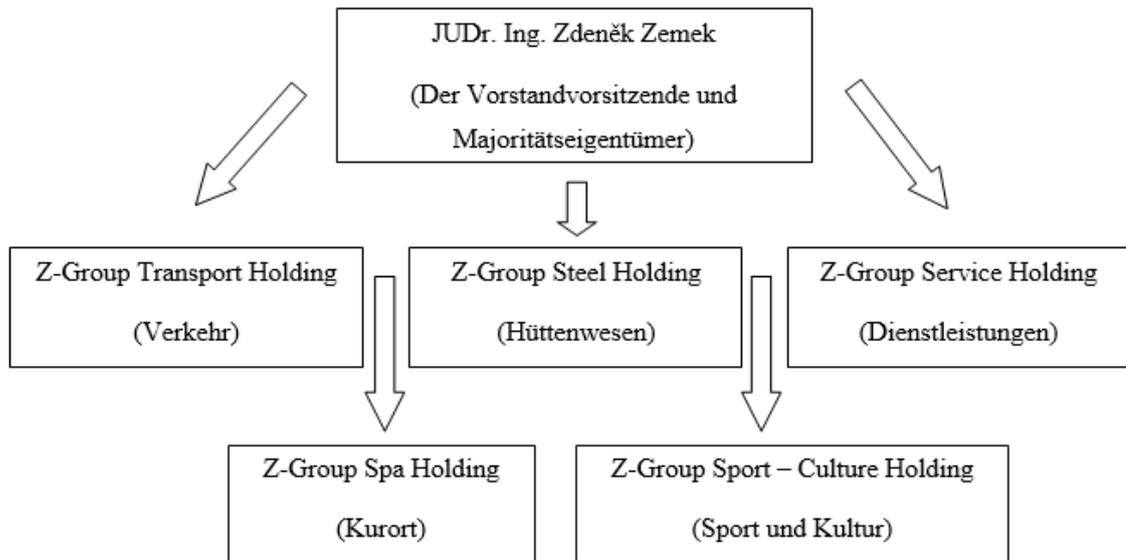


Abb. 8.: Firmenprofil<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/our-values-de>

### 6.3 Sortiment



**ŽELEZÁŘNY  
VESELÍ**

	Durch [mm]	Wandd [mm]
<u>Stahlrohre</u>		
geschweißt, mit erhöhter Genauigkeit	4 - 106	0,5 – 4
geschweißt, kalt genau kalibriert	7 - 40	0,6 – 2,0
nahtlose für Spritzanlagen	6 - 13	2 – 4
<u>Stahlrohre, längs geschweißt</u>		
glatte	16 – 114,3	1,5 – 4,5
gewinde	17,2 – 114,3	2,35 – 4,5
genaue	16 – 60	1,0 – 3,0

### 6.4 Nutzung der Produkte in der Industrie

#### Ein paar Beispiele:

Energetik: Verbindungen, Konstruktion, Kessel, Verbrennungsanlagen, Kraftwerke

Ölleitungen: Ölverteilerleitungen, Ölleitungstrassen

Gaswirtschaft: Gasleitungen, Leitungsverbindungen

Wasserwirtschaft: Wasserleitungsverbindungen, Entwässerung, Behälter

Medizin: Chirurgischer Draht zur Fixierung von Knochen und Adern, Dentaldraht, Zahnrichtapparate, Medizinische Instrumente<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/our-values-de>

## 6.5 Verkaufsgebiet

Stahlzieherei Division 1 – Ungarn, Italien, Litauen, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Weißrussland, Russland, Serbien, Ukraine

Dieser Graf veranschaulicht Verkaufsgebiet in Prozenten.

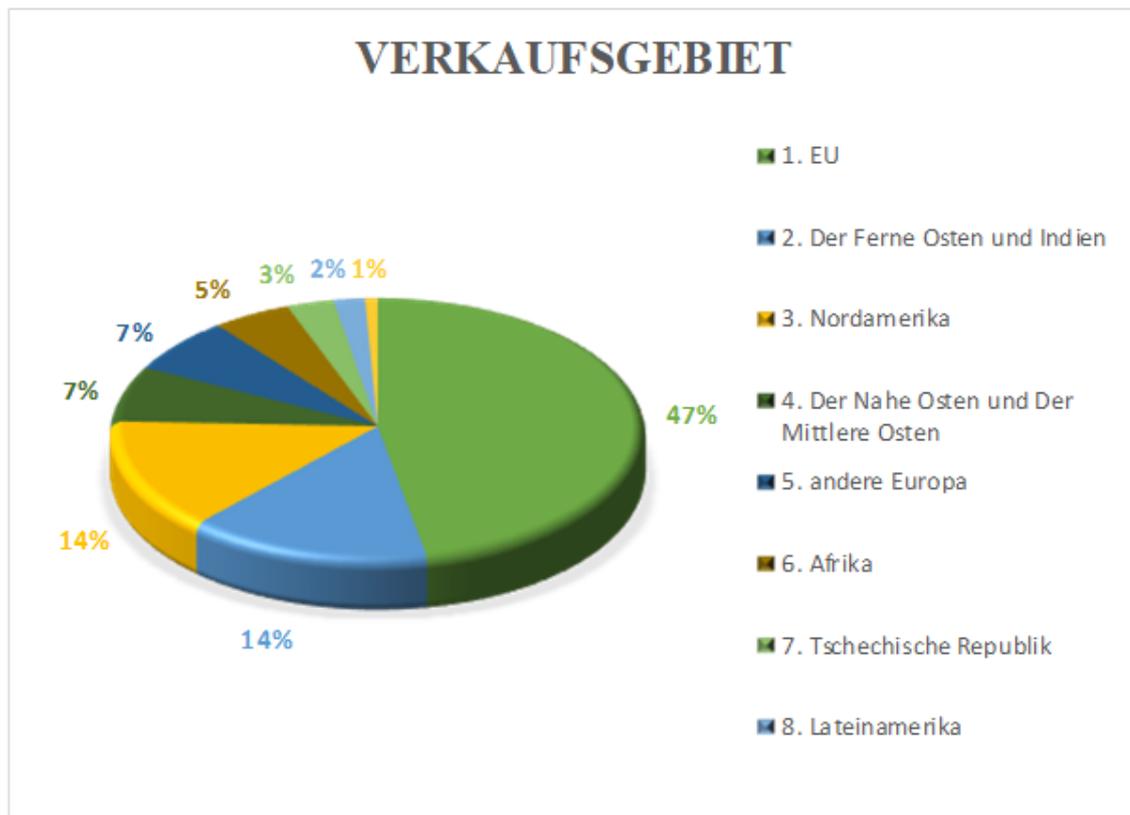


Abb. 9.: Verkaufsgebiet<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Organizační směrnice – 8720

## 7 METHODEN DER MODERNEN KOMMUNIKATION UND IHRE NUTZUNG IN DER GESELLSCHAFT Z-GROUP STEEL HOLDING, A.S.

In der Geschäftspraxis wird sowohl die mündliche als auch schriftliche Kommunikation benutzt. Die schriftliche Kommunikation findet ihre Anwendung hauptsächlich in der Form der geschäftlichen Briefe und E-Mails oder. Nicht zuletzt gehören hier verschiedene Nachrichten und Informationen, Firmenzeitschriften, Wandtafel oder Rundschreiben. Die geschäftlichen Mitteilungen zeichnen sich durch ihre Kürze, Prägnanz, Verständlichkeit und Klarheit.

