

WHITEPAPER 05/2009

E-Mails lesen, schreiben und verwalten für Unternehmen und Privatleute

Effektiv mit E-Mails umgehen, kann heutzutage sehr viel Zeit sparen. Für E-Mail-Korrespondenz und "Netiquette" (= Umgangsregeln in E-Mail-Verkehr und Internet) gibt es reichlich Tipps um nicht unangenehm bei Ihrem Gegenüber aufzufallen.

Die wichtigsten Punkte haben wir für Sie zusammengefasst.

Inhaltsverzeichnis

1.Grundsätzliches.....	1
a)E-Mail-Adressen schützen.....	1
b)Post-Eingangsortner frei halten.....	2
c)Spam-Filter einsetzen.....	2
d)Vorsicht bei E-Mail-Anhängen.....	2
2.Inhalt.....	2
a)Adressierung der E-Mail.....	2
b)Klarer Betreff.....	2
c)Präzise und verständlich schreiben.....	3
d)Sachlich bleiben, liberal lesen.....	3
3.Form.....	3
a)Zeilenumbruch.....	3
b)Format.....	3
c)Sonderzeichen, Verschlüsselung.....	3
d)Anrede und Schlussformel.....	4
4.Versand.....	4
a)Spam vermeiden.....	4
b)Korrekte Geschäftsdaten angeben.....	4
c)Zeitnah antworten.....	4
d)Dateianhänge senden.....	4

1. Grundsätzliches

a) E-Mail-Adressen schützen

Viele Spam-Versender "scannen" Webseiten nach E-Mail-Adressen. Dem können Sie entgehen, indem Sie Ihre E-Mail-Adresse auf der Webseite nicht als Text, sondern als Bild darstellen. Oder Sie verfremden die Adresse: @-Zeichen ausschreiben und/oder Leerzeichen einfügen, z.B. "meine (at) adresse.de".

Wenn Sie es noch nicht tun, verwenden Sie mehrere Adressen. Eine benutzen Sie nur für geschäftliche Zwecke, eine oder sogar mehr für Ihre private Korrespondenz.

Auch die E-Mail-Adressen Ihrer Geschäftspartner und Freunde können Sie schützen: Wenn Sie dieselbe Mail an mehrere Empfänger schicken, adressieren Sie im Haupt-Adressfeld an sich selbst oder einfach an niemanden. Die eigentlichen Adressen geben Sie dann im Feld "BCC" ein. Auf diese Weise sind sie für andere nicht zu sehen.

b) Post-Eingangsortner frei halten

Zum Aufbewahren der Mails erstellen Sie sich eine individuelle Ordnerstruktur, wie bei der Briefablage auch. Unterordner helfen, innerhalb bestimmter Gebiete zu sortieren: Unter "Geschäftlich" finden sich die Kunden 1, 2, 3 etc., Lieferanten usw., unter "Privat" Ihre Freunde, [Online-Shops](#), Newsletter u.a. Im Idealfall sollte jede Nachricht nur einmal angefasst werden. Dafür sortieren Sie die eingehenden Mails nach den Absendern - bei vielen Programmen kann man dafür Regeln erstellen, mit denen die E-Mails automatisch einsortiert werden. Unwichtige Mails werden sofort gelöscht, Wichtiges nach Priorität erledigt. Achtung: Im geschäftlichen Bereich gelten Aufbewahrungsfristen für E-Mails! Sichern Sie solche E-Mails extern und unveränderbar, z.B als pdf-Datei.

c) Spam-Filter einsetzen

In den aktuellen Mail-Programmen gibt es üblicherweise Spam- oder Junkmail-Filter, die verdächtige Mails in den [Spam-Filter](#) aussortieren. Oft können diese Filter auch trainiert werden. Dazu markiert man die eingehenden Mails als "gut" (Whitelist) oder "Spam" (Blacklist). Je häufiger man dies macht, desto genauer ist die Spam-Erkennung. Um sicher zu gehen, dass keine "guten" Mails als Spam ausgefiltert wurden, schauen Sie ab und an den Spam-Ordner durch.

