

Corporate Design: Geschäftsbögen für Brief & Co.

In diesem Artikel erfahren Sie, was bei einer Neuausstattung mit Geschäftsbögen zu beachten ist: Vordruck ja oder nein, was sagt das Gesetz, und woran denken Sie bei der Gestaltung von Briefbögen.

Zum Schluss haben Sie Gelegenheit, Ihre eigene Briefvorlage als Arbeitsgrundlage für die Fortsetzung dieser Artikelreihe vorzuschlagen.

Geschäftsbögen drucken lassen?.....	2
Welche Angaben sind Pflicht?	2
Das Handelsregister als Informationsquelle.....	3
Ein Sonderfall: Die Rechnung	3
Wohin mit den Pflichtangaben?	3
Nicht zwingend – aber nützlich!	4
Gestaltung: Seien Sie kreativ!.....	4
Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte... ..	4
Der nächste Artikel	6
Achtung – Gelegenheit: Ihr Brief als Arbeitsgrundlage	6

Geschäftsbögen drucken lassen?

Wenn Sie neue Briefbögen für Ihr Unternehmen drucken lassen wollen, sollten Sie zuvor ein wenig nachdenken – damit sparen Sie sich möglicherweise etliche Kosten und vielleicht - bei der späteren Arbeit mit diesen Bögen - auch viel Zeit:

1. Für welche Dokumentarten soll der Geschäftsvordruck eingesetzt werden? Nur für das Schreiben von Briefen, oder z. B. auch für Rechnungen? Für Beschreibungen? Auch zur internen Verwendung?
2. Welche Angaben werden in jedem externen Schreiben benötigt? Gibt es Angaben, die zwar auf der Rechnung zu machen sind, im Brief oder anderen Dokumenten hingegen wegbleiben können?
3. Kann ein Vordruck, der neben dem Logo auch vielleicht Leitwörter für einen Informationsblock oder eine Bezugszeichenzeile enthält, von allen verwendeten Bürodruckern, korrekt – d. h. positionsgenau – ausgefüllt werden?

Am flexibelsten sind Sie mit Geschäftsvordrucken, die mit Ausnahme des Logos leer bleiben. Alle pro Dokumentart individuell benötigten Angaben fügt Ihre Textverarbeitung ein. Diesen Vorgang können Sie automatisieren, oder Sie „bauen“ für häufig geschriebene Textarten Vorlagen, die bereits Festtexte enthalten und/oder für alle Ansprüche optimiert programmiert sind.

Welche Angaben sind Pflicht?

Es gibt gesetzlich vorgeschriebene Angaben, die zwingend zu machen sind. Damit soll ermöglicht werden, dass gleich beim ersten schriftlichen Kontakt mit einem neuen Geschäftspartner wichtige Informationen zugänglich sind. Wer sich dieser Informationspflicht entzieht, muss mit Ordnungsstrafen rechnen, die das Registergericht festsetzt. Das kann teuer werden! Denken Sie also darüber nach, mit welchen Dokumentarten Sie möglicherweise einen Erstkontakt herstellen könnten. Denn es gibt Regeln zu beachten:

Die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben variieren je nach Unternehmensform.

Nicht im Handelsregister eingetragene Firmen, zum Beispiel Freiberufler, Nicht-Kaufleute, Einzelunternehmer und BGB-Gesellschaften müssen mindestens einen Vornamen sowie den Familiennamen jeweils voll ausgeschrieben angeben. Bei BGB-Gesellschaften sind die Vor- und Zunamen aller Gesellschafter erforderlich. Erlaubt sind Zusätze, die die Tätigkeit und/oder Branche bezeichnen, ergänzende Buchstabenkombinationen und auch „Phantasienamen“.

Corporate Design: Geschäftsbögen für Brief & Co.

Im Handelsregister in Abteilung A (HRA) eingetragene Unternehmen sind verpflichtet, ihre Firmierung und evtl. Rechtsformzusatz wie „e.K.“ oder „e.Kfr.“ laut dem Registereintrag anzugeben. Zudem sind die Registernummer, Ort des Registergerichts sowie der Sitz des Unternehmens erforderlich.

Für Gesellschaften, die in Abteilung B (HRB) eingetragen sind, gelten zusätzliche Informationspflichten.

