

Professionelle e-Mails fördern Ihren Geschäftserfolg

Bei Ihrem Schriftverkehr in Papierform halten Sie sich an gültige Normen. Nehmen Sie diese als Vorbild auch für Ihre e-Mails. Schreiben Sie so, als würden Sie einen Geschäftsbrief verfassen, also mit korrekter Anrede und Grußform. Nicht „MfG“, sondern „Mit freundlichen Grüßen“, soviel Zeit muss sein. Beachten Sie auch im e-Mail-Verkehr die deutsche Rechtschreibung. Damit Umlaute etc. richtig dargestellt werden, achten Sie darauf, dass in Ihrem e-Mail-Programm die Zeichensätze „iso-8859-1“, oder „iso-8859-15“ oder eingestellt sind. Bietet Ihr Programm beides nicht, nehmen Sie „UTF8“.

Sprechen Sie die Empfänger persönlich an. Hierzu bieten viele e-Mail-Programme eine Art Serienbrief-funktion an. Beim Aufbau eines e-Mail-Verteilers lassen sich die Namen direkt erfassen.

Interesse wecken in der Betreffzeile

Wählen Sie einen aussagekräftigen Text für die Betreffzeile. Das hilft dem Empfänger dringliches von weniger dringlichem zu unterscheiden. „Wärmen“ Sie niemals Betreffzeilen auf, indem Sie auf eine bereits erledigte Mail per Antwortmail ein neues Thema beginnen, ohne die Betreffzeile zu ändern. Solche Mails werden als weniger dringlich wenn nicht veraltet interpretiert. Umgekehrt sollten Sie bei nicht abgeschlossener Kommunikation zu einem Thema die Antwortfunktion nutzen, so dass der Empfänger sich an das von Ihm versendete e-Mail sofort erinnern kann.

Um die Übersicht über Ihre Mails zu behalten, empfiehlt es sich, Ihre Mails in verschiedenen Ordnern zu archivieren. So können Sie beispielsweise sämtliche Korrespondenz mit einem bestimmten Kunden auf einen Blick erfassen.

Antwort: Drunter oder Drüber?

Es scheiden sich die Geister bei der Frage, ob man seine Antwort an den Anfang der Mail oder ans Ende schreiben soll. Die einen argumentieren damit, dass ein Empfänger, der sich ad hoc nicht an sein e-Mail erinnern kann, mit einer Antwort am Anfang der Mail

nichts anfangen kann und erst scrollen muss, um zu lesen, um was es ging. Auf der anderen Seite muss ein Empfänger, der sich erinnert, erst ans Ende der Mail scrollen, um die Antwort zu lesen. Das nervt insbesondere bei mehrmals hin und her gehender Mails.

Im Zweifel halten wir unseren Empfänger für nicht vergesslich. Wenn es der Empfänger gewohnt ist, am Ende der Mail zu antworten, sollten Sie das ebenfalls tun um ein Drunter und Drüber zu vermeiden. Dabei hilft es auch, Fußzeilen und Text, auf den Sie sich in Ihrer Antwort nicht beziehen, zu löschen und die Zitierfunktion Ihres e-mail-Programms zu nutzen. Dabei wird in der Regel der Text des zu beantwortenden e-mails mit einer eckigen Klammer (>) vor jeder Zeile markiert.

Gehen Sie vorsichtig mit der Möglichkeit um, e-Mails mit höchster Priorität zu versenden, um Dringlichkeit vorzutäuschen. Spätestens nach der dritten Mail an den selben Empfänger glaubt Ihnen das ohnehin niemand mehr. Setzen Sie nur wirklich wichtige und dringliche Nachrichten – und zwar aus Sicht des Empfängers – auf höchste Priorität.

Signieren Sie Ihre Mails

Nutzen Sie die Signaturfunktion sofern Ihr e-Mail-Programm über diese verfügt. Hier können Sie sämtliche Kontaktdaten sowie eine kurze Werbebotschaft unterbringen. Falls Ihr Programm dies nicht bietet, schreiben Sie am Ende jeder Mail eine „handgestricke“ Signatur. Diese können Sie vorbereiten und jeweils hinein kopieren.

