



LINGO 
języki nieobce

NIEMIECKI W PRACY I BIZNESIE

**NEZBĘDNIK
MENEŻERA
HANDLOWCA
ASYSTENTKI**

Korespondencja handlowa

- Listy, e-maile, zapytania, oferty
- Przydatne zwroty, gotowe przykłady
- Słowniczek tematyczny, skróty i skrótowce

Iwona Kienzler

NIEMIECKI W PRACY I BIZNESIE

Korespondencja handlowa

Konsultacja językowa:
Tomasz Sielecki

LINGO
języki nieobce

Redaktor serii: **Marek Jannasz**

Redakcja i korekta: **Anna Laskowska**

Koncepcja graficzna okładek Lingo: **2-arts, Marcin Rojek**

Projekt i opracowanie graficzne: **Studio 27, biuro@studio27.pl**

Zdjęcia na okładce: © **Tupungato / Fotolia.com**

LINGO
języki nieobce

© Copyright by Wydawnictwo Lingo sp. j., Warszawa 2013

www.jezyki nieobce.pl

ISBN: 978-83-63165-76-5

Skład i łamanie: **Klara Pereptyś-Pająk**

Spis treści

Wstęp	6
1. Korespondencja handlowa przesyłana pocztą zwykłą	8
1.1. Układ pisma handlowego przesyłanego pocztą zwykłą	8
1.1.1. Pismo w języku niemieckim	8
1.1.2. Pismo w języku polskim	13
1.2. Koperta	17
2. Korespondencja przesyłana pocztą elektroniczną	20
2.1. Układ graficzny e-maila	20
2.2. Redagowanie wiadomości elektronicznej	21
2.3. Lista dystrybucyjna	24
2.4. Załączniki poczty elektronicznej	25
2.5. Lista zakazanych praktyk w poczcie elektronicznej	26
2.6. Formuły zamieszczane w elektronicznej korespondencji handlowej	27
2.7. Słowniczek terminów i wyrażeń przydatnych w elektronicznej korespondencji handlowej	32
3. Pisma przewodnie	34
3.1. Pismo przewodnie wysyłane pocztą	34
3.2. Pismo przewodnie wysyłane pocztą elektroniczną	36
3.3. Polsko-niemiecki słowniczek terminów i wyrażeń przydatnych w redagowaniu pism przewodnich	40
4. Informacje o zmianach w firmie	43
4.1. Polsko-niemiecki słowniczek terminów i wyrażeń przydatnych w redagowaniu korespondencji związanej ze zmianami w firmie	49

5. Życzenia i gratulacje wysyłane do zagranicznych firm oraz instytucji	52
5.1. Życzenia okolicznościowe	52
5.2. Gratulacje z okazji awansu	55
5.3. Polsko-niemiecki słownik terminów i wyrażen przydatnych w redagowaniu życzeń i gratulacji	59
6. Wizyty w firmie i spotkania branżowe.....	61
6.1. Zaproszenie	61
6.2. Ramowy program wizyty	64
6.3. Zawiadomienie o niemożności przyjazdu	67
6.4. Przyjęcie zaproszenia	72
6.5. Rezerwacja hotelu	76
6.6. Zamówienie usług tłumacza	80
6.7. Przełożenie wizyty w firmie.....	84
6.8. Podziękowanie za gościnność	88
6.9. Polsko-niemiecki słownik terminów i wyrażen przydatnych w redagowaniu korespondencji związanej z wizytami w firmie i spotkaniami branżowymi.....	90
7. Targi i wystawy	93
7.1. Regulamin targów	93
7.2. Zaproszenie do odwiedzenia targów	101
7.3. Oferta zatrudnienia hostess	104
7.4. Oferta budowy stoiska	108
7.5. Oferta cateringu stoiska wystawienniczego	113
7.6. Oferta zakwaterowania na targach	117
7.7. Zaproszenie do odwiedzenia stoiska targowego	120
7.8. Zaproszenie na koktajl lub przyjęcie organizowane podczas targów.....	124
7.9. Polsko-niemiecki słownik terminów i wyrażen przydatnych w redagowaniu korespondencji związanej z targami i wystawami	127

