

Workbook: So schreiben Sie im Beruf

Von Büro bis Marketing

Heike Thormann

© 2022 Heike Thormann, Warendorf
2. aktualisierte Auflage, 1. Auflage 2012

ISBN Softcover: 978-3-347-76694-5
ISBN Hardcover: 978-3-347-76695-2
ISBN E-Book: 978-3-347-76696-9

Druck und Distribution im Auftrag der Autorin:
tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg, Germany

Alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr.
Ohne meine schriftliche Genehmigung ist jede Verwertung unzulässig.
Alle Inhalte wurden von mir sorgfältig erwogen und geprüft, dennoch kann ich keine
Garantie geben. Ich übernehme keine Haftung für Personen-, Sach- und Vermögensschäden.

Portraitfoto: Studio Wiegel, Münster, Fotograf Peter Wiegel
Icon Cover: tredition GmbH, Hamburg

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Inhaltsverzeichnis | 5 |
| Vorwort..... | 7 |
| Formular als Kopier-Vorlage | 8 |
| Teil 1 - Schreiben im Büro | 9 |
| So schreiben Sie bessere Texte..... | 10 |
| So schreiben Sie gute E-Mails | 14 |
| So schreiben Sie in der virtuellen Kommunikation | 21 |
| So schreiben Sie kreative Geschäftsbriefe | 26 |
| So schreiben Sie Weihnachtskarten und Neujahrsgrüße..... | 30 |
| So schreiben Sie Mahnungen, ohne Ihre Kunden zu vergrätzen | 34 |
| Teil 2 – Schreiben im Selbstmarketing | 39 |
| So schreiben Sie fürs Web | 40 |
| So schreiben Sie eine Webseite | 45 |
| So schreiben Sie ein Blog | 52 |
| So schreiben Sie einen Artikel (Checkliste) | 57 |
| So schreiben Sie ein E-Book..... | 60 |
| So schreiben Sie ein Buch (Leserfrage) | 66 |
| So schreiben Sie ein Exposé (Checkliste) | 70 |
| Teil 3 – Schreiben im Marketing | 75 |
| So schreiben Sie einen Newsletter (Checkliste)..... | 76 |
| So schreiben Sie für die Presse | 81 |
| So schreiben Sie eine Pressemitteilung | 85 |
| Spickzettel Telefonakquise | 90 |

| | |
|---|-----|
| So schreiben Sie einen Telefonleitfaden (Muster) | 93 |
| So schreiben Sie für Marktplätze, Auftragsbörsen & Co. | 94 |
| So schreiben Sie ein Bewerbungsanschreiben | 99 |
| So schreiben Sie ein Angebot (Checkliste) | 104 |
| Storytelling - So werben Sie mit Geschichten | 108 |

Anhang

| | |
|--------------------------------|-----|
| Weiterführende Literatur..... | 113 |
| Bücher und Kurse von mir | 115 |
| Über mich..... | 116 |

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

in der Schule wird Literaturanalyse betrieben. An der Uni wird es vorausgesetzt. Und im Beruf sollen Sie es plötzlich können: schreiben.

Schreiben ist eine Schlüsselqualifikation. Doch immer noch wird sie nur selten wirklich gelehrt. Zu tief hat sich vielleicht auch der Mythos vom Schriftsteller-Genie in unsere Kultur und unsere Köpfe gegraben.

Das rächt sich spätestens dann, wenn wir im Beruf stehen. Denn hier geschieht fast alles mit und durch Schreiben.

Deshalb zeige ich Ihnen hier, wie Sie in ausgewählten Situationen besser schreiben.

Sie können mit diesem Workbook auf dreifache Weise arbeiten:

- Die Artikel geben Ihnen das nötige Hintergrundwissen. Lesen Sie sie in Ruhe durch oder schlagen Sie etwas gezielt nach.
- Die To-do-Listen sagen Ihnen kurz und knapp, wie Sie am besten vorgehen. Legen Sie sie neben sich und arbeiten Sie sie ab. Oder kopieren Sie sie und stellen Sie sie zu einem kleinen Ordner von „Checklisten“ zusammen.
- Das Formular ist für eigene Gedanken und Ergebnisse da. Setzen Sie es für jeden Artikel, den Sie bearbeiten wollen, neu ein. Oder nehmen Sie es als Anregung für eigene Ideen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und Lernen,

Ihre Heike Thormann

Formular als Kopier-Vorlage

1. Was ist mir bei diesem Thema wichtig? Was will ich erreichen?

Beispiel: Sie wollen Weihnachtskarten schreiben. Ihre Absicht könnte sein: Ein gutes Arbeitsklima fördern. Oder: Sich bei Freunden in Erinnerung bringen.

