

# Corporate Wording

Unsere Unternehmenssprache



## Wichtige Schreibweisen innerhalb unserer Unternehmenskommunikation

Im Rahmen der neuen Positionierung von „Wer liefert was“ als B2B-Marktplatz wurden folgende Formulierungen geändert. Zudem soll der neue Markenclaim innerhalb aller Kommunikationsmittel verwendet werden.

### „Wer liefert was“-Markenclaim: **Der führende B2B-Marktplatz**

Schreibweisen unseres Unternehmens:

1. **„Wer liefert was“** (immer in Anführungszeichen)
2. **wlw** (immer kleingeschrieben)

Die wichtigsten Wordings auf einen Blick:

WLW → **wlw**

Anbietersuche → **Der führende B2B-Marktplatz**

Die Lieferantensuchmaschine → **Der führende B2B-Marktplatz**

Firmeneintrag → **Firmenprofil**

kostenlos → **kostenfrei**

Kundenreporting → **Erfolgsanalyse**

Tele Sales → **Inside Sales**

Die **wichtigsten Proofpoints** für 2018, die wir innerhalb unserer Kommunikation verwenden:

**Millionen** Produkte

**570.000** Anbieter

**1,3 Mio.** Einkäufer pro Monat

**37 Mio.** Anzahl der Suchanfragen pro Jahr

## Vorbemerkungen

Mit dem Dokument „Corporate Wording“ wollen wir in unserer internen und externen Kommunikation einen einheitlichen Unternehmensauftritt gewährleisten.

Wichtig sind vor allem einheitliche Schreibweisen für die Bezeichnungen unseres Unternehmens, unserer Produkte und Leistungen.

Das Handbuch basiert im Wesentlichen auf den Angaben im Duden. *Die deutsche Rechtschreibung, Berlin 2013, 26. Ausgabe*. In den Fällen, in denen es laut Duden zwei mögliche Schreibweisen gibt – die neue deutsche Rechtschreibung und gleichzeitig eine anders lautende Empfehlung der Duden-Redaktion – bevorzugen wir letztere.

Trotz aller Regeln gilt: Die Inhalte dieses Dokuments sind nicht in Stein gemeißelt. Das Corporate Wording lebt und wird sich stets verändern. Deshalb gilt: Fragen sind erlaubt, Anregungen erwünscht.

Einfach eine E-Mail schreiben an: [jochen.baumann@wlw.de](mailto:jochen.baumann@wlw.de).

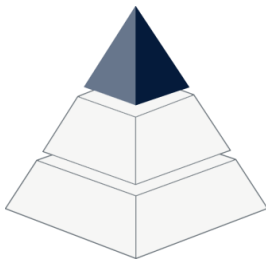
## Inhalt

<b>1. Grundlegendes zum Unternehmen</b>	<b>5</b>
1.1. Die Marke „Wer liefert was“	5
1.2. Unsere Zielgruppen	5
1.3. Schreibweisen rund um „Wer liefert was“	6
1.4. Hauptsitz und Zweigniederlassungen	7
1.5. Die Internetpräsenz	9
1.6. Bereiche unserer Plattform	10
<b>2. Leistungspakete bei „Wer liefert was“</b>	<b>11</b>
2.1 Leistungspakete	11
2.2 Leistungspakete Web	11
2.3 Online-Marketing-Services	12
2.4 Marktplatz-Services	12
<b>3. Schriften</b>	<b>13</b>
3.1. Signaturen	13
3.2. Abwesenheitsnotiz	15
<b>4. Allgemeine Schreibweisen</b>	<b>16</b>
4.1. Groß- und Kleinschreibung	16
4.2. Wortverbindungen	16
4.3. Zahlen	18
4.4. Gedankenstrich	20
4.5. Abkürzungen	21
<b>Anhang</b>	<b>22</b>
E-Mail-Vorlage	
Beispiel-Mail	

## 1. Grundlegendes zum Unternehmen

### 1.1 Die Marke „Wer liefert was“

Unsere Basis: Drei Aussagen, an denen sich alle zukünftigen Unternehmensaktivitäten ausrichten.



#### Vision

Europas B2B-Produkte weltweit zugänglich machen.