Übrigens: Bei onSite gibt es seit 2009 den Mailfilter "expurgate": Er bietet höchste Spam-Erkennung (>99%) bei niedrigster False-Positive-Rate (= fast keine (<0,00001%!)) echten Mails, die fälschlicherweise als Spam „erkannt“ bzw. eingestuft werden).

d) Vorsicht bei E-Mail-Anhängen

Vor allem bei Mail-Anhängen (Attachments) von unbekanntem Absendern sollte man große Vorsicht walten lassen. Ebenso wie in Links können sich hier schädliche Programme verbergen, Links können außerdem auf verseuchte Webseiten führen.

Benutzen Sie eine Firewall und halten Sie Ihren [Virenschanner](#) auf dem Laufenden!

2. Inhalt

a) Adressierung der E-Mail

[Haben Sie Fragen](#) an ein Unternehmen, ist es oft sinnvoller, an eine generische E-Mail-Adresse wie "service@firma.de" oder "buchhaltung@firma.de" zu schreiben statt an eine bestimmte Person (die vielleicht gerade in Urlaub ist).

Wenn Sie E-Mails beantworten, achten Sie darauf, an wen die Antwort gerichtet ist (auch wenn die ursprüngliche Frage an eine ganze Gruppe gerichtet war, wollen Sie ja vielleicht nur einem einzigen antworten. Oft ist es auch nicht notwendig, alle vorherigen E-Mails mitzuschicken...).

b) Klarer Betreff

Eine Betreffzeile sollte immer geschrieben werden, damit der Empfänger weiß, um was es geht, ohne die ganze E-Mail öffnen zu müssen.

Ein Betreff wie "Frage zum [Einrichten des Mail-Servers](#) regt sofort das Denken an. Schon ist die E-Mail geöffnet und man will wissen, wie die Frage genau lautet. Ein Betreff mit "Ich habe da mal ein Problem" oder ähnliches lässt einen eher innerlich aufstöhnen und erstmal eine andere Mail beantworten.

Übrigens: Bei kurzen Nachrichten reicht auch die Betreffzeile aus: "Danke für die Info - eom" etwa. "eom" steht hier für "End of message", Ende der Nachricht.

c) Präzise und verständlich schreiben

"Bei mir stimmt was mit meiner Webseite nicht"; das reicht für eine Bearbeitung, Fehlerlokalisierung und/oder -behebung nicht aus. Die bekannten 5 "W" sollten klar und verständlich genannt werden:

- 1) wer tut (oder nicht)
- 2) was,
- 3) wann,
- 4) wo und
- 5) wie (das "Warum" kann dann hoffentlich geklärt werden!).

"Bitte fügen Sie auf [meine Webseite](#) YX, Unterseite 12, in der x. Zeile den folgenden Satz ein..." - damit kann man etwas anfangen. Gegebenenfalls sollten natürlich alle zur Bearbeitung notwendigen Daten angegeben werden: Kundennummer, Domainnamen, Artikel- und/oder Rechnungsnummer mit Datum etc.

Manchmal ist es wichtig, dass der vorhandene E-Mail-Verkehr mitgeschickt wird, damit daraus der Kontext ersichtlich wird. Statt alles in einem Block zu schicken, rücken Sie den alten, relevanten Text besser auseinander und antworten/fragen Sie Punkt für Punkt. Wenn der Bezug klar ist, lassen Sie den bisherigen Schriftverkehr besser weg: so lange wie nötig und so kurz wie möglich. Denn perfekt ist Ihre E-Mail dann, wenn genau das drin steht, was der Angesprochene braucht; nicht mehr, aber auch nicht weniger.

d) Sachlich bleiben, liberal lesen

Oft werden E-Mails missverstanden oder fehlinterpretiert, weil sie zu kurz sind. Dann ist es sehr viel effektiver, nochmal kurz nachfragen, was genau gemeint ist, statt gleich loszuwettern. Emoticons (die kleinen Smileys mit unterschiedlichen Gesichtsausdrücken etc.) haben im offiziellen Geschäftsverkehr nichts zu suchen, genauso wenig Sarkasmus, Ironie oder überschwängliche Gefühlsausbrüche. Kennt man jedoch seinen Gesprächspartner näher, so sind Emoticons mittlerweile salonfähig und können die Kommunikation erleichtern.

Da E-Mails inzwischen als Standard-Kommunikationsmittel gelten, ist in den meisten Kreisen ein "Sie" höflicher als ein "du" - auch wenn E-Mails meist etwas weniger formell sind als Briefe.

