

E-Mail und sein Einsatz

Keine Frage: E-Mails sind nützliche Helfer wenn es darum geht, beispielsweise Gesprächsergebnisse aus Konferenzen oder Telefonaten kurz zu dokumentieren und bei allen Beteiligten (oder Verhinderten) für einen einheitlichen Kenntnisstand zu sorgen. E-Mails sorgen so für mehr Verbindlichkeit – können im Zweifel aber auch ein Nachweis sein, was wirklich besprochen wurde, wenn es zu Unstimmigkeiten kommt.

Die E-Mail ist eines der am häufigsten genutzten Kommunikationsmittel. Trotzdem wird die Etikette dort schnell vernachlässigt. Auf "Senden" geklickt hat man schnell, schon saust ein E-Mail über den Datenhighway. Doch auch bei der elektronischen Post gibt es Benimm- und Verhaltensregeln.

Daher ist eine wichtige Grundregel - die **E-Mail noch einmal durchzulesen, bevor** man auf "Senden" klickt:

Stimmen...

- Verteiler?
- Betreff?
- Anrede?
- Tonalität?
- Grammatik?
- Interpunktion?
- Orthographie?
- Grussformel?
- Signatur?



Regeln für den E-Mail Alltag

1. **Ein sortierter Posteingang**

Ein unsortiertes E-Mail-Postfach erschwert einem vor allem dann das Leben, wenn man nach einer bestimmten Mail sucht und sich dafür durch seinen gesamten Posteingang klicken muss. Um E-Mails einordnen zu können, ist das Erstellen von thematisch gegliederten Unterordnern im Postfach daher von Vorteil. So entsteht eine Struktur und man behält im Posteingang stets den Überblick. Ist der Posteingang erst einmal sortiert, können auch ältere Mails im Nu wiedergefunden werden.

2. **Präzise auf den Punkt gebracht**

Lange Schachtelsätze, bei deren Ende man den Anfang schon wieder vergessen hat, verschleiern die Kernaussage einer E-Mail unnötig. Um dem Empfänger das Verständnis zu erleichtern, ist es daher wichtig, die Botschaft in kurze Sätze zu verpacken sowie das Anliegen deutlich auf den Punkt zu bringen. So können die meisten Rückfragen vermieden werden.

3. **Im Fokus der Empfänger**

Eine klare Botschaft kommt nur dann an, wenn der Empfänger sie auch verstehen kann. Verständlicher und eingängiger zu schreiben gelingt vor allem durch den Verzicht auf übermässig viele Fremdwörter, Denglisch-Wortschöpfungen und überbordendes Fachchinesisch. Der Empfänger sollte zudem bei jeder Mail im Vordergrund stehen – daher ist es wichtig immer empfängerorientiert zu kommunizieren und den Schreibstil dementsprechend anzupassen. Generell kann man jedem Empfänger durch eine positive und aktive Wortwahl das Verständnis vereinfachen.

4. **Smileys**

Während Smileys in Mails, die an Freunde oder Familie adressiert sind, vollkommen in Ordnung sind, sind sie in Geschäftsmails deplatziert. Sie stören den Lesefluss und wirken unseriös. Der E-Mail-Knigge empfiehlt also: Bei E-Mails an Kunden, Kollegen und Vorgesetzte auf den Einsatz von Smileys komplett verzichtet werden.

5. **Höflich bleiben**

Ein guter Ton ist in der Arbeitswelt das A und O. Daher gilt es auch in Mails, stets freundlich zu bleiben. Dies gelingt vor allem mit einer höflichen Anrede und einer freundlichen Verabschiedung. Viele aufeinanderfolgende Frage- oder Ausrufezeichen sowie Grossbuchstaben wirken auf den Empfänger wie ein lautes Anschreien – also besser weglassen. Wenn die Wichtigkeit einer Aussage betont werden soll, reicht auch ein einfaches Unterstreichen der Passage oder ein Hinweis am Ende der E-Mail. Zum guten Umgangston gehört ebenfalls, dass geschäftliche E-Mails eine Signatur enthalten, in der die Position des Absenders im Unternehmen, seine Adresse und Telefonnummer angegeben werden. So erhält der Empfänger direkt alle wichtigen Kontaktdaten.

6. **Übersichtliche Struktur**

Nicht nur dem Inhalt einer E-Mail sollte Beachtung geschenkt werden, sondern auch ihrem Aufbau. Wenn eine Mail mehr als ein paar Zeilen umfasst, sollte sie durch logische und sinnvolle Absätze gegliedert werden. Das erleichtert dem Empfänger das Lesen ungemein. Zwischendurch nummerierte Aufzählungen oder Stichpunkte zu verwenden, vereinfacht zudem die Übersicht für den Empfänger. Faustregel ist: Wenn eine E-Mail mehr als zwei Seiten umfasst, dann gehört sie in eine angehängte Datei.