#### Mission

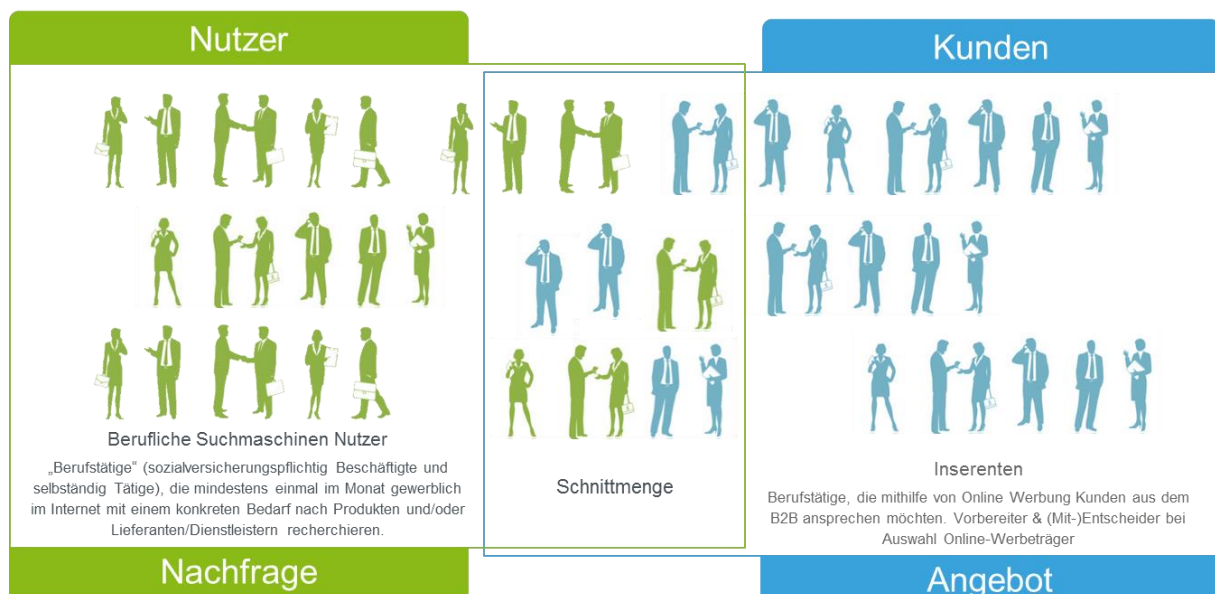
Die besten Anbieter und Nachfrager zusammenbringen, indem wir B2B-Produkte online optimal sichtbar und findbar machen.



#### Position

Europas umfassendster B2B-Marktplatz.

### 1.2 Unsere beiden Zielgruppen





## 1.3 Schreibweisen rund um „Wer liefert was“ oder auch wlw

### 1.3.1 Der Firmenname

In Laufertexten steht der Firmenname ohne Rechtsform, ohne Fragezeichen und in Anführungszeichen: „Wer liefert was“. Innerhalb einer direkten Rede steht „Wer liefert was“ in einfachen Anführungszeichen:

„Wir werben auf ‚Wer liefert was‘, weil wir vom Erfolg überzeugt sind.“

Wortkombinationen mit „Wer liefert was“ erfolgen mithilfe eines Bindestrichs:

„Wer liefert was“-Kunde  
wlw-Kunde

In Laufertexten kann der Firmenname mit wlw abgekürzt werden. Angelehnt an die URL wird wlw dabei stets klein geschrieben, es dürfen **keine Versalien** verwendet werden.

„Ich suche auf wlw, weil ich dort ausschließlich qualifizierte Ergebnisse erhalte.“

Wenn die Rechtsform an den Firmennamen angeschlossen wird, schreiben wir diesen mit Fragezeichen: Wer liefert was? GmbH

Innerhalb der Kommunikation verwenden wir den Begriff **B2B-Marktplatz**, der auch mit **führend** gekoppelt werden darf:

- ➔ wlw ist der führende B2B-Marktplatz
- ➔ „Wer liefert was“ – Der führende B2B-Marktplatz
- ➔ „Wer liefert was“ ist der führende B2B-Marktplatz

### 1.3.2 „Wer liefert was und EUROPAGES

Mit unserem Tochterunternehmen EUROPAGES vereinen wir die beiden größten europäischen B2B-Marktplätze. Durch ein gemeinsames Signet wird dies visualisiert.



Wir schreiben EUROPAGES stets in Versalien und bezeichnen das Unternehmen als **Tochterunternehmen** oder auch **Partnerplattform**. EUROPAGES bietet Firmenprofile in 28 Ländern oder auf 28 Länderwebsites. Es gibt verschiedene Sprachen oder Sprachversionen.

## 1.4 Der Hauptsitz

### Deutschland (DE)

Wer liefert was? GmbH (Firmenname)  
Herrn Max Mustermann (Frau/Herrn Vor- und Zuname)  
ABC-Straße 21 (Straßenname Hausnummer)  
20354 Hamburg (Postleitzahl Bestimmungsort)

### Die Zweigniederlassungen

#### Österreich (AT)

Wer liefert was? GmbH, Hamburg  
Zweigniederlassung Österreich  
Mariahilfer Straße 34  
1070 Wien  
Österreich

#### Schweiz (CH)

Wer liefert was? GmbH, Hamburg  
Zweigniederlassung Baar  
Neuhofstrasse 5a  
6340 Baar  
Schweiz

Die Angabe des sogenannten ISO-Codes (A- oder CH-) vor der Postleitzahl entfällt.