Die Gesellschaft Z-Group Steel Holding, a.s. benutzt bei der Kommunikation mit den ausländischen Abnehmern oder Lieferanten ebenso wie auch bei der internen Kommunikation moderne Kommunikationsmittel, sodass die Nachrichten mittels E-Mail, Handy und anderen modernen Geräte übermittelt werden.

Für detaillierte Spezifikation der gebrauchten Mittel für die Unternehmenskommunikation wurde ein Fragebogen geschaffen, der von 15 Angestellten überwiegend aus Geschäftspositionen ausgefüllt wurde.

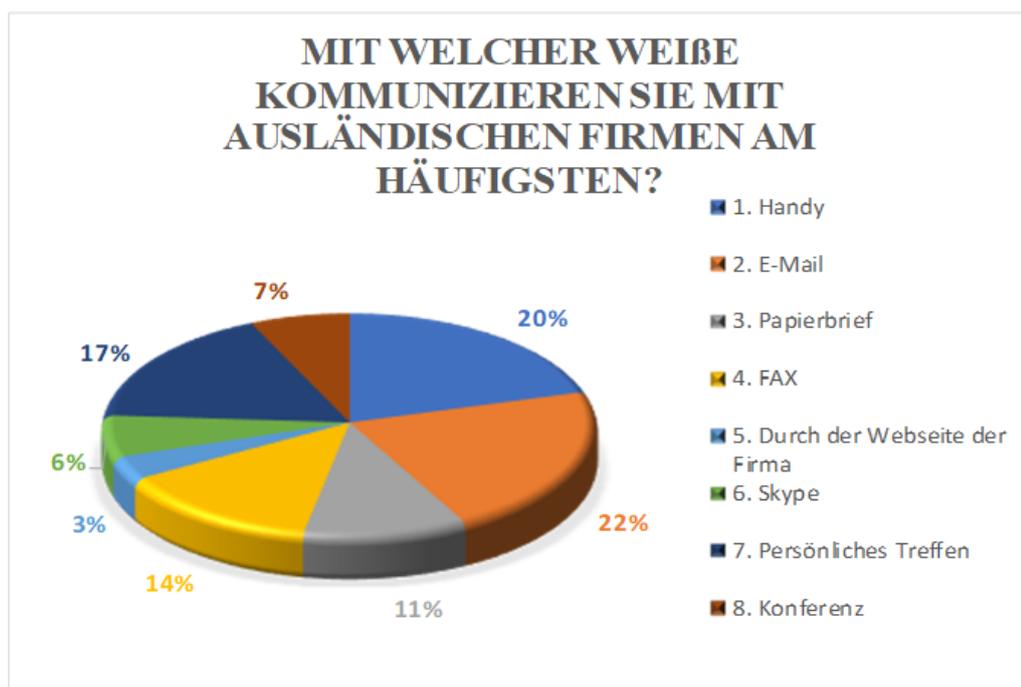


Abb. 10.: Kommunikationsmittel, Quelle: (eigene Bearbeitung)

Die maximal mögliche Anzahl der Punkte für ein Kommunikationsmittel war 120 Punkte und minimale 15 Punkte. Nach dieser Rangliste hat sich bestens die E-Mail mit 115 Punkten platziert. Gleich dahinter figuriert das Handy mit 109 Punkten und auf den dritten Platz haben die Persönlichen Treffen mit 91 Punkten eingenommen.

Die Grafik zeigt, dass das Anfrageformular auf der Website sehr wenig genutzt ist, und wenn die Möglichkeit da ist.

Auf vorletztem Platz befindet sich die Kommunikation durch die Internetapplikation für die Kommunikation - Skype. Ich glaube aber, dass sie in Zukunft immer mehr gebraucht wird- Für die Gesellschaft kann man die Möglichkeit sein, wie die Geldmittel zu sparen.

## 8 GESCHÄFTSKORRESPONDENZ

Unter dem Begriff der Geschäftskorrespondenz ordnet sich eine große Menge von Briefen. Sie teilen sich in zwei Grundgruppen: a) Geschäftsbriefe in der privaten Sphäre, b) Geschäftsbriefe. In die erste Kategorie gehören z.B.: Briefe die z.B. an Behörde (das Arbeitsamt, das Finanzamt, das Amt für soziale Sicherheit usw.), geschickt werden, die Korrespondenz rund um die Mietsbeziehungen, Briefe an Banken und Versicherungsgesellschaften.

Meine Arbeit beschäftigt sich mit der zweiten Kategorie und das sind die Geschäftsbriefe. Die im Geschäftsverkehr meistgebrauchten Briefs sind: die Anfrage, die Bestellung, die Auftragsbestätigung, die Reklamation, die Mahnung, die Rechnung und andere. Zum Gegensatz der Analyse wurden die Anfrage und die Bestellung ausgewählt.

### 8.1 Anfrage

Die Anfrage ist eine Art des Geschäftsbriefes, eine Aufforderung zur Angabe eines Angebots. Mittels der Anfrage sucht die Firma potenzielle Kunden an den eventuellen Lieferanten von Waren. Mit der vorläufigen Anfrage können beträchtlich Kosten auf zukünftige Produktion vermindern werden.

Die Anfrage wird gesendet: a) den Firmen, mit denen wir langfristig kooperieren b) den Firmen, mit denen die Zusammenarbeit möglich wäre. Diese Anfragen unterscheiden sich voneinander mit der Länge, mit dem Inhalt, den Formulierungen oder auch mit der Form.

Die Anfrage teilt sich aus:

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| - genaue Angabe über den Absender  | - Termin einer Antwort                        |
| - genaue Angabe über den Empfänger | - genaue Bezeichnung des gewünschten Material |
| - Datum                            | - Liefertermin                                |
| - Betreffzeile                     | - Schlussformel                               |
| - Anrede                           | - Unterschrift und Anlagen                    |
| - Antrag auf eine Antwort          | (vgl. MENZEL, 2007).                          |

Zwei Arten der Anfrage werden unterscheiden: a) Anfrage – klassischer, per Post oder Fax geschickter Geschäftsbrief, b) per Internet (E-Mail).

