



MOUL PRO CLIMA

▲ Zimmermeisterin Nadine Jülg-Schenkel (l.) mit der Autorin Heide Merkel. Sie wissen: Automatisierte E-Mails mit gut formulierten Texten kommen gut an

Menschen, die mit Holz arbeiten, sind meist Idealisten: Sie brennen für ihr Handwerk, für gute Architektur und umweltbewusstes Bauen. Sobald sie offiziell darüber schreiben müssen, verkrampt sich oft ihre Sprache: „Erfreut möchten wir hiermit bekannt geben, dass unser letztes Projekt erfolgreich fertiggestellt worden ist. Die dreistöckige innovative Hybridbauweise wird künftig von mehreren Parteien bewohnt werden.“ Die gleiche Botschaft kann der Handwerker oder Planer auch so ausdrücken: „Ein besonderes Haus ist gerade fertig geworden: gebaut aus Holz und Stein mit drei Stockwerken. Wir freuen uns, dass hier bald Familien leben und arbeiten werden.“ Diese Version verzichtet auf Fremdwörter, unnötige Nebensätze und abgedroschene Phrasen. So wirken gute Texte: Sie erzeugen Bilder im Kopf des Lesers. Und berühren ihn so, dass die Nachricht bei ihm ankommt.

Weniger Eigenlob, mehr Taten

Viele Firmen versuchen, mit ihren Meldungen hervorstechen – oft mit Superlativen, überflüssigen Adjektiven und Ausrufezeichen: „Wir sind die Besten!“, „hochqualitativ“, „höchste Qualität“ oder „innovativ“. Damit erreichen sie jedoch häufig das Gegenteil: Kunden stumpfen ab, finden so viel Eigenlob anmaßend

Büro-Kommunikation

Schlanke Texte für Erfolg beim Kunden

Ob Geschäftsbrief, E-Mail- oder Social-Media-Nachricht: Wer seine Worte klug und gezielt einsetzt, begeistert ohne großen Aufwand.

oder nehmen die Qualität, die dahintersteckt, gar nicht wahr. Erklären Sie einfach und ohne Schnörkel Ihr Angebot. In Ihrem Blog oder auf Ihrer Webseite wirken gute Fotos und schlanke Texte. Dann denken die Wunschkunden: „Wow, die sind ja cool. Die machen richtig gute Qualitätsarbeit. Mit diesem Holzbauer will ich arbeiten.“

E-Mails immer beantworten

Ihre Auftragsbücher sind voll und ständig kommen E-Mails mit Anfragen an. Wenn die Flut von Anfragen zu viel wird, empfiehlt sich ein Trick: eine automatisierte E-Mail-Antwort. Zimmermeisterin Nadine Jülg hat vor zwei Jahren damit begonnen: „Digitale Möglichkeiten sollen bereichern und nicht anstrengen, sagte Heide Merkel bei ihrem Digital-Seminar. Persönlich war ich jedoch gestresst, wenn ich nach einem anstrengenden Baustellen-Projekt abends oder nachts noch die Firmen-E-Mails beantworten musste. Da schlug Heide Merkel vor, dass ich den Abwesenheitsmessenger mit einem charmanteren Text aktiviere.“ Die stellvertretende Obermeisterin aus Baden-Baden sagt: „Meine erste Reaktion dazu war: Ich bin doch nicht im Urlaub. Aber dann haben wir gemeinsam einen Text entwickelt und die Kunden und Interessenten haben bisher alle positiv reagiert.“

Packen Sie Freude ins Angebot

Ein typischer Satz unter einem Angebot lautet: „Wenn Sie noch Fragen haben, können Sie uns kontaktieren. Wir helfen Ihnen gerne weiter.“ Klarer geht es so: „Haben Sie Fragen? Dann fragen Sie, hier meine Durchwahl und E-Mail-Adresse. Ich freue mich auf unsere Zusammenarbeit.“ Zeigen Sie dem Kunden, dass Sie sich auf eine Antwort freuen. Machen Sie es ihm so leicht wie möglich, Sie zu kontaktieren. Nicht bezahlte Rechnungen sind ärgerlich. Wenn Sie den Kunden als zuverlässig einschätzen, haken Sie freundlich, aber bestimmt nach. Statt einer Mahnung senden Sie diese Nachricht: „Lieber Kunde, sicherlich ist unsere Rechnung bei Ihnen untergegangen. Bitte überweisen Sie den Betrag auf unser Konto. Damit Sie in Ihren Unterlagen nicht suchen müssen, finden Sie im Anhang die Kopie der Rechnung.“ Seien Sie gnädig und nicht genervt.

Fazit: Schlicht besticht

Die Leute trauen dem Zimmermann, der den Nagel auf den Kopf trifft. Scheuen Sie sich nicht vor simpler Sprache. Und vergessen Sie nicht: Großes beschreibt man am besten mit kleinen Worten. Sie werden merken, dass Ihre natürliche Art der Kommunikation gut ankommt.

Heide Merkel, Schwetzingen ■