### Magister

„Mag.“ steht in Österreich für den akademischen Grad „Magistra“ (weiblich) und „Magister“ (männlich). Die Abkürzung steht bei Sendungen nach Österreich im Adressfeld vor dem Vornamen. Sie wird dabei wie folgt eingepasst:

Firmenname  
Frau Mag. Eva Flessa  
Straßenname Hausnummer  
Postleitzahl Bestimmungsort  
Österreich

Anders als die Anrede „Prof.“ und „Dr.“ ist die Anrede „Magistra“ oder „Magister“ in Deutschland unüblich. Im Umgang mit österreichischen Geschäftspartnern jedoch gehört sie zum guten Ton.

- ✓ Sehr geehrte Frau Magistra Flessa
- ✓ Sehr geehrter Herr Magister Flessa

## 1.5 Die Internetpräsenz

Die Adresse unserer Internetseite lautet [www.wlw.de](http://www.wlw.de) (oder [www.wer-liefert-was.de](http://www.wer-liefert-was.de)). Mit anderen Länderkürzeln wird sie lokalisiert, zum Beispiel für Österreich [www.wlw.at](http://www.wlw.at) ([www.wer-liefert-was.at](http://www.wer-liefert-was.at)) oder für die Schweiz [www.wlw.ch](http://www.wlw.ch) ([www.wer-liefert-was.ch](http://www.wer-liefert-was.ch)).

Das Angebot finden Sie unter [www.wlw.de](http://www.wlw.de).

Für Werbezwecke verzichten wir teilweise auf das „www.“, zum Beispiel bei Werbegeschenken, Außenwerbung etc.

Statt der Angabe einer Internetadresse ist eine Umschreibung möglich, hier kommt die Präposition „auf“ zum Einsatz:

Aktuelle Informationen hierzu finden Sie auf der Website von „Wer liefert was“.

Ein Link verweist auf die Kunden-Website.

Wenn wir „Wer liefert was“ als Bezeichnung für unsere Internetpräsenz wählen, dann benutzen wir die Präposition „auf“:

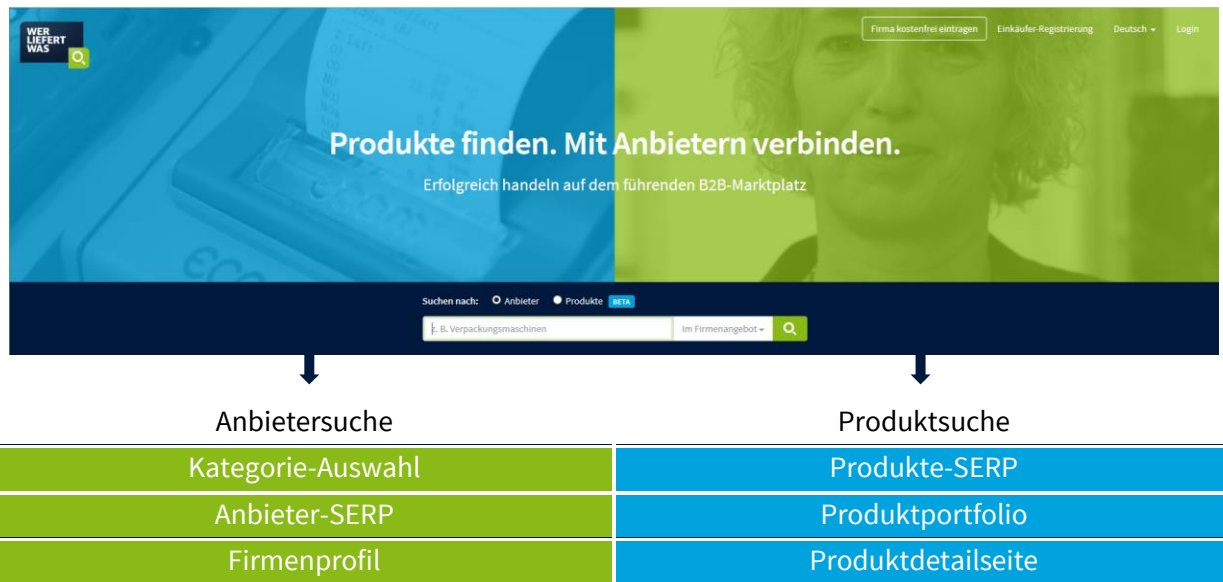
~~Unter „Wer liefert was?“ sind über 540.000 deutsche Unternehmen eingetragen.~~

Auf „Wer liefert was“ treffen monatlich 1,3 Millionen Einkäufer auf 540.000 Unternehmen.

