

Denken vor dem Senden

Täglich werden 269 Milliarden eMails versendet – wie viele davon kriegen Sie? Im Schnitt 121, sagen Experten. Durch die Menge leidet aber die Qualität. Zeit, sich hier besser aufzustellen.

VON MAGDALENA VACHOVA

» Es gibt zwei Sorten von Menschen. Jene, die jedes eMail, das in ihr Postfach eintrudelt, bearbeiten. Und jene, bei denen sich im Laufe der Karriere 15.789 ungelesene Nachrichten anhäufen. Schlimm? Heute eher normal. In Zeiten, wo 269 Milliarden eMails am Tag versendet werden – und 121 davon im Schnitt in unserem Postfach landen – ist es eine Kunst, den Überblick zu behalten. Und es wird nicht einfacher: Im Jahr 2021 sollen es schon 331 Milliarden sein. Allerhöchste Zeit, sich hier besser aufzustellen.

1 Seien Sie höflich Die richtige Anrede zu finden, ist eine Gratwanderung zwischen zu salopp und zu förmlich. „Beantworte ich ein eMail, spiegle ich einfach die Förmlichkeit der Anrede“, so Andrea Khoms Tipp. Khom coacht seit zwölf Jahren in diesem Bereich, vergangenes Jahr hat sie mit Unternehmensberaterin Michaela Kellner das Buch „Konfliktfalle E-Mail“ geschrieben.

Schreibt man selbst das erste eMail, sei man mit einem „Guten Tag“ immer auf der höflichen Seite. „Bei ‚Hallo‘ wiederum fühlen sich viele angeschrien und nicht immer ist man von Anfang an mit jedem ‚Lieber‘“. Verpönt seinen Abkürzungen wie etwa S.g. Fr. „Das zeigt: Ich bin so überheblich, dass ich mir nicht einmal die Zeit nehme, jemanden korrekt anzusprechen“, so Khom. Spricht man mehrere Menschen an, dann nach ihrem Rang. Sind alle gleichgestellt, geht man nach dem Alphabet.

2 Denken vor dem Senden „Wenn ich mehr als drei eMails zu einem Thema schreiben muss, greife ich lieber zum Telefon“, so Khom zum inflationären Gebrauch der eMails.

Verschickt man eines, wird eine Antwort innerhalb von 24 Stunden erwartet. Was die Länge des Textes betrifft, gibt es eine simple Regel: „Ausgedruckt nicht länger als eine A4-Seite, inklusive Signatur.“ Apropos: Die darf beim ersten Kontakt nie fehlen, danach kann auf sie verzichtet werden.

3 Kriegen, was man will „Wer etwas mit dem versendeten eMail tun soll, gehört ins ‚An‘-Feld. Wer einfach nur informiert wird, gehört in ‚cc‘ und muss nicht antworten“, so Khoms Devise. Viele nutzen cc aber falsch, häufig als Druckmittel. „Ist beim Urgieren etwa der Vorgesetzte in cc, ist die Lage schon am Eskalieren. Man sollte sich gut überlegen, ob man das will.“ Wer seine Sache auf nette Art durchsetzen

will, könne am eigenen Schreibstil schrauben. Besonders effektiv laut der Expertin: Statt „Bitte, schicken Sie mir das“ lieber ein freundliches „Danke, dass Sie mir das schicken.“

4 Melden Sie sich richtig ab Wer auf Urlaub fährt, muss eine Abwesenheitsnotiz schreiben. „Viele verges-

ohne Anrede. Das geht im Business nicht“, mahnt Khom. Weitere Fauxpas, vor allem in der externen Kommunikation: Texte aus der ersten Emotion heraus senden, Rufzeichen, nur Großbuchstaben und auch nur Kleinbuchstaben. „Und bitte auch die elenden Re: AW: AW: rauslöschten und den Betreff ans Thema anpassen“, so Khom. Ein professionelles eMail funktioniere nach dem KISS-Modell. Übersetzt heißt das: kurz (auch kurze Sätze mit maximal neun Wörtern), schlicht, strukturiert und stimulierend. „Geben Sie dem Empfänger auch immer eine positive Botschaft mit.“

6 Sagen Sie Danke Die Firma Boomerang hat untersucht, welche Grußformel zur häufigsten Rücklaufquote führt. Fazit: „Freundliche oder beste Grüße“ wird am seltensten geantwortet, am häufigsten hingegen auf die Schlussworte „Danke im Voraus“.

7 Es gibt Alternativen Wie lange sich das 46-Jahre alte eMail-System noch halten wird, ist unklar. Philip Ehrenfellner, Chef der Kommunikationsagentur MINT etwa, hat seinen Mitarbeitern jedenfalls schon seit drei Jahren nicht mehr gemailt. Man schreibt sich – projektbezogen, in Gruppen und auch privat – in „Slack“. „Alle wissen was passiert, die Antwortzeiten sind sehr kurz, man verschickt Dokumentenlinks, kann Nachrichten editieren“, erzählt er. Aber auch hier gilt: Denken vor dem Senden. „Wir mussten Kommunikations-Regeln aufstellen, sonst wird schnell nicht mehr Themenrelevant und ungenau kommuniziert.“ Für Ehrenfellner ist das eMail out. In Zukunft will er die gesamte Kommunikation, also auch an Kunden, über „Slack“ laufen lassen. ■