2. Worauf will ich deshalb achten? Was ist bei diesem Ziel besonders wichtig?

Beispiel: Sie wollen jeden Mitarbeiter für etwas loben, was im letzten Jahr richtig gut gelaufen ist. Oder: Sie wollen Freunde an ein besonderes geteiltes Ereignis erinnern.

3. Welche Erfahrungen habe ich gemacht? Welche Hürden gab es vielleicht?

Beispiel: Sie haben eine Freundschaft, in der seit Jahren Funkstille herrschte, erfolgreich reaktiviert. Oder: Sie haben die Karten leider nicht mehr rechtzeitig zur Post gebracht. :-)

4. Was nehme ich daraus für mich mit? Was will ich besser machen?

Beispiel: Sie haben erkannt, dass Weihnachtskarten ein Mittel zur Kommunikation sind - und Sie wollen sie als solches nutzen. Oder: Sie tragen sich den Termin im Kalender ein.

Teil 1 - Schreiben im Büro

1. So schreiben Sie bessere Texte
2. So schreiben Sie gute E-Mails
3. So schreiben Sie in der virtuellen Kommunikation
4. So schreiben Sie kreative Geschäftsbriefe
5. So schreiben Sie Weihnachtskarten und Neujahrsgrüße
6. So schreiben Sie Mahnungen, ohne Ihre Kunden zu vergrätzen

Wenn Sie „im Beruf schreiben“, sitzen Sie oft in irgendeiner Art von Büro und schreiben. Vielleicht sind Sie selbstständiger Einzeltäter im Homeoffice. Vielleicht arbeiten Sie in einem Firmenbüro. Oder vielleicht gehören Sie auch einem Global Player an, dessen Angestellte über die ganze Welt verstreut sind und über virtuelle Büros miteinander kommunizieren.

In Büros werden Sie an Kunden, Ratsuchende und Interessenten schreiben. Aber natürlich genauso an Kollegen, Vorgesetzte und Mitarbeiter. Ich habe mir einmal beispielhaft fünf häufige Schreibformen und -anlässe herausgegriffen, die sowohl für den Einzeltäter als auch für den Global Player interessant sind. Zudem gehe ich im ersten Artikel dieses Buchteils noch auf einige allgemeine Tipps für gute Texte ein.

Ich denke, Standard-Medium Nummer Eins ist - zumindest global gesehen - mittlerweile die E-Mail. Sie ist schnell und leicht geschrieben und verbindet die Welt. Dennoch können Sie bei ihr noch immer in manches Fettnäpfchen treten.

Ob E-Mail, Blog, soziale Netzwerke, Intranet oder virtuelles Büro - wer im Internet kommuniziert, kommuniziert oft schriftlich. Und auch hier lohnt es, diverse Eigenheiten zu beachten. Denn die Schriftkommunikation funktioniert nach anderen Regeln als eine Kommunikation mit Worten, Gesten und Mimik.

Geschäftsbriefe lesen sich immer noch oft langweilig, nichtssagend und dröge. Schuld ist die „Amts- oder Behördensprache“, zu der wir immer dann greifen, wenn wir etwas „offizieller“ werden. Ich zeige Ihnen ein paar kleine Kniffe, wie Sie Ihren Geschäftsbriefen Leben einhauchen.

Spätestens zu Weihnachten sucht man die Kommunikation mit seinen Kunden und bedankt sich für die Zusammenarbeit im vergangenen Jahr. Doch auch Freunde und Bekannte freuen sich über einen lieben Gruß. Nur - wie schreibt man eigentlich eine Weihnachtskarte? So ...

Und manchmal werden Sie nicht darum herumkommen, säumigen Zahlern eine Mahnung zu schreiben. Deshalb zeige ich Ihnen im letzten Artikel dieses Buchteils noch, wie Sie möglichst zartfühlend - doch effektiv - mahnen, ohne Ihre Kunden zu vergrätzen. :-)

So schreiben Sie bessere Texte

Gute Texte fallen nicht vom Himmel. Aber lassen Sie sich trösten: Sie können wenigstens *lernen*, wie man gute Texte schreibt. :-) Manchmal machen schon Kleinigkeiten den Unterschied. Hier bekommen Sie zehn Tipps für bessere Texte.

