

Ein kleiner E-Mail-Knigge

TEXTBÜRO JULIANE KRAUS

Adolfstr. 54

45468 Mülheim

Tel. 0208.388 16 56

www.textbuero-muelheim.de

Vortrag von Juliane Kraus am 11. Mai 2010
im ComIn Essen

Übersicht:

1. E-Mails als Kommunikationsform
2. geschäftliche E-Mails
3. ein paar grundsätzliche Regeln
 - Antworten
 - Verfassen
 - Betreff
 - Empfänger, Adressen, BCC
 - Anhänge
4. der gute Stil
 - „Bausteine“
 - Tipps und Tricks

1.

E-Mails sind:

< schnell >	fast so schnell wie Telefon oder Skype
< indirekt >	die Wahrnehmung aller sekundären (über die Sachinformation hinausgehenden) Signale läuft nicht übers Sehen oder Hören, sondern indirekt über Sprache, Form und Ausdruck
< zeitlos >	da zeitversetzt, also variabel einsetzbar
< multimedial >	sie transportieren alle Arten von Daten
< schriftlich >	sie haben Dokumentcharakter, mit allen damit verbundenen Problemen (Recht, Archivierung etc.)

Weil man sich nicht sieht oder hört, weil man ungestört nachdenken kann, und auch, weil manche Menschen sich beim Schreiben leichter ausdrücken als beim Sprechen (ungehemmter, genauer, phantasievoller, plastischer etc.), sind E-Mails auch eine weiche, anpassungsfähige und subtile Kommunikationsform.

< schnell >

Schnell bedeutet auch: unmittelbar, spontan.

Die Möglichkeit, unmittelbar zu antworten, birgt natürlich Gefahren, zum Beispiel, wenn man wütend ist. Andererseits erleichtern spontane Reaktionen auch manchmal den Kontakt.

2.

Auch im Job ist die zwischenmenschliche Ebene nicht unwichtig. Manchmal ist es einfach schön, wenn ein aufkommender scherzhafter Ton die Anonymität geschäftlicher Vorgänge durchbricht.

Dennoch ist es besser, seine Spontaneität beim Mailschreiben zu zügeln und lieber einmal zu viel als einmal zu wenig nachzudenken. Vor allem sehr emotionale Mails sollte man immer eine Nacht überschlafen!

Aber auch wenn man nicht wütend ist, ist Vorsicht angebracht: Spontane e-Mails transportieren oft MEHR oder ANDERE unterschwellige Botschaften, als man denkt.

< indirekt >

Unterschwellige Botschaften sind das, was zwischen den Zeilen steht.

Vermeiden lassen sie sich nicht. Sie sind ein Teil jeglicher Kommunikation. (Die Linguistik nennt das dann illokutive und perlokutive Akte.)

Unterschwellige Botschaften sind ungefährlich, wenn man sie erkennt oder bewusst einsetzen kann. Wenn nicht, kann es passieren, dass man sich selbst ein Bein stellt.

Die indirekte, sozusagen „subkutane“ Wirkung von E-Mails beruht nicht so sehr auf „unbedachten Worten“:

dass man also z.B. etwas ausplaudert (wo man war, wen man eingeladen hat z.B.) und dass man dadurch jemanden verletzt, kränkt, brüskiert, schmeichelt oder dergleichen ...

Nein, schlicht alle formalen Aspekte sprachlicher Kommunikation, sei es die Form der Anrede, die Art der Darstellung von Sachverhalten, die Rechtschreibung, die Grammatik, der Gebrauch von Fremdwörtern etc. p.p., sämtliche Formen also haben auch „Nebenwirkungen“.

So eine schnelle, kleine e-Mail kann also allerhand über Sie verraten! Nicht nur, ob Sie Ihr Rechtschreibprogramm anwenden können ...

Was sind das für unterschwellige Botschaften, die transportiert werden?

- > Zuwendung
- > Hierarchie
- > Respekt
- > Bildung
- > Intelligenz
- > Kenntnisstand
- > Problembewusstsein
- > persönliche Situation

Art und Ausmaß der Zuwendung z.B.:

Die Länge der Mail, oder auch, ob sie umgehend beantwortet wird, kann dem andern signalisieren, wie wichtig er genommen wird:

- Nimmt jemand sich Zeit für mich?
- Gibt er sich Mühe, schreibt er korrekt? Oder schludrig?

