



## Korrespondenz optimieren

---

Frische, verständliche und freundliche Texte

# Fühlen sich alle bei Ihnen gut aufgehoben?

Jeder Kontakt ist ein Augenblick der Wahrheit. Hier zeigt sich täglich, wie ernsthaft und nachhaltig Sie Ihr Handeln an der Denk- und Sprechweise Ihrer Kund\*innen ausrichten. Und gerade die Korrespondenz spielt hier eine besondere Rolle:

**Sie ist immer auch Werbung in eigener Sache.**

**Die Ziele sind klar:** verstanden werden, Botschaften klar platzieren, einen frischen und freundlichen Eindruck hinterlassen. Besonders der letzte, von Empathie getragene Aspekt – das „schriftliche Lächeln“ – ist wichtig, um dauerhaft für vertrauensvolle Beziehungen zu den eigenen Kund\*innen zu sorgen.

**Und die gute Nachricht ist: Schreiben ist ein Handwerk.**

Mit wenigen, überlegt eingesetzten Werkzeugen lässt sich bereits eine große Wirkung erzielen.



Andreas Schielke

Senior Consultant und Trainer  
imug | research



---

Wir bieten alle Trainings auch online an.

---

## Ziel:

Lust auf den neuen Schreibstil.

## Ein „Online-Training“

in Sequenzen, verteilt auf 3 Termine mit ca. 1,5 – 2 Stunden, idealerweise im Wochenrhythmus.

Auch die ganztägige Ausführung ist möglich.

## In interaktiven Übungen ...

werden die wichtigsten Aspekte der frischen Sprache spielerisch und positiv aufgeschlossen. Auch für individuelle Fragen ist Zeit.

## Intensives Lernen

mit 8 – 10 Teilnehmenden.

# Werkzeuge gezielt einsetzen

Wir haben im imug auf der Basis vielfältiger Erfahrungen ein Bündel von Maßnahmen entwickelt, das – in einzelnen Schritten oder als Ganzes – die Korrespondenz in Unternehmen entscheidend verbessern kann.

Für alle imug-Maßnahmen gilt: Sie werden für unsere Auftraggeber maßgeschneidert. Jedes Modul erhält eine individuelle Konzeption, die sich nach dem aktuellen Bedarf ausrichtet. Ziel ist dabei immer, wirksame Hilfestellungen für die tägliche Praxis zu bieten.

Unser **modulares System** besteht aus 5 Komponenten:

