

Betriebslinguistische Beiträge

Zeitschrift für Unternehmenskommunikation

Februar 2012 Heft 2, 14. Jahrgang ISSN 1438-4698

Preis 2,00 Euro

Dialogische Sprache in der E-Post

Vom Eindringen der Alltagssprache in die Geschäftskorrespondenz
von Kirsten Frielinghaus

Gesprochene und geschriebene Sprache

Nach eineinhalb Jahrzehnten¹ E-Mail-Kommunikation im Büroalltag hat sich der lange geltende Grundsatz – eine E-Mail ist ein ganz normaler Geschäftsbrief – zerschlagen. Es zeigen sich deutliche Sonderentwicklungen, die beachtet und besprochen werden müssen. Zu den wichtigsten Unterschieden gegenüber dem normalen Geschäftsbrief gehört die Dialognähe. Das heißt, in der Elektropostkommunikation nähern sich gesprochene und geschriebene Sprache rasant schnell an. An dem mit leichtem Kopfschütteln vorgetragenen „Das können Sie so nicht schreiben!“, wird jedem Bürolehrling vor Augen geführt, dass Äußerungen, die schriftlich verbreitet werden, anderen Kriterien unterliegen als mündliche. Die moderne Sprachwissenschaft spricht daher auch von gesprochener und geschriebener Sprache, die sie auf eigene Kriterien hin untersucht. Nun bedienen sich E-Mail-Schreiber zunehmend mehr der mündlichen Sprache mit ihrem eigenen funktionalen Stil. Die These dieses Artikels ist, dass sich E-Mails im heutigen Büroalltag einem bestimmten Teil der mündlichen Sprache annähern, der dialogischen Sprache.

Dialog

Die dialogische Sprache ist von allen Stilen der gesprochenen Sprache die am häufigsten verwendete, weil der direkte Austausch mehrerer

¹ 1984 ist die erste deutsche E-Mail dokumentiert. Ein Willkommensgruß einer amerikanischen Wissenschaftlerin an einen deutschen Kollegen. Der Einzug in den Geschäftsalltag ist „flächendeckend“ wohl erst rund zwölf Jahre alt.

Partner der normale Anlass für die Verwendung gesprochener Sprache ist. Seltener referiert man vor großem Publikum oder hält man für einen Partner einen Monolog. Ganz ohne Zuhörer ist man beim Selbstgespräch oder beim Singen unter der Dusche.



Was kennzeichnet dialogische Sprache?

Kürze, Themenwechsel, Alltagssprache

Ein Dialog kann sehr kurz sein: „Kannst du mir mal die Nummer geben?“ – „Ja, klar: 05251/310606.“ – „Danke, dann ruf ich sofort an.“ Auch die einzelnen Sätze sind oft kurz. Ein Dialog beinhaltet oft Fragen (auch kurze Fragen). Zudem sind schnelle Themenwechsel möglich, und dazu bedarf es keiner großen Überleitung. Gewöhnlich benutzt man im Dialog die ganz gewöhnliche Alltagssprache. Niemand sagt: „Bezüglich unserer Seminarbuchung bitte ich dich, mir die Telefonnummer vom IFB zu geben.“

Wiederholungen, Auslassungen

In Dialogen wird oft bereits Gesagtes wiederholt. Dies geschieht zur Absicherung aber auch als Sig-

nal zum Themenwechsel. Dagegen werden eigentlich thematisch sinnvolle Elemente ausgelassen. Beide Partner kennen ja den Wissensstand des Anderen und können so auf vermeintlich überflüssige Information verzichten: „Kannst du mir jetzt mal die Nummer von dem dort geben?“ Ja, klar!“ Beiden Dialogteilnehmern ist klar, dass es sich um eine Telefonnummer und nicht um eine Kontonummer handelt und teilen in der vorliegenden Situation auch das Wissen um die Person, dessen Telefonnummer gewünscht ist. Diesem kurzen Dialog muss also schon weitere Kommunikation vorausgegangen sein. So kann das gegenwärtige Gespräch kurz gehalten werden.²

Die Auslassung ist ein ganz wesentliches Merkmal der dialogischen Kommunikation. Die (persönliche oder auf ein Thema beschränkte) Nähe zwischen den Gesprächspartnern macht sich so sprachlich sichtbar. Dialogische Sprache ist daher für unbeteiligte Außenstehende manchmal unverständlich.