Umgekehrt gibt es den Fall, dass in Großunternehmen jemand, der sich bei internen Mails die Mühe einer Anrede macht, sofort verdächtigt wird: „der hat wohl nichts zu tun“ ...

Andere Botschaften betreffen die soziale Hierarchie. Man kann Herablassung oder Unterwürfigkeit ausdrücken, aber auch eine subtile Kampfansage machen ...

Ebenfalls ausdrücken lassen sich Respekt der Leistung, der Stellung, dem Alter gegenüber, oder aber Missachtung ...

Eine e-Mail verrät aber auch, wie gebildet jemand ist und wie klug, und ob er oder sie sich auskennt, sich eines Problems bewusst ist.

Und oft verrät man auch ungewollt, in welcher persönlichen Situation man gerade steckt (wirtschaftlich, emotional).

Ob etwas angemessen formuliert ist oder nicht, ob es intelligent oder überheblich klingt, als vertrauensbildend oder übergriffig empfunden wird, hängt immer von den Umständen, den Kommunikationspartnern und dem situations- oder gruppenspezifisch geforderten „Ton“ ab!

Spontaneität bedeutet nicht: Kontrollverlust. Auch eine spontane E-Mail darf man also ruhig noch einmal überdenken ...

FAZIT: Spontan ja (manchmal), impulsiv nein!

< zeitlos >

Neben allen technischen Vorteilen ist ja gerade das Schöne an der e-Mail-Kommunikation, dass man

- sehr rasch reagieren kann und doch
- immer so viel Zeit hat, wie man sich nimmt!!

Und die sollte man dann auch nutzen ...

Sorgfalt !!

- > bei den Adressen
- > bei der Anrede (welche Form, welche Reihenfolge)
- > bei der Schlussformulierung
- > bei der Signatur

- > bei der Darstellung des Inhalts
- > bei Rechtschreibung und Satzbau
- > bei der Beschriftung der Anhänge

- > bei der Selbstorganisation
- > bei der Datensicherung und Archivierung

(Auf die einzelnen Punkte komme ich später.)

< multimedial >

Dieser Aspekt betrifft vor allem die Anhänge.

Hat der Empfänger das nötige Programm, den Anhang zu öffnen?
Wann ist es günstig, eine große Datenmenge zu übertragen?

Fragen Sie danach.

Und beschriften Sie Ihre Anhänge sorgfältig!

Vermeiden Sie Zusätze wie „neu“ oder „letzte Version“, es kommt erfahrungsgemäß immer noch eine neuere oder allerletzte. Besser: mit Datum.

< schriftlich >

Dass e-Mails schriftlich verfasst werden, hat nicht nur allgemeine rechtliche Implikationen:

Etwas einmal Geschriebenes schafft man nicht so leicht wieder aus der Welt wie etwas nur Gesagtes. Es kann also sehr negative Folgen haben, wenn eine e-Mail die Runde macht ...

Meinen Kindern sage ich immer: Schreibt nie über einen Dritten etwas Negatives – vor allem nicht über Kollegen oder Chefs.

3.

Wann sollten Sie KEINE E-Mail schreiben?

- Wenn ein Telefonat einfacher und Ziel führender ist.
- Wenn Sie nur einem unangenehmen persönlichen Kontakt aus dem Weg gehen wollen. Solche Vermeidungsstrategien funktionieren selten. Sparen Sie sich die E-Mail und nutzen Sie die Zeit für die Vorbereitung des Gesprächs.

Wenn Sie eine E-Mail schreiben: Tun Sie es sorgfältig.

Sorgfalt ist wichtig

- > bei den Adressen
- > bei der Anrede (welche Form, welche Reihenfolge)
- > bei der Schlussformulierung
- > bei der Signatur

- > bei der Darstellung des Inhalts
- > bei Rechtschreibung und Satzbau
- > bei der Beschriftung der Anhänge

- > bei der Selbstorganisation
- > bei Datensicherung und Archivierung

Die Grundregeln der e-Mail-Kommunikation im Überblick:

- Antworten Sie.
- Fassen Sie sich kurz.
- 1 Ziel / 1 Mail
- „wichtig“-Marker sparsam verwenden
- prägnanter Betreff
- passende Anrede
- Vorsicht mit Adressen
- Vorsicht beim Weiterleiten
- Sorgfalt mit Anhängen

< Antworten >

- Antworten Sie zuverlässig!

