

Nicht nur eine Stilfrage

E-Mails haben die klassische Briefpost weitgehend ersetzt. Trotz der Bequemlichkeit und Schnelligkeit dieses Mediums sollte man sich beim Verfassen von geschäftlichen E-Mails die nötige Zeit nehmen. Einfache Grundregeln sorgen dafür, dass sich Ihre Empfänger auch angesprochen fühlen.

von Markus Schmid (*)

«Hallo Frau Leserin und Herr Leser!» Fühlen Sie sich so angemessen begrüsst? Wahrscheinlich nicht. Zumindest solange wir uns nicht persönlich kennen. Doch saloppe Grussformeln wie «Hallo» oder «Hi» tauchen in geschäftlichen E-Mails immer mehr auf. Schuld daran haben sicherlich die lockeren Umgangsformen im weltweiten Datennetz, die auf die Internet-Post abfärben. Dabei sind E-Mails, vor allem für geschäftliche Zwecke, nichts anderes als ein modernes Kommunikationsmittel, das den herkömmlichen Briefverkehr weitgehend abgelöst hat. Trotzdem sollten für diese Form des Informationsaustauschs die gleichen Höflichkeits- und Anstandsregeln gelten wie für das Briefschreiben.

Von Beginn bis Ende

Dies beginnt bei der Anrede, die «Sehr geehrter Herr Müller» oder auch «Guten Tag, Frau Maier» lauten kann. Und der Respekt vor dem Adressaten endet nicht bei der Grussformel mit E-Mail-Adresse und Web-Adresse am Ende des Briefes. Hier darf es ruhig klassisch wie beim Brief «Mit freundlichen Grüßen» lauten oder auch freundlicher wie «Sonnige Grüsse aus Zürich» oder «Mit den besten Grüßen nach Bern».

Ärgerlicher Fehlerteufel

E-Mails sind schnell, aber nicht flüchtig. Sie werden häufig ausgedruckt oder weitergeleitet. Rechtschreibfehler sind dann keine gute Empfehlung für den Absender; Flüchtigkeits- und Tippfehler lassen den Verdacht aufkommen, dass sich der Autor keine Mühe machen wollte. Die ärgsten Patzer im Text können Sie leicht vermeiden, wenn Sie die Rechtschreibprüfung in Ihrem E-Mail-Programm nutzen. Weniger augenfällige Fehler entdecken Sie, wenn Sie Ihr Schreiben nach einigen Minuten noch einmal in Ruhe lesen.

Klarheit und Struktur

Überhaupt darf trotz Arbeitshektik die Sorgfalt nicht vernachlässigt werden: Wie beim Brief lohnt es sich, den Inhalt kurz, prägnant und gut strukturiert zu halten. Das sorgt dafür, dass Ihre E-Mail auch gelesen wird. Erleichtern Sie dem Adressaten das (schnelle) Lesen durch einfache Formulierungen und klaren Satzbau. Schreiben Sie einfache Hauptsätze. Vermeiden Sie Fachausdrücke oder erklären Sie diese. Verwenden Sie vor allem kein «Beamtendeutsch».

Gliedern Sie Ihren Text. Machen Sie sinnvolle, nicht zu lange Absätze, setzen Sie Überschriften oder heben Sie Wesentliches hervor. Halten Sie auch den Inhalt kurz und spannend. Beziehen Sie den Leser mit ein, indem Sie ihn im Text ansprechen. Ein Tipp: Statt Passiv- besser ansprechende Aktivkonstruktionen wählen. Ausser den klassischen Regeln fürs



Markus Schmid

Briefschreiben sollten Sie vor allem bei geschäftlichen E-Mails einige Regeln beachten:

1. Knackige Betreff-Zeile

Wenn Ihre Empfänger täglich Dutzende von E-Mails erhalten, kann die Betreffzeile darüber entscheiden, ob Ihre Nachricht überhaupt wahrgenommen und gelesen wird. «Wichtig» oder «Achtung» alleine reichen nicht. Der Betreff sollte aussagekräftig sein, am besten nennt er das Hauptthema des Inhalts. Die Formulierung einer knackigen Betreffzeile ist für Sie selbst eine gute Kontrolle: Gelingt Ihnen dies nicht, dann wird auch der Empfänger Ihre Botschaft nicht erkennen.

2. Schimpfen verboten

E-Mails sind schnell verschickt. Das kann zum Verhängnis werden, wenn man aus einer momentanen Verärgerung heraus eine E-Mail schreibt. Generell gilt: Was Sie einem Empfänger nicht ins Gesicht sagen können, gehört nicht in eine E-Mail. Streitigkeiten oder Kritik sollten grundsätzlich nicht über diesen Kanal ausgetragen werden. Das spart zudem Zeit und Arbeit durch endlose Folge-E-Mails.

3. Übersicht behalten

Werden E-Mails geöffnet, ist am Bildschirm nur ein Ausschnitt zu sehen. Es lohnt sich also, E-Mails kurz zu fassen und vor allem die wichtigsten Informationen an den Anfang zu setzen. Mitteilungen, die weiter hinten in der Mail stehen, laufen immer Gefahr, nicht gelesen zu werden.

4. Web-Speech ist tabu

Mit dem Internet, den Chats und Blogs hat sich eine neue Lässigkeit in der Sprache eingeschlichen. Doch nicht alle sind begeistert

von der digitalen Sprachkultur, andere wollen oder können die «Web-Speech» nicht verstehen. Aus Höflichkeit und um Missverständnisse zu vermeiden, sollte man verständlich schreiben, auf Emoticons ist zu verzichten.

5. Achtung Anhang!

Anhänge sind ein nützliches Feature bei E-Mails. Allerdings kommt es regelmässig vor, dass im Arbeitsstress vergessen wird, die Dateien mitzuschicken. Weisen Sie im Schreiben auf Anhänge hin. Ein Empfänger kann dann nachfragen, falls die Information fehlt. Sie sollten sich angewöhnen, Attachments bei der ersten Erwähnung gleich einzufügen.

6. Re, Re und nochmals Re

Mit jeder Antwort-Mail wird der Rattenschwanz an ursprünglichem Text immer länger – und damit die verschickte Datenmenge grösser. Es kann sinnvoll sein, die vorherige Nachricht stehen zu lassen, wenn auf sie Bezug genommen wird. Ansonsten gilt: löschen.

7. Ärger mit dem Format

Nicht alle Empfänger benutzen das gleiche E-Mail-Programm wie Sie. Seien Sie deshalb zurückhaltend mit Tabulatoren, Aufzählungen und Sonderzeichen. Es könnte sonst sein, dass bei Ihrem Mailpartner eine nur schwer zu entziffernde Schriftwüste ankommt. Nutzen Sie die E-Mail für Ihre Mitteilung und schicken Sie alle wichtigen Informationen in einem gängigen Dateiformat als Anhang. Wer einem Freund schreibt, muss natürlich weniger auf die Form achten. Und bei kurzen Hinweisen auf Termine oder Treffen tut es auch der Telegrammstil. Gelegentlich müssen Sie sich zudem auf den Ton des Empfängers einstellen, um eine gemeinsame Sprache zu finden. Im geschäftlichen Umfeld macht es in jedem Fall Sinn, in E-Mails auf Rechtschreibung und Stil zu achten. Man weiss schliesslich nie, wer eine E-Mail liest, weil sie weitergeleitet oder irgendwo abgelegt wird.

(*) Markus Schmid von Textmanufactur.com ist Texter, Autor und Schreibcoach in Zürich.