Postanschrift des Absenders

BüroBerg  
Werner-von-Siemens-Str. 18  
86159 Augsburg

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom

Unser Zeichen, unsere Nachricht vom

Telefon, Name

Datum

Es-sb

-776

21.12.2020

### Bitte um Angebot

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie wurden uns als zuverlässiger und preiswerter Lieferant von Büromaterial empfohlen. Wir sind ein Unternehmen mit 80 Mitarbeitern und benötigen monatlich etwa folgende Mengen an Büroartikeln:

- 2000 Blatt Kopierpapier
- 10 Aktenordner
- 400 Briefumschläge
- 50 CD-Rohlinge

sowie in unregelmäßigen Abständen Toner für Kopierer und Drucker, Präsentationsmappen sowie sonstiges Büromaterial wie Stifte und Kleber.

Bitte teilen Sie uns schriftlich mit, welche Preise und Rabatte Sie uns bei Lieferung innerhalb von 24 Stunden und frei Haus einräumen können.

Mit diesem Schreiben erhalten Sie unsere Einkaufsbedingungen, die Grundlage aller Aufträge sind. Ihre Fragen beantwortet Ihnen gern Frau Sorge unter der Telefonnummer 08345 89788-219.

Schon im Voraus herzlichen Dank für Ihr Angebot!

*Silke Bauernfreund*  
Silke Bauernfreund  
Einkauf

Geschäftsangaben

Abb. 11.: Muster- klassische Anfrage, Quelle: (DUDEN, 2013)

**THIEL & HOCHÉ ROHRE · PROFILE · KOMPONENTEN**

THIEL &amp; HOCHÉ GMBH &amp; CO. KG · Postfach 3144 · D-40681 Erkrath

Z-Group Steel Holding, a.s.  
 Frau Kusakova  
 Kollárova 1229  
 698 12 Veseli nad Moravou  
 TSCHECHISCHE REPUBLIK

Ihr Zeichen

Ihr Partner

Durchwahl: 0211/9256-

Max-Planck-Str. 6

Nina Wirtz

Telefon

Telefax

D-40699 Erkrath

nina.wirtz@thiel-hoche.de

-877

-660

09.12.15 nw

**Anfrage Nr. 221/11150161**

Sehr geehrte Frau Kusakova,

wir bitten um Ihr Angebot über folgendes Material:

Geschweißte kaltgezogene Rohre nach EN 10305-2, E195 +N  
 - in HL  
 - mit APZ 3.1 nach EN 10204  
 - Toleranzen: A.D.  $\pm 0,05$  mm, I.D.  $\pm 0,05$  mm

		A.D. in mm	I.D. in mm	Länge in mm
Pos. 1	2.500.000 m / Jahr	5,0	3,0	6.000
Verwendungszweck: Einspritzrohr				

Zahlbar: wie üblich.

Für ein umgehendes Angebot wären wir Ihnen dankbar.

Mit freundlichen Grüßen

THIEL &amp; HOCHÉ GMBH &amp; CO. KG

i.A. Nina Wirtz

THIEL & HOCHÉ GMBH & CO. KG  
 Telefon 0211/92 56-5  
 Telefax 0211/92 56-777  
 www.thiel-hoche.de  
 USt-IdNr.: DE812970172  
 UST-Nr.: 147/5940/0301

Persönlich haftende Gesellschafterin:  
 THIEL & HOCHÉ VERWALTUNGS-GMBH  
 D-40699 Erkrath  
 Geschäftsführer: Axel Thiel (Vorsitzender),  
 Andreas Buchloh (stellv. Vorsitzender),  
 Fred Böhm, Ronald Filusch

Bank  
 Bankhaus Lampe KG  
 Commerzbank AG  
 Deutsche Bank AG  
 Stadtparkasse Düsseldorf

IBAN-Nr.  
 DE56480201510000232629  
 DE08300400000651930000  
 DE84300700100800120800  
 DE92300501101006134744

BIC/Swift  
 LAMPDEDDXXX  
 COBADEDDXXX  
 DEUTDEDDXXX  
 DUSSEDDXXX

Registergericht: Wuppertal HRA 19145

Registergericht: Wuppertal HRB 13956

Zertifiziert nach DIN EN ISO 9001 und VDA 6.2

Abb. 12.: Klassische Anfrage direkt aus der Praxis

### 8.1.1 Anfrage-der klassische Brief

Auf der Seite 42 gibt es die Anfrage für die Firma Z-Group Steel Holding, a.s. aus dem Jahr 2015. Es ist typischer Geschäftsbrief von heutiger Zeit. Nach dem Vergleich mit dem Muster auf der Seite 41 sehen wir ein paar Mangel. An mehreren Stellen ist z.B. der fehlerhafte Zeilenabstand. Die Betreffzeile sollte mit zwei Zeilen von dem Briefftext getrennt werden, in der Probe wurde er aber nur mit einem getrennt. Die Anfrage enthält alle Zeichen, Adresse, Beschreibung von Waren auch Schlussformel. Am Ende fehlt nur handschriftliche Unterschrift. Gesamt an mich wirkt der Brief übersichtlich, sachlich, er hat ideale Länge und er enthält alle Miteillungen.

An: vertrieb@koernerapparat.de  
Cc:  
Bcc:  
Betreff: Kundennr. 996787, Anfrage Aluminiumgehäuse

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bitten um Ihr kostenloses, verbindliches Angebot mit Angabe Ihrer Rabatte sowie Ihrer Lieferzeit frei Haus über:

4500 Stück Aluminiumgehäuse VZ89, Artikelnummer 100103.

Vielen Dank im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

Sebastian Verl  
Zentrale Dienste  
Solaria AG  
Münchener Straße 305-315  
85051 Ingolstadt  
Tel.: + 49 841 772044-81  
Fax: + 49 841 772044-11  
E-Mail: [sebastian.verl@solaria-ag.de](mailto:sebastian.verl@solaria-ag.de)  
[www.solaria-ag.de](http://www.solaria-ag.de)

Sitz der Gesellschaft: Ingolstadt; Registergericht Ingolstadt, HRB 88269  
Vorsitzende des Aufsichtsrates: Dr. Ursula Herriegel  
Vorstand: Monika Herriegel (Vorsitzende), Klaus Schirmmacher,  
Dipl.-Ing. Christian Sand

**Kusáková Michaela**

---

**Od:** Lena.Zipse@benteler.com  
**Odesláno:** 16. prosince 2015 11:41  
**Komu:** Lena.Zipse@benteler.com  
**Předmět:** Anfrage 48 x 1 mm

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bitten gem. unseren Einkaufsbedingungen um ein freibleibendes Angebot nach folgenden Anforderungen:

Geschweißtes Präzisionsstahlrohr EN 10305-2, E355 +C / Nahtloses Präzisionsstahlrohr EN 10305-1, E355 +C

Bitte Preise sowohl für das nahtlose, als auch für das geschweißte Rohr angeben.

inkl. Zeugnis EN 10204/3.1

AD: 48 +/-0,2mm  
WD: 1 +/-0,1mm  
in HL ca. 6 Meter

Menge: 2.000 Meter  
2.600 Meter  
3.300 Meter

Verwendungszweck: Stützring

Bitte Preis für alle Mengen angeben, alternativ Mindestmenge.