8. Zapytania i oferty	129
8.1. Zapytanie o możliwość przestania oferty	129
8.2. Zapytanie o możliwość zakupu i zapytanie ofertowe	134
8.3. Zapytanie o możliwość współpracy	139
8.4. Oferta otwarcia przedstawicielstwa w Polsce	141
8.5. Oferta sprzedaży	144
8.6. Oferta świadczonych usług.....	150
8.7. Negocjowanie ofert	155
8.8. Odrzucenie oferty	161
8.9. Polsko-niemiecki słowniczek terminów i wyrażeń przydatnych w redagowaniu zapytań, ofert oraz korespondencji związanej z negocjowaniem ofert	165
9. Skróty i skrótowce powszechnie stosowane w terminologii handlowej	170
9.1. Polsko-niemiecki wybór skrótów i skrótowców stosowanych w terminologii handlowej.....	170
9.2. Niemiecko-polski wybór skrótów i skrótowców stosowanych w terminologii handlowej.....	184
10. Niemiecko-polski słowniczek tematyczny terminów i wyrażeń	220

Książka „**NIEMIECKI W PRACY I BIZNESIE. KORESPONDENCJA HANDLOWA**” zawiera wzory pism oraz dokumentów w korespondencji z zagranicznymi kontrahentami. Książkę otwiera opis prawidłowo sformułowanego pisma w języku niemieckim i polskim oraz najważniejsze zagadnienia związane z redagowaniem korespondencji elektronicznej, w tym: tworzenie listy dystrybucyjnej, dodawanie sygnatury w programach pocztowych, tworzenie elektronicznej papeterii, sprawdzanie pisowni, zasady przesyłania załączników, jak również reguły netykiety.

Pozostałe rozdziały zawierają konkretne przykłady korespondencji, w tym wzory listów przewodnich, wysyłanych pocztą zwykłą lub pocztą elektroniczną, pism z informacjami o zmianach w firmie, życzenia i gratulacje, korespondencję związaną z wizytami w firmie oraz spotkaniami handlowymi. Osobny rozdział poświęcono na korespondencję związaną z targami i wystawami.

Wszystkie przykłady przedstawione w niniejszej publikacji są poprzedzone komentarzem, a na końcu każdego rozdziału znajduje się słowniczek tematyczny, zawierający nie tylko słownictwo, ale także całe zwroty, które mogą być wykorzystane przy komponowaniu korespondencji. Przykłady pism, które mogą być wysyłane jako wiadomość elektroniczna zostały zredagowane w układzie charakterystycznym dla wiadomości e-mail, natomiast te pisma, które powinny być wysyłane pocztą zwykłą lub w formie załącznika (zeskanowany dokument) mają układ treści zwykłego pisma handlowego. Należy pamiętać, że przygotowane wzory mają stanowić dla odbiorców jedynie wskazówkę jak należy formułować pisma tego typu, dlatego wykorzystując je w konkretnej sytuacji powinno się uwzględnić odrębność stanu faktycznego i prawnego.

W zawartych w niniejszej publikacji przykładach nie podaje się nazwisk ani adresów, ale jeśli występują, to nazwy, nazwiska lub adresy osób, przedmioty umowy, prawa i obowiązki stron zostały stworzone wyłącznie na użytek niniejszego opracowania i wszelka zbieżność danych z istniejącymi w rzeczywistości jest całkowicie przypadkowa.

Książkę zamyka polsko-niemiecki i niemiecko-polski wykaz skrótów stosowanych w korespondencji handlowej.