Das Handelsregister als Informationsquelle

Jedes geschäftliche Schreiben, das möglicherweise einen neuen Kontakt begründet, soll interessierten Geschäftspartnern die Einsichtnahme in die öffentlichen Register ermöglichen. Diese Einsichtnahme kann ohne Begründung von jedermann verlangt werden. Das Handelsregister hält so als nützliche Informationsquelle her und gibt umfassend Aufschluss: über Wechsel in der Geschäftsführung, Prokura und natürlich darüber, wie lange ein Unternehmen schon besteht und ob es liquidiert wird. Da für eine GmbH das Einreichen der Bilanz beim Registergericht Pflicht ist, kann sich der neugierige neue Geschäftspartner ein wirklich gutes Bild vom Unternehmen machen.

Welche Angaben konkret für Ihr Unternehmen im Schreiben notwendig sind, sagt Ihnen zum Beispiel die IHK.

Ein Sonderfall: Die Rechnung

Zusätzlich zu den unternehmensrechtlichen Daten ist auf der Rechnung die Bankverbindung sinnvoll. Ab 01.07.2002 soll Ihre Umsatzsteuernummer (in der Regel die Steuernummer bei Ihrem Finanzamt) angegeben werden! Wenn Sie am Warenverkehr des EU-Binnenmarktes teilnehmen, ist die Mitteilung der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.) notwendig, die vom BfF (Bundesamt für Finanzen) auf Antrag vergeben wird. Denn: Wer eine entsprechende Identifikationsnummer besitzt, kann steuerfrei in einen anderen EU-Mitgliedstaat liefern, wenn auch der Erwerber eine gültige USt-IdNr. hat. (Die Gültigkeit der Partner-Nummer überprüft auf Antrag auch wiederum das BfF.)

Wohin mit den Pflichtangaben?

Wo die Pflichtangaben auf dem Bogen stehen, das bleibt Ihnen – oder Ihrem Designer - überlassen. Die Anwendungsbeispiele der aktuellen DIN 5008:2001-11 positionieren diese firmenrechtlichen oder gesellschaftsrechtlichen Informationen in der Fußzeile, d. h. am unteren Seitenrand. Vorgeschrieben ist lediglich, dass die Angaben deutlich lesbar sein müssen. Darauf sollten Sie also achten, wenn die Fax-Übermittlung bei Ihnen übliche Praxis ist!

Nicht zwingend – aber nützlich!

Um den Empfängern Ihrer Schreiben den gewünschten Kontakt zu erleichtern und angenehm zu machen, sollten natürlich folgende Daten nicht fehlen:

- Ihre Besuchsanschrift
- Ihre Postanschrift (üblicherweise oberhalb der Empfängeradresse, im Fensterkuvert sichtbar)
- zentrale Telefon- und Fax-Rufnummern
- Internet-Adresse
- zentrale E-Mail-Anschrift
- Namen (am Besten mit Anrede „Frau“ oder „Herr“ oder – noch moderner – einschließlich Vornamens) des Ansprechpartners in Ihrem Unternehmen
- Telefon- und ggf. Fax-Durchwahl und E-Mail-Adresse dieses Ansprechpartners

Gestaltung: Seien Sie kreativ!

In der immer noch verbreiteten Bezugszeichenzeile haben heute zumeist die zur Kommunikation benötigten Angaben keinen Platz mehr.

Statt dieser Bezugszeichenzeile, die Leitwörter und Informationen wie „Ihr Zeichen, Ihr Schreiben vom“, „Unser Zeichen“, „Telefon, Name“ und „Datum“ enthält, wird häufig in Höhe der ersten Zeile der Empfängeradresse rechts auf dem Bogen ein „Informationsblock“ angeordnet.

Da finden alle wichtigen Informationen Platz! Außerdem erkennt der Leser auf den ersten Blick die für den Kontakt wichtigen Angaben. Sie sind übersichtlich angeordnet – auch beim raschen Durchblättern von in Ordnern abgelegten Unterlagen wird der Suchende schnell fündig.

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte...

Das Beispiel auf der Folgeseite zeigt ein Brieflayout mit Informationsblock. Kopf- und Fußzeile richten sich am rechten Seitenrand aus.

Abgebildet wird die Seitenansicht einer ausgefüllten programmierten Word-Vorlage. Sie fragt bei der Bearbeitung selbst nach, ob Logo und Fußzeileninformationen einzufügen oder zu entfernen sind. So kann der Brief entweder ohne Kopf- und Fußbereich auf dem vorgedruckten Briefbogen ausgedruckt oder auch einmal – mit Kopf- und Fußbereich - per E-Mail verschickt oder in PDF konvertiert werden.