Vielen Dank vorab für Ihr Angebot.

Mit freundlichen Grüßen / Best regards

Lena Zipse  
Vertrieb Automotive



BENTELER Distribution Deutschland GmbH & Co. KG  
Harrlachweg 3  
68163 Mannheim  
Germany  
Phone: +49.621.394-297  
Fax: +49.621.394-234  
Email: [Lena.Zipse@benteler.com](mailto:Lena.Zipse@benteler.com)  
[www.benteler-distribution.de](http://www.benteler-distribution.de)

-----  
BENTELER Distribution Deutschland GmbH & Co. KG, Duisburg  
Handelsregister Duisburg (HRA 7659)  
Umsatzsteueridentifikationsnummer DE 813631349 / ATU 64111909  
persönlich haftende Gesellschafterin:  
BENTELER Distribution Deutschland Beteiligungs GmbH  
Handelsregister Duisburg (HRB 11855)  
Geschäftsführung: Christoph Datko, Oliver Rechtsprecher

**Kusáková Michaela**

---

**Od:** Jessica Naujokat <jessica.naujokat@seeberger.net>  
**Odesláno:** 16. prosince 2015 16:06  
**Komu:** Kusáková Michaela  
**Předmět:** Anfrage 254387

Hallo Frau Kusakova,

bitte um Preis und Lieferzeit wie folgt:

Geschweißtes Präzisionsstahlrohr EN 10305-2, in HL max. 6,5 m

1000 m

77,40 x 1,20 mm E235 +C  
AD 77,40 +0,08/-0 mm

Sollten Sie Fragen haben, können Sie mich gerne kontaktieren.

Mit freundlichen Grüßen

Jessica Naujokat  
(Arbeitsvorbereitung)

Seeberger  
Rohr- und Stahlhandel GmbH  
Langenstück 4  
58579 Schalksmühle  
Deutschland / Germany  
Telefon: +49 2351 9531-0  
Telefax: +49 2351 9531-300  
E-Mail: [jessica.naujokat@seeberger.net](mailto:jessica.naujokat@seeberger.net)  
Internet: [www.seeberger.net](http://www.seeberger.net)

**Haben Sie 1 Minute? Bitte klicken Sie hier um uns Ihr Feedback vom heutigen Service für Sie zu geben**

Diese E-Mail enthält vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen. Sollten Sie diese E-Mail irrtümlich erhalten haben, informieren Sie bitte sofort den Absender und vernichten Sie diese Mail. Das unerlaubte Kopieren sowie die unbefugte Weitergabe dieser Mail oder Teile davon ist nicht gestattet. Da über das Internet versandte E-Mails unter fremden Namen erstellt oder manipuliert werden können, sind unsere elektronisch verschickten Nachrichten grundsätzlich keine rechtsverbindlichen Willenserklärungen.

Geschäftsführer: Frank Seeberger, Kurt Seeberger Sitz der Gesellschaft: Schalksmühle Amtsgericht Iserlohn HRB 4470

 Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese E-Mail ausdrucken

Abb. 15.: E-Mail Anfrage II. direkt aus Praxis

### 8.1.2 Anfrage-per E-Mail

Für diesen Typ von der Anfrage habe ich zwei Briefe direkt aus der Praxis gewählt, welche vergleiche ich mit dem Muster auf der Seite 44.

Es geht um den häufigsten Typ von der Anrede. Sie benutzen hauptsächlich zwischen Stammgäste. Sie sind in der Regel viel kürzer als klassische Anfragen. In den meisten Fällen halt man nicht der Zeilenabstand und man benutzt nicht keine Zeichen. Die Adresse von Absender wurde hinter die Schlussformel eingefügt. Die Adresse von Empfänger = E-Mail-Adresse. Nächstes Zeichen ist fehlende handschriftliche Unterschrift.

Auch diese Anfrage aber muss sachlich, klar sein und sie muss alle wichtigen Informationen enthalten.

Ich wäre bei dem Gruß stehen bleiben. Im ersten Brief ist der passende Gruß, aber im zweiten wäre ich andere wählen. „Hallo“ ist der Gruß eher für die private Korrespondenz.

E-Mail-Korrespondenz ist der heutige Trend. Es handelt sich um schnelle, einfache und hauptsächlich billige Informationsübertragung. Für die Unternehmenskommunikation ist dieser Dienst mehr als geeignet.

## 8.2 Bestellung

Die schriftliche Bestellung ist ein Rechnungsdokument und erster Untergrund für eine Herstellung und eine Lieferung von Waren. Die Bestellung kann sowohl schriftlich als auch mündlich abgeschlossen werden.

Die Bestellung besteht aus:

- „in der Betreffzeile: Bestellung von..., Auftrag über... und eine genaue Angabe, worauf sich die Bestellung bezieht (Angebot vom ..., Anzeige in ..., Vertreterbesuch)
- Dank für Angebot oder Informationsmaterial
- Bestellsatz: Wir bestellen ...gemäß...
- genaue Angabe von Menge, Packungseinheiten, Verpackung
- Lieferzeit (Termine, Abruf, Teillieferung): Wenn sich die Bestellung auf ein Angebot bezieht und der Besteller die Verkaufs- und Lieferbedingungen des Verkäufers ohne Änderung akzeptiert, dann genügt die Angabe von Menge und Preis
- Preis“ (DUDEN, 2013, S.273).

