



Integrierter MarketinXervice

Dr. Rüdiger Alte
Wilhelm-Busch-Straße 27
99099 Erfurt
Tel.: 0361 / 55 45 84 38
Mobil: 0160 / 43 82 369

IMX WHITE PAPERS NR. 1

Mit E-Mails erfolgreich kommunizieren

Wie Sie E-Mails im Geschäftsverkehr richtig schreiben und einsetzen

Auf einen Blick

- Eine E-Mail ist wie ein normaler Geschäftsbrief zu behandeln.
- Nicht für jede Gelegenheit oder für jeden Zweck ist die E-Mail das richtige Kommunikationsmittel.
- Verwenden Sie aussagekräftige Betreffzeilen.
- Korrekte Anredeform, Grußformel und Absender gehören in jede E-Mail.
- Strukturieren Sie ihre E-Mail.
- Halten Sie E-Mails kurz und knapp.
- Schreiben Sie Ihre E-Mails in einem klaren, sachlichen und stets höflichen Stil.
- Achten Sie auf korrekte Rechtschreibung und Zeichensetzung.
- Vermeiden Sie Abkürzungen wie Mfg und „Emoticons“.
- Verwenden Sie für Anhänge nur Formate, die von allen Empfängern geöffnet werden können.
- Antworten Sie auf E-Mails innerhalb eines Tages.



Vermeiden Sie unnötige Missverständnisse

Ist es Ihnen nicht auch schon passiert, dass Sie sich über eine E-Mail geärgert haben? Und Sie konnten nicht gleich erkennen, was Ihren Unmut befördert hat?

Ihr Ärger kann viele Gründe im Detail haben, aber die Ursache für Missverständnisse und Unstimmigkeiten durch E-Mails ist, dass diese Form der Kommunikation häufig sehr nachlässig behandelt wird.

Dabei gilt im Geschäftsverkehr der Grundsatz: Eine E-Mail ist genauso sorgfältig zu schreiben wie ein normaler Geschäftsbrief.

Dieses White Paper soll Sie dabei unterstützen, Ihre Kundinnen oder Ihre Geschäftspartner mit gut geschriebenen E-Mails zu gewinnen.

ÜBRIGENS:

Die korrekte Schreibweise ist E-Mail und nicht Email, email oder e-mail.

Vorweg überlegen Sie sich: Muss diese E-Mail jetzt wirklich sein? Und wer muss diese E-Mail wirklich erhalten? Und wäre ein Telefonanruf an dieser Stelle nicht sinnvoller?

1. Formalia

Empfänger

- Hier geben Sie die korrekte E-Mail-Adresse ein – Ihr E-Mail-Programm kann vorhandene E-Mail-Adressen automatisch ergänzen – nutzen Sie diesen bequemen Service und speichern Sie Ihre E-Mail-Kontakte in Ihrem E-Mail-Programm.

Betreff

- Der Betreff wird gerne einmal vergessen, dabei entscheidet er neben dem Absender darüber, ob Ihre E-Mail überhaupt geöffnet wird. Geben Sie hier aussagekräftige Begriffe ein, damit Ihr Empfänger gleich sieht, worum es geht.



Beispiel

- Statt „Angebot“ besser „Angebot für Schulung 'Richtig Texten'“.

Anrede

- Verwenden Sie stets die korrekte Anredeform, so wie Sie es auch in einem normalen Brief tun würden.

Beispiel

- Statt „Hallo Frau Herrmann“ im Zweifelsfall immer „Sehr geehrte Frau Herrmann“ - es sei denn, Sie haben sich auf eine etwas familiärere Umgangsform geeinigt.
Bei guten Kunden können Sie auch individuelle Anreden wie „Einen wunderschönen guten Morgen, Frau Herrmann“ verwenden.

Absender

- Unter den Text und Ihren Namen (als Ersatz für Ihre Unterschrift) stellen Sie die Daten, die zu Ihrem Absender gehören:
 - Firmenname
 - Titel, Vorname, Nachname und eventuell Funktion
 - Firmenanschrift
 - Telefonnummer und E-Mailadresse
- Mehr als diese fünf bis sechs Zeilen benötigen Sie nicht.
- Automatisieren Sie die Einfügung Ihres Absenders, indem Sie in Ihrem E-Mail-Programm eine Signatur mit den entsprechenden Daten anlegen. Diese Signatur wird dann ans Ende Ihrer E-Mail eingefügt, sobald Sie die Funktion „Neue E-Mail-Nachricht erstellen“ aufrufen.

ÜBRIGENS:

Gehen Sie sparsam mit der Funktion „wichtig!“ oder „dringend!“ um, da dies erstens aufdringlich wirkt und zweitens mit der Zeit seine Wirkung verliert.