Es muss ja nicht immer sofort sein. Um sich auf seine Arbeit konzentrieren zu können, ist es ratsam, sich nicht ständig unterbrechen zu lassen von eintreffenden Mails

Tipp: Benachrichtigungston ausschalten!

Etablieren Sie Zeitfenster für die Mail-Bearbeitung. Meistens reicht es, wenn eine Mail am selben oder nächsten Tag beantwortet wird.

Wenn Sie die Sache nicht sofort bearbeiten können, schreiben Sie zurück, dass Sie die Mail bekommen haben und wann die Antwort kommt.

Damit die unbearbeitete Mail nicht im Eingangs-Ordner runter rutscht und untergeht: „to do“ -Ordner anlegen für Mails, die noch einmal beantwortet werden müssen!

- Fassen Sie sich möglichst kurz!

Lange Mails sind anstrengend zu lesen. Manchmal wird das Wichtigste am Schluss nicht beachtet.

Lange und umständliche Mails können als Indiz gelesen werden, dass Sie entweder nichts zu tun haben, grundsätzlich umständlich oder auch einfach nur „unwichtig“ sind.

Doch nicht immer lassen sich längere Mails vermeiden:

Wenn Sie auf zahlreiche Fragen eingehen sollen, dann kopieren Sie die Fragen, damit es übersichtlich bleibt. Verändern sollten Sie die Zitate nicht.

Wenn es zu kompliziert wird: vereinbaren Sie einen Gesprächstermin.

Bei einer umfänglichen Mail ist es manchmal angebracht, sie anzukündigen.

< ein Ziel / eine Mail >

Schreiben Sie möglichst einzelne Mails für einzelne Themen, Probleme, Ziele oder Aufgaben. In „Sammelmails“ gehen einzelne Punkte leichter unter.

< Wichtig >

Markieren Sie nicht zu viele Mails als „wichtig“. Je sparsamer Sie den Marker verwenden, desto mehr wird er beachtet.

< Betreff >

- unverändert lassen!

- prägnant

- verständlich

- kurz

- mit Projektkürzel

Auch wenn ein eingehender „Betreff“ unscharf formuliert ist: Verändern Sie ihn nicht! Nur dann lassen sich Mails gut zuordnen (vor allem bei automatischer Zuordnung).

Nennen Sie möglichst prägnant Inhalt und Ziel: Also nicht nur: „FeWo Seeblick“, sondern z.B. „FeWo Seeblick belegt“ oder „FeWo Seeblick Anfrage August“ ...

Halten Sie den Betreff möglichst kurz: Eine Unsitte ist es, den Inhalt in den Betreff zu schreiben und die Mail mit leerem Body zu verschicken.

Nennen Sie, wo möglich, Projektkürzel am Anfang des Betreffs. So ist auf den ersten Blick klar, worum es geht. Und der Empfänger kann die Mail ggf. mit einer automatischen Regel organisieren.

< Anrede >

Würden Sie einen Raum betreten und die Person, die schon da ist, keines Blickes würdigen? Doch nur, wenn Sie sie bestrafen wollen ...

Höflichkeit und Freundlichkeit hat noch selten geschadet. Welche Form der Anrede Sie allerdings wählen, hängt von Ihrem Verhältnis zum „Angeredeten“ ab.

Sehr geehrte Frau ... oder Sehr geehrter Herr ... zu schreiben und die so Angesprochenen zu siezen ist der Standard für Mails an Personen, die man nicht (gut) kennt oder denen man hierarchisch unterlegen ist.

Hallo Frau/Herr ... ist etwas lockerer und in der Regel unproblematisch.

Ein einzelnes „Hallo“ allerdings ist sehr unpersönlich und geht eigentlich nur, wenn man eine Mail in den „leeren Raum“ einer Firma oder Organisation schickt und „sehr geehrte Damen und Herren“ zu steif ist.

Liebe Frau ... oder Lieber Herr ... ist akzeptiert, wenn man schon öfter mit der angesprochenen Person zu tun hatte und ein gutes Verhältnis besteht.

Sie oder Du?

Immer noch gilt in Deutschland: Unter Erwachsenen siezt man sich, sofern man nicht offiziell zum Du übergegangen ist.

Menschen aus den Niederlanden oder Schweden z.B. gebrauchen das Du jedoch viel schneller. Wenn man also in einer Mail aus Holland geduzt wird, sollte (darf) man selbst auch das Du benutzen.