KORRESPONDENZ ANALYSIEREN S. 4

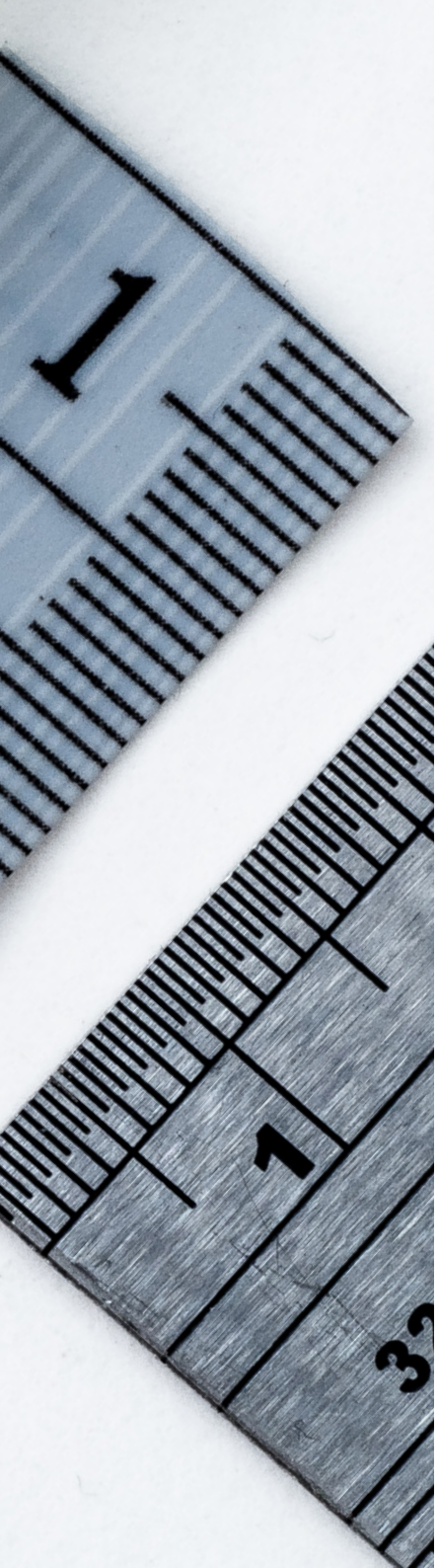
STANDARDS DEFINIEREN S. 5

TEXTE ÜBERARBEITEN S. 5

MITARBEITENDE QUALIFIZIEREN S. 6 – 10

QUALITÄT SICHERSTELLEN S. 11





# KLARE KRITERIEN

FÜR IHRE KORRESPONDENZ  
AN DER PRAXIS AUSGERICHTET

## Korrespondenz analysieren Eine Schriftgutanalyse erstellen

In einer **Schriftgutanalyse** werden exemplarisch zusammengestellte Schreiben dahingehend analysiert, ob sie kundenorientiert, zeitgemäß und wertschätzend sind. Ziel dabei: Eine Standortbestimmung und Ansatzpunkte für eine Optimierung. Diese Analyse ist die Grundlage für alle weiteren Maßnahmen.

**Optional:** Gemeinsame Auswertung in einem (Online-)Workshop. Hier Können die Grundzüge für einen Schreibstandard festgelegt werden. Und Skeptiker innerhalb des Unternehmens werden durch eine punktgenaue Standortbestimmung überzeugt.

### GUT LESBAR

Sind die Texte sprachlich richtig oder fehlerhaft?

Sorgt die Gliederung für leichte Lesbarkeit?

Werden Akzente gesetzt – etwa durch Hervorhebungen?

## Standards definieren

### Ein Handbuch konzipieren

Ein kurzes, praxisbezogenes **Handbuch** enthält alle Aspekte moderner Korrespondenz – auf der Basis der täglichen Arbeit. Es enthält viele Praxistipps und wird mit Vorher-Nachher-Beispielen konkretisiert, so dass das Handbuch zu einer nützlichen Arbeitshilfe für die Korrespondenz wird.

Der Workshop zur Präsentation der Analyse kann dazu genutzt werden, um Grundzüge der Korrespondenz zu diskutieren, Schwerpunkte festzulegen und **Leitlinien**, die zum Unternehmen passen, zu erarbeiten. Diese wesentlichen Elemente, die den “Stil des Hauses“ ausmachen, sind dann die inhaltliche Grundlinie des Handbuchs.

## Texte überarbeiten

### Schriftstücke exemplarisch optimieren

imug **überarbeitet** exemplarisch Briefe, E-Mails und Textbausteine. Diese können intern als Referenzschreiben verwendet werden, um den neuen Stil zu demonstrieren.

Für die Auswahl der Vorlagen können verschiedene Kriterien herangezogen werden, z. B.

- ▶ Wie häufig werden die Vorlagen genutzt?
- ▶ Welche Themen haben die größte Bedeutung?
- ▶ Welche Kontaktanlässe sind besonders herausfordernd?

## FRISCHER STIL

Wird auf Nominalstil verzichtet?  
Bevorzugt mit Verben gearbeitet?

Ist die Wortwahl frisch?  
Oder finden sich noch Floskeln,  
Fachtermini, Behördensprache?

## KLARE BOTSCHAFTEN

Sind die Botschaften klar  
und gut verständlich?  
Und zwar möglichst aktivierend  
und positiv?

Wird der Nutzen  
für die Adressaten deutlich?

Funktioniert der Betreff?

## AM MENSCHEN AUSGERICHTET

Steht das „Sie“ im Mittelpunkt?