Auf „Wer liefert was“ finden Nutzer die richtigen Geschäftskontakte.



## 1.6 Die Bereiche unserer Plattform



### Weitere Bezeichnungen:

PI: Page Impression = Seitenaufruf = Auslieferung einer Seite

Klick: Ist eine Aktion, z.B. Klick auf einen Button oder einen Reiter oder Abschicken einer Suchanfrage

Anbieter-SERP: **S**earch **E**ngine **R**esult **P**ages. Die Seite, die nach einem Klick oder der Eingabe eines Suchbegriffes erscheint.

### Login für Anbieter

Im Rahmen der Neufirmenregistrierung können sich Firmen online selbst registrieren und ein kostenfreies Firmenprofil abschließen sowie ihr bestehendes Firmenprofil bearbeiten. Der registrierte Bereich zur Content-Pflege ist durch Zugangsdaten geschützt.

Grundsätzlich sprechen wir von:

- ✓ einem Firmenprofil auf dem B2B-Marktplatz
- ✓ einem Firmenprofil bei „Wer liefert was“

### Einkäufer-Login (Einkäufer-Registrierung)

Über den Einkäufer-Login können sich Einkäufer bei „Wer liefert was“ registrieren und Funktionen wie z. B. „Merkzettel“ nutzen, um ihre Lieferanten zu verwalten.

## 2. Leistungspakete bei „Wer liefert was“

Die „Wer liefert was“-Leistungspakete bilden die Basis für ein (kostenpflichtiges) Firmenprofil bei wlv. Sie variieren in Umfang (Kategorie-Anzahl), Reichweite und Ranking und werden als Daueraufträge gebucht. Für eine optimale Sichtbarkeit können Unternehmen ihre Leistungspakete durch zusätzliche Services erweitern.

### 2.1 Leistungspakete

Diese Pakete werden im Neukundengeschäft ausschließlich durch RSM und Inside Sales verkauft.



Europa  
Premium



National  
Premium



National



Lokal

### 2.2 Leistungspakete Online

Kunden können auch online ein Leistungspaket mit sechs Kategorien buchen. Bei Buchung entfällt die Einrichtungspauschale.



National



Lokal

### 2.3 Online-Marketing-Services

In Kombination mit den Leistungspaketen können Online-Marketing-Services wie Europe und D-A-CH, AdWords und Retargeting, Top Ranking und etracker zur Optimierung der Präsenz und Verstärkung der Werbewirkung gebucht werden.



Europe



AdWords



Top Ranking



D-A-CH



Retargeting



etracker

### 2.4 Marktplatz-Services

Im Rahmen des Ausbaus unseres Produkte-Marktplatzes wurden weitere Services entwickelt. Mit den Marktplatz-Services können sich Kunden im Bereich der Produktsuche optimiert präsentieren und steigern somit Ihre Sichtbarkeit und Auffindbarkeit auf wlv.



Sponsored Products



Product Data Feed

(Aktuell nicht im Verkauf)

### 3. Schriften

Auf unserer Website sowie innerhalb unserer Brand- und Verkaufsmaterialien setzen wir unsere Hausschrift **Source Sans** ein und unterstreichen hiermit die Markenidentität von „Wer liefert was“. Als Fallback Font verwenden wir die Schriftart Arial.

Generell gilt im Schriftverkehr die Schriftart **Arial**. Im Schriftverkehr per Brief ist die Schriftgröße 11 Punkt bevorzugt, per E-Mail 10 Punkt.

#### 3.1 Signaturen

Die richtige Schreibweise unserer Signaturen wird hier in den folgenden Kapiteln definiert. Die E-Mail-Signatur wird in der Schriftart Arial mit einer Schriftgröße von 8 Punkt gesetzt.

Bei der Funktion/Jobbezeichnung verwenden wir die englische Bezeichnung ohne Verwendung von Bindestrichen:

- ✓ Head of Regional Sales
- ✓ Regional Sales Manager

##### 3.1.1 Signatur Innendienst

**Vorname Nachname**  
Titel/Arbeitsbezeichnung

**Arial fett 10pt, RGB 0/25/60**  
**Arial fett 8pt, RGB 0/25/60**

Wer liefert was? GmbH, ABC-Straße 21, 20354 Hamburg  
T +49 (0)40 2 54 40-XXX  
F +49 (0)40 2 54 40-99XXX  
[vorname.nachname@wlv.de](mailto:vorname.nachname@wlv.de)  
[www.wlv.de](http://www.wlv.de)

**Arial, fett, Farbe: RGB 137/186/23**

Geschäftsführer: Peter F. Schmid  
HRB Hamburg Nr. 106 779  
USt-IDNr.: DE263357612

Der führende B2B-Marktplatz [wlv.de](http://wlv.de)

**Arial, Größe 8, drei Leerzeichen, Arial, fett, RGB 137/186/23**



### 3.1.2 Signatur Regional Sales/Inside Sales

Den Regional Sales Managern ist es freigestellt, welche Kommunikationsmittel sie in der Signatur angeben (Tel., Fax, Mobil). Die Kollegen in Österreich und der Schweiz lassen die Telefonnummer weg. Weitere Besonderheiten für die Länder werden im Rahmen der Einarbeitung erläutert.

