

## Benimm ist „IN“ – E-M@il-Knigge für die elektronische Geschäftspost

Benimm ist IN – nicht nur zu Zeiten eines Herrn Knigge. Und wer glaubt, in seiner elektronischen Geschäftskorrespondenz auf Inhalt, Stil und Form keine Rücksicht nehmen zu müssen, ist gewaltig auf dem Holzweg. Denn genauso schnell, wie der mögliche Kunde via E-Mail mit einem Unternehmen in Kontakt tritt, wird er durch laxe Formulierungen, Rechtschreibfehler und verspätete

Antworten auf Nimmerwiedersehen verprellt. Unser kleiner E-M@il-Knigge soll Ihnen helfen, Ihre elektronische Geschäftskorrespondenz in Zukunft besser zu meistern. In jeder E-Mail-Anfrage an Ihr Unternehmen steckt die Chance, einen neuen Kunden zu gewinnen, einen Kunden zu binden oder ein positives Image zu vermitteln. Sie müssen diese Chance nur nutzen...

### Geschwindigkeit

... ist keine Hexerei. Innerhalb von zwei Werktagen sollten Sie auf Anfragen via E-Mail antworten. Langsamer dürfen Sie nur sein, wenn die gewünschte Information wirklich nicht innerhalb dieses Zeitraums beschafft werden kann. Dann sollten Sie den Absender der Anfrage jedoch darüber informieren und einen konkreten Zeitraum nennen, in dem er eine Antwort von Ihnen erhält.

### Ganz automatisch

... geht im Internet ja mittlerweile vieles. Kein Wunder, dass viele auf automatisierte Antwort-Mails setzen. Doch die haben nur dann einen Nutzen, wenn Sie auch Inhalt haben.

#### Also nicht:

Vielen Dank für Ihre E-Mail. Wir bemühen uns um schnellstmögliche Antwort.

#### Sondern lieber:

Guten Tag,

vielen Dank für Ihre Nachricht.  
Sofern eine Antwort erforderlich ist,  
erhalten Sie diese innerhalb von zwei Werktagen.

Mit freundlichen Grüßen

Ihre ABC GmbH

### Wer die Wahl hat

... hat bekanntlich auch die Qual. Die hat der Absender bereits auf sich genommen und sich für die E-Mail zur Kontaktaufnahme entschieden. Quälen Sie ihn also nicht noch mehr, indem Sie ihn mit ihrer Antwort zur Informationssuche auf Ihre Web-Präsenz schicken oder an die (kostenpflichtige) Hotline verweisen. Wenn Sie die Kontaktmöglichkeit per E-Mail anbieten, müssen Sie entsprechende Anfragen auch beantworten – sonst machen Sie sich gleich zu Beginn einer möglichen Kundenbeziehung unglaubwürdig.

### Alles kann falsch sein

... aber die Namen müssen stimmen. So sagt es zumindest eine alte Journalistenregel. Auch wenn wir dem ersten Teil nicht zustimmen können, der zweite trifft genau ins Schwarze. Darum prüfen Sie lieber zwei Mal, wie Sie Ihr virtuelles Gegenüber ansprechen. Nichts liest man so ungern wie Fehler im eigenen Namen.

### Dumme Fragen

... gibt es nicht, sagt der Volksmund, nur dumme Antworten. Also: Gehen Sie auf die Frage ein, die Sie gestellt bekommen. Fachlich und sachlich, sonst können Sie sich die Antwort gleich sparen. Senden Sie Werbemittel nur dann mit, wenn der Absender dies wünscht oder Sie sein Einverständnis haben. Und hüten Sie sich vor „Du-Depp-Antworten“. So nennen wir antworten, an die man problemlos ein „Du Depp“ (oder „Sie Depp“) anhängen könnte. Der Leser merkt schnell, wenn er von oben herab behandelt wird.

#### Ein Beispiel:

„Normalerweise beantworten wir solche Anfragen nicht. Aber da wir gerade einen Praktikanten im Haus haben, helfen wir Ihnen gern“ [, Sie Depp, wissen ja noch weniger als unser Praktikant...].

### Ein bisschen Stil darf sein

... auch wenn das Internet – und damit die E-Mail – bislang eher als unkonventionelles Medium galt. Zwar können Sie auf überflüssige Höflichkeitsfloskeln getrost verzichten, eine aussagekräftige Betreffzeile und eine korrekte Anrede gehören jedoch an den Anfang einer jeden geschäftlichen E-Mail. Mit einem mittels Absätzen und Leerzeilen übersichtlich gegliederten Text erleichtern Sie dem Empfänger das Lesen am Bildschirm. Verzichten Sie darauf, ganze Worte oder Textpassagen in GROSSBUCHSTABEN zu schreiben – niemand lässt sich gern anschreien (genau dies bedeutet die Schrift in Großbuchstaben im Internet). Verpönt ist auch die durchgehende Kleinschreibung. Rechtschreibung und Grammatik sind auch in der E-Mail „in“.

An das Ende einer E-Mail gehören zwingend die Grußformel, der Name des Absenders und natürlich die Kommunikations- und Firmenangaben inklusive der E-Mail- und Internetadresse. Die Standard-Angaben lassen sich bequem per Textbaustein an jede zu versendende E-Mail anhängen. In den meisten E-Mail-Programmen kann man dazu eine so genannte Signatur erstellen, die die entsprechenden Informationen enthält.

### Klasse statt Masse

... gilt auch für die E-Mail. Verzichten Sie auf die Versendung Ihrer elektronischen Firmenbroschüre im Anhang der Mail. Nicht jeder surft mit DSL-Geschwindigkeit durchs Internet, und ein paar Megabyte per Modem zu empfangen wird für den Nutzer schnell zum Horrortrip.

Können Sie auf eine Anlage dennoch nicht verzichten, sollte diese nicht größer als 100 kB sein. Weisen Sie den Leser bereits im E-Mail-Text auf die Anlage und deren Inhalt hin. Sonst könnte es passieren, dass er sie für einen Virus hält – und Ihre Mail samt Anhang schneller löscht, als Ihnen lieb ist.