Corporate Design: Geschäftsbögen für Brief & Co.

The diagram shows a business letter template for 'Karin Schmitt TeleProjekte'. It is annotated with several callout boxes:

- Briefkopf**: Points to the company name 'Karin Schmitt TeleProjekte' at the top center.
- Absender (Postadresse – falls einmal eine Sendung unzustellbar ist)**: Points to the sender's address on the left side.
- Informationsblock Platz für:**: Points to a block on the right side containing contact information: 'Ihr Zeichen', 'Ihre Nachricht', 'Unser Zeichen', 'Abteilung', 'Ansprechpartner', 'Telefon', 'Telefax', 'E-Mail', and 'Datum ...'.
- Geschäftsangaben (Besuchsadresse), zentrale Kommunikationsangaben, und gesellschaftsrechtliche Pflichtangaben, Bankverbindung etc.**: Points to the footer area at the bottom of the page.

The letter content includes a header with the company name, a recipient address (Herrn Friedrich Muzler, Muzlerschule 1, 80335 München), a date (10.05.2002), and a subject line (Marketing Karin Schmitt). The main body of the letter contains a message about a recent delivery and a closing with the name Karin Schmitt.

Die Anwendungsbeispiele der DIN zeigen zentrierten Briefkopf und linksbündige Fußzeile. Der individuellen Gestaltung sollten dadurch aber keine Grenzen gesetzt werden. Oft finden wir auch eine Spalten-Aufteilung der Geschäfts- und gesellschaftsrechtlichen Angaben im Fußbereich des Bogens, häufig eine Ausrichtung am linken Seitenrand und individuelle Akzente und Effekte, die Aufmerksamkeit und Wiedererkennung wecken.

Von der vertikalen Anordnung in einer Spalte am rechten Außenrand möchte ich Ihnen aber abraten: sofern sie mehr Platz benötigt als maximal das obere Drittel des Bogens. Sie schränken sich dadurch zu sehr ein. Denken Sie an ein Rechnungsdokument. Denn häufig wird für Rechnungszeilen – nach Abzug von linkem und rechtem Seitenrand – die volle Breite benötigt. Und auch andere Probleme könnten Sie sich bereiten. Zum Beispiel mit tabellarischen Übersichten oder Grafiken im Dokument.

Corporate Design: Geschäftsbögen für Brief & Co.

Nähere Informationen zu Word-Vorlagen, zur aktuellen DIN und zur Gestaltung von Geschäftspapieren finden Sie in den Tipps bei www.the-write-stuff.de, auf den Seiten www.karin-schmitt.de – in der Rubrik „Word-Rezepte“ oder bei www.word-korrespondenzmanager.de unter „Aktuelles“.

Der nächste Artikel

Ab dem nächsten Artikel begleite ich Sie bei der Erstellung von Dokumentvorlagen für Word. Ich beschreibe, wie Sie selbst eine Briefvorlage „bauen“, so dass kein Mitarbeiter mehr Probleme haben wird, Ihr einmal vereinbartes Corporate Design immer einzuhalten. Auch „Nicht-Word-Profis“ werden bei jedem neuen Brief Zeit sparen. Eine solche Vorlage stellen Sie dann mit spezifischen Abwandlungen auch für andere Dokumentarten zur Verfügung: Fax, Kurzmitteilung, internen Schriftverkehr...

Achtung – Gelegenheit: Ihr Brief als Arbeitsgrundlage

Wenn Sie möchten, dass ich bei der Beschreibung der Vorlagenerstellung Ihren individuellen Briefbogen zu Grunde lege, dann senden Sie ihn mir bis zum 07.06.2002 zu! Aus den Einsendungen wähle ich ein interessantes und anspruchsvolles Beispiel aus. In den folgenden Artikeln dieser Reihe zeige ich dann Schritt für Schritt, wie eine selbst mitarbeitende und mitdenkende Vorlage entsteht.

(Vergessen Sie nicht anzugeben, mit welcher Word-Version Sie arbeiten!)

Wenn Sie mehr zur Vorlagenerstellung bis hin zur Programmierung erfahren wollen, und das in Ihrem individuellen Arbeitstempo, dann buchen Sie doch einen Vorlagen-Workshop bei mir – kostengünstig, individuell und flexibel per E-Mail. Start ist bis zum 15.06.2002 jederzeit möglich. Danach auf Anfrage. Schreiben Sie mir!

Ihre Karin Schmitt