Tipp 1: Seien Sie einzigartig

Nein, keine Bange: Damit meine ich nicht, dass Sie nur über die Dinge schreiben dürfen, über die noch kein Mensch vor ihnen geschrieben hat. Das wäre wohl auch kaum machbar. Aber viele, die schreiben, verzichten leichtfertig auf das, was ihre Texte zu Kostbarkeiten machen könnte: ihre eigene Stimme.

Manche schreiben bei anderen ab, käuen wieder oder ahmen nach. Andere bemühen sich um eine „neutrale“, emotionslose Schreibe. Doch beide nehmen den Lesern damit einen Grund, ihre Texte gern zu lesen: nämlich eine weitere Perspektive oder Herangehensweise, zusätzliche Erfahrungen oder Informationen, persönliche Meinungen, den ganz eigenen Stil desjenigen zu bekommen, der schreibt.

Trauen Sie sich und schreiben Sie das, was Sie schreiben wollen.

Tipp 2: Haben Sie etwas zu sagen

Bei vielen Texten hat man das Gefühl, dass ihr Verfasser nicht wirklich etwas zu sagen hatte. Das gilt nicht nur für Pressemeldungen, die in dieser Hinsicht berüchtigt sind. Auch so manche Übertreibungen, Sprachhülsen und inhaltsleere Phrasen reichen aus, um auch den letzten Leser verzweifeln zu lassen. :-)

Achten Sie darauf, dass Sie überhaupt etwas zu sagen haben, und teilen Sie dieses klar und deutlich mit, dann ist das schon die halbe Miete.

Tipp 3: Schreiben Sie lesbar

Fühlen Sie sich gerade ob Ihrer S**klaue angesprochen? :-) Nun, auch das ist eine Klippe, die über Gedeih und Verderb eines Textes entscheiden kann. Ich dachte allerdings eher an die Buchstabenwüsten endloser Fließtexte beziehungsweise Mammutsätze, die über ganze Seiten gehen können.

Wie heißt es so schön: Das Auge isst mit. Und ein Text, der den Leser schon rein optisch abschreckt, ist ein Text, der gute Chancen hat, nicht gelesen zu werden.

Gliedern Sie Ihre Texte sinnvoll und arbeiten Sie mit allem, was das Layout zu bieten hat: Absätze, Zwischenüberschriften, Aufzählungen, Listen und vieles andere mehr.

Tipp 4: Bleiben Sie verständlich

Ich weiß, verständlich zu sein, ist nicht leicht. Wir Menschen sind nun einmal verschieden und haben zudem jeweils einen anderen Hintergrund. Der eine spricht als Sozialarbeiter ganz selbstverständlich vom Regelvollzug, der andere als Werber von der Headline, einem Dritten könnten beides böhmische Dörfer sein.

Fachsprache ist immer ein Risiko, das Textverständnis ist oft an den Bildungshintergrund der Leser gebunden und selbst Metaphern wie meine „böhmischen Dörfer“ müssen kein leicht verständliches Allgemeingut sein.

Wenn Sie nicht für alles und jedes die Erklärung gleich mitliefern oder aber auf eine farbige Sprache verzichten wollen, bleibt Ihnen nur, sich so gut es geht auf Ihren potenziellen Leser einzustimmen und ihn – oder sie – sprachlich „abzuholen“. Das heißt, so zu schreiben, wie er oder sie es vermutlich verstehen dürfte.

Tipp 5: Meiden Sie bürokratische Höhenflüge

Bei offiziellen Schreiben droht man schon einmal in die schwindelnden Höhen geschraubter Behördensprache abzudriften. Da darf es dann nicht mehr unsere normale Alltagssprache sein, sondern es wimmelt von Phrasen wie „Bezug nehmend auf“, „in Erwartung Ihrer Rechnung verbleibe ich“ und anderen Anklängen an Amtsdeutsch und Bürokratismus.

Doch so etwas liest man noch nicht einmal gern auf den erwähnten Amtsschreiben. Auch wenn man da zumindest nichts anderes erwartet und vorgewarnt ist.

Überraschen Sie Ihre Leser doch damit, vertraut und alltagsnah zu klingen. Wir können zwar nicht wirklich so schreiben, wie wir reden. Aber wir können zumindest alles meiden, was wir nicht sagen würden. Versuchen Sie's. :-)

Tipp 6: Werden Sie konkret

Wer meine Artikel schon länger liest, kennt meinen Appell, so konkret wie möglich zu werden. Abstrakte Sammelbegriffe (etwa: Pflanzen statt Rose) lassen nun einmal kein Bild im Kopf des Lesers entstehen. Er muss raten, worum es genau geht. Und detailarme Verallgemeinerungen (etwa: „die Preise sind im letzten Monat wieder gestiegen“) lassen den Leser oft eher kalt. Erst wenn Sie schreiben, dass, sagen wir, die Butter um 40 Cent das Päckchen teurer geworden ist, werden Ihre Leser hellhörig werden.