**Vorname Nachname**  
Regional Sales Manager/Inside Sales

**Arial fett 10pt, RGB 0/25/60**  
**Arial fett 8pt, RGB 0/25/60**

**Wer liefert was? GmbH**, ABC-Straße 21, 20354 Hamburg  
**T** +49 (0)40 2 54 40-XXXX  
**F** +49 (0)40 2 54 40-99XXXX  
**M** +49 (0)162 2 00 0X XX  
[vorname.nachname@wlv.de](mailto:vorname.nachname@wlv.de)  
[www.wlv.de](http://www.wlv.de)

**Arial fett, RGB 137/186/23**

Geschäftsführer: Peter F. Schmid  
HRB Hamburg Nr. 106 779  
USt-IDNr.: DE263357612

Der führende B2B-Marktplatz [wlv.de](http://wlv.de)

Arial, Größe 8, drei Leerzeichen, **Arial fett, RGB 137/186/23**



### Signaturerweiterung Inside Sales

Innerhalb der E-Mail-Kommunikation der Inside-Sales-Mitarbeiter kann zusätzlich ein Bild mit wlv-Logo als Signaturzusatz verwendet werden.



### Signaturerweiterung Messe-Teaser

Zur Bekanntmachung unserer Präsenz z. B. auf Messen kann innerhalb der Kundenkommunikation die jeweilige Veranstaltung mit dem Zusatz in der Signatur angeteasert werden.



Besuchen Sie uns auf der O&S in Stuttgart!  
Halle 9, Stand F58  
24.06. - 26.06.2014

**Achtung:** Eine Kombination der aufgeführten Signaturerweiterungen ist nicht möglich.

### 3.1.3 Signaturen mobiler Geräte

Beim Einsatz von mobilen Geräten wird die Signatur in einer Schriftgröße sowie ohne farbige Unterscheidung verwendet. Durch den unterschiedlichen Schriftschnitt (**Fett**/Regular) werden Bereiche hervorgehoben.

**Vorname Name**

Titel/Arbeitsbezeichnung

**Fett**

Regular

**Wer liefert was? GmbH**, ABC-Straße 21, 20354 Hamburg

**T** [+49 \(0\)40 2 54 40-XXXX](tel:+49(0)4025440XXXX)

(Blaue Schrift wird vom mobilen Gerät selbständig erstellt)

**F** [+49 \(0\)40 2 54 40-99XXXX](tel:+49(0)402544099XXXX)

**M** [+49 \(0\)162 2 00 0X XX](tel:+49(0)1622000XXXX)

[vorname.nachname@wlv.de](mailto:vorname.nachname@wlv.de)

[www.wlv.de](http://www.wlv.de)

Geschäftsführer: Peter F. Schmid

HRB Hamburg Nr. 106 779

USt-IDNr.: DE263357612

Der führende B2B-Marktplatz [wlv.de](http://wlv.de)

### 3.2 Abwesenheitsnotiz

Wenn Ihr Euch zum Beispiel auf Geschäftsreisen oder im Urlaub befindet, informiert Eure Kollegen und Geschäftspartner, wann Ihr wieder erreichbar seid. Für die Abwesenheitsnotiz wird Arial 10 Punkt verwendet.

Vielen Dank für Ihre E-Mail.

Ich bin ab <WOCHENTAG>, den <DATUM> wieder zu erreichen. Ihre E-Mail wird nicht weitergeleitet. In dringenden Fällen wenden Sie sich bitte an <STELLVERTRETER>, vorname.nachname@wlv.de, Telefon 040 2 54 40-DW.

Mit freundlichem Gruß

<IHR NAME>

Thank you for your e-mail.

I will be back in office on <WOCHENTAG>, <DATUM>. Please note that your e-mail will not be forwarded.

For any urgent matters, please contact <STELLVERTRETER>, vorname.nachname@wlv.de, phone number +49 40 2 54 40-DW.

