

## Korrespondenz

# E-Mail-Knigge im Geschäftsleben

Das geschriebene Wort kann viel kaputtmachen. Manchmal ist es schon ein falsch gesetzter Smiley oder der Verzicht auf Groß- und Kleinschreibung, der den Empfänger unangenehm berührt.



„Wortfolter in der Neuzeit“ überschrieb der Schweizer Journalist Thomas Widmer einen Artikel über E-Mails. Im Untertitel hieß es: „E-Mail macht aggressiv.“ Aber ist es tatsächlich die E-Mail, die aggressiv macht? Oder ist es nicht vielmehr der Umgang mit ihr, der dazu führen kann? Aktuell wird die E-Mail inflationär genutzt. Zu wenig wird überlegt, ob sie für den jeweiligen Zweck überhaupt geeignet ist. Verschlimmert wird die Situation durch ungenügende Sorgfalt beim Verfassen der E-Mail und bei der Auswahl des Verteilers. Der Teufel steckt im Detail. Wer diese Details kennt und die Perspektive des Empfängers seiner E-Mail einnimmt, ist im Vorteil. Er erspart sich, seinem Unternehmen und anderen Peinlichkeiten, Zeitverluste und unnötigen Frust. Gleichzeitig beugt er der E-Mail-Flut, IT-Sicherheitsrisiken und rechtlichen Auseinandersetzungen vor.

### Antworten Sie kurzfristig

Stellen Sie sicher, dass der Absender innerhalb eines Werktages eine Antwort erhält. Diese kann – für den Fall, dass das Zeitfenster für die Bearbeitung objektiv zu kurz ist – auch ein Zwischenbescheid sein mit dem Hinweis, wann konkret mit einer adäquaten Antwort zu rechnen ist. Halten Sie den zugesagten Termin ein. Unterlassen Sie aber als Absender Forderungen nach einer sofortigen Antwort: Die E-Mail ist, wie der Brief, ein asynchroner Kommunikationskanal. Wenn jede eingehende E-Mail dazu führt, dass wir unsere aktuelle Tätigkeit unterbrechen, widerspricht das jeglichen Regeln des Zeitmanagements. Für Antworten, die sofort oder innerhalb weniger Stunden benötigt werden, ist das Telefon oder das persönliche Gespräch zu bevorzugen.

### Türöffner Betreffzeile

Verfassen Sie eine aussagefähige Betreffzeile. Unterstützen Sie den Empfänger, Ihre Nachricht inhaltlich und von ihrer Priorität richtig einzuordnen. Im besten Fall wirkt die Betreffzeile beim Empfänger als Türöffner.

### Vorsicht mit BCC

Bei verborgenen Empfängern lauert ungeahntes Konfliktpotenzial, in der Geschäftskommunikation nach außen zusätzlich rechtliche Fallstricke. Und: Ist die BCC wirklich unsichtbar? Was, wenn der in BCC angeschriebene die Funktion „Allen antworten“ bedient?

### Auf den Punkt

Schreiben Sie verständlich, korrekt, kurz und auf den Punkt. Der Empfänger sollte die Sorgfalt und Wertschätzung des Absenders spüren. Es klingt so einfach und plausibel, scheint jedoch für viele eine Hürde darzustellen, derer sie sich zu wenig bewusst sind. Es ist in der E-Mail-Kommunikation schwieriger, Missverständnisse zu vermeiden, als in der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht. Sowohl die Stimme, die Betonung als auch die sogenannten nonverbalen Signale – wie Mimik, Gestik und Körpersprache – fehlen völlig und damit wesentliche Orientierungspunkte. So können sich im Alltagstrubel Konflikte schneller aufbauen, als es uns lieb ist. Höflichkeit bleibt dabei oft auf der Strecke.

### Unendliche Ketten

Unterbrechen Sie Ketten-E-Mails (AW: WG: AW:WG ...). Die Wahrnehmung am Bildschirm fällt uns schwerer als die auf Papier. Am besten ist eine E-Mail, die ohne Scrollen am Bildschirm lesbar ist. Das ist bei Ketten-E-Mails ausgeschlossen. Sie zu verstehen ist entweder unmöglich oder kostet unnötig Zeit.