Tipp 7: Schreiben Sie anschaulich

Wie gesagt, meine Leser und Teilnehmer trize ich gern damit, so konkret und anschaulich wie möglich zu schreiben und die Sinne ihrer Leser anzusprechen. Denn der Leser will nicht

nur „lesen“. Er will auch sehen, schmecken, riechen, hören, denken. Kurz, er will Anteil nehmen am Text, diesen selbst erleben, beurteilen oder werten.

Sagen Sie dem Leser deshalb nicht, wie er etwas verstehen und interpretieren soll. (Ausnahmen natürlich außen vor.) Die Kunst liegt darin, so zu schreiben, dass er von selbst die nötigen Bilder in seinem Kopf erzeugt und die entsprechenden Schlussfolgerungen zieht. Je besser Sie mit Ihren Worten seine Sinne ansprechen, desto leichter wird ihm das fallen.

Tipp 8: Achten Sie auf Dynamik

„In der Kürze liegt die Würze.“ Manchmal ist dieses Sprichwort mehr als wahr – und zwar nicht nur bei den oben schon erwähnten ellenlangen Sätzen, die es dem Leser erschweren, Ihre Texte zu lesen. Alles, was Ihren Text unnötig aufbläht, dürfen und sollten Sie streichen: überflüssige Wiederholungen, Füllwörter (Beispiel: irgendwie, eben, grundsätzlich), beschreibende Adjektive, die Ihrem Leser sagen, wie er etwas verstehen soll (Beispiel: „mit gefährlichem Knurren“), und anderes mehr.

Werfen Sie alles heraus, was Ihr Erzähltempo verlangsamt oder Ihren Lesern die Chance nimmt, am Geschehen teilzuhaben. Achten Sie auf Dynamik. Wenn Sie wählen können, verwenden Sie auch lieber Verben, die etwas aktiv ausdrücken, statt Substantive, die schnell abstrakt und sperrig wirken. (Beispiel: „Texte schreiben, die Leser anziehen“ statt „Texte mit Sogwirkung schreiben“.)

Tipp 9: Trennen Sie sich von Floskeln

Schon bei der Behördensprache hatten wir Floskeln wie „Bezug nehmend auf“ oder „in Erwartung Ihrer Rechnung“. Damit meine ich Formulierungen, über die man kaum noch nachdenkt, die aber auch genauso wenig sagen.

Deshalb wäre mein Tipp: Wann immer Sie auf „Unkosten“ statt „Kosten“ stoßen, etwas „übermitteln“ wollen, was man auch „mitteilen“ kann, „mit schlafwandlerischer Sicherheit agieren“ statt beherzt zupacken – heraus damit. Behördensprache, Relikte und abgenutzte Sprachbilder können schnell verwirren oder langweilen.

Tipp 10: Vergessen Sie die Überarbeitung nicht

Und bei allem Verständnis dafür, zum Schluss kommen zu wollen: Vergessen Sie die Überarbeitung nicht. :-) Und damit meine ich nicht nur Rechtschreibung, Zeichensetzung oder Flüchtigkeitsfehler. Eine Überarbeitung greift tief in den Text ein, überprüft ihn auf seine Logik und Struktur, verbessert Klang und Sprache, geht Zitaten und Belegen nach und vieles andere mehr. Eine Überarbeitung macht einen Text erst rund. Bis zum nächsten Mal – und dem nächsten Text. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Schreiben.

To-do-Liste: So schreiben Sie bessere Texte

Das ist zu tun:



1. Einzigartig sein

Auf eine eigene Stimme achten. Das schreiben, was ich schreiben will.



2. Etwas zu sagen haben

Darauf achten, dass ich auch wirklich etwas zu sagen habe.



3. Lesbar schreiben

Texte optisch gut gestalten und gliedern, sodass diese gut lesbar sind.



4. Verständlich bleiben

Mich auf meine Leser einstimmen. Versuchen, so zu schreiben, wie sie es vermutlich verstehen werden.



5. Bürokratische Höhenflüge meiden

Versuchen, vertraut und alltagsnah zu klingen. Versuchen, so zu schreiben, wie ich rede.