Unklarheiten

Dialogische Sprache ist voll von Wörtern, die man sprachwissenschaftlich der Deixis (Hinweiswort) zuordnet und die auf Personen (ich, du, Sie), Orte (hier, dort), und Zeiten (jetzt, dann) und Objekte (dieser, jener) verweisen. Unklar bleibt oft, was denn mit *jetzt* oder *dort* oder *sie* gemeint ist. Der eine Kollege springt bei einem *jetzt* sofort vom Schreibtischstuhl und bringt die gewünschte Nummer vorbei, ein anderer schreibt noch eine

² Natürlich gibt es auch Dialogformen, die gerade bekannte Informationen immer wieder wiederholen. Diese fallen dann in den Bereich der Beziehungspflege und dienen weniger der schnellen dialogischen Informationsübergabe wie sie in der dialogischen Form im Büroalltag heute existiert. Besonders im Rheinland trifft man noch in den Kneipen auf solche urigen Dialoge, aber auch im eigentlichen Ruhrgebietsdeutschen bzw. im Westfälischen, welche beide ja noch eng mit dem Plattdeutschen verbunden sind, findet sich diese drollige Beziehungspflege: „Da bin ich ja gestern in Wuppertal gewesen!“ – „Ja, in Wuppertal, biste gewesen?“ – „Ja, bin ich gestern nach Wuppertal gefahren.“ – „Guck mal an, fährste nach Wuppertal.“ – „Ja, und da in Wuppertal hab ich....“. Diese sich gegenseitig mehrfach wiederholenden Dialoge stammen aus einer Zeit, in der Kommunikation noch nicht wie heute durch die allgegenwärtige Schriftkommunikation stark aufs lineare, kurz und bündige Sprechen und Schreiben beschränkt war, sondern aus der langen Tradition der oralen Sprache und Kommunikation. Auch in vielen anderen nichtwestlichen Ländern gelten auch heute noch in der Geschäftssprache diese sich wiederholenden Dialoge, die der deutsche Geschäftspartner schnell als überflüssig empfindet.

halbe DIN A-4-Seite zu Ende. Auch die Richtung ist nicht immer eindeutig: „Kannst du da mal gucken?“ „Wohin? Hierhin, wo ich stehe? Aus dem Fenster“?

Verschiebung der Wortbedeutung

In der dialogischen Sprache werden oft Wörter wie *aber* und *doch* anders als in der geschriebenen Sprache verwendet. Zum Beispiel dient *aber* im folgenden Beispiel dazu Emotion oder zumindest eine persönliche Bekräftigung des Geäußerten auszudrücken: „Das machen wir *aber* gerne für Sie.“ Wohingegen *aber* in einem Satz wie „Der Aktienkurs stieg insgesamt an, fiel *aber* gegen Ende des Jahres rapide ab“ den Gegensatz der Aussagen zwischen dem ersten und dem zweiten Teil des Satzes betont.

Fehler

Wird gesprochene Sprache wortgetreu protokolliert, ist dieses Protokoll meist den Sprechern peinlich. Sätze werden angefangen, bleiben unvollständig in der Luft hängen: *Ich glaube da habe ich mhm, na ja*. Ähnlich klingende Wörter werden verwechselt. So verkündigte der amerikanische Botschafter im deutschen Fernsehen anlässlich der Tötung Osama Bin Ladens: *Die Hauptsache ist doch, dass Obama tot ist*.



Vom Neuen zum schon Bekannten

Ein weiterer Unterschied zwischen gesprochener und geschriebener Sprache ist, dass in gesprochener Sprache meist mit dem neuen Thema begonnen wird. (Vom Rhema zum Thema). Auch das können wir auf die E-Kommunikation übertragen und analysieren: Eine E-Mail beginnt häufig mit: „Sehr geehrter Herr Münster, könnten Sie mir bitte noch die Teilnehmerliste für unser Seminar in der kommenden Woche zuschicken? (neues Thema, Frage) Die letzten Seminare in Ihrem Haus sind uns noch gut in Erinnerung geblieben und wir freuen uns auf die beiden Tage nächste Woche!“ Vor ein paar Jahren wäre diese Kommunikation nur übers Telefon möglich gewesen. Und vor zwei Jahrzehnten, hätte man noch zwingend das gute Geschäftspapier dafür bedruckt und wäre zunächst mit dem bekannten

Thema eingestiegen: „Sehr geehrter Herr Münster, vielen Dank für Ihre Buchung zweier Seminartage. Die letzten Seminare in Ihrem Haus sind uns noch gut in Erinnerung geblieben und wir freuen uns auf die beiden Tage nächste Woche bei Ihnen. Bitte schicken Sie mir doch noch die Teilnehmerliste für unser Seminar am 15./16. März 2012 zu.“ (neues Thema, Aufforderung). Auch neigt man in der E-Mail eher dazu, bekannte Daten wie Termine, nicht zu wiederholen. Denn man hat ja schon den „Antwort“-Knopf gedrückt, und in der Ursprungs-E-Mail stehen diese Daten bereits.

