

ZUR WISSENSVERMITTLUNG IM FACHSPRACHENUNTERRICHT AM BEISPIEL DER GESCHÄFTSBRIEFE

Lora-Dagmar CONSTANTINESCU

Bucharest Academy of Economic Studies

Zusammenfassung: Im vorliegenden Beitrag werden einige Aspekte der Wissensvermittlung im FaSU (Wirtschaftsdeutsch) behandelt. Zu den Textsorten des Wirtschaftsdeutschen gehören auch diejenigen im Bereich der Geschäftskorrespondenz. In der Geschäftsanbahnung und –abwicklung gilt es zu beobachten, wie fach- bzw. geschäftseigene Merkmale mit den textsortenspezifischen und textsortendidaktischen zusammenhängen. Im Mittelpunkt des Interesses stehen die fachlich- fachsprachlichen „Denk- und Mitteilungsstrukturen“, mit Fokus auf der Eigenart der Fachkommunikation, auf Fertigkeiten und der Empfängerorientierung,

Schlüsselwörter: Textsorten, funktionales Schreiben, kommunikative Fertigkeiten, Empfängerorientierung

1. Geschäftskommunikation und Wirtschaftssprache Deutsch

Mit den wachsenden Fremd- und Fachsprachenbedarfen letzter Jahrzehnte ist eine ständige Begriffserweiterung des alten Terminus „Wirtschaftsdeutsch“ wahrzunehmen. Im Zuge der Reformierung (und Relativierung!) der alttradierten Sonderstellung des fachsprachlich-berufsbezogenen FSU fand auch eine Revidierung der Lehr- und Lernziele statt, welche die fachliche FS-Verwendung zu einer heutzutage grundlegenden Qualifikation in der akademischen Ausbildung werden lässt. Die zunehmende Vernetzung verschiedener beruflicher Kommunikations- und Handlungsbereiche hat auch die intensive Verwendung einiger Kommunikationsmittel und -formen zu Ungunsten anderer sowie die Einführung neuer bewirkt.

Mit Buhlmann/Fearns [2000: 9] sind die dabei anvisierten „Denk- und Mitteilungsstrukturen“ als eine komplexe, vielstufige und facettenreiche logisch-kommunikative Grundlage unterschiedlicher fachlicher und berufssprachlicher Gebrauchsformen (und –sparten) aufzufassen. Darin besteht bis zuletzt das Wesen des (einst so wenig als „anmutige Gegend“ verstandenen) Fremdsprachgebrauchs (für gelderwerbliche Zwecke). Seit den 90er Jahren kam somit auch die Frage auf, ob die *Geschäftsbrieife* im E-Mail-Zeitalter und bei online verfügbarer Wissensaneignung noch die Betrachtung und die Analyse wert seien [Zahno 2003: 1 und 2]. Bei Behandlung des Themas *Geschäftsbrieife* ist im vorliegenden Diskussionskontext mit einem besonderen Zusammenspiel von facheigenen und fremd- und fachsprachlichen Kenntnissen und Spezifika zu rechnen. Diesem ist etwas Aufmerksamkeit zu schenken, da die Didaktik ständig auf die den Lehrenden und Lernenden eigene Schwierigkeiten hinweist: Einerseits geht es um die schon anerkannte Möglichkeit (in gewissen Grenzen) berufsbezogene Kenntnisse auf niedrigeren Könnensniveaus zu vermitteln [Quetz 2002: 47]. Andererseits besteht das so genannte Gefälle zwischen

den Deutsch-Lehrenden und ihren Lernenden darin, dass die ersten auch Fachinhalte vermitteln (können/müssen!), die letzteren sich oft mit der fremd- und fachsprachlichen Bekleidungsform der fachlichen Sachverhalte konfrontieren [Buhlmann/Fearns 2000: 155-157].

