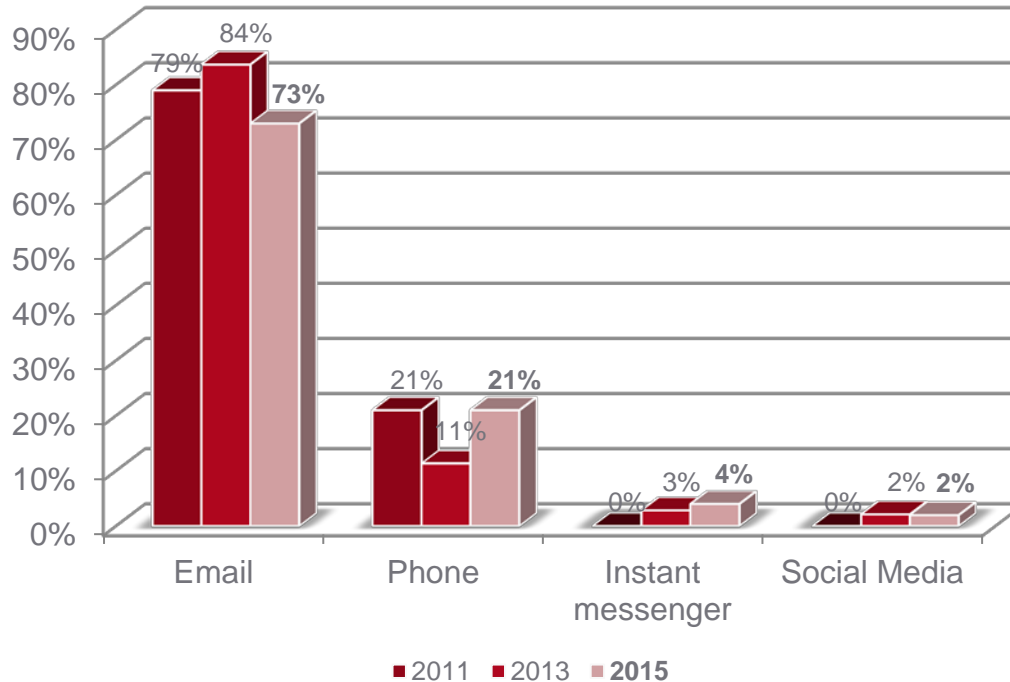


Best Practice:
E-Mail-Knigge

10.2015

SOCIAL MEDIA SURVEY 2015

Welches Kommunikationsmedium nutzen Sie am häufigsten?



Quelle: „Social Media Survey 2015“ der DVFA und des IR Clubs

REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

10 Regeln für Business-E-Mails

1. Betreff als Zusammenfassung der Nachricht
2. Sparsamer & fairer Umgang mit CC, BCC und Allen-Antworten
3. Ein Thema pro E-Mail
4. Lesefreundlich formatieren
5. Fragen, Aufgaben, Ziele und Fristen nennen
6. Form und Tonalität beachten
7. Kontaktdaten nicht vergessen
8. Anhänge in einem gängigen Dateiformat verschicken
9. Technische Hilfen sinnvoll einsetzen
10. E-Mail-Beantwortung als Bausteine im Tagesablauf



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

1. Betreff als Zusammenfassung der Nachricht

- Kurz und aussagekräftig formulieren
- Oft ist der Betreff entscheidend, ob die E-Mail überhaupt geöffnet wird
- An Sortierregeln der Empfänger denken und z.B. Unternehmensnamen oder Projekttitle voranstellen
- Lange Antwort-Ketten vermeiden (Aw: Aw: Aw: Re: Re: Re:)
- Nicht die Nachricht komplett in die Betreffzeile schreiben
- Niemals die Betreffzeile leer lassen



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

2. Sparsamer & fairer Umgang mit CC, BCC und Allen-Antworten

- Information-Overload vermeiden bzw. reduzieren
- Nicht dem Vorgesetzten mit CCs beweisen, wie gut (oder spät) man arbeitet
- Den E-Mail-Empfänger nicht unter Druck setzen, indem man dessen Vorgesetzte in CC setzt
- Viele Nutzer lesen E-Mails ohnehin nicht, bei denen sie “nur” auf CC gesetzt sind
- Bei zu vielen Empfängern fühlt sich am Ende keiner verantwortlich, ihnen zu antworten
- E-Mails nur an Empfänger senden, welche die Nachricht wirklich benötigen
- Diskretion wahren und bei größeren Empfängerlisten lieber die BCC-Funktion nutzen, gerade wenn die Empfänger sich untereinander nicht kennen