3. Form

a) Zeilenumbruch

Da nicht alle E-Mail-Programme automatisch Zeilen umbrechen, sollten Sie Ihre Zeilen nicht länger als 70 bis max. 80 Zeichen lang machen. So erscheinen Ihre Nachrichten in den meisten Programmen gut lesbar.

b) Format

Wenn möglich, schicken Sie reine Text-E-mails, kein HTML-Format. Das wird von manchen E-Mail-Programmen nicht richtig gelesen, bläht die E-Mail nur auf und kann auch leichter Schadcode bergen.

c) Sonderzeichen, Verschlüsselung

Wenn Sie den ASCII-Code benutzen, sind Sie auf der sicheren Seite. Sonderzeichen und/oder Verschlüsselungen sollten Sie nur anwenden, wenn Sie sicher sein können, dass sie beim Empfänger richtig dargestellt werden.

d) Anrede und Schlussformel

Auch wenn es "out" zu sein scheint: Viel freundlicher und persönlicher wirkt eine Nachricht, wenn der Absender den Angesprochenen kurz grüßt. Und wenn der Adressat nicht namentlich bekannt ist, gibt es im Deutschen außer dem förmlichen "Sehr geehrte Damen und Herren" Möglichkeiten wie "Hallo Support-Team" oder ähnliches. Die meisten E-Mails werden immer noch von Menschen gelesen, nicht von Automaten. Und Menschen freuen sich auch über ein "Mit freundlichen Grüßen, Ihr/Ihre XY" oder ähnliche Abschiedsformeln statt "MfG". Abkürzungen können beim Schreiben automatisch ausgeschrieben erscheinen - das braucht meist nur ein einziges Mal im Programm eingerichtet werden.

4. Versand

a) [Spam vermeiden](#)

Wer seine Kunden gerne mit den neuesten Nachrichten versorgt, kann dafür einen Newsletter einrichten. Wer Neuigkeiten will, trägt sich selbst ein (opt-in). Sowohl An- als auch Abmeldung sollte möglichst leicht sein.

Übrigens: Einfach Informationen zu versenden nur für den Fall, dass sie für den Empfänger interessant sein KÖNNTEN, geht schon in Richtung Spam-Versand. Und seit 2005 ist es in Deutschland nicht statthaft, bei Abschluss von Geschäften, Online-Registrierungen etc. automatisch Newsletter zuzusenden. Auch nicht, wenn dort die Möglichkeit besteht, sie wieder abzubestellen (opt-out).

b) Korrekte Geschäftsdaten angeben

Niemand will lange raten, von wem eine E-Mail-Nachricht denn nun ist. Deshalb gehören in eine geschäftliche E-Mail, genauso wie beim Geschäftsbrief oder auch bei einer Webseite, [vollständige Geschäftsangaben](#) wie Rechtsform, ggf. Vorstand, HRG-Nummer und Registergerichtangaben wie Anschrift, Ansprechpartner etc. (siehe auch das Ende 2006 beschlossene "Gesetz über elektronische Handelsregister und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister"). Das kann leicht automatisiert eingefügt werden.

c) Zeitnah antworten

Anders als bei Briefen erwarten Kunden bei E-Mails, dass sie zügig beantwortet werden. Wenn absehbar ist, dass die Beantwortung länger dauert, kann man dies in einer kurzen Nachricht ankündigen. Sympathisch wirkt auch oft eine Eingangsbestätigung - vorausgesetzt, ihr folgt "zeitnah" eine richtige Antwort!

d) Dateianhänge senden

Wenn Sie Dateien verschicken möchten, achten Sie auf die Dateigröße. Denken Sie an Empfänger, deren [Mailserver-Platz](#) evtl. begrenzt ist oder die keine schnelle Verbindung haben. Auch Ihr eigener Mailserver kann ausgebremst werden, wenn Sie eine große Datei gleichzeitig an viele Empfänger schicken. In diesem Fall ist es manchmal günstiger, die Datei leicht zugänglich auf einem [Webserver](#) abzulegen.

Kurz gefasst: Die "goldene" Geschäfts-E-Mail ist sachlich, präzise und eindeutig - so machen [Online-Geschäfte](#) Lust auf mehr!