Manchmal wird man per Mail geduzt – und findet das ganz unpassend. Meistens handelt es sich um junge Leute, geniale Spiele-Entwickler zwischen 17 und 21 z.B., die noch nicht in jeder Hinsicht in der Erwachsenenwelt angekommen sind. Und

wenn das Du in einer solchen Firma Standard ist, können Sie es aufgreifen, müssen aber nicht.

Zwei Regeln, die früher selbstverständlich waren, möchte ich Ihnen noch ans Herz legen:

Sie können die Anrede mit einem Ausrufezeichen abschließen („Sehr geehrter Herr Müller!“) – was dynamisch, aber manchmal auch etwas „aufgekratzt“ wirkt – oder mit einem Komma:

1. Schreiben Sie nach dem Komma (in der ersten eigentlichen Zeile) bitte KLEIN weiter!

„Sehr geehrter Herr Müller,
vielen Dank für Ihre Mail. ...“

2. Und fangen Sie nicht mit „ich“ an! (Es klingt immer etwas infantil: ich und ...)

Das ebenfalls früher übliche Verfahren, das „ich“ zwar wegzulassen, aber nicht das dazugehörige Verb, ist veraltet:

„Sehr geehrter Herr Müller,
habe heute schon mehrfach versucht, Sie telefonisch zu erreichen ...“

Stellen Sie den Satz einfach etwas um:

„Sehr geehrter Herr Müller,
leider habe ich Sie heute den ganzen Vormittag telefonisch nicht erreichen können ...“

< Adressen >

Mailprogramme schreiben meistens den Namen des Empfängers in den Header, sofern er im Adressprogramm namentlich aufgeführt ist.

Wenn Sie nun an eine andere Person in jener Firma, von der Sie die Adressdatei angelegt haben, schreiben wollen, dann sollten Sie besser für diese zweite Person eine zweite Visitenkarte anlegen. Es vermeidet Unklarheiten.

Wenn Sie schreiben „bitte weiterleiten an ...“ machen Sie einem Unbeteiligten Arbeit. Das ist zumindest unhöflich.

- Mehrere Empfänger

Wenn Sie mehr als einen Empfänger für Ihre Mail haben, können Sie den Haupt-Adressaten unter „An“ und die anderen unter „CC“ schreiben (blind copy)

oder (sofern alle gleichermaßen angesprochen sind) alle unter „An“.

Tun Sie das aber NUR, wenn die Personen am selben Projekt beteiligt sind und wissen sollen, wer die Information noch bekommen hat

oder wenn Sie jemandem klar machen wollen, dass ein Dritter vom Inhalt Ihrer Mail erfährt.

Seien Sie nicht zu verschwenderisch mit CCs. Überlegen Sie gut, wer die Mail wirklich haben muss. Wer stets nur Notwendiges versendet, wird eher beachtet. (Mailflut nervt.)

- Rundmails

Wichtig bei Rundmails: Aus Datenschutzgründen sollten Sie die Adressen IMMER ins „BCC“-Feld (blind copy) setzen !!

Bringen Sie nicht ungewollt Betriebsinterna in Umlauf („mit dem arbeitet er also auch zusammen“).

Schützen Sie Ihre Adress-Datei vor Missbrauch. Kettenbriefe etc. werden oft nur losgeschickt, um Adressen zu sammeln und dann zu verkaufen. (Das Spam-Aufkommen hat sich in 2009 verdoppelt!)

Was wenige wissen:

Jede personalisierte Mailadresse (Hans.Mustermann@musterfirma.de) genießt Datenschutz. D.h., Sie sind verpflichtet, alle damit verbundenen Vorschriften einzuhalten.

- Weiterleiten

Vorsicht beim Weiterleiten von langen Mail-Vorgängen (Kaskaden) an einen neuen Empfänger: Vielleicht soll der neue Empfänger gar nicht alles wissen?!

< Absender >

Verwenden Sie einen klaren Absendernamen ohne kryptische e-Mail-Adresse. Am besten ist eine vollständige Signatur mit Namen, Firma, URL, Adresse, Telefon und Mobilnummer. Das erleichtert dem Empfänger die Kontaktaufnahme.

Die Signatur sollte nicht zu lang sein.

