

Martina Dressel

E-MAIL-KNIGGE

Das Original



WEB GOLD Akademie

Dressel, Martina:

E-Mail-Knigge: Das Original

Martina Dressel. – Freital/Dresden; Luzern und Calgary:

WEB GOLD Akademie Dr. Dressel e.K.,

3. überarbeitete Auflage, 2008

ISBN:978-3-00-026059-9

E-Mail-Knigge® ist eine eingetragene Marke.

Dieses Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen sowie der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen desselben ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zu widerhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechts.

Copyright 2008 WEB GOLD Akademie Dr. Dressel e.K.;

Inhalt

1. Wozu ein Buch zum E-Mail-Knigge?	7
2. Drittauflage: Was hat sich getan?	19
3. Grundgesetze der Kommunikation	25
4. Sorgfaltspflichten des Empfängers	29
5. E-Mail-Knigge: Fünf Prinzipien	33
5.1. Kurzfristige Antwort	33
5.2. Weniger ist mehr	39
5.3. Die Perspektive des Empfängers einnehmen	42
5.4. Es vermeiden, dem Empfänger Zeit zu rauben	43
5.4.1. SPAM: Womit der Ärger beginnt und das Geschäft endet	43
5.4.2. Geschäftliche E-Mail-Postfächer frei halten für geschäftlich Wichtiges	45
5.4.3. Unterbrechen Sie Ketten-E-Mails	56
5.4.4. Bewahren Sie den Adressaten vor Schaden	58
5.5. Respekt: Zollen und spüren lassen	62
6. Zur Anatomie der E-Mail	67
6.1. Zum Kopf der E-Mail	68
6.1.1. Zur Rolle der Absenderadresse	69
6.1.2. Zur Empfängeradresse: An, CC, BCC	76
6.1.3. Die Betreff-Zeile	87
6.2. Der Textkörper	95
6.2.1. Textformat oder HTML?	95
6.2.2. Struktur	102
6.2.3. Anrede	105

6.2.4. Der erste Satz	109
6.2.5. Inhalt: Vollständig und korrekt	110
6.2.6. Korrekte Orthografie und Grammatik	111
6.2.7. Zum Smiley	114
6.2.8. Abschlussgruß	115
6.2.9. Signatur	117
6.2.10. ...und am Ende das „Letzte“: Disclaimer	121
6.3. E-Mail-Anlagen	123
6.4. Vermerk zur Wichtigkeit	128
6.5. Empfangs- oder Lesebestätigung	128
6.6. Verschlüsselung und elektronische Signatur	129
7. Texten von E-Mails	131
7.1. Deutsche Sprache – schwere Sprache?	133
7.2. Flüssiger Schreibstil	135
7.3. Kurz und auf den Punkt formuliert	137
7.4. Verständlich schreiben	138
7.5. Beugen Sie Konflikten vor	143
7.6. Innerbetriebliche Kommunikation	146
7.7. Der elektronische Geschäftsbrief	150
7.8. E-Mails im Marketing	153
7.9. E-Mail-Bewerbungen	158
7.10. E-Mails im Kundenservice	161
7.11. Ihre E-Mail-Knigge-Checkliste	170
Glossar	173
Literaturverzeichnis	189

1. Wozu ein Buch zum E-Mail-Knigge?

Das im deutschsprachigen Raum bekannteste Buch zum Thema Umgang miteinander erschien 1788 unter dem Titel „Über den Umgang mit Menschen“. Der Name des Autors, Freiherr von Knigge, ist bis heute das Synonym für gutes Benehmen.

Inzwischen wurde eine Infrastruktur, zwischenmenschliche Kontakte zu pflegen, verfügbar, die uns vor neue Herausforderungen stellt. Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass moderne Kommunikationstechnologien stets auch Fragen der Etikette und des Umgangs miteinander, aufwarfen.

An einem Abend im Mai des Jahres 1864 wurden Britische Politiker in einer Sitzung durch ein Klopfen an der Tür gestört. Ein Telegramm erreichte sie. Das war zur damaligen Zeit und zu so später Stunde außergewöhnlich. War ein Krieg ausgebrochen oder die Königin erkrankt? Sie rissen den Umschlag auf, um überrascht festzustellen, diese Nachricht stand in keiner Verbindung zu irgend einem nationalen Unheil. Vielmehr ging es um Zahnheilkunde. Die Herren Gabriel aus der Harleystraße 27 warben mit den Öffnungszeiten ihrer Praxis, gültig bis Oktober: 10 bis 17 Uhr. Wütend wandten sich einige der Anwesenden an die Times. „Ich hatte noch nie etwas mit den Herren Gabriel zu tun“, wetterte einer von ihnen „und ich möchte wissen, mit welchem Recht sie mich belästigen mit einem Telegramm, dessen einziger Zweck Werbung ist.“ Die Times druckte das anstößige Telegramm ab. Wie nützlich für die Absender, verhalf ihnen das zu weiterer Bekanntheit. Diese Begebenheit schilderte der Historiker Matthew Sweet dem Economist¹⁴⁾ gegenüber. Es war ein Beispiel für das, was wir heute als SPAM bezeichnen würden.

