

Zu lockerer Umgangston in E-Mails verhindert eine gelungene Kommunikation

# Vier Schritte, um erfolgreiche E-Mails einfach zu verfassen

**E-Mails bieten trotz ihrer zahlreichen Vorteile auch Risiken. Damit Mails nicht ungelesen in den digitalen Papierkorb wandern, gilt es, Spielregeln zu beachten.**

Wien. Während der Geschäftsbrief Schritt für Schritt an Boden verliert, greift die Business-Welt

Von  
**BERNHARD GEDINGER**  
bgedinger@wirtschaftsblatt.at

zunehmend der Geschäftsbrief "Spross" der E-Mail. Zudem, praktisch und vor allem schnell ist der elektronische Schriftverkehr, doch

Möglichkeit vermeiden, denn Grossbuchstaben bedeuten in E-Mails SCHREIEN, und wer möchte schliesslich seinen Geschäftspartner regelmässig anbrüllen?

## Prägnanter Betreff

Um überhaupt eine Chance zu haben, dass Ihre Mail vom gewünschten Empfänger geöffnet wird, hat man in der Regel nur eine Möglichkeit: Die Wahl einer prägnanten, aussagekräftigen Betreffzeile. Denn sie entscheidet, ob Ihre E-Mail in der Flut der täglichen virtuellen Post untergeht oder ans Ziel kommt.

## Ärger mit dem Anhang

Beim Versenden von Bildern überlegen, ob sie für den Empfänger unbedingt notwendig sind. Denn immerhin sind derartige Dateien oft mehrere Megabytes gross und sie auf den Rechner herunterzuladen kostet Geld und vor allem Zeit. Von der Angst, sich mit dem unliebsamen Anhang eines Computervirus einzufangen, ganz zu schweigen. Sie sollten auch sicher sein, dass der Empfänger die nötige Software installiert hat, um die Beilagen öffnen zu können. Ansonsten hat dieser – ausser dem Ärger



Der elektronische Briefverkehr hat gegenüber Tinte und Papier jede Menge Vorteile. Problematisch wird es allerdings, wenn man durch das E-Mail-Bombardement an den Computer gefesselt wird

über lange Download-Zeiten – nichts davon.

Kürze. Antworten sind an und für sich gut. Allzu knappe Sätze können jedoch den Eindruck eines einschüchternden, kalten Tons erzeugen. Eine Erklärung kann dieser Gefahr in der Regel vorbeugen. Zum Beispiel: "Rufen Sie mich an" – die Befehlsform lässt zunächst nichts Gutes ahnen.

## Schnelles Antworten

Auch wenn der Vergleich zwischen E-Mail und Brief nahelegt, ähnelt eine Mail eher einem Telefonat: Und nie-

mand beantwortet ein Telefonat mit der Bitte um Rückruf erst fünf Tage später (oder sollte es zumindest nicht tun, wenn er den Kunden behalten möchte). Natürlich sollten Sie Ihren Posteingang aber nur in regelmässigen Abständen prüfen, um nicht pausenlos durch das Beantworten von Nachrichten an den Computer gefesselt zu sein.

auch hier gilt es, einige Spielregeln zu beachten: Schliesslich sind Schreibstil und Umgangston die einzigen Kriterien, anhand derer sich der Adressat ein Bild vom Absender machen kann. Also gilt es, etliche Punkte zu beachten.