Sie können bei der Signatur übrigens noch einen Satz unterbringen, der Ihnen aktuell wichtig ist, z.B.:

„Ihr Beitrag zum Umweltschutz: Überlegen Sie, ob Sie diese Mail unbedingt ausdrucken müssen.“

„Pastellfarben, die Verführer der Saison ... Der neue Katalog ist da!“

< Attachments / Anhänge >

Beschriften Sie Ihre Anhänge sorgfältig. Vermeiden Sie Zusätze wie „neu“ oder „letzte Version“, schreiben Sie lieber das Datum dazu. Die amerikanische Form, (2010-05-12) ist übrigens besser fürs Ordnen.

Fragen Sie nach, ob und wann Sie große Anhänge schicken können, und ob der Empfänger die Software hat, sie zu öffnen.

Mit Word haben manche Leute Probleme: Schicken Sie reinen Text (sofern nicht allzu lang) möglichst offen. Es ist nicht immer nötig, ihn als Textdatei anzuhängen.

SELBSTVERSTÄNDLICH kontrollieren Sie (lieber 2 x), ob es die richtige Datei in der richtigen Version ist, und ob Sie alles, was nicht für den Empfänger bestimmt ist, entfernt haben.

4.

Stil / Bausteine

Das, was die Mail transportieren soll, kann sehr unterschiedlich sein, von einfachen Terminabsprachen bis zu ausgefeilten Mailing-Aktionen ...

Im normalen E-Mail-Alltag baut sich automatisch ein Archiv empfangener und versandter Nachrichten auf, aus denen man die wirkungsvollsten Formulierungen herausziehen kann.

Daraus baut man ein Repertoire an standardisierten Elementen auf, die man dann nur noch abzuwandeln braucht.

< Bausteine für Antwort-Mails >

Sie können Bausteine nutzen für:

- Informationsanfragen oder Angebotswünsche
(eindeutige und unklare)
- Aufträge / Bestellungen
(eindeutige und unklare)
- Produkt-/Service-/Support-Anfragen
(Lösung vorhanden, lösbar, unlösbar)
- Reklamationen / Beschwerden
(berechtigte, unberechtigte, beides)
- Mail-Irrläufer
- Falscher Ansprechpartner
(Info über Weiterleitung und Bitte um Korrektur)
- Lieferverzögerungen, neue Angebote,
Preiserhöhungen von Lieferanten etc.

Auch immer wieder benötigte Internet-Adressen, Links zu Produktbeschreibungen, Preislisten, AGBs oder "FAQ"-Seiten schlummern im Sent-Ordner. Die meisten wurden bei jeder Mail neu zusammengestellt ...

Überlegen Sie in Ruhe, auf welche Informationen es z.B. bei Standardanfragen ankommt und wie man sie am besten präsentiert. Die Korrespondenz wird hinterher nicht nur erheblich einfacher. Es werden auch weniger Fehler gemacht, weil die Mails dann im Alltag weniger Stress machen.

Denken Sie daran: In **jeder** Reaktion kommt Ihr betriebliches Selbstverständnis zum Ausdruck.

< E-Mails als Werbeträger >

Mit etwas Geistesgegenwart lassen sich E-Mails als weitergehender Werbeträger nutzen, denn es gibt viele Möglichkeiten, auf weitere Produkte und Dienstleistungen, die Sie anbieten, zu verweisen.

Auch die entsprechenden Überleitungen und Anknüpfungsmöglichkeiten können Sie sich als Bausteine zurechtlegen.

Gewinnen Sie z.B. aus einer Beschwerde einen neuen Auftrag, indem Sie sich glaubhaft und charmant entschuldigen und eine konstruktive Lösung anbieten.

Nur ein Kunde, der Vertrauen hat, ist ein guter Kunde.

< Bausteine für eigene Mails >

Auch hier gibt es viele Anwendungsmöglichkeiten:

- regelmäßige Mitteilungen
- Informationen einholen
- eigene Anfragen und Wünsche
- Bitte um Hilfe oder Mitarbeit
- Begleittexte zu Angeboten, Lieferungen und Rechnungen
- Kritik, Reklamationen, Beschwerden
- Forderungen
- Absagen an Anbieter oder Bewerber
- Entschuldigungen für Versäumnisse und Fehler

Wenn Sie in jeder Situation gut formulierte Bausteine parat haben, gelingt es Ihnen noch im größten Stress

- > „nebenbei“ noch eine günstige Entscheidungen für (Folge-)Aufträge herbeizuführen
- > Kritik anzubringen, ohne zu verletzen und damit Widerstände aufzubauen, oder
- > für Rügen und Absagen den richtigen, sozial verträglichen Ton zu treffen.