Postanschrift des Absenders

Frau  
Svetlana Srna  
Computerservice  
Bismarckstraße 33  
08352 Langenburg

Ihr Zeichen: Lh-aa  
Ihre Nachricht vom: 2020-03-08  
Unser Zeichen: Bs-te  
Unsere Nachricht vom:

Name: Berrit Simonis  
Telefon: 01097 3344-555  
Telefax: 01097 3344-577  
E-Mail: simonis@seibert.com

Datum: 12.03.2020

**Auftrag über 1 Notebook**  
**Ihr Angebot Nr. 00126428 vom 08.03.2020**

Sehr geehrte Frau Srna,

wir bestellen gemäß Ihrem Angebot Nr. 00126428 vom 08.03.2020 und dem Telefonat mit Frau Zeiss am 11.03.2020:

1 Notebook Merkur 2022 XLS einschließlich	
– Intel Pentium Dual-Core Prozessor mit 5,5 GHz	
– 4 096 MB 800 MHz Dual Channel DDR2 SDRAM	
– 320-GB-Serial ATA-Festplatte	
– CD-ROM- und DVD-Laufwerk	
– TFT-Aktivmatrix-Bildschirm, 15", 1024 × 768 Pixel	
– austauschbarem 12-Zellen-Li-Ion-Akku	
– Integrierte GMA X4500 HD-Grafikkarte	
– Betriebssystem „Porta XL“ und Text- und Datenverarbeitungsprogramm Büro plus 2020	699,00 EUR
Als Zubehör:	
– Maus, optisch – 3 Tasten – verkabelt – PS/2 – weiß	50,00 EUR
	-----
	749,00 EUR

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Mit freundlichen Grüßen

*Berrit Simonis*  
Berrit Simonis  
Technischer Einkauf

Geschäftsangaben

**Bestellung**

BENTELER Distribution GmbH & Co KG  
 Duisburg  
 Z-Group Steel Holding a.s.  
 Kollarova 1229  
 698 01 VESELI NAD MORAVOU  
 TSCHECHISCHE REPUBLIK  
 Umsatzsteuer-Id.-nr.: CZ00011380

**BENTELER**   
 Distribution

Nr. **4501632166**  
 Datum **14.03.2017**

**Lieferadresse:**  
 DZL BENTELER Distribution Deutschland  
 GmbH & Co. KG  
 Am Blumenkampshof 75  
 47059 DUISBURG  
 GERMANY

<b>Ihre Ref:</b>	<b>Lieferbedingungen</b>	<b>Unsere Referenz</b>	Seite 1/ 2
+42 +420 474642140	DDP Warenempfänger	Karin Wende	
+42 518311-215215	<b>Zahlungsbedingungen</b>	+49 +49 203 9934-117	
<b>Ihre Lieferantenummer</b>	30 Tage netto	+49 +49 203 9934-301	
4002145		Karin.Wende@Benteler.com	
<b>USt.Identifikationsnummer</b>		<b>E-mail Zertifikat</b>	
DE813631349		BDD.Certificate@Benteler.com	

Wir bestellen unter Zugrundelegung unserer Ihnen separat zugesandten Allgemeinen Einkaufsbedingungen. Diese sind auch abrufbar unter [www.Benteler-Distribution.de](http://www.Benteler-Distribution.de).  
 Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Ihre eventuell abweichenden Allgemeinen Verkaufsbedingungen von uns abgelehnt werden.  
 Für die folgenden Positionen benötigen wir Ihre Auftragsbestätigung innerhalb der kommenden 3 Arbeitstage.  
 Prüfbescheinigungen müssen vor oder spätestens zum Zeitpunkt der Lieferung vorliegen.  
 Wir behalten uns vor, die Warenannahme im Fall fehlender Prüfbescheinigungen zu verweigern.

Pos	Artikel	Menge	Preis	Wert
10	TD-M 10,00X1,90X3000,00 GESCHWEISSTE KALTGEZOGENE PRÄZISIONSSTAHLROHRE, EN 10305-2, E235 +C ID 6,20 -0/+0,10 MM HL 2800 - 3200 m	2.700,00 M		
	<b>Bruttopreis</b>	0,86 EUR / 1 M		2.322,00 EUR
<b>Lieferdatum:</b>	M 05.2017			
<b>Stat.Warennr.:</b>	73063011			
<b>Unsere Referenz:</b>	2183344 / 10			
<b>Pos. Gewicht:</b>	1.026,00 KG	<b>Positionsnetto :</b>		2.322,00 EUR
<b>Gesamtgewicht:</b>	1.026,00 KG	<b>Nettowert ohne MwSt:</b>		2.322,00 EUR

Mit freundlichen Grüßen  
 BENTELER Distribution Deutschland GmbH & Co. KG



**BENTELER Distribution Deutschland GmbH & Co. KG 47059 Duisburg HR Duisburg A 7659**

Deutsche Bank AG, Düsseldorf  
 Konto: 420 2040 BLZ: 300 700 10  
 BIC (SWIFT-Code): DEUT DE 33  
 IBAN: DE95300700100420204000  
 Internet: [www.benteler.de](http://www.benteler.de)

BENTELER Distribution Deutschland  
 Beteiligung GmbH (pers.haftend)  
 Handelsregister Duisburg  
 HRB 11855  
 USt-IdNr. DE813631349  
 USt-IdNr. ATU64111909

**Geschäftsführung:**  
 Christoph Datko  
 Oliver Rechtsprecher



**Handelsstandorte**  
 ISO 9001:2008  
**Automotivestandorte**  
 ISO/TS 16949:2009

Bitte entnehmen Sie unsere allgemeinen Einkaufsbedingungen unserer Internetseite:  
[www.benteler-distribution.de](http://www.benteler-distribution.de)

Abb. 17.: Bestellung direkt aus der Praxis



Seeberger Rohr- und Stahlhandel GmbH, Langenstück 4, 58579 Schalksmühle

Z-Group Steel Holding, a.s.  
Kollárova 1229  
69812 VESELI NAD MORAVOU  
CZECH REPUBLIC

BESTELLUNG		
Belegnummer	Datum	Seite
28244681	24.03.2017	1 / 1
Lieferantennr.	Unsere Lieferanten-ID	UID-Geschäftspartn
75564	1101940	CZ00011380
Ihre Zeichen/Referenz		
Michaela Kusakova		
Bearbeiter	Telefon	
Damla Senlikoglu	-	
Ihr Ansprechpartner		
Damla Senlikoglu		
Preisstellung		
DDP, einschl. Verpackung		
Lieferadresse		
Tor 3 Langenstück 4 58579 Schalksmühle		

Es gelten unsere Einkaufsbedingungen (Stand Juli 2015), die wir Ihnen auf Nachfrage gerne zusenden oder die Sie im Internet unter [www.seeberger.net](http://www.seeberger.net) herunterladen können.

Beschreibung	Menge ME	Preis PE	MwST %	Gesamtbetrag
Geschweißtes Präzisionsstahlrohr EN 10305-2 (DIN 2393), Hlg. max. 6,5 m, Toleranzen müssen auf den gesamten Herstelllängen garantiert werden. Geschweißtes				

Artikelnr.: 210200				Lieferdatum: 21.06.2017
1 10,00 x 2,00 mm E235 + C	3.500,00	m	0,8500 0	19,00 2.975,00
AD.: 10,00 - 0,05/- 0,15 mm				
ID.: 6,00 +/- 0,15 mm				

Über- und Unterlieferung max. 10 % !  
Herstelllängen 5,0 - 6,5 m !  
mit "kostenlosem" Werkzeugzeugnis DIN EN 10204 3.1 mit chem. Und mech. Werten - als Anlage beim Lieferschein.  
Verpackung muß ausreichend Schutz bieten.  
Bunddurchmesser: max. 35 cm (keine Vierkantbündelung !!)  
Bundgewicht: max. 500 kg  
Kistenbreite: max. 40 x 40 cm  
Achtung: Nur Kranentladung möglich !  
Jedes Bund mit Etikett welches Abmessung und Werkstoff angibt.