Als um 1870 das Telefon aufkam, beunruhigte die Leute der Gedanke, dass sie Anrufe von Personen erhalten

könnten, denen sie noch nicht einmal ordnungsgemäß vorgestellt worden waren¹⁴⁾. Weitere Minenfelder im sozialen Miteinander lauerten bereits. Das Handelsjournal TELEPHONY berichtete 1903 über eine ältere Dame, die sich über ihre Nichte beschwerte, weil diese mit einem Mann telefonierte, dessen Anruf sie erreichte, als sie gerade beim Ankleiden war. „Beide unterhielten sich so, als wären sie korrekt gekleidet und hätten sich gerade auf der Straße getroffen. Ich sage Ihnen, was diese Generation sich erlaubt, ist zuviel für mich.“

Wie lange kommunizieren wir schon per E-Mail? Hätten Sie auf über 35 Jahre getippt?

Es war gegen Ende des Jahres 1971, als der damals 30-jährige Ingenieur Raymond Samuel Tomlinson in Cambridge im US-Bundesstaat Massachusetts die erste E-Mail zwischen zwei Computern verschickte, die im selben Raum standen. Ein Foto dieser schrankgroßen Maschine, an der er damals arbeitete, ist auf seiner Webseite

<http://openmap.bbn.com/~tomlinso/ray/home.html>

zu sehen. Seine damalige E-Mail-Adresse lautete:

tomlinson@bbntexa

Ihm ist ebenfalls das @-Zeichen zu verdanken. Damit trennte er den vorderen Teil der E-Mail-Adresse, der aus dem Namen des Empfängers bestehen sollte, vom hinteren, dem Namen des Computers, der die Post annimmt. Er entschied sich für das @, da dies ein Zeichen war, das auf seiner Tastatur, nicht jedoch in Personen- oder Firmennamen vorkam, also weder ein Buchstabe noch eine Zahl war. Das Internet existierte zu dieser Zeit noch nicht. Daran aber forschte Ray Tomlinson gerade.

■ ■ ■

5. E-Mail-Knigge: Fünf Prinzipien

5.1. Kurzfristige Antwort

- Antworten Sie zeitnah. Das heißt gleichzeitig:
- Unterlassen Sie Forderungen nach einer sofortigen Antwort.

Wer Sie per E-Mail anspricht, erwartet eine kurzfristige Antwort. Stellen Sie sicher, dass der Absender innerhalb von einem Werktag eine Antwort erhält. (Schreibt die E-Mail-Policy Ihres Unternehmens eine andere Frist vor, zum Beispiel zwei Werkstage, antworten Sie in diesem Zeitraum.) Die Antwort **kann**, für den Fall, dass dieses Zeitfenster für die Bearbeitung objektiv zu kurz ist, auch ein Zwischenbescheid sein, der einen Hinweis enthält, wann konkret mit einer **adäquaten** Antwort zu rechnen ist.

WEB GOLD Praxistipp: Überraschen Sie dabei positiv! Kündigen Sie zum Beispiel im Zwischenbescheid eine Antwort innerhalb von einer Woche an, senden diese aber bereits nach drei Tagen.

Sicher kann es Notfälle geben, in denen man alles versucht, um eine Antwort so rasch wie möglich zu erhalten. Dies jedoch sollte die Ausnahme bleiben. Schließlich handelt der E-Mail-Empfänger entsprechend den Grundsätzen des Zeitmanagements, wenn er sein E-Mail-Postfach maximal zwei- bis dreimal täglich auf Neuzugänge prüft und diese dann im Block abarbeitet. Wenn jedes akustische oder optische Signal wie „Sie haben Post“ dazu führt, die aktuelle Arbeit zu unterbrechen, ist das kontraproduktiv. Bestimmte Arbeitsplätze bilden hier Ausnahmen. Mitarbeiter im Kunden-Service-Zentrum zum Beispiel haben als primäre Aufgabe, E-Mail-Anfragen von Kunden zu bearbeiten. Die Wertschöpfung am Arbeitsplatz wird bei den meisten von uns jedoch über andere Tätigkeiten generiert.

6. Zur Anatomie der E-Mail

E-Mails, die Sie selbst versenden, umfassen sowohl von Ihnen initiierte Kontakte als auch Antworten auf E-Mails aus Ihrem Posteingang. Da der Teufel mitunter im Detail steckt, lassen Sie uns die E-Mail in Ihre Bestandteile zerlegen und diese einzeln analysieren.