2. Wirtschaftsdeutsch und die "Handlungsfähigkeit im Fach"

Zum Unterschied von den sprachlichen Erscheinungen des naturwissenschaftlich-technischen Bereichs befinden sich die wirtschaftssprachlich-berufsbezogenen, auf dem Hintergrund des Studienbegleitenden DU, auf niedrigeren Abstraktionsstufen, wo der Zwang der Terminologisierung kleiner ist und wo die Palette der beruflichen Interaktionsmöglichkeiten weit umfassender zu sein scheint. Der briefliche *Geschäftsverkehr* wird immer mehr von anderen Mitteilungskanälen konkurriert, trotzdem behält er seine linguistisch-didaktische Relevanz. Im fachorientierten DU gehört die Behandlung der Geschäftsbriefe in den umfassenderen Rahmen des funktionalen Schreibens, das aber nicht eine bloße Basis für die Aneignung eines vorwiegend kognitiven Wissens bleiben soll [Constantinescu 2002: 169-170]. So nimmt es nicht Wunder, wenn die Textsorte *Geschäftsbrief* mit ihren (von der Geschäftslogik her bestimmten) Unterarten in einer FaSU-spezifischer sprachlicher Sensibilisierung mit den L2-Fertigkeiten sowie mit dem gegebenen Fachinhalt zu einer „wirkenden Geschichte“ einhergeht.

In der Übertragung fundamentaler Prinzipien des FaSU auf den Bereich der Wirtschaft und des Wirtschaftsdeutschen lassen sich theoretische Erwägungen und praktische Vorgehensweisen für sprachliche Handlung(en) aufzeigen. Wie eigentlich im gesamten FaSU geht es im Bereich der Geschäftskorrespondenz nicht so sehr um "Geläufigkeit und Flüssigkeit", sondern vielmehr um "Präzision, Differenzierung und Ökonomie", meinen Buhlmann/Fearns [2000]. Desgleichen ist die "native speaker-competence" längst nicht mehr prioritär. Im anvisierten Sprachgebrauch ist mit den Sprachstrukturen eigentlich die Gestaltung von „Kommunikationsereignissen und plausiblen Interaktionen“ wichtig, wie die gegenwärtige Didaktik hervorhebt. Bei Gewichtung rezeptiver und produktiver Fertigkeiten wird immer öfter der Terminus "kommunikative sprachliche Handlung" /KSH erwähnt. Laut Krumm [2001: 6-8] gehe es hierzu eigentlich um eine Gruppierung kleinerer sprachlicher Tätigkeiten, die in ihrer Bündelung womöglich angemessen den firmenüblichen Kommunikationsrhythmus wiedergeben.

3. Zum didaktischen Stellenwert der Geschäftsbriefe

Für diejenigen, die das Flair des Geschäftsbriefes erkannt haben wollen, hat man hierzu mit einem geschäftlich-professionell anmutenden Text mit festen und komplizierten Konventionen zu tun, die nur der Fachmann des Bereichs begreift... . In der Fachdidaktik, die seit den 90er Jahren vergangenen Jahrzehntes den textlinguistischen Beschreibungskriterien Rechnung trägt, sieht den Geschäftsbrief als

tradiertes Textmuster nonfiktionaler (oder Gebrauchs-)Texte in der außerbetrieblichen Kommunikation, die vorwiegend auf Transaktionen (Kauf-Verkauf) ausgerichtet sind. Der Auffächerung entspricht im Geschäftsalltag eine Fülle von vorherrschenden Kommunikationsabsichten auf allen Geschäftsabwicklungsstufen [Constantinescu 2002: 170]: Im Angebotsbereich gibt es z.B. das freibleibende, das Festangebot, das wiederholte und das abgelehnte, das (un)befristete und das Gegenangebot.

In den curricularen Richtlinien für den wirtschaftsbezogenen FaSU gehört diese Textsorte in eine Textkategorie mit kommunikativen und sprachlernbezogenen Einengungen und möglichen Restriktionen. Angesichts heutiger übersichtlicher Kann-Beschreibung und Detaillierung der Lernziele sehen Müller u.a [2002] eine Vielfalt von etwa 160 Texten vor, von denen aber nur etwa 30-34 brauchbare Geschäftsbriefe sind. Dabei soll die in *Profile Deutsch 2002* statuierte Vorhersehbarkeit der Sprach- und Denkstrukturen ein übersichtliches Kriterienbündel zur Verfügung stellen. Die pragmatische Rolle dieser Textsorte kann auf dem Hintergrund einer verdeutlichenden, stufenweise erfolgenden Ableitung der Komponenten des allgemeinen Kommunikationsmodells verstanden werden: Mit Fearn's [1999] gewinnt man Einsicht darin, dass die Vermittlung der FS/FaS größtenteils die realen Gegebenheiten im Firmenalltag widerspiegeln soll. Das bedeutet für die Behandlung der Geschäftsbriefe: Auswahl und Einsatz der Lehrwerke/der Unterrichtsmaterialien in Relation mit dem Könnensniveau und den beruflichen Interessen/Aussichten der Lernergruppen (die aber manchmal angesichts der konkreten Arbeitsmarktbedingungen divergieren können!). Gegenüber den schematischen, nicht wortreichen Textvarianten und der restringierten (reproduktiven und produktiven) Textarbeit für A2-Lerner (mit Bezug auf layoutmäßige und pragmatische Konventionen, auf einfache Texterkennungs- und -ergänzungsarbeit), können für B1-Lerner eine größere Auswahl an Texten und kompliziertere Arbeitstechniken in Anspruch genommen werden [Müller u. a. 2002: 162-164; Constantinescu 2002: 173].

