

## Zielsetzung des Seminartages speziell für RVD

- **Es soll Gleichklang herrschen zwischen geschriebener Sprache und Sprache im Direktkontakt bzw. am Telefon**, Übereinstimmung der Korrespondenz mit der Kundenorientierung des Unternehmens. Ein Besuch, ein Telefonat und ein Brief oder e-Mail müssen *dasselbe* verkörpern.  
→ Jeder einzelne gestaltet den Auftritt nach außen und die interne Kommunikationskultur! Zusammen ergibt das für den Kunden eine wohltuende Einheit.
- **Briefe und e-Mails sind oft ein erster Eindruck des Kunden**, und können die vorhergehende Begegnung verstärken oder entwerten. Stress und Schreibhemmungen sind weit verbreitet gerade bei denen, die im Direktkontakt sofort den Draht und den richtigen Ton finden.  
Beim Schreiben braucht man dann ewig und will nichts falsch machen - man will es besonders gut machen. → Es hängt viel dran! ...
- **Zeit gewinnen durch Sicherheit im Stil** – wir alle wollen mehr Sicherheit bekommen, schneller sein, uns wohler fühlen beim Formulieren. Zeitmanagement, aber auch Stilsicherheit, sind Dauerbrenner. → Stilsicherheit ist ein „Beschleuniger“.
- **Jede Firma und jede Abteilung hat ihre Spezialitäten und Stärken im Kundenkontakt**, in der Beratung, im Verkauf: z.B. „persönlich sein aber nicht schmierig“, „hohes Niveau zeigen, aber nicht distanziert oder kalt wirken“.  
→ Man wird auch wegen Ihrer Kultur Ihr Kunde. Man wählt Sie auch wegen Ihrer Beziehungsfähigkeit aus unter den Mitbewerbern. Stil und Ton und Atmosphäre sind (unbewusste Kaufkriterien).  
Beispiel: „Wir versichern mit Qualität, Beziehung, Zuverlässigkeit – unbürokratisch usw.“ – wie bringe ich das in geschriebener Sprache „über“?
- **„Schreiben ist ein Gespräch“ – „Schreiben ist Begegnung“**. Sie als Berater, Dienstleister, Versicherer haben gern mit Mensch zu tun -- das ist eine enorme Stärke, die man nicht „erlernen“ kann. Genau diese Stärke kann Ihre Briefe zu einem Vergnügen machen.  
→ Wenn Sie sich zusammen mit Ihren KollegInnen mit dem Schreibstil beschäftigen, so wird das immer wieder einen kleinen „Kultur-Schub“ bewirken, einen Anlass für Reflexionsmomente. Es ist ein guter Anlass, wieder einmal zusammen an „Leitbild“ und „Ziele“ und „ans Ganze“ zu denken.

## **4 GRUNDGEDANKEN ZUM THEMA „GESCHÄFTSPOST“**

### **1. Es geht um Sachthemen**

→ aber lesen tut's der ganze Mensch

Was braucht der ganze Mensch?

### **2. Unser Leitbild soll unseren Schreibstil bestimmen**

in JEDEM Schreiben zeige ich dir, wer ich bin - und vor allem:

→ wer ich FÜR DICH bin

### **3. Es geht immer um ein Ziel!**

- was soll beim Lesen passieren?
- was soll nach dem Lesen passieren?
- was soll langfristig passieren?

### **4. Schreiben ist ein Gespräch...**

... zu 2 Zeitpunkten

der andere ist nicht da, wenn ich schreibe -

→ aber ich muss ihn geistig vor mir haben

ich bin nicht da, wenn er's liest -

→ aber mein Brief muss mich anwesend machen