Nettobetrag	2.975,00
Gesamtbetrag EUR	2.975,00

Zahlungskonditionen 30 Tage netto

PE = Preiseinheit 0 = 1 1 = 10 2 = 100 3 = 1000  
Ihre Auftragsbestätigung muss innerhalb von 5 Tagen vorliegen. Andernfalls gilt diese Bestellung als verbindlich angenommen.  
Warenannahme: Montag bis Freitag: 07:00 - 14:00 Uhr

Seeberger Rohr- und Stahlhandel GmbH  
Langenstück 4  
D-58579 Schalksmühle  
USt-ID-Nr.: DE125801689

Telefon: +49 2351 9531-0  
Telefax: +49 2351 9531-300  
E-Mail: [info@seeberger.net](mailto:info@seeberger.net)  
Internet: [www.seeberger.net](http://www.seeberger.net)

Geschäftsführer: Frank Seeberger, Kurt Seeberger  
Amtsgericht Iserlohn - HRA B 4470

Abb. 18.: Bestellung II. direkt aus der Praxis

### 8.2.1 Analyse der Bestellung

Für die Bestellung habe ich ein Muster gewählt, das sich auf der Seite 49 befindet. Es enthält alle wichtigen Informationen. Dieses Muster ist übersichtlich und es hat optimale Länge. Es geht von ihm alle notwendigen ablesen. Es fehlt nicht auch die eigenhändige Unterschrift.

Aus der Unternehmenskommunikation der Firma Z-Group Steel Holding, a.s. habe ich zwei Bestellung gewählt und das aus dem Jahr 2017.

Die Bestellung von Firma Benteler, die auf der Seite 50 sich befindet, enthält sie alle wichtigen Informationen. Es fehlt hier aber die Betreffzeile und die Schlussformel. Sie bewirkt insgesamt sehr unübersichtlich. Der Text ist klein und schlecht zu lesen. Ich wäre den Text auf zwei Seiten durchziehen.

Die Bestellung von Firma Seeberger ist auch nicht optimal. Sie ist besser formuliert, aber fehlt man hier wieder die Anrede, die Betreffzeile, die Schlussformel und die Unterschrift. Nach meiner Meinung wäre ich sie auch reparieren.

### 8.3 Analyse den Arten von Anreden

ANREDEN	ANZAHL
Sehr geehrte Frau/Herr ...	19
Sehr geehrte Damen und Herren	2
Guten Tag Frau/Herr ...	7
Hallo	8
Guten Morgen	2
Ohne Anrede	1
Frau/Herr ...	1
Akademische Titel	0

Tabelle 1.: Anreden, Quelle: eigene Bearbeitung

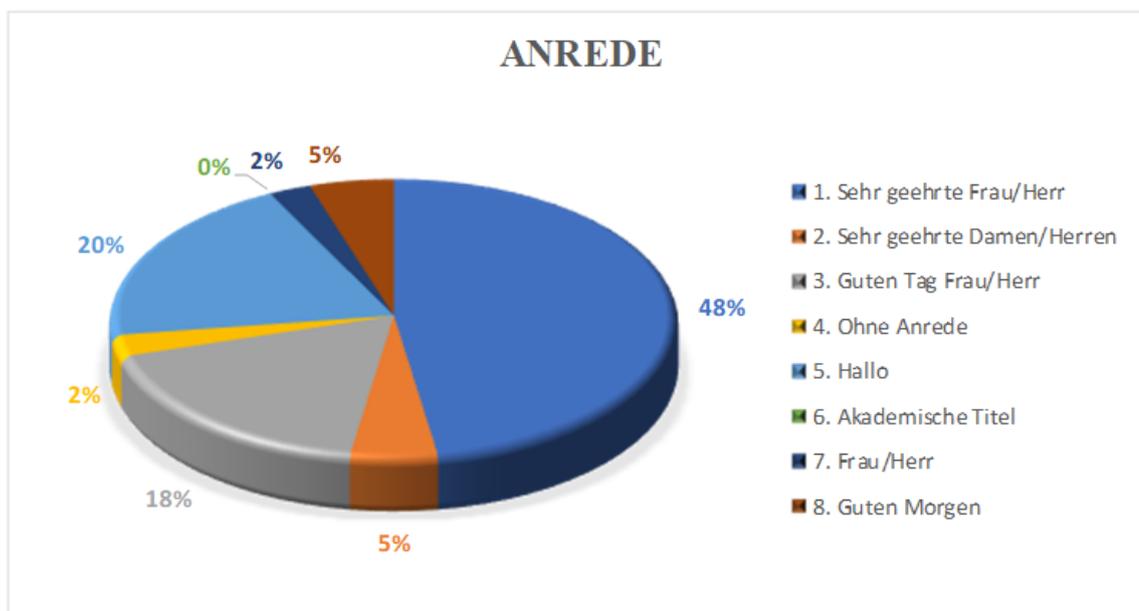


Abb. 19.: Anreden, Quelle: eigene Bearbeitung

Die Anrede ist in Geschäftsbriefen sehr wichtig und wir müssen an seine Richtigkeit achten. Die Anrede wird in den Geschäftsbriefen in Abhängigkeit von dem Empfänger gewählt d.h. davon, an wen man konkret schreibt. Auf der Seite 52 sind sie die Typen von Anreden aufgelistet, die ich in 40 oben erwähnten Briefen aufgefunden habe.

Die Anrede „Sehr geehrte Frau/Herr“ wird in der Kommunikation mit Klienten oder Lieferanten am häufigsten benutzt. Persönlich halte ich diese Platzierung für richtig und passend. Es ist die typischste und meistgebrauchte Anrede, die hauptsächlich in der Kommunikation mit den unbekanntem oder weniger bekannten Unternehmen verwendet wird. Sie ist neutral, formal und heutzutage ganz üblich.

Ich war sehr überrascht aus der Anrede auf zweitem Platz. Es ist die Anrede „Hallo“. Man sieht, dass sich die Kommunikation immer noch entwickelt und neue Trends benutzt. Diese Anrede sollte nur bei Personen angewendet werden, die man bereits sehr gut kennt. Auf dem dritten Platz ist die Anrede „Guten Tag Frau/Herr“. Diese Anrede ist auch typisch und sie gehört zu den richtigen und häufigen Anreden.

Im Gegenteil, die am wenigsten verwendete Anrede ist in der Firmenkommunikation „Frau/Herr“ oder „ohne Anrede“. Ein Geschäftsbrief ohne Anrede ist ganz nicht annehmbar. Es ist unhöflich und man weiß nicht, wem der Brief adressiert ist. Diese Variante wurde ich nicht benutzen.