Für die rumänischen Deutschlernenden (die meisten L2-Lerner im *studienbegleitenden DU-* Fremd- und Fachsprachenunterricht), die sich laut des rumänischen "Rahmen-Curriculums" [2004-2005: 13-15] im Allgemeinen auf A2-B1-Niveau befinden, können z.B. - laut vorhandenen Profilierungen - folgende Lernziele und Kompetenzen in 2 der 3 wichtigen Sprachhandlungsbereichen berücksichtigt werden. Für A2 gelten → im A) Sprachhandlungsbereich "Reproduktiv": das Verstehen wichtiger Details in Vertragstexten (Preise, Gültigkeit) und Standardbriefen (Routine-Briefe, Lieferanzeigen, einfache Rechnungen); im B) Produktiv: Brieftexte verfassen durch die Kombinatorik der „Textbausteine“/vorgegebener Elemente in gesteuerter Textproduktion; einfache Arbeitstechniken (Konstanten, Textaufbau, interkulturelle Aspekte). Dagegen können für B1 gelten → im A) Sprachhandlungsbereich Reproduktiv: Produktbeschreibungen, einfache Standardbriefe (Firmennachweis), Firmenprofile, Prospekte, Bezüge auf wesentliche Vertragsaspekte; im B) Produktiv: Produktbewertung aufgrund einer Pressemitteilung; gesteuerte Textproduktion (mit Realisierung von Handlungsketten), z.T. Simulationen.

4. Zwischen Geschäft und FaSU

Zum Komplex Fachkontexte / Fertigkeiten / Kommunikationssequenzen (Verkettung von KSH) hebt die Didaktik verschiedene Herangehensarten hervor, die mit dem A2-, aber verstärkt angefangen mit dem B1-Niveau grundsätzlich Folgendes bezwecken: a) die Kenntnis der Rolle der Textsorte Geschäftsbrief in der beruflichen Kommunikation; b) die Fähigkeit gewisse landeskundliche, vom Kommunikationsstil bestimmte Aspekte zu identifizieren: layoutmäßige Eigenarten, pragmatische Konventionen, rechtliche Aspekte/das Problem der Verbindlichkeit, z.B. mit Bezug auch auf die restriktiven Klauseln im freibleibenden Angebot, terminologische Aspekte (z. B. die formelhaften "Incoterms"); c) die Fähigkeit gewisse diskursive und argumentative Strukturen in verschiedenen Briefarten zu identifizieren (z. B. Feststellung einer Briefart auf einer bestimmten Stufe der schriftlichen Geschäftskommunikation); d) Fertigkeit auch teilweise kommunikative Sequenzen zu realisieren um berufsadäquat zu reagieren (z. B. Beantwortung einer Anfrage, Bestimmung der darauf folgenden Etappen/der folgenden Briefarten);