Ist die Atmosphäre wertschätzend,  
freundlich und lebendig?

Wird Verständnis gezeigt und  
zielgerichtet beraten?

Ist ein selbstbewusster Umgang mit  
Fehlern deutlich („Fehlerkultur“)?



# Mitarbeitende qualifizieren

## Schreibwerkstätten

Schreiben ist Handwerk. Und lässt sich daher gut trainieren. Unsere **Schreibwerkstätten** setzen hier an: Sie wenden sich an Mitarbeitende, die individuell Briefe und E-Mails versenden. An konkreten Beispielen wird erarbeitet, wie die Schriftkommunikation kundenorientiert gestaltet werden kann. Wichtig dabei: die Nähe zur täglichen Praxis.

Wir arbeiten in den Trainings mit Originalvorlagen und richten danach die Schreibwerkstatt aus. Die Teilnehmenden können gern auch eigene Texte in das Training mitbringen.

### Mögliche Inhalte:

#### Grundlagen der Schriftkommunikation

- ▶ Den richtigen Kommunikationskanal wählen
- ▶ Ziele und Erfolgsfaktoren in der Korrespondenz
- ▶ Für Leser\*innen texten: Für Struktur sorgen
- ▶ E-Mails zielgerichtet einsetzen

#### Auf den Punkt kommen

- ▶ Den Sachverhalt in der Sprache der Kund\*innen schlüssig erläutern
- ▶ Botschaften prägnant gestalten
- ▶ Inhalte passgenau zuschneiden
- ▶ Lösungen selbstbewusst, aber kundenorientiert vertreten
- ▶ Mit dem Nutzen argumentieren

#### Frische Sprache

- ▶ Moderne Einstiege und Abschlüsse
- ▶ Dem Schriftdeutsch entkommen: Texte erfolgreich vereinfachen
- ▶ Verben in den Mittelpunkt stellen
- ▶ Floskeln und Behördensprache ersetzen

#### Menschen in den Mittelpunkt stellen

- ▶ Aktiv die Kundenbeziehung managen
- ▶ Schriftlich lächeln
- ▶ Die Sie-Ansprache nutzen
- ▶ Empathie deutlich machen
- ▶ Schlechte Nachrichten „einpacken“
- ▶ Win-win-anstreben

# Mitarbeitende qualifizieren

## Aufbau-Werkstatt: Refresher und Vertiefung

**Aufbau-Werkstätten** richten sich an Mitarbeitende, die am Basis-Training „Schreibwerkstatt“ teilgenommen haben oder über eine langjährige, intensive Schreibpraxis in der Korrespondenz verfügen. Hier ist das Ziel, die persönlichen Schreibkompetenzen zu erweitern und auch komplexere Anliegen souverän zu kommunizieren.

In diesem Training können Inhalte wiederholt und vertieft, aber auch auf besondere Anforderungen angewendet werden (z.B. im Forderungsmanagement, bei Beschwerden oder im Vertrieb). Die Struktur dieses Trainings ist entsprechend offener und arbeitet mit einem „Best-Practice-Ansatz“.

**Die Aufbauwerkstatt setzt an drei Punkten an:**

### Refresher

Zunächst werden Inhalte aus der Basis-Schreibwerkstatt aufgefrischt und erneut gesichert.

### Best Practice

Es folgt ein Austausch, der dazu dient, die tägliche Schreibpraxis zu befragen:

- ▶ Wie sind die Erfahrungen mit der neuen Schreibweise?
- ▶ Welche Elemente haben sich bewährt?
- ▶ Wo gibt es Schwierigkeiten?
- ▶ Welche Bedarfe sind bisher nicht abgedeckt?

### Deepening

Daran knüpft die Phase der Vertiefungen an. Sie hängen sehr stark vom Bedarf der Teilnehmenden ab und werden situativ eingesetzt.