Die Analyse der Anreden habe ich für bessere Übersichtlichkeit in Form eines Diagramms bearbeitet.

## 8.4 Analyse von Einleitungsformeln

Bei Anfragen gibt es große Menge der Arten von Einleitungsformeln und daher kann man nicht genau sagen, welche die geeignetste ist. Ich habe 5 gewählt, die in den Briefen am häufigsten vorkommen.

Die Einleitungsformeln teilen sich mit, worum es in Briefe geht. Der Briefformel konkretisiert dann den Geschäftsbrief näher.

- Wir bitten um ...
- Bitte senden Sie...

- Können Sie .....anbieten
- Wir benötigen...
- Wir suchen...

## 8.5 Analyse von Schlussformeln

SCHLUSSFORMELN	ANZAHL
Mit freundlichen Grüßen	21
Mit freundlichen Grüßen/Best regards	7
S přáním pěkného dne/Best regards	9
Mit herzlichen Grüßen	2
Best regards	1

Tabelle 2.: Schlussformeln, Quelle: eigene Bearbeitung

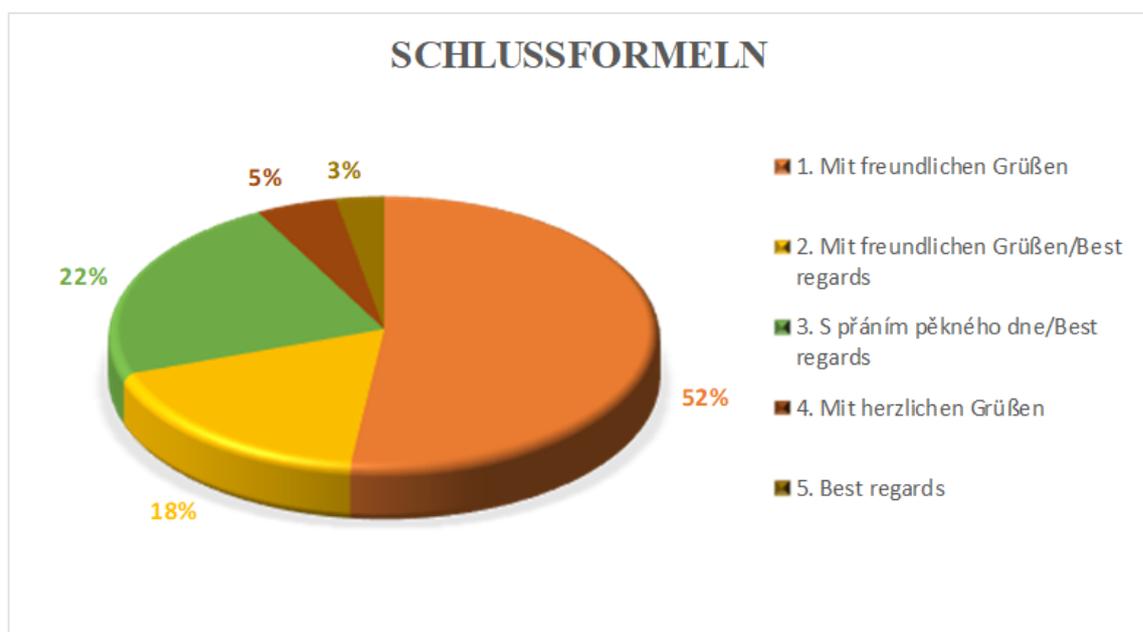


Abb. 20.: Schlussformeln, Quelle: eigene Bearbeitung

Zur Analyse der Schlussformeln habe ich auch 40 Briefe von der Firma Z-Group Steel Holding, a.s. untersucht. Die häufigsten Quellen waren die Anfrage, das Angebot, die Bestellung und die Auftragsbestätigung.

Die am meisten frequentierte Schlussformel ist „Mit freundlichen Grüßen“, was auch in meiner Untersuchung bestätigt wurde. Diese Formel wurde im Unternehmen aus 53% benutzt, wie wir im Diagramm auf der Seite 54 sehen können. Es handelt sich um sehr geeignete höfliche Form von Gruß.

Die Firma Z-Group Steel Holding, a.s. kommuniziert oft auch im Englischen und deshalb benutzt man hier die zweisprachige Variante: „Mit freundlichen Grüßen/Best regards“. In den untersuchten Briefen erschien diese Form aus 18% und damit gehört dieser Form der dritte Platz.

Auf dem zweiten Platz hat sich die Formulierung „S přáním pěkného dne/Best regards“ platziert. Nach meiner Meinung ist diese Variante für den Kontakt mit deutschen Klienten nicht geeignet.

Auf dem letzten Platz ist die Formulierung „Best regards“, die nur aus 3% benutzt wurde. In der Welt ist das bestimmt am meisten verwendete Formulierung. Sie ist höflich und sächlich, aber besser wird man sein, für deutschen Klienten auch die deutsche Schlussformel zu benutzen. Die englische Schlussformel bewirkt nicht gut und sie verdirbt den Gesamteindruck aus dem Brief.

## SCHLUSSBETRACHTUNG

In meiner Bachelorarbeit mit dem Thema „Geschäftsbrief: Schriftliche Kommunikation in der Gesellschaft Z-Group Steel Holding, a.s. habe ich nach der theoretischen und praktischen Seite gearbeitet.

Im ersten Teil habe ich mit der Fachsprache begonnen. Dieses Thema habe ich an die Wirtschaftssprache eingeeignet und ich habe davon mit der Unternehmenskommunikation angebunden. Ich habe sie auf schriftlich und mündlich eingeteilt. Zu jedem Bereich habe ich die Buchquellen, hauptsächlich deutsch, verwendet. Ich habe paraphrasiert und zitiert.

Das Hauptthema meiner Arbeit ist der Geschäftsbrief, dem ich nächste Halbe des praktischen Teils gewidmet habe.

Das praktische Teil habe ich mit der Einleitung begonnen, wo habe ich kurz beschrieben, wie bin ich in diesem Teil vorgegangen. Das erste Thema ist die Firma Z-Group Steel Holding, a.s., die hat mir alle Dokumente für meine Arbeit gewährt. Ich habe hier ein paar Wochen auf der Praxis verbracht und es hat mir geholfen. Ich konnte beobachten, wie funktioniert man in der Firma. Ich habe 40 Geschäftsbriefen angesammelt, die ich dann im praktischen Teilt analysiert habe.

Das nächste Thema war die Anfrage. Ich habe beschrieben, was ist eigentlich die Anfrage und was enthält sie. Ich habe die Muster und die Briefe direkt aus der Firma angelegt. Ich habe ihnen verglichen und ausgewertet. Auf diese Weiße habe ich auch mit der Bestellung gearbeitet.