Einige der praktizierten/verwendbaren Übungsformen führen zur Herausbildung der "study skills", die angesichts der heutigen studiumsbezogenen und beruflichen Anforderungen eine wachsende Rolle spielen (ihrerseits auf eine langfristige interdisziplinäre Aufgabenerfüllung und Lernautonomie zielend). Hierzu geht es um bestimmte Techniken, inhaltliche und/oder formale Informationen zu identifizieren-selektieren – ergänzen – ordnen – überprüfen - vergleichen usw. Es geht um einige bekannte Übungsmöglichkeiten auf Gesamttext-, Satz-, aber auch auf Wortebene (hierzu Ausdrucksvariation - Synonymie, Antonymie, Kollokationen usw.). Im Textbeispiel weiter unten unter ANLAGE [Leca/Constantinescu 2004], einem Festangebot, kann man z.B. die durcheinander gewürfelten Textteile/Großabschnitte („Textbausteine“) in die richtige Ordnung bringen (Anschriften, Betreffzeile, Anlage, Schlussformel). So erklärt sich, weshalb Bereichspraktiker [Müller u.a. 2002: 48-50; Neumayer 2006: 17; Sturtz 2007] auf die Vernetzung/Verkettung erkennbarer Textteile insistieren und weshalb die Erkennung der logischen Textstruktur (Anordnung der Textbausteine und verbalisierter "Kommunikationsverfahren") auf B1-Stufe an Bedeutung gewinnen [Beispiele auch in Mihalciuc u. a. 2009].

Man darf auch auf A2-Niveau erwarten, dass das Verb "anbieten" eine längere Umweg-Formulierung vom Typ "...möchten wir Ihnen folgendes Angebot machen" sinngemäß mit Hilfe der Wortfamilie ersetzen kann. Oder: Mit Hilfe der mitgegebenen bedeutungsähnlichen Ausdrücke in Auswahl-Antwort- sowie Ergänzungsübungen (z.B. mit Verben) kann man die Lerner zur allmählichen Bewusstmachung der Ausdrücke "Skonto gewähren" (nicht geben!) / "einen Auftrag erteilen" (nicht machen!) gegenüber "eine Bestellung machen(!)" verhelfen. Es wird aber keine deutschsprachige Ersetzung der englischen "Incoterms"-Formeln erwartet, auch wenn z.B. "F.O.B./engl. "Free on Board" fast ähnlich der deutschen Variante "Frei an Bord" lautet.

Auf Anfängerstufe könnte man sich ebenfalls mit einigen Fragen der impliziten Sprachhandlungen beschäftigen. Im Briefanfang des oben erwähnten Briefmusters/ unten unter ANLAGE: „schönen Dank für Ihren Brief vom 25. d. M. und Ihr Interesse an

einer Geschäftsverbindung mit unserem Haus. Wie telefonisch angekündigt, erhalten Sie heute unser ausführliches Festangebot.“, lässt sich z.B. bestimmen, ob das Angebot (nicht)verlangt/fest oder freibleibend ist, da ein vorhergehendes Telefonat zwecks Informationseinholung angeführt wird.

Auf höherer Stufe erwartet man die In-Beziehung-Setzung des Begriffs Festangebot mit der damit entsprechenden Bestimmung (“Das Angebot ist gültig offen/bis...“), mit Restriktionsklauseln (z.B. “solange die Preise unverändert bleiben“).

Andererseits stellt sich seit längerer Zeit die Frage nach der Vereinfachung eines Fachtextes zur Sicherung bestimmter Lernleistungen, was sich dann aber auf die Konfrontation mit einem Originaltext auswirken kann [Standpunkte in Funk 1992]. Hierzu ist auch erwähnenswert, dass manchmal in den so üblich heterogen gebildeten Studiengruppen Lerner mit besseren Kenntnissen vorkommen, weshalb dann, unter den konkreten Rahmenbedingungen des DU die Binnendifferenzierung zur Geltung kommen soll.

Ohne auf die weit verzweigte Diskussion eingehen zu können ist erwähnenswert: Möglich ist ein systematisches Studium der wichtigsten Briefarten nach der Logik der Geschäftsabwicklung (aber!: kaum A2-B1-Lehrmaterialien, “didaktische Manipulierung als Ausweg?) oder/auch eine baukastenähnliche Behandlung in thematischen Lehrwerkskapiteln, wie z.B. für Fortgeschrittene [s. Colin 2000: 118-128]. Hierzu ist eine *textsortenwechselartige* “Inszenierung“ der Geschäftsabwicklung erdenklich:

1. Vom Telefonat (anfrageartige Informationseinholung) ausgehend zum schriftlichen Angebot (mit/ohne Varianten), zur Bestellung und dann zur Lieferung, mit möglichen Störfällen.
2. Von einer Zeitungs-/ Werbeanzeige ausgehend, zur Anfrage, zum Angebot/ Angebotsvarianten, z.B. dem Gegenangebot [Leca/Constantinescu, 2004: 239-240].