**Themen können sein:**

- ▶ Gibt es Herausforderungen, die mit der Textsorte zusammenhängen (E-Mail, Social Media etc.)?
- ▶ Lassen sich Schreibansätze identifizieren, die gesondert betrachtet werden können (Beschwerden, Vertriebsansätze etc.)?
- ▶ Wie wirken die Texte aus der Perspektive der Lesenden (Empathie, Verständlichkeit, Gliederung, Prägnanz, Nutzenargumentation)?





# Mitarbeitende qualifizieren

## Beschwerde-Werkstatt

Kein Zweifel – Beschwerden werden heute als Chancen verstanden. Die Zeiten sind vorbei, dass Beschwerdeführende als Störenfriede wahrgenommen wurden, heute ist man dankbar für die Gelegenheit, die eigenen Prozesse und Services kritisch betrachten zu können. Und natürlich möchte man die Beziehung zu den Kund\*innen weiter stärken, wenn sie sich schon melden.

Die besondere Herausforderung dabei: Es geht nicht nur um die Sache, es sind immer auch Emotionen im Spiel. Hier sind echte Menschen gefragt. Daher sind Mitarbeitende das Herzstück eines exzellenten Beschwerdemanagements. In unserer maßgeschneiderten Beschwerde-Werkstatt bieten wir das nötige Handwerkszeug – oder frischen es wieder auf. Dabei werden alle Beschwerde-Kanäle in den Blick genommen – ob schriftlich oder am Telefon.

### Inhaltliche Schwerpunkte können sein:

#### Aktiv die Kunden- beziehung managen

- ▶ Beschwerde-Anlässe erkennen
- ▶ Empathie deutlich machen
- ▶ Wertschätzung demonstrieren:  
Einen Dialog unter Partnern und auf  
Augenhöhe führen

#### Frische Sprache – auch bei Beschwerden

- ▶ Den Sachverhalt in der Sprache der  
Kund\*innen schlüssig und prägnant  
erläutern
- ▶ Botschaften verständlich und  
freundlich transportieren
- ▶ Gezielt mit dem Vorteil argumentieren

#### Best Practice

- ▶ Win-win-anstreben
- ▶ Lösungen selbstbewusst, aber  
kundenorientiert vertreten
- ▶ Schlechte Nachrichten „verpacken“



# Mitarbeitende qualifizieren

## Rechtschreibtrainings

Die Regeln der deutschen Sprache haben in den letzten Jahren tiefgreifende Veränderungen erfahren. Dies führt dazu, dass auch bei Mitarbeitenden mit langjähriger Schreibpraxis die nötige Sicherheit in dieser Hinsicht nicht immer vorliegt. Hinzu kommen Anforderungen an einen zeitgemäßen Schreibstil, die auch formale Auswirkungen haben – z.B. beim Satzbau.

Ziel dieses **Rechtschreibtrainings** ist es, Sicherheit in der sprachlichen Richtigkeit zu vermitteln: Nur souverän geschriebene Texte erzielen eine gute Wirkung bei Adressat\*innen. Es wird methodisch ein Mix angewendet, bei dem auch die Freude am Lernen nicht zu kurz kommt.

### Themenschwerpunkte können sein:

---

- ▶ Rechtschreibung und Zeichensetzung
- ▶ Das Verb im Satz
- ▶ Substantivierungen, Groß- und Kleinschreibung, Getrennt- und Zusammenschreibung
- ▶ Besonderheiten der neuen Rechtschreibung
- ▶ Geschickt gendern
- ▶ DIN-Anforderungen





# Mitarbeitende qualifizieren

## Coachings

**Individuelle Coachings** sind eine gute Möglichkeit, erworbenes oder aufgefrischtes Wissen persönlich und zielgenau anzuwenden und zu sichern. Sie richten sich an Mitarbeitende, die an einem Training teilgenommen und häufig intensiven Kontakt mit Kund\*innen haben.

In einem dialogischen Verfahren werden die eigenen Kenntnisse reflektiert und ausgebaut. Die Mitarbeitenden erhalten unter vier Augen ein qualifiziertes Feedback zu ihrer Tätigkeit.