6. Konkret werden

Abstraktes meiden. Versuchen, so konkret wie möglich zu werden.



7. Anschaulich schreiben

Versuchen, die Sinne der Leser anzusprechen. So schreiben, dass der Leser meine Worte sehen, hören, riechen, schmecken kann.



8. Auf Dynamik achten

Alles streichen, was den Text unnötig aufbläht, mein Erzähltempo verlangsamt o. dem Leser die Chance nimmt, am Geschehen teilzuhaben.



9. Von Floskeln trennen

Behördensprache, Relikte und abgenutzte Sprachbilder meiden.



10. Überarbeitung nicht vergessen

Zum Schluss meinen Text sorgfältig überarbeiten.

So schreiben Sie gute E-Mails

Die E-Mail ist aus der modernen Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Sie ist einfach, schnell und bequem. Trotzdem gibt es Stolpersteine beim Mailen. Hier finden Sie elf Tipps, wie Sie Fettnäpfchen vermeiden und richtig mailen.

(Fast) jeder tut es, (fast) jeder kennt sie: das Mailen, die E-Mail.

Die E-Mail ist aus der modernen Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Sie ist einfach zu handhaben, bequem, schnell und – einen Internetzugang vorausgesetzt – von globaler Reichweite. Sie ist eine prima Möglichkeit, um zu kommunizieren, Informationen auszutauschen, gemeinsam zu lernen und vernetzt zu arbeiten.

Trotzdem gibt es Stolpersteine beim Mailen. Gerade weil es so einfach, bequem und schnell ist. Weil es nicht so viel Aufwand erfordert wie ein Brief, nicht so teuer ist wie ein Päckchen und nicht so persönlich wie ein Telefonat.

Dachten Sie, die E-Mail sei selbsterklärend und simpel? Abwarten. Am Ende dieses Beitrags sprechen wir uns wieder. :-) Bis dahin nimmt Sie dieser Artikel an die Hand und hilft Ihnen, diverse Fettnäpfchen zu vermeiden.

Tipp 1: Wählen Sie den Adressaten sorgfältig

Wem schreiben Sie eigentlich? Wissen Sie das? Nicht lachen. Es gibt Leute, die das offenbar nicht wissen – und Gott und der Welt schreiben. :-)

Da werden Massenmails versandt, Kettenbriefe produziert und die halbe Abteilung gleich mitversorgt. Und zwar nicht nur von sogenannten „Spammern“, die das Ganze ungebeten, unerwünscht und meist in kommerzieller Absicht tun. Auch Otto Normalbürger greift schon mal zu übergroßen Verteilerkreisen – und sei es nur, um sich abzusichern.

So banal es klingt: Schreiben Sie deshalb nur dem, den es wirklich etwas angeht. Packen Sie nur diejenigen, von denen Sie eine Handlung erwarten, in das Adressfeld „An“ und nur diejenigen, die informiert werden müssen, in das Kopierfeld „CC“ (carbon copy – Durchschlag).

Und generell ein kleiner Tipp: Je weniger Personen Sie nennen, desto mehr werden sich angesprochen fühlen – und handeln.

Noch ein praktischer Tipp: Tragen Sie die Empfänger-Adresse erst zum Schluss ein. So können Sie nicht aus Versehen auf Senden gehen, bevor Ihre E-Mail komplett ist.

PS: Das Feld „BCC“ (blind carbon copy – Blindkopie) würde ich mit Vorsicht gebrauchen. Sicher haben Sie hier die Möglichkeit, ohne Wissen des Adressaten weitere Empfänger anzugeben und damit zum Beispiel große Verteilerlisten zu bedienen. Es hat aber auch einen etwas fragwürdigen Charakter und kann als „Schnüffelei“ ausgelegt werden.

Tipp 2: Verzichten Sie ggf. auf eine Lesebestätigung

Es soll Leute geben, die immer auf Nummer sicher gehen wollen – und unbekümmert zur Funktion „Lesebestätigung anfordern“ greifen. (Je nach Programm auch Empfangsbestätigung.) Damit können Sie zwar (meistens) nachvollziehen, ob und wann jemand Ihre E-Mail gelesen hat. Gleichzeitig setzen Sie Ihr Gegenüber unter Umständen aber auch unter Druck und geben ihm das Gefühl, kontrolliert zu werden. Tun Sie das am besten nur, wenn es wirklich wichtig ist. Wer weiß, ob Sie sich sonst nicht einiges verschmerzen.