2. Inhalt

Format

Versenden Sie Ihre E-Mails als sog. „plain text“, d. h. im einfachen Textformat, und nicht im HTML-Format. Viele Empfänger von E-Mails haben ihr E-Mail-Programm so eingestellt, dass HTML-Mails in einfachem Textmodus angezeigt werden. Damit soll verhindert werden, dass Schadsoftware über HTML-Nachrichten auf den PC gelangen können.

Überschrift

Sie können vor die Anrede eine Überschrift einfügen. Dies bietet sich z. B. bei Werbemailings an. Mit einer Überschrift verstärken Sie den Betreff und geben dem Empfänger einen Hinweis darauf, was ihn erwartet.

Beispiel

- Betreff: „Angebot für Schulung 'Richtig Texten'“
- Überschrift: „Gewinnen Sie mehr Kunden durch ansprechende Texte“

Text

- Strukturieren Sie Ihre E-Mail, das erleichtert das Lesen und das Verständnis Ihres Textes:
 - a) Ein kurzer einleitender Satz dazu, worum es geht und was Sie von dem Empfänger wünschen.
 - b) Wenn der Empfänger Sie noch nicht kennt, stellen Sie sich jetzt kurz vor.
 - c) Knappe Information über Ihr Anliegen; hier können Sie auch Aufzählungslisten verwenden, die sich bequem und schnell lesen lassen.
 - d) Anschließend teilen Sie dem Empfänger mit, was Sie von ihm wollen, also warum Sie ihm überhaupt diese E-Mail zusenden.
 - e) Im Satzsatz beschreiben Sie, welche Schritte jetzt folgen sollten.



- Halten Sie den Text so knapp wie möglich – das kostet Sie zwar mehr Zeit, als einfach los zulegen und dann die E-Mail abzuschicken, allerdings wird der Empfänger meistens nicht die Zeit haben, ausführliche E-Mails zu lesen. Und beim nächsten Mal wird Ihre E-Mail gar nicht erst geöffnet!
- Wenn Sie den Text geschrieben haben, bitte nicht gleich auf den Sende-Button drücken! Lesen Sie Ihren Text nochmals durch, kürzen Sie, wo möglich, korrigieren Sie, wo nötig.
- Sehr wichtig ist, dass Sie auf korrekte Rechtschreibung und Zeichensetzung achten; im Geschäftsverkehr ist die neue deutsche Rechtschreibung Pflicht.

ÜBRIGENS:

Vermeiden Sie es, von den Empfängern Ihrer E-Mails eine Empfangsbestätigung zu verlangen. Erstens wirken Sie dann wie ein „Kontrollfreak“ und zweitens kann der Empfänger diese Funktion auch ganz einfach ignorieren und die E-Mail dennoch gelesen haben.

Wenn Sie dringend eine Bestätigung benötigen, fragen Sie telefonisch oder per E-Mail freundlich nach.

Stil

- Legen Sie in E-Mails stets einen explizit höflichen Ton an den Tag, lieber zu höflich als ein Missverständnis riskieren, aus dem rasch ein Streit entstehen kann.
- Schreiben Sie Wörter nicht in Großbuchstaben – es sei denn, Sie möchten den Empfänger anschreien, denn genauso WIRKEN GROSS GESCHRIEBENE WÖRTER!!!
- Gehen Sie sparsam mit dem Ausrufezeichen um – verwenden Sie es nur dort, wo es die Zeichensetzung verlangt; so vermeiden Sie den Eindruck, den Empfänger zu bedrängen.
- Vermeiden Sie Ironie, Sarkasmus und jede Art von Zweideutigkeit – dies führt nur zu Missverständnissen. Dazu gehört auch, keine Smilies oder Emoticons zu verwenden, im Geschäftsverkehr wirkt dies albern und geringschätzig.
- Benutzen Sie bitte keine Abkürzungen wie „LG“ (Liebe Grüße) oder „mfg“ (Mit freundlichen Grüßen) – das wirkt nachlässig.



- Heben Sie Text nur dann hervor, wenn es tatsächlich notwendig ist – ständige Hervorhebungen verlieren ihre Wirkung, im schlimmsten Fall wirken sie besserwisserisch oder bevormundend.
- Verlangen Sie nicht bei jeder x-beliebigen E-Mail eine Sendebestätigung, damit gehen Sie Ihren Empfängern schnell auf die Nerven – Sie wirken wie ein Kontrolleur. Im Grunde sollten Sie es ganz lassen, bei wirklich wichtigen E-Mails telefonieren Sie nach – oder besser: Sie benutzen gleich das Telefon.

ÜBRIGENS:

Wenn Sie als Angestellte privat von Ihrem Arbeitsplatz aus E-Mails versenden wollen, sollten Sie dies vorher mit Ihrem Arbeitgeber klären; oder erkundigen Sie sich bei Ihrem Betriebsrat nach eventuellen Betriebsvereinbarungen zum Thema E-Mail.