Konsequenzen

Die dialogische Sprache sorgt für einen frischen, unverknöcherten Ton in der Geschäftskorrespondenz. Es ist angenehm diese Post zu lesen. Durch den Verzicht auf altbackene Floskeln und Papierwörter sind die Texte auch viel freundlicher. Auf der anderen Seite darf nicht vergessen werden, dass auch eine stark dialogisch gefärbte Korrespondenz immer noch eine offizielle Geschäftskorrespondenz ist. Auch nach vielen Monaten oder mehreren Jahren kann eine E-Mail zum Beispiel im Konfliktfall als Dokument herangezogen werden. Zudem kennen wir den Empfänger nicht genau. Wir wissen nicht, wer unsere Elektropost zu lesen bekommt (vergleiche dazu BLB 11/2011).

Ping-Pong

Unbedingt sollte das Ping-Pong-Spiel begrenzt werden. Durch konsequentes Drücken der Antworttaste entstehen seitenlange, unlesbare und sehr unschöne Kettenbriefe. Es gibt Unternehmen, die eine interne Richtlinie des Inhalts erlassen haben, maximal 3-mal auf „Antwort“ zu gehen, dann ist ein neuer Brief fällig. Als Grundregel gilt, auf kommende Prozedere hinzuweisen und Eventualitäten vorwegzunehmen, auch wenn das Schreiben dann etwas länger wird. Das ist besser als tagelange oder wochenlange Wechsellkommunikation. Ein „normales „Beispiel:

1. Kunde per E-Mail: möchte Ware reklamieren, fragt wie er diese zurücksenden kann.
2. Anbieter per E-Mail: Das wäre möglich, Labor prüfe Reklamation, Porto würde erstattet werden.
3. Kunde schickt Ware per Post, wartet geduldig (weiß nicht wie lange Prüfung dauert, auf welchem Weg Porto erstattet wird).
4. Anbieter-E-Mail: Die Warenrücksendung sei als Reklamation anerkannt, das Guthaben werde dem Konto gutgeschrieben.
5. Kunde bestellt Neuware, um das Guthaben damit zu verrechnen, bemerkt, dass kein Guthaben im Bestellprogramm gelistet ist.
6. Kunde fragt per E-Mail nach Bestellung bei Anbieter nach.
7. Anbieter bemerkt, dass Guthaben dem Bankkonto gutgeschrieben wird.

8. Kunde tritt von Bestellung zurück.
9. Anbieter, da Paket schon gepackt ist, verhängt Auslieferungstopp.
10. Kunde fragt nach, ob denn die Bankverbindung überhaupt vorliegt.
11. Anbieter meint, dass doch wohl bei der letzten Bestellung diese hinterlegt worden wäre.
12. Kunde überlegt, dass lediglich auf Rechnung bestellt wurde und mailt kurzerhand die Bankverbindung, um weitere Ping-Pong-E-Mails zu vermeiden.
13. Das Guthaben wird überwiesen.
14. Kunde rechnet nach, dass zu wenig Porto überwiesen ist und fragt per E-Mail nach, ob denn nur eine pauschale Summe erstattet werden würde oder die in tatsächlich entstandener Höhe.
15. Anbieter bietet an, die Differenz selbstverständlich noch mitzuüberweisen.
16. Kunde sollte sich freuen, dass eigentlich alles zu seiner Zufriedenheit abgelaufen ist: fehlerhafte Ware aus dem Haus, Guthaben plus Porto erstattet bekommen.



In Wirklichkeit wird er wegen der vielen Vorgänge wahrscheinlich entnervt sein. Nur wenige Menschen haben Freude daran, sich so intensiv um eine Bestellung zu kümmern. Das Beschäftigungsprogramm für die Kundendienstmitarbeiter dürfte auf der anderen Seite Millionen kosten.