STIL /Tipps

Um eine stilistisch gute e-Mail zu schreiben, muss man kein Schriftsteller sein.

Verständlich und gut lesbar soll sie sein. Nichts mehr, nichts weniger.

- Aktiv statt Passiv
- nicht zu viele Fremdwörter
- Abkürzungen erklären
- Präsens statt Futur verwenden
- Konjunktiv und indirekte Rede sparsam einsetzen
- Floskeln vermeiden

< Aktiv statt Passiv >

Verwenden Sie eher das Aktiv als passive Formen (Passiv, reflexive Verben und unpersönliche Formulierungen wie "man").

Das Passiv beschreibt ein Geschehen, ohne eine handelnde Person zu nennen. Etwas passiert. Die Person ist unbeteiligt.

Das Passiv verwenden Sie, wenn die aktive Person "unbedeutend" ist oder nicht direkt verantwortlich gemacht werden soll (z.B. bei Mahnungen).

Das Aktiv schafft einen persönlichen Kontakt, drückt Verantwortlichkeit und Selbstsicherheit aus ("ICH" mache, habe gemacht).

< Fremdwörter >

Fremdwörter sind oft nötig und richtig. Aber benutzen Sie nicht zu viele. Was auf den ersten Blick vielleicht Eindruck schindet, ist auf den zweiten Blick hohl.

Eine „location“ wird beim Film gesucht, im Arbeitsalltag sucht man normalerweise einen Ort, ein Hotel oder ein Lokal.

Und: Verwenden Sie Fremdwörter richtig.

„Optimal“ bedeutet „nicht mehr zu verbessern“, „am optimalsten“ kann es deshalb nicht geben.

< Abkürzungen >

Abkürzungen, die unverständlich sind, wirken abschreckend und einschüchternd. Wenn Sie diesen Effekt nicht erzielen wollen, schreiben Sie Abkürzungen lieber aus oder erklären sie. Der Text wird dann auch leichter lesbar:

statt: Hier ist § 15 Ziff. 1 Abs. II C des TVbMEI zuständig.

besser: Diesen Aspekt regelt der Tarifvertrag der bayerischen Metall- und Elektroindustrie (TVbMEI). Nach § 15 (Ziffer 1, Absatz II C) ...

< Präsens statt Futur >

Das Präsens ist wirklichkeitsnäher und glaubhafter; es wirkt bestimmt und überzeugend.

Die Zukunftsform kann leicht schwammig wirken: irgendwann, wenn ich mal Zeit habe ...

Wichtig ist es, genaue Zeitangaben zu machen oder, wenn Sie den genauen Zeitpunkt nicht wissen, mit "sobald ..." zu arbeiten.

Ich werde mich darum kümmern.	Ich kümmere mich darum. Ich kümmere mich noch diese Woche darum. Ich kümmere mich sofort darum, wenn die Ware da ist.
Wenn wir die Kopien haben, werden wir Ihnen die Unterlagen zuschicken.	Sobald wir die Kopien haben, schicken wir Ihnen die Unterlagen zu.

< Konjunktiv / Indikativ >

Der Konjunktiv wirkt eher umständlich, unbestimmt oder unsicher, der Indikativ dagegen frisch und überzeugend.

Wir würden uns freuen, wenn Sie bei uns bestellen würden.	Wir freuen uns auf Ihre Bestellung.
---	-------------------------------------

< direkte / indirekte Rede >

Die direkte Rede ist grundsätzlich leichter verständlich als die indirekte.
Trick: Verwenden Sie "nach / laut ...", um die indirekte Rede zu vermeiden.

Frau M. teilte mit, dass das Problem bei der Bestellung liegen müsste.	Laut/Nach Frau M. liegt das Problem bei der Bestellung.
--	---

< Floskeln vermeiden >

Ohne überflüssige Wendungen ist Ihr Text kürzer, prägnanter und lesefreundlicher.

a) Verwenden Sie einfache Wörter statt komplizierter Ausdrücke:

lediglich	=	nur	
in keinem Fall	=	nicht	
sämtliche	=	alle	
baldmöglichst	=	bis ...	
mit Ausnahme von	=	ohne	
unter Zuhilfenahme von	=	mit	
unter Weglassung von	=	ohne	
auf diese Art und Weise	=	so	
in den meisten Fällen	=	oft	
aus diesem Grund	=	deshalb	
Auftragserteilung	=	Auftrag	
im Hinblick auf / auf Grund von	=	wegen	
Benachrichtigung / Rückäußerung	=	Nachricht	
bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt	=	bis jetzt	
mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit	=	höchstwahrscheinlich	

b) Vermeiden Sie überflüssige Adjektive:

Einzelne Details finden Sie in unserem Katalog auf Seite 27.