7. Aussagekräftige Betreffzeile

Viel zu oft wird die Betreffzeile frei gelassen. Das erschwert dem Empfänger das Einordnen einer E-Mail in einen thematischen Kontext. Darum ist es wichtig, die Betreffzeile in jedem Fall zu nutzen und auszufüllen. Endlossätze sind dabei jedoch ebenso unangebracht wie inhaltsleere Formulierungen á la „Entwurf“ oder „Bitte“. Besser ist es, das Anliegen kurz und präzise auf den Punkt zu bringen, um den Empfänger bereits einen Vorgeschmack auf den Inhalt zu geben.

8. Gutes Zeitmanagement

Viele unterbrechen ihre laufende Arbeit bei neu eintreffenden Mails sofort. Das schwächt jedoch die Produktivität, führt zu Konzentrationsschwierigkeiten und für die Beantwortung wird sich nur wenig Zeit genommen. Um das zu verhindern, ist es sinnvoller, die Mails bewusst abzurufen, statt immer wieder zwischendurch. Ein guter Rhythmus ist beispielsweise, wenn man sich alle 30 min Zeit nimmt, um die Mails ausführlich zu lesen und zu beantworten.

9. An Anhängen sparen

Eine E-Mail mit grossen Anhängen braucht lange bis sie vollständig geladen ist. Das behindert den Arbeitsablauf. Beim mobilen Abrufen der Mails wird zudem eine grosse Menge an Datenvolumen verbraucht. Anhänge sollten deshalb nur dann verschickt werden, wenn sie auch wirklich notwendig sind. Ist dies der Fall, sollte in der Mail auf die Dateianhänge hingewiesen werden, damit der Empfänger sie nicht übersieht. Wichtig ist noch, dass der Anhang in einem Dateiformat versendet wird, das der Empfänger ohne Probleme öffnen kann: z.B. im PDF-Format oder als Word-Dokument.

10. Nochmals zur Erinnerung - vor dem Verschicken: Kontrolle

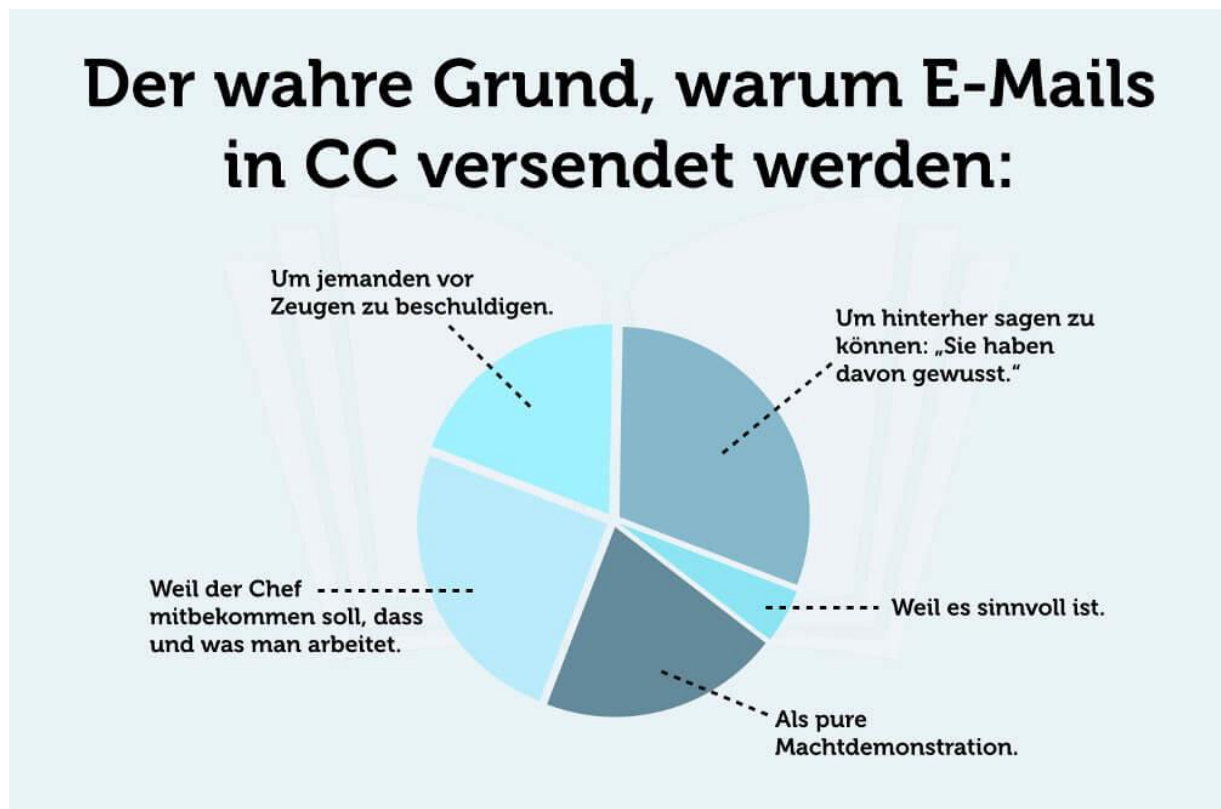
Bevor eine Mail abgeschickt wird, sollte sie immer auf Vollständigkeit, und natürlich Tippfehler überprüft werden. Denn genau wie beim Briefeschreiben gilt auch im E-Mailverkehr: fehlerfreie Rechtschreibung und Grammatik sind das A und O der Kommunikation.