Bestandteile der E-Mail:

- **der Kopf** besteht aus
 - Absenderadresse
 - Empfängeradresse(n)
 - CC- und/oder BCC-Zeile
 - Betreff-Zeile
- **der Textkörper** besteht aus
 - Anrede / Begrüßung
 - Text-Inhalt
 - Abschluss / Signatur
- Optional: die Anlage(n)
- Optional: Vermerk zur Wichtigkeit, Lesebestätigung

Die aufgeführte Reihenfolge ist dabei nicht als Rangfolge zu interpretieren. Sie steht in Beziehung zur zeitlichen Abfolge bei der Vorbereitung, dem Verfassen und dem Versenden von E-Mails. Sie können sie aber auch als Checkliste ansehen. Reflektieren Sie für sich selbst, welche Tipps für Sie und Ihre E-Mail-Anwendungen besonders wertvoll sind. Ganz sicher wird es Tipps geben, die Sie längst in hervorragender Weise beherzigen. Bei anderen dagegen entdecken Sie Lücken und damit Verbesserungspotenzial. Welche Tipps dies genau betrifft, wird individuell sehr unterschiedlich sein. Sehen Sie bitte davon ab, sich durch die Ratschläge eingeengt zu fühlen. Freuen Sie sich vielmehr auf eine zielführende, angenehme und entspannte Kommu-

nikation, auf positive Feedbacks sowie auf lohnenswerte Geschäftskontakte!

6.1. Zum Kopf der E-Mail

Der Kopf der E-Mail beinhaltet Informationen zum Transport. Hieraus lassen sich Rückschlüsse auf den Weg der E-Mail und ihren ursprünglichen Absender gewinnen. Der E-Mail-Kopf ist damit zunächst mit dem klassischen Briefcouvert vergleichbar. Unter diesem Aspekt ist es wichtig, dass sowohl

- die Absenderadresse als auch
- die Empfänger-E-Mail-Adresse

eindeutig erkennbar sind. Hier geht es darum, Vertrauen zu gewinnen.

...

7. Texten von E-Mails

Ein schlechter Stil verrät die Trägheit des Schreibers beim Denken. Da passen zwei Zitate:

*Erst denken sie nicht,
und dann drücken sie es schlecht aus.*

Kurt Tucholsky

*Wer nicht geradeaus schreiben kann,
kann der geradeaus denken?*

*Wer nicht geradeaus denken kann- wozu ist der imstande?
Nichts hat die Sprache im Zeitalter der Computer und der
Atomraketen eingebüßt von ihrem überragendem Rang.*

Wolf Schneider³¹⁾

Wie vielfältig sind die Anlässe, die uns die E-Mail nutzen lassen? Wie viele Zielgruppen sind unter den Adressaten? Es würde den Rahmen des Buches sprengen, für jeden Einzelfall die passende Lösung darzustellen. Vielmehr wird auf wesentliche Aspekte fokussiert. Wir werden feststellen, dass bewährte Regeln sowohl aus der klassischen Kommunikation von Angesicht zu Angesicht als auch aus der schriftlichen Kommunikation wesentliche Orientierung geben. Wer es beherrscht, einen Geschäftsbrief stil- und formvollendet auf Papier zu bringen, dem wird es leichter fallen, einen gut strukturierten elektronischen Geschäftsbrief zu verfassen. Wer bereits über Erfahrung in der zwischenmenschlichen Kommunikation und ein Gespür für diesbezügliches Konfliktpotenzial verfügt, wird die Worte in seinen E-Mails mit Bedacht wählen. Die berüchtigten „doch gar nicht so gemeinten“ Worte, welche auf Empfängerseite zu fatalen Wirkungen führen können, werden von vornherein gemieden. Jon Perlow, ein Software-Entwickler bei Google, erklärte im Herbst 2008, Google plane, Nutzer seines E-Mail-Dienstes G-Mail vor dem Versand unbedach-

ter E-Mails zu schützen. Dazu ist vorgesehen, eine neue Funktionalität anzubieten. Ist diese aktiv geschaltet, muss der E-Mail-Verfasser fünf einfache Mathematikaufgaben lösen, bevor seine E-Mail versendet wird. Wer daran scheitert, so die Entwickler der Idee, ist in einer unpassenden Geistes- oder Gemütsverfassung. E-Müll soll damit vermieden werden. Ich biete Ihnen auf den folgenden Seiten eine Alternative, die Sie ganz ohne Mathematikaufgaben (weitestgehend) davor bewahrt, E-Mails zu senden, die Sie später bereuen. Mein Tipp: Achten Sie auf Kleinigkeiten, um Abbuchungen vom Beziehungskonto vorzubeugen.

...

Leseprobe

Glossar

@

Das Zeichen @, gesprochen wie das englische "at", wird auch "Klammeraffe" genannt. Dieses Symbol verbindet in der E-Mail-Adresse den Benutzernamen mit dem Domänenamen.

Administrator

Systemverwalter in einem Netzwerk, der in den meisten Fällen über alle Zugriffsrechte verfügt.

Adresskette

Aneinanderreihung von E-Mail-Adressen, die jeweils durch ein Semikolon voneinander getrennt werden.

Attachment

[Anlage]

Eine der E-Mail als Anlage beigefügte Datei. Dabei handelt es sich häufig um Grafik- oder Textdateien.

...