Ihr geschäftliches E-Mail-Konto sollten Sie auf jeden Fall nur für geschäftliche Zwecke verwenden.

Anhänge

- Versenden Sie Anhänge (auch „Attachment“ genannt) nur dann mit Ihrer E-Mail, wenn es unbedingt notwendig ist.
- Weisen Sie im Text der E-Mail auf den Anhang hin (sonst kann er leicht übersehen werden) und erläutern Sie, was dort zu finden ist.
- Verwenden Sie Dateiformate, die Plattform übergreifend geöffnet werden können. Diese Formate sind z. B. für Texte PDF (Portable Document Format), txt (reiner Text), rtf (rich text format) und für Bilder jpg.
- Versenden Sie keine Anhänge in Dateiformaten von MS-Office, OpenOffice oder ähnlichen Programmen, da Sie dann Gefahr laufen, dass der Empfänger den Anhang nicht öffnen kann.
- Versenden Sie nicht zu viele Anhänge auf einmal, das könnte den Empfänger verwirren. Wenn Sie mehrere Dateien versenden möchten, packen Sie diese Dateien in einen „komprimierten Ordner“ und versenden dann diesen Ordner. Normale „nicht-gepackte“ Ordner können nicht über E-Mail-Programme versandt werden. Wie Sie solche Ordner erstellen, hängt von Ihrem Betriebssystem und dem verfügbaren Archivprogramm ab. Hier finden Sie Informationen an den Beispielen WinZip, Ubuntu und Windows sowie eine Liste von Programmen:



- <http://www.winzip.de/powertips.htm>
- <http://wiki.ubuntuusers.de/packprogramme>
- <http://support.microsoft.com/kb/306531/de>
- http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Datenkompressionsprogrammen
- Sie können auch mehrere Dateien in einer PDF-Datei zusammenfassen. Dazu benötigen Sie entsprechende Programme. Hier finden Sie gut aufbereitete Informationen zum Thema:
 - http://www.heise.de/software/download/special/pdfs_bearbeiten/1_1
- Achten Sie darauf, dass Ihre Anhänge nicht zu groß sind, da sonst die Gefahr besteht, dass sie nicht beim Empfänger ankommen. Bei vielen Anbietern für E-Mail-Adressen und auch bei Unternehmen gibt es eine Sende- oder Empfangsbeschränkung der Größe für E-Mail-Anhänge.
Problemlos sollten Anhänge bis zu einer Größe von 5 MB zu versenden sein. Informieren Sie sich ggf. beim Empfänger, ob der Anhang angekommen ist.
- Wenn Sie größere Dateien versenden wollen, nutzen Sie andere Medien (z. B. Speicherplatz im Internet) oder Kommunikationswege (z. B. können Sie auf traditionellem Weg über die Post eine CD mit den Daten verschicken).
Ein Anbieter für Webspace ist z. B. <http://www.dropbox.com/>, wo Sie kostenlos 2 Gigabyte Speicherplatz zur Verfügung haben; Sie können dort Dateien anderen Nutzern über einen Weblink zur Verfügung stellen.

ÜBRIGENS:

Wenn Sie Spammails und Angriffe auf Ihren PC über infizierte E-Mails vermeiden möchten, sollten Sie sich über geeignete Maßnahmen bei Ihrem Anbieter oder IT-Administrator informieren.



Antworten

- Antworten Sie auf empfangene E-Mails innerhalb eines Tages.
- Nutzen Sie die Funktion „Antworten“ ihres E-Mail-Programms.
- Lassen Sie den Text der empfangenen E-Mail stehen, damit gleich deutlich wird, worauf Sie antworten.
- Leiten Sie nicht gedankenlos E-Mails weiter. Überlegen Sie vorher, wer welche E-Mails erhalten sollte und wer sie nicht lesen darf.
- Weitergeleitete E-Mails sollten Sie kurz kommentieren, aber keinesfalls verändern. Hier müssen Sie auch datenschutzrechtliche Bestimmungen beachten.

ÜBRIGENS:

E-Mails im Geschäftsverkehr gelten als Dokumente wie normale Geschäftsbriefe. Daher sollten Sie Ihre E-Mails regelmäßig archivieren.

Um den Überblick zu behalten, können Sie Ihre E-Mails in Ordnern speichern. Legen Sie in Ihrem E-Mail-Programm z. B. Die E-Mails Ihrer Kunden in einem Ordner „Kunden“ ab und erstellen darin für jeden Kunden einen eigenen Unterordner, also „Kunde A“, „Kunde B“, „Kunde C“ usw.

Beim Verfassen Ihrer elektronischen Post wünsche ich Ihnen viel Erfolg (und auch ein wenig Spaß).

Rüdiger Alte