Weitere wichtige Punkte die es zu beachten gibt

- **Nicht über andere lästern:** Man ärgert sich gerade furchtbar über einen komplizierten Kunden oder den kleinlichen Vorgesetzten und will in einem Mail an einen Kollegen dem Ärger Luft machen. Wie gross diese Versuchung auch sein mag, tun Sie das nicht! Mal abgesehen davon, dass man nicht über andere Leute hinter deren Rücken herziehen sollte, besteht auch die Gefahr, dass ihre Nachricht in die falschen Hände gerät: Es passiert schnell, dass man die Nachricht an den falschen Empfänger verschickt - im schlimmsten Falle genau an die Person, über die man lästert.
- **Schnell antworten, aber mit Bedacht:** Eine Faustregel besagt, dass jede E-Mail-Nachricht innerhalb 24 Stunden beantwortet werden sollte. Das gilt auch für Anfragen, die eine längere Bearbeitungszeit benötigen. In diesem Falle können Sie dem Versender mitteilen, dass Sie das Mail erhalten haben und die Abklärungen im Gange sind. In gewissen Fällen ist eine zu schnelle Antwort aber gefährlich: Nämlich dann, wenn Sie von einem wütenden Absender eine beleidigende Nachricht bekommen. Aus dem Affekt heraus könnten Sie dann ebenso beleidigend antworten und noch mehr Öl ins Feuer giessen. Hier empfiehlt es sich zunächst abzuwarten, bis sich die Emotionen etwas gelegt haben.



- **Lesebestätigungen vermeiden:** Die meisten E-Mail-Anbieter erlauben es, für die versandten Nachrichten eine Lesebestätigung einzufordern. Doch auch wenn dies technisch möglich ist, nehmen Sie davon Abstand! Für den Empfänger sind sie ein Ärgernis. Der Absender wird dann oft als Kontroll-Freak abgestempelt, der dem Empfänger nicht traut. Schlussendlich schaden solche Bestätigungen mehr, als sie nützen.
- **Verzichten Sie auf Ironie:** Ironie ist in der Schriftform häufig noch schwerer zu entschlüsseln als in verbaler Form. Verzichten Sie im Geschäftsverkehr von vornherein darauf. Es wirkt immer arrogant. Ironische Scherze gehören allenfalls in die Kaffeeküche.
- **Eine andere Sicht des Verteilers:**



<https://karrierebibel.de/e-mail-knigge/>

Grundsätzlich kann man festhalten: Der, den es (wirklich) angeht, ist der Adressat; wer die Mail nur zur Kenntnis erhalten soll (aber nicht reagieren muss), wird in Kopie (CC) gesetzt. Blindkopien (BCC) sollten Sie nur in Ausnahmefällen versenden (z.B. etwa dann, wenn nicht jeder erfahren soll, wer alles einen Newsletter bezieht / oder auch zu absicherungszwecken).

Links zum Thema Selbständigkeit

- <https://www.baselland.ch/politik-und-behorden/direktionen/sicherheitsdirektion/zivilrechtsverwaltung/handelsregister/infos/ef-pers-selbstaendig>
- <https://www.baselland.ch/politik-und-behorden/direktionen/volkswirtschafts-und-gesundheitsdirektion/kiga/qualifizierung-stellenuchende/forderung-der-selbstandigen-erwerbstatigkeit>
- <https://www.baselland.ch/politik-und-behorden/direktionen/finanz-und-kirchendirektion/steuerverwaltung/selbstandig-erwerbende/ek-vm-steuer/allgemeines-zur-selbstandigen-erwerbstatigkeit/besonderheiten>
- <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmu-gruenden/firmengruendung/erste-schritte/devenir-independent-en-suisse-mode-d-emploi.html>
- <https://www.ch.ch/de/berufliche-selbstandigkeit/>
- <https://www.berufsberatung.ch/dyn/show/8765>