5. “Edel sei der Geschäftsbrief, hilfreich und wirksam“

Fachleute des Bereichs bezeichnen das berufliche Schreiben als eine Art werbewirksame Visitenkarte, als Bestandteil des “Corporate Designs“ und somit der Unternehmensidentität [Wypijeski 1992: 19 und 28; Sturtz 2007: 42 und 77]. Auf B1-Stufe ist es möglich/angebracht, auf einige (auffällige) linguistisch-pragmatische Gestaltungsaspekte: ganz besonders Briefanfang und Abschlussformel [s. Tellmann 2006; Sturtz 2007], Höflichkeitsformeln (die unendliche Geschichte des schon antiquierten“Hochachtungsvoll“, das sonderbarerweise noch gelegentlich in Boelcke u. a. 2001 vorkommt, aber auch die immer verkürzteren „Grüße“), die “Wiritis“, die “Substantivitis“ und den “Positivstil“ usw.) einzugehen, die manchmal mit den fachlichen Inhalten zusammenhängen.

Wenn Stil im Geschäftsbriefbereich Angemessenheit und Zweckmäßigkeit der Ausdrucksweise beinhaltet, hebt man die Empfängerorientierung z.B. durch *dialogisierte Strukturen* (Fragesätze) zur Dynamisierung der Formulierung und

Vermeidung /möglich Spaltung verschnörkelter Konstruktionen [Deutscher 2008; besonders Schmidt 2004: 61]:

“Wir bitten Sie, uns mitzuteilen, wann Sie uns die Ware liefern können“ → “ Können Sie uns die Ware bis... liefern?“; oder:

“Wenn Sie uns denselben Preis machen könnten, könnten wir 10 St bestellen“→ “Könnten Sie uns denselben Preis machen? Dann könnten wir ...“).

Selbstverständlich sind auch schwerfällige *Substantivierungen* eine grammatisch-stilistische “Kraftprobe“, wie z.B.:

“Wir können jetzt von Ihrem Angebot keinen Gebrauch machen“→ “Wir können Ihr Angebot nicht gebrauchen“; oder: “Es ist uns eine große Freude,...“→ “Es freut uns,...“. Manchmal werden *Verblisten für Grundabsichten* im Sinne einer marktgerechten Haltung und besonders zur Vermeidung des “Wir“-Stils vorgeschlagen [Schmidt 2004: 48]:

“Als Anlage senden wir Ihnen...“→. “In der Anlage finden Sie...“; oder:

“Wir gewähren Ihnen Ratenzahlung“→ “Sie können mit Ratenzahlung rechnen/in Raten zahlen“.

Zwecks *Verständlichkeit* ist auch auf die so genannten “Killerphrasen“ mittels undeutlicher Partizipien zu achten. Zum vorgeschlagenen “Check-Kode“ gehören vor allem Eingangs- und Endformulierungen wie z.B. “Bezugnehmend auf Ihren Brief...“ / “Beigelegt übersenden wir Ihnen“ (!) / “Ihr Schreiben ist dankend bei uns eingegangen“(!). Weitere Schwierigkeiten bereiten die erweiterten *Attribute*, bei aller raum- und sprachparender Funktion: z.B. “Die von Ihnen für den Export nach Indonesien bestimmten Turbinen“ [Boelcke u. a. 2001: 127]. Es gilt zu bestimmen, was primär ist: die Fachinformation oder/auch die verständliche Formulierung.

Ein Geschäftsbrief ist “Botschaft und Botschafter in einem“. Der *Positivstil* ist angebracht und man sollte “leidende und bedauernde“ Ausdrücke möglicherweise vermeiden: “es ist leider unumgänglich“/ “bedauerlicherweise“. Man achte aber auf den Einsatz zwecks Nachdruck und Stellungnahme, z.B. in Beschwerden und Mahnungen. Interessant ist die manchmal suggerierte Umkehrung der negativen Perspektive in eine (anscheinend!) bejahende: z.B.