Best regards

<IHR NAME>

## 4. Allgemeine Schreibweisen

### 4.1. Groß- und Kleinschreibung

#### Nach Doppelpunkt

Steht nach Doppelpunkten kein vollständiger Satz, wird klein weitergeschrieben. Ausnahmen sind Fügungen in Betreffzeilen und im Postskriptum von Briefen sowie in Überschriften und in Bildunterschriften.

- ✓ Messerrückblick: Im Dialog mit dem Publikum

Besonderheit Schweiz: Hier steht vor dem Doppelpunkt ein Leerzeichen.

- ✓ Messerrückblick : Im Dialog mit dem Publikum

#### Bei Fremdwörtern

Grundsätzlich gilt, dass Substantive, die in ihrer Herkunftssprache kleingeschrieben werden, sich den deutschen Orthografieregeln anpassen. Hier einige Beispiele:

- ✓ Guide
- ✓ Keyword
- ✓ Page

Hinweis: Wenn in der Kommunikation englische Wörter verwendet werden, dann wählen wir die US-Variante, nicht das British English.

### 4.2 Wortverbindungen

#### Bei Abkürzungen

Wörter in Verbindung mit Abkürzungen werden stets gekoppelt:

- ✓ ISO-Zertifizierungen
- ✓ IWW-Zahlen

#### Bei beschnittenen Wörtern

Es gibt Wörter, die im Sprachgebrauch an einer Stelle beschnitten werden. Ein Beispiel ist „Info“. Es kommt von „Information“, wurde also hinten beschnitten. In Verbindung mit anderen Wörtern werden diese Wörter an der beschnittenen Stelle mit Bindestrich gekoppelt:

- ✓ Info-Kategorie

An der nicht beschnittenen Stelle – hier vorn – werden sie ganz normal mit anderen Wörtern zusammengeschieden:

- ✓ Produktinfo

#### 4.2.1 Deutsches + deutsches Wort

Fügungen, die aus zwei deutschen Wörtern bestehen, werden grundsätzlich zusammengeschieden:

- ✓ Nutzeranalyse

- ✓ Produktinformation
- ✓ Reichweitenverstärker

#### 4.2.2 Fremdsprachiger Begriff + deutsches Wort

Fügungen, die aus einem deutschen und einem fremdsprachigen Begriff bestehen, werden im Allgemeinen mit einem Bindestrich verbunden.

Nach dem Muster: Keyword + Suche = Keyword-Suche

Bei der Festlegung, was ein fremdsprachiger bzw. noch nicht eingedeutschter Begriff ist, orientieren wir uns am Duden. Jedes Wort, das im Duden steht, gilt als eingedeutscht und ist demnach als deutsches Wort zu behandeln.

#### 4.2.3 Eingedeutschtes Fremdwort + deutsches Wort

Besonders zu beachten sind die vielen Begriffe, die gemäß Duden schon eingedeutscht sind und als geläufig wahrgenommen werden. Sie können nach den Mustern

Icon + Sammlung = Iconsammlung

oder

Beratung + Center = Beratungscenter

mit deutschen Begriffen zusammengeschrieben werden. Es muss also kein Bindestrich zwischen den Wörtern stehen.

Hinweis: Obwohl „E-Mail“ ein eingedeutschtes Wort ist, werden seine Wortverbindungen mit Bindestrich angeschlossen:

- ✓ E-Mail-Programm  
~~E-Mailprogramm~~

- ✓ E-Mail-Marketing  
~~E-Mailmarketing~~

#### Ausnahme: Regional Sales Manager

Aufgrund der Lesbarkeit bei Jobbezeichnungen wird hier auf die Bindestriche verzichtet. Dies gilt z. B. auch für die Bezeichnung der Head of Regional Sales sowie innerhalb der Benennung unserer Leistungspakete z. B. Lokal Web Starter, National Telefon Starter.

#### 4.2.4 Besonderheiten

##### Das Gebot der Lesbarkeit erlaubt den Einsatz von Bindestrichen...

... wenn dreimal derselbe Konsonant hintereinander steht:

- ✓ Business-Suche

aber auch: Businesssuche

... wenn zweimal derselbe Vokal hintereinander steht:



✓ Software-Entwicklung  
aber auch: Softwareentwicklung

... wenn ein Wortungetüm entsteht:

✓ Newsletter-Adressat  
aber auch: Newsletteradressat

... wenn die richtige Lesbarkeit nicht auf Anhieb gewährleistet ist:

✓ Website-Link  
aber auch: Websitelink

... wenn ein eingedeutschtes Wort aus einem fremdsprachigen Verb und einer fremdsprachigen Präposition gebildet wurde:

✓ Hand-out  
aber auch: Handout

✓ Kick-off  
aber auch: Kickoff

✓ Log-out/ Log-in  
aber auch: Logout, Login

Hinweis: Bei „Wer liefert was“ geht das Gebot der Lesbarkeit vor, weshalb wir vorrangig die Schreibweise mit Bindestrich einsetzen.