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

3. Ein Thema pro E-Mail

- Der Empfänger ihrer Mail möchte diese ebenfalls systematisch ordnen – helfen sie ihm, indem sie nur ein Thema pro E-Mail behandeln
- In der Kürze liegt die Würze - sparen sie sich und dem Empfänger Zeit
- Je schneller sie antworten, desto kürzer darf ihre Antwort sein
- Leiten sie E-Mails mit einem Kontext-Hinweis oder einer Erklärung des Zusammenhangs ein
- Kein Hi-Jacking einer E-Mail-Konversation, um ein anderes Thema zu diskutieren – schicken sie eine neue E-Mail und wählen sie einen adäquaten Betreff und die relevanten Empfänger aus



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

4. Lesefreundlich formatieren

- Sollte die E-Mail doch länger werden, fügen sie alle 4-5 Zeilen einen Absatz ein
- Bullet Points sind leichter zu erfassen als lange beschreibende Texte
- GROSSBUCHSTABEN vermeiden, lieber Schrift **fetten**, um die Bedeutung zu betonen
- der vollständige Verzicht auf Großbuchstaben wirkt dagegen nachlässig
- Keine "flippigen" Schriftarten wie *Comic Sans* verwenden
- HTML vs. Text: es ist nicht gewährleistet, dass der Empfänger auf seinem Endgerät und mit seinem E-Mail-Programm (und dessen spezifischen Einstellungen) die E-Mail auch so sieht, wie sie diese abschicken – daher gilt bzgl. Formatierungen, Zeilenumbrüche etc.:
je weniger, desto besser



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

5. Fragen, Aufgaben, Ziele und Fristen nennen

- Stellen sie Fragen, Ziele oder To-do-Aufforderungen an den Anfang ihrer E-Mail, damit der Empfänger gleich sieht, um was es ihnen geht
- Fragen sie möglichst spezifisch (“Was halten sie von dem Vorschlag?” könnte zu offen sein, besser “Sind sie einverstanden, dass wir am kommenden Montag das Budget in Höhe von 20.000 € freigeben?”)
- Gibt es eine Deadline, nennen Sie diese
- Wenn keine Antwort notwendig ist, teilen sie das dem Empfänger mit (FYI)



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

6. Form und Tonalität beachten

- Formulieren sie klar und auf Business-Niveau
- Korrekte Rechtschreibung (“Neue” deutsche Rechtschreibung, gerade weil diese nicht mehr “neu” ist), Grammatik und Zeichensetzung sind ein Muss
- Redewendungen aus dem privaten Bereich (z.B. “Grüß’ Dich” oder “Ciao”) haben im geschäftlichen E-Mail-Verkehr nichts zu suchen
- Auf Emoticons und Abkürzungen wie lol, MfG oder CU verzichten
- Anständig und höflich formulieren, auch wenn der Sender dies nicht tut – sie repräsentieren ihr Unternehmen
- Immer im Hinterkopf behalten, das digitale Dokumente problemlos weitergeleitet werden können – ihre E-Mail kann ohne ihr Wissen (und Einverständnis) auf einem Diskussionsboard landen
- Beim Weiterleiten von Mails den Text nicht verändern
- Geschäftliche E-Mails werden protokolliert – vergessen sie das nicht
- Bei emotional aufgeladenen Themen bedenken, dass man nicht zwischen den Zeilen lesen kann und die intendierte Tonalität evtl. vom Empfänger anders aufgefasst werden kann, daher lieber nochmal “drüber schlafen” oder zum Telefonhörer greifen



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

7. Kontaktdaten nicht vergessen

- Signaturen sind in geschäftlichen E-Mails Pflicht
- Kontaktdaten sind nützlich, wenn man z.B. direkt zum Hörer greifen möchte oder in sein digitales Adressbuch übernehmen möchte
- Copy&Paste der Signatur vereinfacht die Weiterleitung von Kontaktdaten