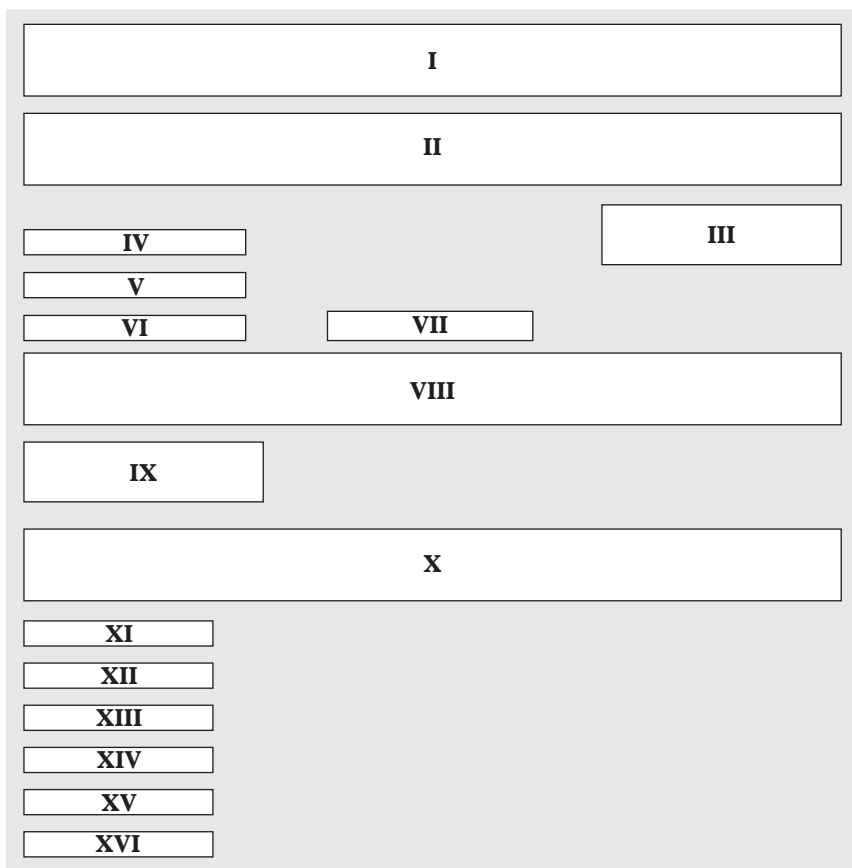
Książka „**NIEMIECKI W PRACY I BIZNESIE. KORESPONDENCJA HANDLOWA**” przeznaczona jest przede wszystkim dla krajowych i zagranicznych podmiotów zamierzających rozpocząć w Polsce prowadzenie działalności gospodarczej lub już prowadzących taką działalność, jak również dla firm i obywateli polskich, którzy zamierzają otworzyć filie polskich podmiotów za granicą lub rozpocząć działalność w niemieckojęzycznych krajach Unii Europejskiej lub w Szwajcarii.

Autorka

1. Korespondencja handlowa przesyłana pocztą zwykłą

1.1. Układ pisma handlowego przesyłanego pocztą zwykłą

1.1.1. Pismo w języku niemieckim



I Nazwa firmy

Jeżeli list pisany jest na papierze firmowym, nazwa firmy umieszczona jest w nagłówku i tworzy całość z punktem II (adres firmy). Obok adresu podane są tu również dodatkowe informacje np.: numery telefonów, faksów czy adres poczty elektronicznej i strony internetowej.

II Adres firmy

Adres pocztowy firmy wraz z informacjami dodatkowymi, tj. numerami telefonów, faksów czy adres poczty elektronicznej i strony internetowej.

III Data

Datę, która jest zwykle poprzedzona nazwą miejscowości, w języku niemieckim pisze się na kilka sposobów:

Gdynia, den 12. September, 2011

Kiel, den 12. Sept. 2011

Düsseldorf, 12.9.2011

Berlin, 12.09.2011

Nazwy miesięcy krótkich w pisowni podaje się w całości, natomiast nazwy o dłuższej pisowni podawane są w skrócie:

Januar = Jan. – styczeń

Februar = Febr. – luty

März – marzec

April – kwiecień

Mai – maj

Juni – czerwiec

Juli – lipiec

August = Aug. – sierpień

September = Sept. – wrzesień

Oktober = Okt. – październik

November = Nov. – listopad

Dezember = Dez. – grudzień

W listach handlowych daty zwykle zapisują się cyframi oznaczającymi kolejno: dzień, miesiąc, rok.

IV Imię i nazwisko odbiorcy oraz nazwa firmy

W piśmie kierowanym do konkretnej osoby w danej firmie, nazwisko tej osoby podawane jest w sposób następujący:

Herrn Schumann – w przypadku, gdy adresatem jest mężczyzna (W Szwajcarii spotykana jest forma Herr).

Frau Schmidt – w przypadku, gdy adresatem jest kobieta, nie tylko mężatka.

Nie stosuje się skrótów **Fr.** = **Frau**, **Frl.** = **Fräulein**.