“Leider sind unsere Lieferpreise wieder gestiegen und wir können nicht...“→ “Obwohl unsere Lieferpreise wieder gestiegen sind, können wir noch...“; oder:

“Leider haben wir zur Kenntnis genommen, dass Sie über...unzufrieden sind...“ → “Danke für Ihre Mahnung. Ihre Unzufriedenheit ist für uns ein Problem...“ [Neumayer 2006: 29]. Abschließend noch ein Verweis auf die “Würze der Kürze“: Auf dem knappen Raum der E-Mails als neuer Bekleidungsform der geschäftlichen Mitteilungen ist die ökonomische Formulierung und die dabei resultierende sprachliche Vereinfachung/Reduzierung noch stringenter [Jung 1999-2000; Neumayer 2006; Sturtz 2007; Mihalciuc u. a. 2009- Kap. 14].

Rück- und ausblickend ist festzuhalten: In einem Handlungsbereich, in dem die Geschäftsabwicklung eine dialogische Kommunikation in Abwesenheit des realen Dialogs darstellt, ist es für die Fremd- und Fachsprachenlerner eine lohnende (wenn auch keine leichte) Aufgabe über den geschäftlichen Briefverkehr Einsicht in

gedankliche und sprachliche Spielräume außerbetrieblicher Kommunikation zu erhalten.

Literatur

1. Boelcke, J., Ch. Carrère, B. Straub und P. Thiele. 2001. *Corespondență comercială în limba germană* (Übersetzung ins Rum. v. A. Bărbulescu). București: Niculescu.
2. Buhlmann, R. und A. Fearn. 2000. *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*. Tübingen: G. Narr.
3. Colin, C. 2000. *Unternehmen Deutsch*. Neubearbeitung. London: Chancerel.
4. Constantinescu, L. 2002. "Geschäftsbrief und Argumentation", in *Kronstädter Beiträge zur germanistischen Forschung*, hrsg. von C.E. Puchianu, Bd. 4. Brașov: Aldus, S. 169-184.
5. Fearn, A. 1999. "Curricula für fach- und berufssprachlich orientierte Wirtschaftsdeutschkurse", in *Alternative Vermittlungsmethoden und Lernformen auf dem Prüfstand. Materialien Deutsch als Fremdsprache*, hrsg. von H. Barkowski und A. Wolf, Nr. 52. Regensburg, S. 240-254.
6. Funk, H. 1992. "Berufsbezogener DU", in *Fremdsprache Deutsch* (Sonderheft), S. 4-14.
7. Leca, D. und L. Constantinescu. 2004. *Limba germană pentru afaceri*. Iași: Polirom.
8. Mihalciuc, M., L. Constantinescu und L. Mureșan. 2009. *Geschäftskommunikation. Briefe rumänisch-deutsch*. București: Oscar Print.
9. Krumm, H. J. 2001. "Die sprachlichen Fertigkeiten: isoliert-kombiniert?" in *Fremdsprache Deutsch*, Heft 24, S. 5-12.
10. Müller, M., M. Glaboniat u. a. 2002. *Profile Deutsch 2.0*. München: Langenscheidt.
11. Neumayer, G. 2006. *Praxismappe für überzeugende Geschäftsbriefe*. Frankfurt/Main: Eichborn.
12. Quetz, J. 2002. "Lerninziele und Lerninhalte", in *Neue Sprachen lehren und lernen*, hrsg. von J. Quetz und G. von der Handt. Bielefeld: Bertelsmann, S. 30-48.
13. *Rahmencurriculum für den studienbegleitenden Deutschunterricht in Rumänien. Ein Projekt im Rahmen des Stabilitätspaktes für Südosteuropa (RaCu-2004)*. Autorenkollektiv unter Koord. von S. Stănescu (Manuskript). Universität Bukarest und GI București.
14. Schmidt, R. 2004. *Geschäftskorrespondenz. Korrekt, präzise und empfangenorientiert*. Berlin: Cornelsen Scriptor.
15. Sturtz, P. 2007. *Perfekte Geschäftsbriefe und E-Mails*. Freiburg i. Br.: R. Haufe.
16. Wypijeski, W. 1992. *Kreativ Briefe schreiben*. München: Orbis.