Üblicherweise sind Signaturen durch zwei Bindestriche, einem Leerzeichen und einem Zeilenumbruch vom e-Mail-Text getrennt. So erkennt das e-Mail-Programm Ihres Empfängers, dass es diese Fußzeile bei Beantwortung weglassen kann.

E-Mail-Versand dauert nur Sekunden – Ihre Kunden erwarten daher auch eine schnelle Antwort. Diese sollte innerhalb von 24 Stunden erfolgen. Können Sie das nicht gewährleisten, senden Sie eine Eingangsbestätigung, in der Sie die Antwort innerhalb eines realistischen Zeitraums ankündigen. Solche Empfangsbestätigungen lassen sich, einmal eingerichtet, auch automatisch versenden.

Trotzdem: In Ihren e-Mail-Briefkasten sollten Sie mindestens einmal täglich schauen. Und: Löschen Sie in regelmäßigen Abständen Ihre e-Mails auf dem Server, denn auch dieser Briefkasten quillt irgendwann über.

HTML, Plain-Text, Multipart

HTML-Mails bieten vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, Logos und Bilder können einbezogen werden. Darüber hinaus erzeugen HTML-Mails stärkeres Echo als Plain-Text-e-Mails. Die meisten E-Mail-Programme können heute HTML-Mails verarbeiten, viele Nutzer haben diese Funktion aber aus Sicherheits- oder Datenschutzgründen abgeschaltet. Am sinnvollsten ist es daher, beide Formate zu erstellen und dann im so genannten Multipart-Format kombiniert zu versenden. So entscheidet das e-Mail-Programm des Empfängers über die Darstellung Ihrer Mail.

Anhängsel und Co.

Nehmen Sie Rücksicht auf die zu Recht verbreitete Angst vor Viren, die oft in e-Mail-Anhängen (Attachments) stecken. Versenden Sie nur in Absprache Dateien Ihrer Textverarbeitungssoftware, .exe, zip-Dateien oder Bilddateien, wie z. B. .jpg oder .gif. Viele EDV-Systeme von Unternehmen und Behörden filtern diese ohnehin aus. Beschreiben Sie jeden Anhang im e-Mail-Text, damit der Empfänger genau weiß, was Sie ihm da schicken.

Das Anhangformat der Wahl heißt .pdf. Aber auch hier gilt: Nicht ohne Absprache große Dateien in den Anhang packen. Diese nehmen Zeit in Anspruch und können schnell die Grenzen des Empfänger-Briefkastens sprengen. Bei vielen e-Mail-Providern ist zudem die Datenmenge pro e-Mail auf 5 MB, wenn nicht weniger, begrenzt. Alternativ zum Anhang können Sie im Mail auch einen Link auf eine Unterseite Ihrer Homepage unterbringen. Ein solcher Link könnte beispielsweise so aussehen: www.ihrefirma.de/Musterkunde/Projektxy.pdf. So entscheidet der Empfänger, ob und wann er die Datei herunter lädt. Diese Seite muss ja nicht zwangsläufig auch über Ihre Homepage verlinkt und damit erreichbar sein.

Smileys, Emoticons, Abkürzungen vermeiden

Verzichten Sie auf Ironie und Sarkasmus in Ihren e-Mails. Beide sind im e-Mail schwer erkennbar. Sie lassen sich zwar mit den so genannten Smileys kennzeichnen also z. B. mit Lächeln :) oder Ärger :(oder Augenzwinkern ;) . Smileys – auch Emoticons genannt – sollten Sie nur in der privaten Korrespondenz verwenden. Gleiches gilt für Abkürzungen, die Vielmailer gerne benutzen, wie LOL („laughing out loud“ also „musste laut lachen“ oder ROTFL für „Rolling on the floor laughing“, deutsch „vor Lachen auf dem Boden wälzen“. Sie können nicht damit rechnen, dass Ihr Empfänger solche Abkürzungen kennt.

Ulrike Berges