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

8. Anhänge in einem gängigen Dateiformat verschicken

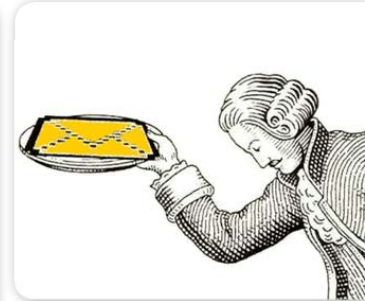
- PDF kann als “gängig” betrachtet werden
- Trotz der Verbreitung von Microsoft Office, kann nicht jeder Empfänger .docx-Dateien öffnen
- EXE-Dateien werden von vielen Antivirus-Programmen als gefährlich eingestuft
- Bei ZIP-Dateien gibt es oft Verunsicherung, ob darin nicht vielleicht schädliche Software versteckt ist
- Viele Datei-Typen können nur mit Spezial-Software geöffnet werden (z.B. EPS-Dateien)
- Unternehmen limitieren oftmals die maximale Größe, die eine E-Mail inkl. der Anhänge haben darf
- Manchmal ist eine telefonische Abstimmung oder eine FTP-Downloadmöglichkeit sinnvoll



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

9. Technische Hilfen sinnvoll einsetzen

- Nutzen sie die Autokorrektur-Funktion – mit ihr lassen sich auch komplette Textausteine einfügen
- Filter und Regeln helfen, E-Mails abzulegen, thematisch in Ordner zu sortieren oder weiterzuleiten (oder gleich zu löschen)
- Verzichten sie darauf Empfang- und/oder Lesebestätigungen anzufordern
- “Hohe Priorität” ist unnötig – wäre die E-Mail unwichtig, gäbe es sie nicht
- Abwesenheitsnotizen nur verwenden, wenn man keinen Zugang zu seiner Inbox hat und kein Kollege die E-Mails bearbeiten kann
- Keinesfalls vermerken, dass man im Urlaub ist (Neid vermeiden und Sicherheit des eigenen Zuhause wahren)
- Newsletter: Double-Opt-In gewährleisten und Kontakte informieren, dass man sie in den Verteiler aufnimmt. Abbestell-Möglichkeit in jedem Newsletter anbieten
- Nutzen sie E-Mail nicht, um den persönlichen Kontakt zu vermeiden
- Ohne Empfänger lässt sich die E-Mail nicht abschicken – setzen sie diesen als letztes ein, damit sie vorher cheken können, ob die E-Mail keinen Fehler enthält, sie den richtigen Ton getroffen haben und der ankündigte Anhang angefügt ist



REGELN FÜR BUSINESS-E-MAILS

10. E-Mail-Beantwortung als Bausteine im Tagesablauf

- Eingehende E-Mails mit optischem und/oder akkustischem Signal lenken ab und unterbrechen die Konzentration, da sie die Neugier wecken
- Bearbeitung der E-Mails in festgelegten Zeitblöcken, z.B. (arbeits-)täglich von 9:30-10:00 Uhr, 13:30-14:00 Uhr und 17:00-17:30 Uhr
- Wenn sich eine E-Mail innerhalb von fünf Minuten bearbeiten lässt, dann tun sie es, sollte es länger dauern, informieren sie den Sender darüber, wann er etwa ein Antwort erwarten kann
- Antworten sie möglichst innerhalb von 24 Stunden
- Warten sie auf eine Antwort, so können sie den Empfänger nach einer Woche freundlich erinnern
- Die Inbox sollte am Tagesende leer sein, andernfalls muss man die E-Mails erneut lesen und verliert Zeit








ANHANG

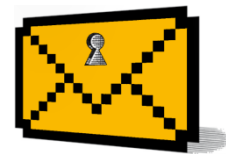
Kontakt

Deutsche EuroShop AG
Patrick Kiss
Head of Investor & Public Relations
Heegbarg 36
22391 Hamburg

Tel. +49 (40) 41 35 79 - 20
Fax +49 (40) 41 35 79 - 29
E-Mail: kiss@des.ag
Web: www.des.ag

 irclub.de/profile/kiss
 facebook.com/patkiss
 flickr.com/patkiss
 slideshare.net/pkiss

 twitter.com/pkiss
 google.com/+PatrickKiss
 linkedin.com/in/patrickkiss
 xing.com/profile/Patrick_Kiss



Illustrationen in Anlehnung an Alfred Schüssler
(www.schuessler-illustration.de) in „Über den
Umgang mit E-Mails“ von Scholz & Friends
(www.amazon.de/dp/3874397742)