Webographie

1. Deutscher, E. 2008. "Klare Gedanken, klare Struktur, klare Texte", in <http://www.wirtschaftsdeutsch.de/materialboerse/arbeitsblatt-korrespondenz-1.pdf> [Jan. 2009].
2. Jung, M. 1999-2000. "Geschäftliche E-Mails". Artikelserie in 10 Folgen, in *Forum Wirtschaftsdeutsch. Lehr- und Lernhilfen für den berufsbezogenen Deutschunterricht*, I.I.K. Düsseldorf, <http://www.wirtschaftsdeutsch.de/materialboerse/emails.php3> [Dez. 2008].
3. Tellmann, U. 2006. "Anrede- und Schlussformeln im E-Mail- und Briefverkehr, Standardformulierungen und Alternativen, korrekte Anredeformeln für Amtsträger", Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf / IIK, in <http://www.iik-duesseldorf.de/materialboerse/ueberblick> [Dez. 2008].
4. Zahno, G. 2003. "Einführung in die Geschäftskorrespondenz", in <http://www.zahno2ch/lernen/material/korrespondenz.pdf> S. 1-9 [Jan. 2009].

ANLAGE : Musterbrief *Angebot*

<p>Höhner // Ihr leistungsstarker M-Form-Partner - GmbH Möbelvertrieb – Import Kampstr. 36</p> <p>32584 Löhne-Gohfeld Tel.: 05731/7884-0; Fax: 05731/7884-84</p> <hr/> <p>EINRICHTUNGSHAUS MÜHLMAYER•GmbH Frau Annelies Dürrschmid Am Sportplatz 2 33094 Langelshelm</p> <p style="text-align: right;">Löhne-Gohfeld, 29. 01. 2002</p> <p>Angebot: Kundensessel und Spiegel</p> <p>Sehr geehrte Frau Dürrschmid,</p> <p>schönen Dank für Ihren Brief vom 25. d.M. und Ihr Interesse an einer Geschäftsverbindung mit unserem Haus. Wie telefonisch angekündigt, erhalten Sie heute unser ausführliches Festangebot. Wir bieten Ihnen unsere Möbel wie folgt an:</p> <table> <tr> <td>- 4 Kundensessel „Comfort“ à</td> <td>€ 650,--</td> </tr> <tr> <td>Farbe: Schwarz, Holz: Federkorb</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Katalogposten: Af. 253 – Sonderpreis:</td> <td>€ 2 240,--</td> </tr> <tr> <td>- 4 gerahmte Großwandspiegel à</td> <td>€ 525,--</td> </tr> <tr> <td>Größe: 1,5 x 2 m;</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Katalogposten: Uw. 199 – Sonderpreis:</td> <td>€ 1768,--</td> </tr> <tr> <td>Gesamtbetrag- inkl :15 % MwST:</td> <td>€ <u>4 609,20</u></td> </tr> </table> <p>Die Lieferung erfolgt frei Haus. Die Lieferzeit beträgt 2 Wochen nach Auftragsbestätigung. Bei Zahlung innerhalb von 14 Tagen gewähren wir Ihnen 3 % Skonto. Sie können auch in 30 Tagen ohne Abzug zahlen. Im Übrigen gelten unsere Verkaufs- und Lieferbedingungen, die wir diesem Angebot beifügen. Dieses Angebot gilt bis zum 31.2. d. J. Schon heute freuen wir uns auf Ihre Bestellung.</p> <p>Mit freundlichem Gruß</p> <p>ppa. R. Holzgruber</p> <p><u>Anlage</u> Allgemeine Verkaufs- und Lieferbedingungen 2002</p>		- 4 Kundensessel „Comfort“ à	€ 650,--	Farbe: Schwarz, Holz: Federkorb		Katalogposten: Af. 253 – Sonderpreis:	€ 2 240,--	- 4 gerahmte Großwandspiegel à	€ 525,--	Größe: 1,5 x 2 m;		Katalogposten: Uw. 199 – Sonderpreis:	€ 1768,--	Gesamtbetrag- inkl :15 % MwST:	€ <u>4 609,20</u>
- 4 Kundensessel „Comfort“ à	€ 650,--														
Farbe: Schwarz, Holz: Federkorb															
Katalogposten: Af. 253 – Sonderpreis:	€ 2 240,--														
- 4 gerahmte Großwandspiegel à	€ 525,--														
Größe: 1,5 x 2 m;															
Katalogposten: Uw. 199 – Sonderpreis:	€ 1768,--														
Gesamtbetrag- inkl :15 % MwST:	€ <u>4 609,20</u>														