Skrótów używa się pisząc tytuły oraz stopnie naukowe, takie jak:

Dipl.- Ing. = **Diplom Ingenieur** – inżynier dyplomowany

Dr. = **Doktor** – doktor

Dr. habil. = **doctor habilitatus** – doktor habilitowany

Prof. = **Professor** – profesor

Np:

Herrn

Dr. Thomas Grüner

Frau

Dipl.-Ing. Berta Braun

Kiedy nadawca zwraca się bezpośrednio do dyrektora lub kierownika, używa przymi-
ka „**an**” z biernikiem, np. :

An die Vorsitzende der Firma PEMIX

Frau Barbara Grüner

(Do Prezesa firmy PEMIX

Pani Barbary Grüner)

Jeżeli pracownik danej firmy znany jest nadawcy z poprzedniej korespondencji lub osobiście, stosowany jest skrót „do rąk własnych” – **z.H.v. (zu Händen von)** lub **z.H. (zu Händen des/der)**, np.:

RIOMIN Frankfurt

z.H./z.Hd./z.Hdn. des Direktors Herrn Robert Schiller

(RIOMIN Frankfurt

do rąk własnych Dyrektora Roberta Schillera)

V Adres odbiorcy

Adres odbiorcy podany w całości, w brzmieniu takim, jak na kopercie.

VI Wasz znak

Umieszczenie adnotacji: „**Ihr Zeichen**” – „Wasz znak” służy ułatwieniu odszukania sprawy przez korespondenta.

VII Nasz znak

Umieszczenie adnotacji: „**Unser Zeichen**” – „Nasz znak” służy ułatwieniu odszu-
kania sprawy w aktach przez nadawcę, kiedy korespondent będzie się na ten znak
powoływał odpowiadając na pismo.

VIII Temat sprawy

Skrótowe oznaczenie treści pisma, poprzez powołanie określenia zastosowanego przez korespondenta lub na określenie dokumentu, którego nazwę można znaleźć w niniejszym opracowaniu. Określenie to umieszczane jest przed zwrotem grzecznościowym, bez podkreślenia ani poprzedzenia słowem **Betreff**.

IX Zwrot grzecznościowy rozpoczynający list

W niemieckich pismach handlowych, zwracając się do konkretnej osoby używamy zwrotów:

Sehr geehrte Frau X,
Sehr geehrter Herr Y.

W zwrotach grzecznościowych stosuje się tytuły naukowe, np.:

Sehr geehrter Herr Dipl.-Ing. Schmidt.

W przypadku okólników lub listów kierowanych do firm oraz instytucji, nieadresowanych do konkretnej osoby, stosuje się formę ***Sehr geehrte Damen und Herren***, a także ***Verehrte/Werte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter***.

Powszechnie używana do niedawna forma ***Sehr geehrte Herren***, występuje jedynie wówczas, gdy mamy pewność, iż piszemy do firmy, w której zatrudnieni są wyłącznie mężczyźni. Obecnie coraz częściej stosuje się zwrot ***Sehr geehrte Damen und Herren***. Po zwrocie grzecznościowym występuje przecinek, po którym następuje zwrot wprowadzający z małej litery (o ile nie jest to rzeczownik lub inne słowo, które, ze względu na niemieckie zasady pisowni powinno być pisane z dużej litery).

X. Zasadnicza treść pisma

Zwrot wprowadzający

Pismo rozpoczyna się zwrotem wprowadzającym, po którym nawiązuje się do zasadniczej sprawy, np.:

Bezugnehmend auf Ihr Schreiben vom teilen wir Ihnen mit,
dass ... – W odpowiedzi na Wasze pismo z dnia ..., informujemy, że ...

Besten Dank für Ihr Schreiben vom ... – Dziękujemy za Wasze pismo z dnia ...

Bezüglich Ihrer Anfrage vom ... – Nawiązując do Waszego zapytania z dnia ...

Główna treść pisma

Główna treść pisma pisana jest w układzie blokowym, tzn. jest podzielona na akapity, wyraźnie oddzielone podwójnym odstępem.

Formuły zakończenia pisma

Stosowane są następujące formuły:

Ihrer Antwort sehen wir entgegen. – Oczekujemy odpowiedzi od Państwa.

Ihrer Antwort sehen wir mit Interesse entgegen. – Z zainteresowaniem oczekujemy Państwa odpowiedzi.

Wir würden uns freuen, in Kürze eine Antwort von Ihnen zu erhalten. – Cieszylibyśmy się z otrzymania od Państwa szybkiej odpowiedzi.