Dabei werden die Entwicklungsfelder, die Mitarbeitende für sich „entdeckt“ haben, durch eine valide Perspektive gespiegelt. Im Mittelpunkt steht dabei das Motto „Stärken stärken“. Zum Abschluss eines Coachings legen die Coachees ihre persönlichen konkreten Ziele gemeinsam mit dem Coach fest.

**Denkbar sind zwei Varianten, die miteinander kombinierbar sind:**

### Coachings am Arbeitsplatz

- ▶ Ca. 2 persönliche Termine, in denen situativ persönliche Entwicklungsfelder identifiziert und individuelle Schwerpunkte in den Blick genommen werden. Diese Termine sind für ca. 2,5 Stunden eingeplant und finden am besten direkt am Arbeitsplatz statt.
- ▶ Es können beide Textsorten ( Briefe und E-Mails ) in den Blick genommen werden – je nach persönlichem Schwerpunkt.

### Best Practice

- ▶ Gezieltes Feedback zu ausgewählten, von den Teilnehmenden im Vorfeld verfassten bzw. überarbeiteten Schreiben oder E-Mails. Diese Texte werden an den Coach übermittelt. Ein Feedback kann dann entweder ebenfalls per E-Mail oder auch telefonisch stattfinden. Die kalkulierte Arbeitszeit beträgt hier ca. eine Stunde.

**Wichtig:** Die tatsächliche Anzahl der Termine hängt vom individuellen Bedarf ab und kann daher situativ flexibel gehandhabt werden.