> Details finden Sie in unserem Katalog auf Seite 27.

Herr Müller wird dann einen **genauen** Termin mit Ihnen vereinbaren.

> Herr Müller vereinbart (wann) einen Termin mit Ihnen.

Die **ersten Vorgespräche** zu dem **geplanten** Projekt (ein Projekt ist immer etwas, das sich noch in Planung befindet) finden am Mittwoch statt.

> Die Vorgespräche zu dem Projekt ... finden am Mittwoch statt.

c) Vermeiden Sie überflüssige Synonyme

der **Ertrag** / die **Rendite** ist besser als: die **Ertragsrendite**

Sie haben folgende **Alternativen** / Sie haben folgende **Möglichkeiten**
ist besser als: Sie haben folgende **Alternativmöglichkeiten**

Vielen Dank für Ihren **Anruf** ist besser als: Vielen Dank für Ihren **Telefonanruf**.

Die **Tests** / Die **Versuche** zeigten ... ist besser als: Die **Testversuche** zeigten ...

d) Vermeiden Sie überflüssige vorangestellte Satzteile

Unsere Preise haben sich geändert.

... ist besser als: Wir teilen Ihnen mit, dass sich unsere Preise geändert haben.

Bitte halten Sie den Liefertermin ein.

... ist besser als: Es ist wichtig, dass der Liefertermin eingehalten wird.

Bitte behandeln Sie unseren Vertrag vertraulich.

... ist besser als: Wir machen Sie darauf aufmerksam, dass unser Vertrag vertraulich zu behandeln ist.

Die Bedingungen sind rot markiert.

... ist besser als: Wir verweisen darauf, dass die Bedingungen rot markiert sind.

e) Vermeiden Sie überflüssige Füllwörter

Herzlichen Dank für Ihre schnelle Hilfe. / Wir bedanken uns (herzlich) für Ihre schnelle Hilfe. / Vielen Dank für die schnelle Hilfe.

... ist besser als: Wir **möchten** uns für Ihre schnelle Hilfe bedanken.

Bitte entschuldigen Sie, dass die Ware nicht pünktlich ankam.

... ist besser als: Wegen der verspäteten Lieferung **möchten** wir uns entschuldigen.

Wie gewünscht/Gerne bestätigen wir ...

... ist besser als: Wir **möchten** Ihnen bestätigen ...

Ich hoffe, wir konnten Ihnen hiermit weiterhelfen. / Gerne beantworten wir auch weitere Fragen.

... ist besser als: Wir **hoffen**, dass Ihnen unsere Informationen weiterhelfen.

Ein Gutschein liegt bei.

... ist besser als: **Beiliegend senden** wir Ihnen einen Gutschein.

Die CD haben wir beigelegt.

... ist besser als: **Beigelegt erhalten** Sie die CD.

f) Vermeiden Sie altertümliche Wendungen

Statt schreiben Sie lieber:
Es ist uns ein Anliegen, dass ...	Es ist uns sehr wichtig, dass ...
Vielen Dank für Ihr Verständnis.	Bitte haben Sie dafür Verständnis.
Gemäß § 3 unserer Allgemeinen ...	Nach § 3 unserer Allgemeinen ...
Wunschgemäß bestätigen wir ...	Gerne bestätigen wir ...
Ein Betrag in Höhe von ... Euro	Ein Betrag von ... Euro
Wir erlauben uns, Sie darauf aufmerksam zu machen, dass ...	Bitte beachten Sie, dass ...
In obiger Angelegenheit erinnern wir Sie höflich an den Ausgleich unserer Rechnung Nr. ... vom ... über den	Bitte gleichen Sie unsere Rechnung mit der Nr. ... über ... Euro bis ... aus. Vielen Dank!