XI Grzecznościowy zwrot pożegnalny

Obecnie najczęściej stosuje się zwroty: „***Mit freundlichen Grüßen***”, „***Mit freundlichem Gruß***”, „***Herzliche Grüße***” (tylko w korespondencji prywatnej) lub „***Freundliche Grüße***”, natomiast coraz rzadziej spotyka się, niegdyś powszechną, formę „***Hochachtungsvoll***”.

XII Nazwa firmy

Nazwa firmy jest zawsze wydrukowana, nie stawia się pieczętki.

XIII Podpis

Podpis powinien być odręczny, ewentualnie w postaci faksymilii.

XIV Nazwisko osoby podpisującej wraz z jej stanowiskiem

Nazwisko osoby podpisującej pismo, a pod nim zajmowane w firmie stanowisko lub dział jaki reprezentuje, np.:

Piotr Chylewski
Verkaufsabteilung
Piotr Chylewski
Dział Sprzedaży

W sytuacji, kiedy pismo podpisywane jest za kogoś innego, to osoba podpisująca, posiadająca formalne pełnomocnictwo stosuje przed podpisem skrót ***ppa.*** (***per procura***), a osoba podpisująca bez takiego pełnomocnictwa stosuje przed podpisem skrót ***i.V.*** (***in Vollmacht*** – w zastępstwie) lub ***i.A.*** (***im Auftrag*** – w imieniu).

XV Dodatkowe informacje o załącznikach

Jeżeli pismo wysyłane jest razem z załącznikami, zaznacza się to, podobnie jak w języku polskim, po lewej stronie, poniżej podpisów, stosując słowo „***Anlage***” – Załącz-

nik, rzadko występuje forma „*Beilage*”, jednak najczęściej występującą formą jest „*Anlagen*” – Załączniki. Można jedynie wymienić nazwy załączonych dokumentów, pomijając samo słowo „Załączniki”, np.:

Anlagen

1) *Rechnung*

2) *Abnahmeprüfzeugnis*

Załączniki:

1) Rachunek

2) Świadectwo odbioru

Można również zaznaczyć: ***Anlagen lt. Text*** – Załączniki wg tekstu.

XVI Informacja o przesyłaniu kopii do wiadomości

Jeżeli kopia pisma wysyłana jest do innej osoby lub instytucji, nawet wewnątrz danej firmy, zaznacza się to słowem: „*Verteiler*”, lub pomija się to słowo, umieszczając jedynie dla kogo przeznaczone są kopie, np.:

Verteiler:

Herrn Frączak, Kooperations- und Organisationsabteilung

Frau Kowalska, Werbung und Marketing

Pan Frączak, Dział Współpracy i Organizacji

Pani Kowalska, Dział Reklamy i Marketingu

1.1.2. Pismo w języku polskim

Pisma handlowe wysyłane faksem lub pocztą zwykłą, zazwyczaj sporządzane są na papierze firmowym, którego elementy są dokładnie określone przez prawo polskie. Zgodnie z przepisami, na papierze firmowym powinny znaleźć się poniższe elementy, których rozmieszczenie jest dowolne:

- firma spółki;
- siedziba i adres spółki;
- oznaczenie sądu rejonowego, w którym przechowywana jest dokumentacja spółki;
- numer, pod którym spółka jest wpisana do rejestru;
- numer identyfikacji podatkowej (NIP);
- wysokość kapitału zakładowego w przypadku spółek akcyjnych i komandytowych, wraz z informacją o tym, jaka jego część została wpłacona, natomiast w przypadku spółek z o.o. – wysokość kapitału.

Powyższe dane należy uwzględnić nie tylko w korespondencji w formie papierowej, ale również w pismach oraz zamówieniach handlowych rozsyłanych w formie elektronicznej. Powyższe wymogi dotyczą nie tylko przedsiębiorstw mających swoje siedziby na terenie Polski, ale także oddziałów spółek z o.o. i spółek akcyjnych mających siedzibę za granicą.

Na papierze firmowym można również umieścić elementy nieobowiązkowe, np. numer konta bankowego.