Im letzten Teil vom praktischen Umkreis habe ich mich mit am häufigsten Formulierungen der Anreden, Einleitungsformeln und Schlussformeln befasst. Auch dazu habe ich 40 oben erwähnte Briefe benutzt.

Zum jeden Teil habe ich die Auswertung und eigene Meinung geschrieben.

**LITERATURVERZEICHNIS**

- [1] BAMBACH-HORST, Eva. Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben: Geschäfts- und Privatkorrespondenz verständlich und korrekt formulieren. 2., aktualisierte und überarb. Aufl. Mannheim: Dudenverlag, c2013, 607 s. Duden-Ratgeber. ISBN 978-3-411-74302-5.
- [2] BECKER – MROTZEK, Mündlichkeit-Schriftlichkeit-Neue Medien. Köln, 2007.
- [3] BEIER, Rudolf. Englische Fachsprache. Stuttgart: Kohlhammer, 1980, ISBN 3170056255.
- [4] BORGUYLA, Agota (1988): zu einigen wichtigen Merkmalen der deutschsprachigen Texte der Dokumentation in der Wirtschaft. In: Bungarten (ed.) S. 420-429.
- [5] BUHLMANN, Rosemarie; FEARNs Anneliese. Handbuch des Fachsprachenunterrichts: Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen. 6., überarb. und erw. Aufl. Tübingen: Narr, 2000. ISBN 3-8233-4965-1.
- [6] FRENSEN, Ursula. Landeskunde in Wirtschaftsdeutschlehrwerken. In: Info DaF 18, 1991.
- [7] HOFFMANN, Lothar. Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung. 2. Auflage. Berlin: Sammlung Akademie, 1984.
- [8] ISCHREYt, Heinz. Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik. Düsseldorf. 1965.
- [9] MELOTÍKOVÁ, P. Prezentační a komunikační dovednosti: kurz právnických dovedností. Olomouc : Iuridicum Olomoucense, 2008.
- [10] MENZEL, Wolfgang Walter a Michael KUHN. Korespondence v němčině: obchodní i soukromá. Brno: Computer Press, c2007, viii, 419 s. Jazyky. Korespondence. ISBN 978-80-251-1472-8.
- [11] MIKULÁŠTÍK, M. Interpersonální komunikace. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2001. ISBN 80-7318-047-2.
- [12] ROELCKE, Thorsten. Fachsprachen. 2., durchgesehene Auflage. Berlin: Erich Schmidt, 2005, 253 s. Grundlagen der Germanistik. ISBN 3-503-07938-6.

- [13] ROELCKE, Thorsten. Fachsprachen. 3., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt, 2010, 269 s. Grundlagen der Germanistik. ISBN 978-3-503-12221-9.
- [14] SACHS, R., Německá obchodní korespondence. Plzeň: Nakladatelství a knihkupectví Jiří Fraus, 1993. ISBN 80-900619-6-6.
- [15] SCHMIDT, Wilhelm. Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprache. In: Sprachpflege 18, 1969.
- [16] SIEBER, P. Palando in Texten. Zur Veränderung kommunikativer Grundmuster in der Schriftlichkeit. Tübingen, 1998.
- [17] STEGER, Hugo (1988): Erscheinungsformen der deutschen Sprache. In: Deutsche Sprache 16, S. 289-319.
- [18] ŠILHÁNOVÁ, Renata. Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textsorte Geschäftsbrief. 1. Auflage. Zlín: Radim Bačuvčík - VeRBuM, 2011, ISBN 978-80-87500-08-8.

### **Elektronische Quellen:**

- [19] FIRMENPROFIL. steel-holding.cz [online]. [Stand 2016-09-03]. Erreichbar unter: <http://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/our-values-de>
- [20] HISTORY. steel-holding.cz [online]. [Stand 2016-09-03]. Erreichbar unter: <https://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/history-de>
- [21] PRODUKTE. steel-holding.cz [online]. [Stand 2016-09-03]. Erreichbar unter: <http://www.steel-holding.cz/index.php/de/about-company-de/our-values-de>

### **Andere Quellen:**

- [22] ORGANIZAČNÍ SMĚRNICE č. 818: Příprava zaměstnanců, Veselí nad Moravou, ŽV, a.s. 1996
- [23] ORGANIZAČNÍ SMĚRNICE č. 8720
- [24] PŘÍRUČKA JAKOSTI, Veselí nad Moravou, ŽV, a.s. 1995

**SYMBOL UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS**

Abb.	Abbildung
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
mm	Millimeter
Nr.	Nummer
S.	Seite
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

**ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

Abb. 1: Fachsprachliches Kommunikationsmodell.....	13
Abb. 2: Kriterien fachsprachlicher Gliederung.....	15
Abb. 3: Horizontale Gliederung von Fachsprachen in Wissenschafts-, Technik- und Institutionensprache.....	16
Abb. 4: Verbindung der vertikalen Fachsprachengliederungen.....	17
Abb. 5: Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache.....	18
Abb. 6: Typische Sprachmerkmale konzeptioneller Mündlichkeit/Schriftlichkeit.....	23
Abb. 7.: Muster Briefbogen Form A.....	26
Abb. 8.: Firmenprofil.....	35
Abb. 9.: Verkaufsgebiet.....	37
Abb. 10.: Kommunikationsmittel.....	38
Abb. 11.: Muster-klassische Anfrage.....	41
Abb. 12.: Klassische Anfrage direkt aus der Praxis.....	42
Abb. 13.: Muster-Email Anfrage.....	44
Abb. 14.: E-Mail Anfrage direkt aus der Praxis.....	45
Abb. 15.: E-Mail Anfrage II. direkt aus der Praxis.....	46
Abb. 16.: Muster-Bestellung.....	49
Abb. 17.: Bestellung direkt aus der Praxis.....	50
Abb. 18.: Bestellung II. direkt aus der Praxis.....	51
Abb. 19.: Anreden.....	53
Abb. 20.: Schlussformeln.....	55

## TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1.: Anreden.....	53
Tabelle 2.: Schlussformeln.....	55

## ANHANGSVERZEICHNIS

ANHANG A I: Fragebogen

## ANHANG A I: FRAGEBOGEN

## Dotazník/Fragebogen

1) Jakým způsobem nejčastěji komunikujete se zahraničními firmami? / Mit welcher Weise kommunizieren Sie mit ausländischen Firmen am häufigsten?

- a) Telefon/Handy.....
- b) E-mail.....
- c) Papírový dopis/Papierbrief.....
- d) FAX.....
- e) Přes internetovou stránku firmy/Durch der Webseite der Firma.....
- f) Skype.....
- g) Osobní schůzka/Persönliches Treffen.....
- h) Konference/Konferenz.....

8 bodů rozdělíte následovně: 8 je nejvíce ➡ 1 je nejméně.