Tipp 3: Verzichten Sie ggf. auf eine Prioritätensetzung

Dasselbe Spiel, nur auf einem anderen Feld: Auch die Funktion „Priorität einstellen“ ist eine praktische Sache. Sie teilen damit dem Empfänger durch rote Schrift, Ausrufezeichen oder Ähnliches mehr mit, dass etwas dringend ist – oder dass Sie es dafür halten. Dennoch würde ich im Zweifelsfall die Finger davonlassen. Es ist nicht so schön, wenn sich jemand belästigt fühlt und nicht nur rot sieht, sondern rotsieht. :-)

Tipp 4: Wählen Sie den Betreff sorgfältig

Möchten Sie, dass Ihre E-Mail ungelesen gelöscht wird? Dann verzichten Sie auf die Betreffzeile oder füllen Sie sie mit Schlagworten wie „wichtig, hot“ und so weiter. :-)

Nein, im Ernst: Nicht nur schlaue Spamfilter „filtern“ hier einiges weg. Zu viele buhlen heute – oft ungebeten – um unsere Aufmerksamkeit. Der Betreff entscheidet, ob ich eine E-Mail lese oder nicht. Der Betreff entscheidet, ob ich eine E-Mail wiederfinde oder nicht. Der Betreff entscheidet, ob ich eine E-Mail lösche oder nicht. Alles andere ist schnell Notwehr.

Deshalb lautet der Tipp: Geben Sie Ihren E-Mails die Chance und suchen Sie nach einem guten Betreff.

Tipp 5: Achten Sie auf die Umgangsformen

Die E-Mail ist ein schnelles, weniger förmliches Kommunikationsmedium als etwa der Brief. Deshalb darf es hier auch spontaner und zwangloser zugehen, solange die Verständlichkeit nicht darunter leidet.

Trotzdem ist das natürlich keine Einladung, alle Formen fallen zu lassen. Eine freundliche Anrede, ein höflicher Umgangston, ein netter Gruß am Schluss haben noch niemandem geschadet – können Sie aber ohne großen Aufwand ins rechte Licht rücken. :-)

Ihre E-Mail ist nun einmal oft alles, was Ihr Gegenüber von Ihnen hat. Eine schlampig geschriebene, unhöfliche Mail ist da keine gute Visitenkarte.

Ausnahme: Ihr Gegenüber kennt Sie gut oder Sie mailen sich öfter. Dann kann Ihre E-Mail ruhig persönlicher – und formloser werden.

Tipp 6: Achten Sie auch auf weitere Formen

Texte am Bildschirm zu lesen, strengt die Augen an, man ermüdet schnell. Schreiben Sie deshalb am besten auch keine Romane in Ihrer E-Mail.

Sie tun es doch? Dann freut sich Ihr Leser, wenn Sie den Lesefluss durch Absätze auflockern.

Eine korrekte Rechtschreibung darf auch gern sein. Natürlich sind Fehler immer möglich und nur menschlich. Doch eine E-Mail, die vor Fehlern nur so strotzt, wird Ihnen nur wenige Freunde gewinnen und oft keine Freude machen.

schreiben sie auch besser nicht alles klein. (das sieht je nach zusammenhang unprofessionell aus und erschwert es, ihren text zu lesen.)

UND SCHREIBEN SIE AUCH NICHT ALLES GROSS. (Das gilt als Schreien und wird auch so wahrgenommen.)

Vorsicht auch bei Abkürzungen. Nicht jeder kann mfg (mit freundlichen Grüßen), gr (Gruß) und cu (see you - man sieht sich) richtig zuordnen. Unter Freunden und Bekannten ist das kein Problem. Bei einem Bewerbungsschreiben ist es vielleicht doch keine so gute Idee. :-)

Und noch ein Wort zu den Smileys:

(Das ist zum Beispiel ein Smiley: :-). Er soll für ein bisschen Humor stehen und den Leser vorwarnen: Achtung, das war jetzt scherzhaft, ironisch oder zumindest nicht böse gemeint.)

Es gibt Leute, die dringend davon abraten, Smileys zu benutzen. Und ja, in besagtem Bewerbungsschreiben würde ich auch darauf verzichten. Andererseits sind Smileys eine gute Möglichkeit, E-Mails nicht nur aufzulockern, sondern Missverständnissen vorzubeugen.

Schätzen Sie die Situation und Ihren Gesprächspartner ab – und entscheiden Sie dann selbst.