The diagram illustrates the layout of a business letter on a firm's paper. It consists of 14 numbered fields:

- I**: A large rectangular box at the top center, likely for the recipient's address.
- II**: A small rectangular box on the left side, below field I.
- III**: A rectangular box on the right side, below field I.
- IV**: A small rectangular box on the left side, below field II.
- V**: A rectangular box in the center, below field II.
- VI**: A small rectangular box on the right side, below field III.
- VII**: A small rectangular box on the far right side, below field III.
- VIII**: A rectangular box on the left side, below field IV.
- IX**: A large rectangular box in the center, below field V.
- X**: A small rectangular box on the right side, below field VI.
- XI**: A rectangular box on the right side, below field X.
- XII**: A small rectangular box on the left side, below field VIII.
- XIII**: A rectangular box on the left side, below field XII.
- XIV**: A large rectangular box at the bottom center, likely for the sender's address.

I Nagłówek

Pisma handlowe wysyłane są zazwyczaj na papierze firmowym, na którym w nagłówku umieszcza się przede wszystkim logo firmy i jej dane teled adresowe. Można również w tym miejscu umieścić inne obowiązkowe elementy przewidziane przez prawo polskie.

II Miejsce na adnotacje o wpływie

Miejsce na umieszczenie daty wpływu oraz informacji o przeznaczeniu do odpowiedniego działu w przedsiębiorstwie.

III Adres odbiorcy

Adres odbiorcy zapisany w identyczny sposób, jak na kopercie czyli: imię i nazwisko osoby, dla której dane pismo jest przeznaczone, nazwa firmy, jej adres (ulica, nr domu, a pod spodem kod pocztowy i miejscowość),

Pani
Magdalena Ryłska
Dyrektor Działu Obsługi Klienta
MOBIX INTERNATIONAL
ul. Radosna 15/6
81-333 Gdynia

IV Data pisma korespondenta

Określenie mające na celu ułatwienie adresatowi odszukania kopii jego pisma w jego aktach. Obecnie jest to zazwyczaj określenie: „Państwa pismo z dnia ...”, które zastępuje używane wcześniej „Wasze pismo z dnia ...”.

V Znak pisma korespondenta

Oznaczenie pisma przez nadanie inicjałów nazwy działu w firmie lub inicjałów prowadzącego sprawę oraz kolejnego numeru pisma wychodzącego i roku, co ma na celu ułatwienie identyfikacji działu czy osoby prowadzącej daną sprawę.

VI Znak nadawcy pisma

Inicjały nazwy działu lub osób prowadzących sprawę, ewentualnie kolejny numer pisma wychodzącego i roku, umieszczane w celu identyfikacji działu lub/i osoby prowadzącej daną sprawę.

VII Data

Data powinna być zapisana cyframi arabskimi w następujący sposób: rok-miesiąc-dzień lub dzień-miesiąc-rok, a poszczególne człony powinny być oddzielone od siebie myślnikami lub kropkami. Datę można także zapisać słownie, np.

22 sierpnia 2012.

VIII Sprawa

Krótkie sformułowanie określające sprawę, której dotyczy dane pismo, zazwyczaj umieszczane po wyrazie „Dotyczy:” Sformułowanie to może być również umieszczone bez tego słowa, ale podkreślone lub napisane wytłuszczonym drukiem. Dopuszczalne jest ominięcie tego elementu.

IX Zasadnicza treść pisma

Na początku zamieszcza się formuły grzecznościowe typu „**Szanowna Pani**”, „**Szanowny Panie**”, „**Szanowni Państwo**”, czy „**Szanowny Panie Prezesie**” lub „**Szanowny Panie Dyrektorze**”.

Po zwrocie rozpoczynającym list można nie stawiać żadnego znaku przestankowego lub można postawić przecinek. W pierwszym przypadku tekst rozpoczyna się dużą literą, natomiast gdy po zwrocie rozpoczynającym list stawia się przecinek, tekst rozpoczyna się małą literą. Np.:

Szanowni Państwo

Nawiązując do Państwa pisma z dnia ..., uprzejmie informujemy
lub

Szanowni Państwo,

w nawiązaniu do Państwa zapytania, informujemy, iż ...

Po tym zwrocie następuje zasadnicza treść pisma, która jest podzielona na akapity. Układ blokowy coraz częściej zastępuje układ z wcięciem. Należy pamiętać, aby nie stosować obu tych układów jednocześnie, tzn. nowy akapit rozpoczynać albo po dodatkowym odstępie, albo po wcięciu.