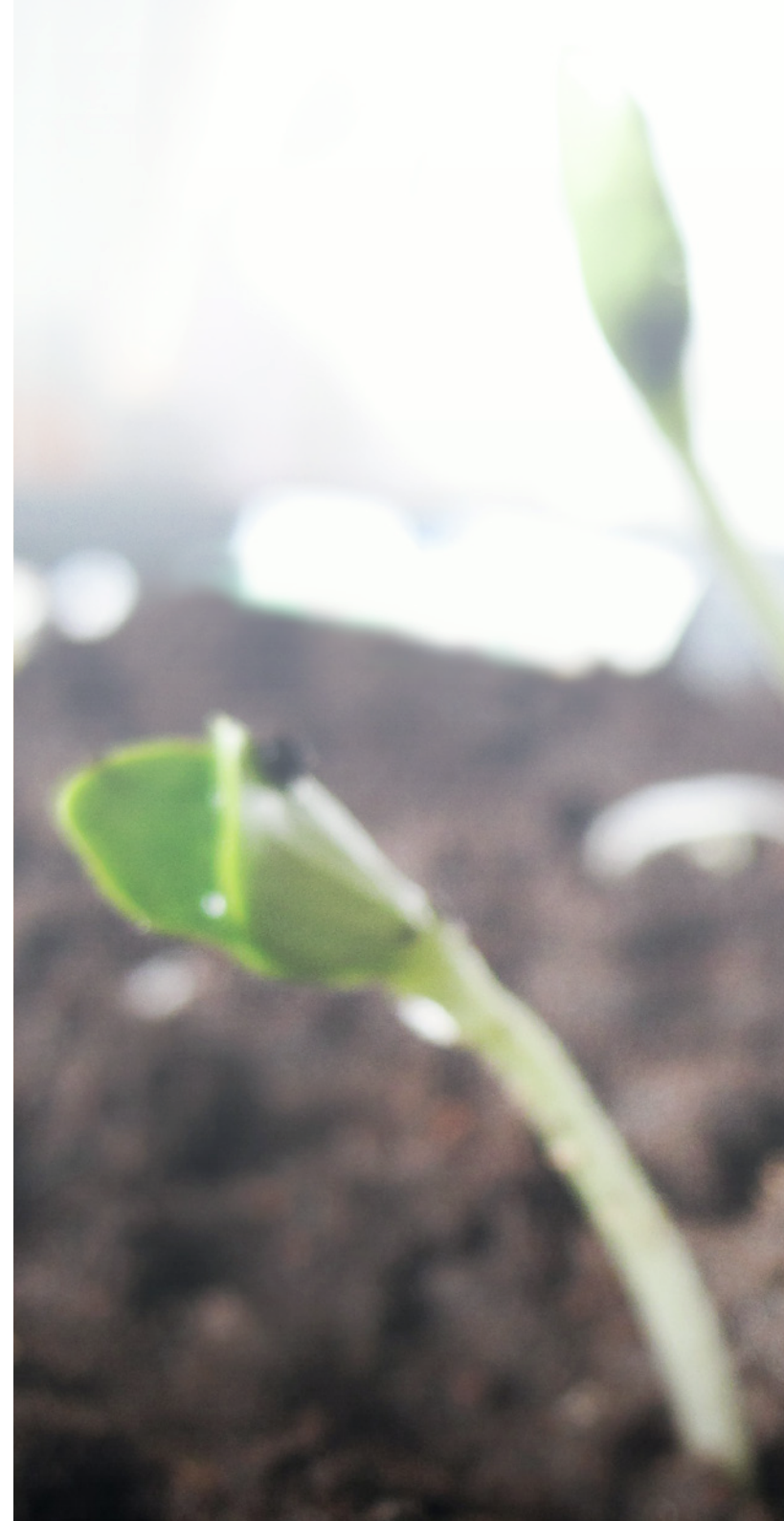
# Qualität sicherstellen

## Erfolge festhalten

Wenn die bisherigen Maßnahmen abgeschlossen und im Unternehmen implementiert sind, ist es sinnvoll, den Erfolg der Änderungen zu verstetigen.

### Dazu sind verschiedene Ansätze denkbar:

- ▶ Begleitend zu den Maßnahmen können zusätzliche **Materialien und Unterlagen** dazu dienen, die Präsenz und Akzeptanz der Inhalte zu erhöhen:
  - ▶ Newsletter mit „Tipps und Tricks“ – am besten monatlich
  - ▶ Ein Schreib-Wiki im Intranet
  - ▶ Gedruckte Materialien wie Aushänge, Schreibtischunterlagen etc.
  - ▶ Bildschirmschoner etc.
- ▶ Etwa 6 Monate nach den Schreibwerkstätten erhält imug ca. 20 Vorlagen, die aktuell im Einsatz sind. imug prüft, inwieweit die Vorlagen dem gewünschten Korrespondenzstil entsprechen, und erstellt einen kurzen **Ergebnisbericht**.
- ▶ Ergänzend kann mit einzelnen Mitarbeitenden, deren Arbeitsschwerpunkt im Bereich der Korrespondenz liegt, ein individuelles **Schreib-Coaching** durchgeführt werden. Dabei steht die detaillierte Arbeit an individuell verfassten Schreiben im Mittelpunkt. Die Mitarbeitenden erhalten ein wertschätzendes und qualifiziertes Feedback, das die persönlichen Stärken und Entwicklungsfelder aufzeigt.
- ▶ Denkbar sind auch **Best-Practice-Workshops** in kleinen Gruppen (ca. 3 Stunden), in denen spezielle Schreiben oder Themen vertieft und praxisnah in den Blick genommen werden.
- ▶ Alternativ sind **Aufbauwerkstätten** oder auch **Kundenbefragungen** möglich.



# Wer mit uns zusammenarbeitet: Korrespondenz, Training, Coaching.



# Kontakt

Lassen Sie uns zusammen überlegen, mit welchen Leistungen wir Sie passgenau unterstützen können. Ihre Fragen beantworten wir gerne – am Telefon, per E-Mail oder persönlich:



**Andreas Schielke**  
Senior Consultant und Trainer  
Tel +49 511 121 96 23  
Mail [schielke@imug.de](mailto:schielke@imug.de)



**imug**  
Beratungsgesellschaft mbH  
Postkamp 14a  
30159 Hannover  
web [www.imug.de](http://www.imug.de)