## Korrekte Anrede

Bei der Wahl des Schreibstils sollte darauf geachtet werden, nicht in eine zu formelle Sprache zu verfallen, da passive Verben und abgedroschene Floskeln, wie "Bezug nehmend" oder "in Erwartung Ihrer Antwort", jeglichen Hauch von Kreativität im Ansatz erstickten. Auf der anderen Seite lässt ein zu lockerer Schreibstil an der Seriosität des Gegenübers zweifeln. Oder möchten Sie beispielsweise in einem Offert von einem Unbekannten mit: "Hallo, wie geht's dir" begrüsst werden? Wichtig ist auch die Gross- und Kleinschreibung zu beachten und beim Adressaten die korrekte Anrede zu verwenden. Alleinige Grossschreibung sollte man nach

## SEMINARTIPP

„100 Mails ungelesen – nichts passiert?“ – Unter diesem Motto verrät Kommunikations-Experte Rudolf Vogl am 19. September von 9 bis 17 Uhr Tipps und Tricks für effiziente Kommunikation im Internet. Veranstaltungsort ist das GFP-Haus in Wien in der Valentinusgasse 16. Die Teilnahmegebühr beträgt 620 Euro. Anmelden kann man sich per Telefon unter der Nummer 01/888 55 34 oder per E-Mail: info@gfp.at

## Das häufigste Problem beim Verfassen von E-Mails auf den Punkt gebracht: „Zu viel Masse statt Klasse“ Kommunikations-Profi Rudolf Vogl erklärt den neuen Schreibstil in E-Mails



Rudolf Vogl: „Schreiben Sie kurz und präzise“

**Schöneck/Wien.** Stellen Sie sich vor: Sie trinken gerade gemütlich Ihre erste Tasse Kaffee und blättern im WirtschaftsBlatt. Das Telefon schlummert noch friedlich und bis zur nächsten Sitzung haben Sie noch eine Stunde Zeit. Aber plötzlich wird die morgendliche Idylle auf einen Schlag zerstört. Sie haben nämlich gerade einen Blick auf Ihren E-Mail-Eingang geworfen und drohen in der täglichen Mail-Flut zu ertrinken. Rudolf Vogl, Leiter des Instituts für Markt und Mensch, Anthropologische Kommunikationsberatung in Schöneck (Deutschland), verrät im WirtschaftsBlatt-Interview Tipps,

wie Sie eigene E-Mails als informative Botschafter einsetzen können.

**WirtschaftsBlatt: Was sind die größten bzw. die häufigsten Fehler in E-Mails?**

**Rudolf Vogl:** „Too much information is driving me insane“, heisst es in einem Songtext von The Police. Viele Verfasser schreiben einfach drauf los. Sie denken zu wenig an den Empfänger. Die Texte sind oft schwer lesbar zu lang und die Anzahl der Verteiler ist zu hoch. Man könnte sagen: Zu viel Masse statt Klasse.

**Was kann der Verfasser tun, damit sich seine Nachricht von der Mail-Flut abhebt?**

Der Verfasser muss sich auf den Empfänger einstellen und ihm im Betreff schon signalisieren, welchen Nutzen es bringt, weiterzulesen. Der Schreiber sollte zudem die Kriterien der Lesbarkeit (Schrittgrösse, Schrifttypen...) und der Verständlichkeit (Spaltenbreite, Zeilenlänge, Hervorhebung...) kennen und beachten.

**Wie viel Prozent aller Mails schätzen Sie, werden als störend empfunden?**

Mehr als 80 Prozent werden nur kurz überflogen und bleiben deshalb ungelesen. Überflüssige Briefpost landet im Papierkorb, störende Redner werden „abgewürgt“, E-Mails

Schreibstil verlangt, dass Sie kürzer und knapper schreiben. Das erfordert bessere Vorbereitung. Denken Sie daran, was Sie erreichen wollen und geben Sie genügend, aber nicht zu viele Informationen.

Überlegen Sie gleichzeitig, welche Information für den Empfänger am wichtigsten ist und stellen Sie diese an den Anfang Ihrer Mail.

Jetzt können Sie darangehen, Ihre Mitteilung zu formulieren. Verwenden Sie dabei einfache Wörter und vermeiden Sie allgemeine Floskeln und Phrasen. Bilden Sie kurze Sätze und verwenden Sie dabei aktive Verben. Das ist dynamischer und knapper. (bg)