Tipp 7: Achten Sie auf einen guten Schreibstil

Seien Sie auch vorsichtig mit Fach-Chinesisch. Wenn Sie Pech haben, produzieren Sie damit womöglich mehr Rätselraten, als gut für Ihre E-Mail ist. Selbst wenn Ihr Gegenüber den gleichen Hintergrund haben sollte wie Sie, muss er noch lange nicht die gleiche (Fach-)Sprache sprechen. Und bei Geschäftspartnern, Kunden und Co. wird es erst recht heikel, wenn diese nicht wissen, wovon Sie eigentlich reden.

Natürlich können auch Amtsdeutsch und Behördensprache eine heikle Sache sein. Oft profitieren selbst E-Mails an Kunden, Auftraggeber und Behörden davon, wenn Sie möglichst ungekünstelt und natürlich schreiben. Ganz bestimmt. :-)

Tipp 8: Nutzen Sie ggf. die Zitatfunktion

E-Mail-Programme bieten die Möglichkeit, den Originaltext bei einer Antwort einzubinden oder am Schluss der E-Mail mit zurückzuschicken. Auch diese Option spaltet die Gemüter und man wird Ihnen nicht selten davon abraten.

Ich finde diese Funktion eigentlich sehr praktisch, weil sie den Zusammenhang festhält, in dem ich etwas geschrieben habe und auf den ich eine Antwort bekomme. Gerade wenn die Originalmail schon etwas länger her ist oder ich viele E-Mails am Tag erhalte, wird mein Gedächtnis so entlastet und wird Missverständnissen einmal wieder vorgebeugt.

Wenn Sie sich rege hin und her schreiben, können Sie ja die Originaltexte in regelmäßigen Abständen „entsorgen“ (das heißt herauslöschen) oder gleich eine neue E-Mail mit neuem Betreff schreiben. Oder Sie fügen die wichtigsten Stellen mit Einrückungszeichen > bzw. >> usw. in Ihren Text ein und löschen den Rest.

Tipp 9: Nutzen Sie ggf. die Signaturfunktion

Bei beruflichen E-Mails ist eine Signatur nicht nur gang und gäbe, sondern teilweise sogar gesetzlich vorgeschrieben. Ihre Visitenkarte, wenn Sie so wollen. Ob Sie angestellt oder selbstständig sind: So können Sie den Empfänger wissen lassen, wie er Sie erreichen kann.

Was Sie genau in die Signatur aufnehmen, hängt vom Rechtsstand Ihres Unternehmens und Ihren Bedürfnissen ab.

Kandidaten wären privat oder bei Selbstständigen zum Beispiel Name, Titel, Berufsbezeichnung, Firmenname, Telefon/Handy/Fax-Nummer, E-Mail-Adresse und Homepage, Dienstleistungen und Ähnliches mehr.

Bei einer in das Handelsregister eingetragenen Firma wären das Rechtsform und Sitz der Gesellschaft, Registernummer, Ort der Registrierung, Geschäftsführer, Aufsichtsratsvorsitzender und so fort.

Und als kleiner Tipp am Rande: Natürlich ist eine Signatur auch eine gute Möglichkeit, um für Sie selbst und Ihre Angebote zu werben. Doch Achtung: Weniger ist oft mehr, prägnanter und bleibt länger im Gedächtnis.

Tipp 10: Achten Sie auf Schnelligkeit

Mailen geht schnell. Eine E-Mail ist schnell geschrieben und schnell angekommen. Es liegen nicht mehrere Tage für den Postweg dazwischen. Eine E-Mail will deshalb auch schnell beantwortet sein. Nicht sofort, das sicher nicht. Das kann keiner verlangen. Aber auch nicht erst nach mehreren Tagen oder gar Wochen.

Faustregel: Beantworten Sie eine E-Mail nach Möglichkeit binnen 24 Stunden. Und wenn Sie die Möglichkeit nicht haben (Urlaub, keine Zeit), dann weisen Sie darauf hin. Schalten Sie einen Autoresponder, der Sie durch Abwesenheitsmeldungen „vertritt“, oder schicken Sie einen Zwischenbescheid, dass es mit der Antwort noch etwas dauern wird.

Vor allem aber: Melden Sie sich.

Umfragen und Studien zufolge werden in deutschen Unternehmen täglich Millionen von E-Mails nicht beantwortet. Ob Kundenanfrage, Stellenbewerbung oder interne Mitarbeiter-Kommunikation: Viel zu viele müssen auf Antwort nicht nur (allzu) lange warten, sondern bekommen erst gar keine.