### Nur das Wichtigste

Vermeiden Sie alles, was dem Empfänger wertvolle Zeit raubt. Dazu zählt zum Beispiel: Minimieren Sie den Verteiler auf ein sinnvolles Maß. Unterlassen Sie es, anderen mit für sie unwichtigen Angelegenheiten oder speicherplatzintensiven Anlagen das Postfach zu füllen. Achten Sie, insbesondere in der Kom-

## Merkzettel

Bitte tun	Bitte unterlassen
Aussagekräftiger Betreff	Fehlender, nichtssagender oder missverständlicher Betreff
Anrede und Abschlussgruß adressatengerecht	Hallo Chef; Hi, liebe KollegINNen; MfG
Korrektes, verständliches Deutsch, kurz und auf den Punkt formuliert	Rechtschreibfehler, alles in Klein- oder Großbuchstraben, Schachtelsätze, Geschwafel
Smileys zwischen vertrauten Kollegen im Sinne der Konfliktprävention denkbar	Smileys in der Geschäftskorrespondenz
Nur ein Thema pro E-Mail	Mehrere Themen in einer E-Mail ansprechen
Struktur: Wichtiges optisch hervorheben; Absätze, um Lesbarkeit zu verbessern	Unstrukturierter Text: Vom linken bis rechten Bildschirmrand hintereinander schreiben ohne Leerzeilen, ohne Hervorhebungen etc.
Weniger ist mehr: Verteiler, Text, Anlagen ...	Zu große Verteiler, speicherplatzintensive Anlagen, wie lustige Filmchen, Fotos im Posterformat ...
Auf Kleinigkeiten achten	Fehler im Namen, unpassende Anrede, Abkürzungen und Fachtermini, die dem Empfänger fremd sind
Serien-E-Mail analog zum Serien-Brief verfassen	Adressketten (Adresse 1; Adresse 2; ...) im E-Mail-Kopf in der Geschäftskorrespondenz nach außen
Prüfen, ob die E-Mail für den Zweck geeignet ist	E-Mail-Nutzung für vertrauliche Daten und Informationen, Verbalangriffe auf Personen, Abmahnungen, komplizierte Sachverhalte

munikation nach außen, auf sichere E-Mail- und Anlagenformate. Beugen Sie jeglichen durch Sie ausgelösten Sicherheitsrisiken auf Empfängerseite vor. Hier bestehen bei Mitarbeitern, aber auch bei Chefs dramatische Wissenslücken. Ähnlich sieht es beim Thema Datenschutz aus.

#### Die falsche Alternative?

Ist die E-Mail für den gewünschten Zweck überhaupt geeignet? Frust-E-Mails, Beschimpfungen oder Beleidigungen sind zu unterlassen, von Abmahnungen per E-Mail ganz zu schweigen. Ungeeignet sind E-Mails aber auch, wenn es darum geht, komplexe Sachverhalte zu vermitteln. In dem Fall generieren sie entweder Rückfragen, eine falsche oder eine völlig fehlende Handlung auf Empfängerseite. Hier ist ein synchroner Kommunikationskanal, bei dem der Absender sofort sicherstellen kann, dass der Empfänger seine Botschaft richtig verstanden hat, der E-Mail überlegen.

#### Mehr Informationen

- Die Autorin Dr.-Ing. Martina Dressel ist Inhaberin eines Schulungs- und Beratungsunternehmens und Autorin des Buchs E-Mail-Knigge (ISBN 3-00-016323-9; Erstauflage 2003; Zweitaufgabe 2005).

## GKV – 900 Euro Prämie pro Jahr

### NEUHEIT: Wahltarif ChancePLUS

- Kombination aus Beitragsrückzahlung und Prämie aus Selbstbehalt
- Bis 900 Euro Prämie bei einem Höchstisiko von 150 Euro
- Bis 3,5 Monatsbeiträge pro Jahr zurück
- Idealer Türöffner zum Aufzeigen von hohem Einsparpotential

Informieren Sie sich jetzt!

**ChancePLUS**  
Bewusst handeln – Prämie sichern!

Tel.: 0800/133 33 00  
vertrieb@bkkpfalz.de  
www.bkkpfalz.de