## 4.3 Zahlen

### 4.3.1 Wann ausschreiben?

Im Lauftext sind Kardinal- und Ordinalzahlen von eins bis zwölf auszuschreiben:

- ✓ Herr Meyer erhielt zwei Angebote.
- ✓ Die zwölfte Version ist gerade erschienen.
- ✓ Die Nutzer geben eine siebenstellige Zahl ein.

Ausnahmen findet Ihr im Folgenden:

Rechtsnormen:

- ✓ § 7 BGB schreibt vor ...
- ✓ Wortgruppen mit höheren Zahlwörtern als zwölf:
- ✓ Der Personalbestand pendelt zwischen 10 und 15 Mitarbeitern.

Um die Lesbarkeit zu erhöhen, kann man in Headlines und Werbebotschaften die Zahl als Ziffer schreiben:

- ✓ 1,3 Millionen Entscheider

- ✓ über 2 Millionen Visits

In Diagrammen, Balkengrafiken, Aufzählungen und Tabellen werden die Zahl- und Ordnungswörter als Ziffern geschrieben.

#### **4.3.2. Gliederung hoher Zahlen**

Wenn ganze Ziffern vierstellig und höher sind, werden sie durch Punkt(e) gegliedert – immer nach drei Stellen von rechts:

- ✓ 4.000
- ✓ 10.000
- ✓ 101.000

#### **4.3.3. Handelsregister- und Steuernummern**

Die Handelsregisternummer gliedern wir in zwei Dreiergruppen, die Schreibweise der Steuernummer ist vom Finanzamt vorgegeben.

- ✓ Handelsregister: HRB Hamburg Nr. 106 779
- ✓ Steuernummer 46/763/02374

#### **4.3.4. IBAN**

Die International Bank Account Number (IBAN,) wird von links beginnend fünfmal in eine Vierergruppe und einmal in eine Zweiergruppe unterteilt. Der ISO-Code des Landes (hier DE) und die Prüfziffer (hier 02) bilden dabei die erste Vierergruppe.

- ✓ IBAN DE02 2004 0000 0610 2669 00

#### **4.3.5 Telefon- und Faxnummern im Schriftverkehr**

##### **4.3.6 Festnetzanschlüsse**

In Telefon- und Telefaxnummern wird die Ortsnetzkenzahl mit einer Leerstelle von der Rufnummer abgetrennt. Die Rufnummer selbst wird in Paaren gruppiert – von rechts beginnend. Bei einer ungeraden Anzahl von Ziffern bleibt links eine Einzelziffer stehen.

- ✓ **T** 09191 7 21 23 78
- ✓ **F** 09191 2 34 56 22

Zentral- und Durchwahlnummern werden mit Bindestrich angeschlossen – und zwar ohne Leerzeichen.

- ✓ **T** 09191 7 22 67-78
- ✓ **F** 09191 7 22 67-79

Bei internationalen Telefon- und Faxnummern steht vor der Ländervorwahl ein + ohne doppelte Null. Die Null vor der Ortsnetzkennzahl wird bei „Wer liefert was“ in Klammern gesetzt.

- ✓ T +49 (0)9191 7 21 23 44

In den Firmeneinträgen bei wlv wird die Null in Klammern weggelassen und die Rufnummer zusammengeschrieben:

- ✓ +49 4821 8979-0

#### 4.3.7 Mobile Anschlüsse

Bei mobilen Anschlüssen steht zwischen der Kennziffer des Netzbetreibers und der Rufnummer eine Leerstelle. Die Rufnummer selbst wird in Paaren gruppiert – von rechts beginnend. Bei einer ungeraden Anzahl von Ziffern bleibt links eine Einzelziffer stehen.

- ✓ 0172 3 70 14 58

Bei der internationalen Variante des Mobilanschlusses steht:

- ✓ +49 (0)172 3 70 14 58

#### 4.4 Gedankenstrich

Zu unterscheiden ist grundsätzlich zwischen langem Gedankenstrich „–“ und kurzem Bindestrich „-“. (Tastenkombination Gedankenstrich: Strg+Num)

##### 4.4.1. Strich für „gegen“

Als Zeichen für „gegen“ (zum Beispiel in Sportberichten) wird er mit Zwischenraum gesetzt.

- ✓ Schalke 04 – Eintracht Frankfurt

##### 4.4.2. Strich für „bis“

Als Zeichen für „bis“ wird er ohne Zwischenraum gesetzt.

- ✓ Mustergasse 21-22

##### 4.4.3 Streckenangaben

Bei Streckenangaben steht der Gedankenstrich ohne Zwischenraum zwischen den Ortsangaben.