Tipp 11: Achten Sie auf die Anhänge

Dateianhänge sind praktisch und ein unschlagbares Argument für eine E-Mail. So einfach und billig bekommen Sie sonst keine Artikel, Fotos und Ähnliches mehr versandt. Dateianhänge haben aber auch ihre Tücken. Sie sind zu groß – und legen Ihr Postfach lahm. Sie haben das falsche Format – und können nicht geöffnet werden. Sie sind virenverseucht – und ruinieren Ihren Rechner.

Seien Sie deshalb vorsichtig bei allem, was größer als wenige Megabyte ist, ein seltenes Dateiformat hat oder ein potenzieller Hort von Viren sein kann. (Zum Beispiel „ausführende“ Dateien, an der Endung .exe zu erkennen.)

Weisen Sie auch ruhig in der E-Mail auf den Anhang hin und beschreiben Sie kurz, worum es geht. Dann kann der Empfänger selbst entscheiden, ob und womit er die Datei öffnen will – oder zur Not bei Ihnen nachfragen.

Sehr smart finde ich übrigens auch einen Link mit kurzer Beschreibung zur Quelle. Dann kann ich immer noch entscheiden, ob ich mir die Datei herunterladen möchte oder nicht.

Zusatztipps: Seien Sie vorsichtig mit dem, was Sie schreiben

Und ein letzter Tipp: Seien Sie vorsichtig mit dem, was Sie schreiben und per E-Mail in die Welt hinausjagen. Erstens könnten Sie es schnell bereuen und zweitens kann es womöglich peinlich werden.

E-Mails sind schnell geschrieben und schnell verschickt – und wenn man sich ärgert und seinen Frust ablässt, mitunter zu schnell verschickt. E-Mails können aber auch abgefangen und mitgelesen werden – von Kollegen, Administratoren, Hackern und was Ihnen sonst noch so einfällt.

Überlegen Sie deshalb, wem Sie was schreiben. Schreiben Sie nichts, was Sie nicht auch öffentlich sagen würden. In der Schriftkommunikation gibt es zu viele Möglichkeiten für Missverständnisse und werden Hemmungen zu schnell fallengelassen. Eine leichtfertig verschickte E-Mail kann zu einer Brandbombe werden.

Und das hat sie nicht verdient, die E-Mail.

Ist sie doch eine prima Möglichkeit, um zu kommunizieren, Informationen auszutauschen, gemeinsam zu lernen und vernetzt zu arbeiten. :-)

Erstveröffentlichung © 2006 Heike Thormann,
letzte Überarbeitung 2022

To-do-Liste: E-Mails schreiben

Das ist zu tun:



1. Adressaten sorgfältig wählen

Mir genau überlegen, wer informiert werden soll oder muss. Vorsicht mit BCC. Ggf. Adressaten erst zum Schluss eintragen.



2. Ggf. auf Lesebestätigung und Prioritätensetzung verzichten

Nur wenn es wirklich wichtig ist. Empfänger nicht nerven.



3. Betreff sorgfältig wählen

Erhöht meine Chancen, dass die E-Mail auch gelesen wird. Besser Finger weg von Werbesprache. (Spam-Filter)



4. Auf Umgangsformen und weitere Formen achten

Höflich bleiben, auf Rechtschreibung achten, Abkürzungen ggf. erklären, Smileys mit Bedacht einsetzen, Absätze einbauen.



5. Auf guten Schreibstil achten

Amtsdeutsch und Fachsprache meiden. (Oder zumindest sichergehen, dass meine Zielgruppe die Fachsprache versteht.) Natürlich schreiben.



6. Ggf. Zitatfunktion nutzen

Textstellen, auf die ich antworte, einbinden und passend darauf antworten oder am Schluss der E-Mail anhängen. (Zitieren – „quoten“)



7. Ggf. Signaturfunktion nutzen

Guter Werbeplatz oder sogar vorgeschrieben. Elemente zum Beispiel: Name, Titel, Beruf, Firmenname, Telefon/Handy/Fax, E-Mail-Adresse, Homepage und Dienstleistungen.



8. Auf Schnelligkeit achten

--> Beachten: Die E-Mail ist ein schnelles Medium, zeitnah antworten.



9. Auf Anhänge achten

--> Beachten: Bekannte, sichere Formate wählen oder Datei verlinken.



10. Vorsichtig sein mit dem, was ich schreibe

--> Beachten: Nur schreiben, was ich wirklich schreiben möchte.