Dialogrücknahme

Folgende Schreiben dürften für beide Seiten nützlicher gewesen sein:

*A: Sehr geehrte *, es tut uns leid, dass Sie mit unserem Produkt * unzufrieden sein mussten. Wir bitten Sie daher, uns das Produkt per Post zuzuschicken. Wir prüfen dann, ob es sich um einen Produktionsfehler handelt. Selbstverständlich bekommen Sie das Porto und im Falle eines Herstellerfehlers auch den kompletten Produktpreis erstattet. Bitte geben Sie uns für die Prüfung zwei Wochen Zeit, wir schreiben Ihnen, sobald unser Labor zu einem Ergebnis gekommen ist.*

B: *Sehr geehrte *, heute bekamen wir den Bericht aus unserem Labor. Sie hatten Recht, tatsächlich ist das Produkt nicht einwandfrei. Wir bitten Sie dafür um Entschuldigung. Gerne erstatten wir den Produktpreis sowie das Porto. Bitte nennen Sie uns dazu Ihre Bankverbindung und die Höhe des benötigten Portos. Trotz des unangenehmen Zwischenfalls hoffen wir, Sie wieder online oder in der Filiale als unseren Kunden begrüßen zu dürfen. Vielen Dank für Ihren Einkauf bei uns!*

Die dialogische Sprache wurde hier zugunsten einer klaren Aussage zurückgenommen. Tatsächlich empfiehlt sich diese Wahl. Aber natürlich kann man auch zahlreiche Zwischenlösungen versuchen. Zum Beispiel für den Brief A:

Schade, dass Sie mit unserem Produkt nicht zufrieden sein konnten. Bitte schicken Sie es einfach an uns zurück. Porto und Produktpreis bezahlen wir, wenn wir einen Produktionsfehler finden!



Auch andere oben beschriebene dialogische Elemente stehen zur Disposition, wenn die Verständlichkeit, die Seriosität oder die Rechtssicherheit darunter leiden können. Dialogtypische Fehler und Auslassungen gehören unbedingt dazu. Diese Rücksichtnahmen bedeuten keine Rückkehr zum verknöcherten Kanzleideutsch. Im Gegenteil, sie ermöglichen der modernen dialogischen Sprache erst ihren Einzug in die Geschäftskorrespondenz.

Über die Autorin

Kirsten Frielinghaus liebt die dialogische Sprache nicht nur in der Elektropost. Sie freut sich sehr, wenn im Institut für Betriebslinguistik plaudernahe Post eintrudelt. Die hier vorgeschlagenen Einschränkungen trüben diese Liebe in keiner Weise.



Anzeige

Umgang mit Beschwerden

Ein Seminar für Menschen mit Kundenkontakt

Der Kunde ärgert und beschwert sich. Eine alltägliche Situation. Es ist der Moment, in dem sich die Kundenbeziehung verbessern oder verschlechtern kann. Reagiert man unwillig und beleidigt, ist der Kunde vielleicht kein Kunde mehr. Reagiert man verständnisvoll und individuell, bekommt man wahrscheinlich einen zufriedenen Kunden.

Wir lernen in diesem Seminar, wie man mit berechtigten und unberechtigten Beschwerden sicher und stressfrei umgehen kann. Wir lernen, wie man ein Höchstmaß an Kundenzufriedenheit auch in schwierigen Situationen herstellen kann.

Unser Sieben-Punkte-Plan ist landesweit bewährt und hochwirksam. Es arbeiten damit erfolgreich Kundenbetreuer, Berater, Verkäufer, Ingenieure, Logistiker aus vielen Branchen.

U.a. können wir Ihnen folgende Varianten anbieten:

Telefonische Beschwerden

Schriftliche Beschwerden

Vor-Ort-Beschwerden

Melden Sie sich unter info@betriebslinguistik.de oder rufen Sie unter 05251-310606 an.

Wir sprechen gerne mit Ihnen.

Impressum:

Betriebslinguistische Beiträge.
Zeitschrift für Unternehmenskommunikation;
erscheint 10–11-mal jährlich.

Herausgeber:

Institut für Betriebslinguistik
Schulze-Delitzsch-Straße 40
33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 - 31 06 06
info@betriebslinguistik.de
www.betriebslinguistik.de

Verlag:

IFB Verlag Deutsche Sprache GmbH
Schulze-Delitzsch-Straße 40
33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 - 31 06 02
info@ifb-verlag.de
www.ifb-verlag.de
ISSN: 1438- 4638

Gerichtstand: Paderborn

Nachdruck: Nur mit schriftlicher Genehmigung

V.i.S.d.P.: Myriam Grobe

Jahresaboppreis: 16,90 Euro