- ✓ Berlin–Leipzig
- ✓ Köln–München

## 4.5 Abkürzungen

Die folgenden Abkürzungen können in Betreffzeilen, Textabschnitten und Aufzählungen eingesetzt werden. Achtung: nie in Überschriften verwenden!

**bzw., evtl., etc., usw.**

### **Maßeinheiten (cm, m, KB, MB)**

Als Maßeinheit nachgestellt – mit Leerzeichen.

- ✓ Die Dateigröße beträgt 53 KB.

### **JPEG, TIFF, MPEG**

Dateiformate werden in Großbuchstaben geschrieben.

### **GfK, IVW, IfM**

Namen von Unternehmen und Verbänden, die über eine landläufige Abkürzung verfügen, können mit dieser bezeichnet werden. Vorausgesetzt, der Name wird bei der ersten Erwähnung im Text ausgeschreiben und die Abkürzung steht bei der Erstnennung in Klammern dahinter. Beispiel:

- ✓ Das Marktforschungsinstitut Growth from Knowledge (GfK) legt heute seine Internetstudie vor. Experten erwarten die Ergebnisse der GfK mit Spannung.

### **Str.**

Straßen und Plätze können auf Formularen und im Briefkopf abgekürzt werden, nicht aber im Lauftext.

# Anhang

## E-Mail-Vorlage

Eine einheitliche Präsenz nach außen ist uns sehr wichtig. Aus diesem Grund haben wir eine Mailingvorlage erstellt. Diese ist in erster Linie für die Sales-Kollegen gedacht, kann aber natürlich auch von jedem, der in Kontakt mit externen Dienstleistern etc. steht, genutzt werden.

### **Betreff**

Ihr Firmenprofil auf „Wer liefert was“ (bzw. je nach Anliegen)

### **Anrede**

Sehr geehrter Herr xxx./Sehr geehrte Frau xxx,  
Alternativ: Lieber Herr xxx./Liebe Frau xxx,

### **Einleitung**

Bezugnahme auf Besuch, Telefonat etc.

### **Zwischenteil**

Je nach Inhalt  
Möglichst kurze und einfache Sätze

### **Letzter Absatz, Call to Action und Dank**

Haben Sie Fragen? Dann rufen Sie mich gerne an unter xxx.  
Ggf. herzlichen Dank für die gute Zusammenarbeit, ... Ihren Auftrag, ...etc.

### **Grußformel**

Mit freundlichen Grüßen (ohne Komma)  
Vorname Nachname

### **Alternativ**

Mit besten Grüßen (ohne Komma)  
Vorname Nachname

### **Schriftart**

Arial, Punkt 10, schwarz

### **Anhänge**

Eindeutig benennen  
Ggf. Screens bei Arbeitsanweisungen anfügen  
Link zu EA/Firmen-Login

### **Abbinder/Signatur**

#### **Name**

Titel

**Wer liefert was? GmbH**, ABC-Straße 21, 20354 Hamburg

T +49 (0)40 2 54 40-xxx

F +49 (0)40 2 54 40-99xxx

[vorname.nachname@wlv.de](mailto:vorname.nachname@wlv.de)

[www.wlv.de](http://www.wlv.de)

Geschäftsführer: Peter F. Schmid

HRB Hamburg Nr. 106 779

USt-IDNr.: DE263357612

Der führende B2B-Marktplatz [wlv.de](http://wlv.de)

## Beispiel-Mail

Betreff: Ihr Firmenprofil auf „Wer liefert was“ (*bzw. je nach Anliegen*)

Sehr geehrter Herr/Frau xxx,

vielen Dank für Ihren Auftrag!

Um Ihr Firmenprofil auf wlw zu vervollständigen und damit größtmögliche Aufmerksamkeit zu erhalten, benötige ich von Ihnen noch folgende Daten:

- Firmenlogo (*hier Anforderungen nennen*)
- Abbildungen (*hier Anforderungen nennen*)
- Etc.

Sie können Ihre Daten alternativ auch selbst einpflegen. *Link zum EA*  
Haben Sie Fragen? Dann rufen Sie mich gerne an unter xxx.

Mit freundlichen Grüßen  
Vorname Nachname

### Vorname Nachname

Titel

Wer liefert was? GmbH, ABC-Straße 21, 20354 Hamburg

T +49 (0)40 2 54 40-xxx

F +49 (0)40 2 54 40-99xxx

[vorname.nachname@wlv.de](mailto:vorname.nachname@wlv.de)

[www.wlv.de](http://www.wlv.de)

Geschäftsführer: Peter F. Schmid

HRB Hamburg Nr. 106 779

USt-IDNr.: DE263357612

Der führende B2B-Marktplatz [wlv.de](http://wlv.de)