Betrag in Höhe von ... Euro.	
Wir hoffen, diese Angelegenheit damit abschließend und für Sie befriedigend geklärt zu haben.	Wenn Sie weitere Fragen haben, sprechen Sie uns bitte darauf an. Sie erreichen uns ...
Wir hoffen, Ihnen hiermit gedient zu haben.	Ihre weiteren Fragen beantworten wir gerne unter der Tel. Nr. ...
Mit der Bitte um Rücksprache.	Bitte rufen Sie mich bis ... an, damit wir die Einzelheiten besprechen können.
Sobald wir mit Herrn M. gesprochen haben, hören Sie von uns.	Nach Rücksprache mit Herrn M. werden wir uns mit Ihnen in Verbindung setzen.
Wir hoffen, bald von Ihnen zu hören und verbleiben ...	Können Sie uns bitte bis ... antworten? Danke.
Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.	Bei weiteren Fragen sind wir gerne für Sie da.
Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an ...	Bei Fragen wenden Sie sich bitte an ...

< Am Schluss >

Zu einer guten Sache gehört ein guter Schluss.

a) Auf Anlagen verweisen:

Schreiben Sie lieber: ... haben wir Ihnen beigefügt.
(plus eventuell das Wort „Anlage“ unter dem Schreiben)

statt des etwas altmodischen: In der Anlage finden Sie ...

b) abschließende Sätze:

Verwenden Sie positive und freundliche Schlussätze, die den Empfänger direkt ansprechen und nicht mit alten Floskeln behaftet sind.

Wenn Sie (noch) Fragen haben, rufen Sie uns bitte an. Wir beraten Sie gern.
anstatt: Wir hoffen, diese Angelegenheit damit abschließend geklärt zu haben.

c) höfliche Aufforderung:

Sie können am Ende der Mail höflich dazu auffordern, etwas Bestimmtes zu tun, und ggf. einen genauen Termin nennen.

Können Sie uns bitte bis ... antworten? / Bitte antworten Sie uns bis ... Vielen Dank!
Anstatt: Wir erwarten Ihre Antwort bis Mitte nächster Woche.

d) abschließende Frage:

Eine Frage zum Schluss kann gerade bei negativen Botschaften den Ton entschärfen. Sie ist auch die höflichste Form, zu einer bestimmten Aktion aufzufordern.

Sind Sie einverstanden ...?
anstatt: Wir hoffen, dass die Sache damit geklärt ist.

Können Sie uns die Unterlagen bitte bis ... zuschicken? Vielen Dank!
Anstatt: Wir benötigen die Unterlagen baldmöglichst.

e) Dank

Bedanken Sie sich – aber richtig: möglichst ohne Floskeln.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung. / Schon jetzt vielen Dank für Ihre Hilfe.
Anstatt: Für Ihre Mühe/Bemühungen danken wir Ihnen im Voraus.

f) Schlusssatz

Wecken Sie positive Gefühle durch einladende Schlusssätze.

Bei Fragen sind wir gerne für Sie da.
Beste Grüße,

Anstatt: (...) stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und verbleiben
mit freundlichen Grüßen

g) Grußformen

Beenden Sie Ihr Schreiben mit einem netten Gruß.

ortsbezogen:

Freundliche Grüße aus dem Ruhrpott,
Beste Grüße aus ...,
Nach ... grüßt freundlich,

jahreszeitliche Grüße oder Wettergrüße:

Grüße aus dem (heute) sonnigen ...
Herbstliche Grüße vom nebligen Bodensee,
Sommerliche Grüße,
Vorweihnachtliche Grüße,
Ein schönes Osterwochenende wünscht

personen-/ situationsbezogen:

Kollegiale Grüße
Bis nächste Woche ...
Ich rufe Sie an! Bis dahin – herzliche Grüße,
Erfolgreiche Woche!
Einen guten Start in die neue Woche!
Gute Besserung!

Wählen Sie dabei den Ausdruck, der Ihnen am meisten zusagt. Der Gruß soll Ihnen entsprechen und Sie nicht verbiegen.

Wie und wann Sie welche Satzzeichen in der Grußformel benutzen, dafür gibt es wohl keine Vorschriften mehr.

Das Komma hinter dem Gruß plus den Namen darunter, ist die gängigste Variante.

Ausrufezeichen sind auch okay, je nachdem, was verkündet wird. Wer dazu neigt, zu viele davon zu benutzen, probiere es mal mit einem schlichten Punkt. Der ist erstaunlich aussagekräftig.

„Verbleiben“ wird heute eher niemand mehr, und auch der „Deine“ oder „Ihre“ ist selten geworden. Aber auch hier gilt: Man kann es verwenden, aber – **bewusst!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!