X Formuły zakończenia

Zwrot grzecznościowy: „**Z poważaniem**” lub coraz rzadziej: „**Z wyrazami szacunku**”, „**Załączam wyrazy szacunku**”.

XI Podpis

Podpis osoby, której stanowisko, imię i nazwisko umieszczone jest poniżej lub występuje na imiennej pieczęcie, umieszczonej na zakończenie listu. Jeżeli pismo podpisane jest za kogoś innego, osoba podpisująca, która posiada formalne pełnomocnictwo stosuje przed podpisem skrót „*z up.*” lub „*wz*”.

W sytuacji, kiedy pismo podpisane jest przez dwie osoby z danej firmy, to podpis osoby stojącej wyżej w hierarchii służbowej jest umieszczany po prawej stronie.

XII Załączniki

Informacje o załącznikach, np.:

Załączniki: 2

Załączniki:

1. Specyfikacja
2. Faktura VAT nr

XIII Informacja o przekazaniu kopii do wiadomości

Po sformułowaniu: „*Do wiadomości:*” lub „*Otrzymują:*”, podaje się nazwisko osoby, nazwę działu w tej samej firmie lub/i nazwę firmy, która otrzymuje kopię pisma.

XIV Stopka

W stopce można umieścić część elementów obowiązkowych pisma, które nie zmieściły się w nagłówku.

1.2. Koperta

Bez względu na to, w jakim języku prowadzona jest korespondencja, adres na kopercie powinien być czytelny, dlatego najlepiej jest adresować koperty wykorzystując edytory tekstów. Układ koperty w korespondencji polskiej i niemieckiej jest identyczny, a umieszczany na nich adres pozostaje w ścisłym związku z adresem odbiorcy umieszczanym w treści przesyłanego pisma. Wymiary kopert w Europie są znormalizowane, co umożliwia umieszczanie w nich pism sporządzanych na znormalizowanych blankietach.

Adres zwrotny

Adres odbiorcy

Adresowanie kopert w języku polskim:

1. W przypadku, gdy adresat jest osobą prywatną:
 - imię i nazwisko
 - ulica, numer domu i numer mieszkania
 - kod pocztowy, miejscowość
2. W przypadku, gdy adresatem jest firma:
 - nazwa firmy, poprzedzona nazwiskiem osoby, dla której przeznaczone jest pismo oraz nazwą działu
 - ulica, numer domu
 - kod pocztowy, miejscowość
3. Informacje dodatkowe, np.: za pobraniem, druki, polecony, ekspres, priorytet, lotniczy.

Adresowanie kopert w języku niemieckim:

1. W przypadku, gdy adresat jest osobą prywatną:
 - imię i nazwisko wraz ze skrótem z.H. lub z.H.v.
 - ulica, numer domu i numer mieszkania
 - kod pocztowy, miejscowość
 - kraj
2. W przypadku, gdy adresatem jest firma
 - nazwa firmy, poprzedzona nazwiskiem osoby, dla której przeznaczone jest pismo oraz nazwą działu
 - ulica, numer domu
 - kod pocztowy, miejscowość
 - kraj

Spis skrótów i napisów stosowanych w przypadku adresowania kopert w języku niemieckim

Anschrift – adres

Bitte nicht knicken – proszę nie zginać

CH = Schweiz – Szwajcaria

D = Deutschland – Niemcy

Drucksache – druki

Eilbrief – ekspres

Eilsendung – ekspres

Einschreibebrief – polecony

Express – ekspres

Falls verzogen, mit neuer Anschrift zurück – W przypadku zmiany adresu, zwrot do nadawcy z podaniem nowego adresu

Falls unzustellbar, bitte zurück – W przypadku niemożności doręczenia, proszę odesłać do nadawcy

Luftpost – poczta lotnicza

Nachnahme – za zaliczeniem pocztowym

postlagernd – poste-restante

Postfach – skrytka pocztowa

Postschließfach – skrytka pocztowa

Rückschein – potwierdzenie odbioru

Str. = Straße – ulica

Wertsendung – przesyłka wartościowa

Vorsicht – ostrożnie

Wkładając pismo w formacie A4 do tradycyjnej koperty tj. o wymiarach 114 mm x 162 mm, należy składać je na cztery części, najpierw pionowo, a następnie poziomo. W przypadku kopert podłużnych, uważanych za bardziej eleganckie, pismo powinno być złożone poziomo na trzy części.