

Die digitale Visitenkarte pflegen

Kommunikation So wird richtig gemailt: Auf Parlandostil, Abkürzungen oder Mundart verzichten.

MADELEINE STÄUBLI-RODUNER

Mit ihrem Mail erwies die Personalassistentin ihrer Firma einen schlechten Dienst: «Hallo Frau Müller, darf ich kurz ein Nachfrage zum Geschäftsausflug machen? Habt ihr jetzt nun die Absage des Kalenderelements erhalten. Das wäre eigentlich nicht so gedacht. Vielen Dank und freundliche Grüsse, die Assistentin Personal.»

Ihre Nachricht weist gleich mehrere sprachliche und formale Fehler auf. Ein Extremfall? Bei Weitem nicht, sagen KMU-Experten. Die Botschaften, welche kleinere und mittlere Firmen mailen, sind häufig mangelhaft. Dies wirkt unprofessionell und beeinträchtigt den Geschäftserfolg.

Fast schlimmer als schlechte Mails sind keine Mails, sagt KMU-Mentor Urs Prantl aus Fislisbach AG. «Die Mailverweigerer gibt es nach wie vor.» Sie telefonieren sehr intensiv, nutzen Fax und lassen das kommunikative Steinzeitalter erst

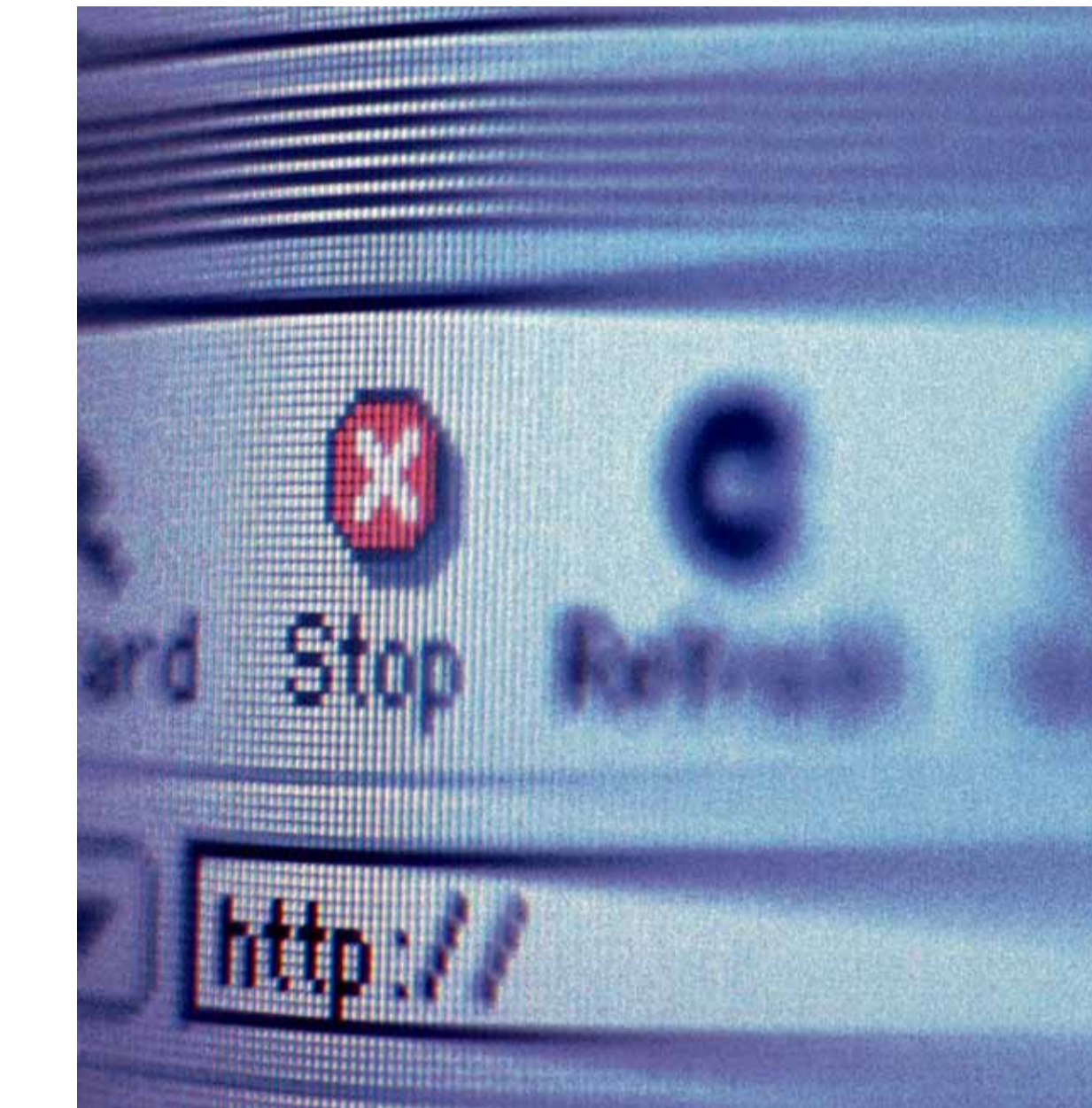
Nicht eindeutige Aussagen in E-Mails verunsichern schnell die Adressaten.

dann hinter sich, wenn der Chef als Hauptverweigerer die Firma verlassen hat. Prantl: «E-Mail für KMU ist Pflicht.» Manche Firmen würden nur alle paar Tage oder einmal pro Woche eine E-Mail versenden, und zwar dann, wenn sie von Kunden oder Lieferanten dazu gezwungen würden, so Prantl. Andere wiederum schreiben pausenlos Mails, wodurch sie den Blick für Wichtiges verlieren.

Folgschwere Unklarheiten

Wo zumindest die Quantität der Mails stimmt, hapert es oft an der Qualität. Textberater Alex Bieli aus Freienwil AG ortet als Hauptmängel inhaltliche Unklarheit und Unvollständigkeit, mangelnde Strukturierung und formale Mängel wie Rechtschreibung oder Grammatik. Ausserdem kritisiert er den Parlandostil: Mitarbeiter schreiben so, wie sie sprechen, nämlich im Plauderton.

Gerade die Unklarheit kann sich im Firmenalltag verheerend auswirken. «Unklare Mails verursachen Mehrarbeit, wie Nachfragen und Präzisierungen», sagt Bieli. Doch solche Zeitverzögerungen können sich Kleinfirmen gar nicht leisten. Nicht eindeutige Aussagen lösen beim Adressaten Verunsicherungen oder Unstimmigkeiten aus. «Sie können falsche Ent-



Kommunikation im Web: Viele Mail-Schreiber begehen grobe Fehler.

scheidungen provozieren», sagt Bieli. Bei inhaltlicher Unvollständigkeit sieht sich das Gegenüber gezwungen, schriftlich nachzufragen oder gleich zum Telefonhörer zu greifen.

Häufig sind Mails in unpassendem Ton gehalten. Der verbreitete Plauderton passe vielleicht für SMS, gehöre sich aber nicht in der offiziellen Kommunikation eines KMU, sagt Bieli. «Mit einer langjährigen älteren Kundin kann man nicht im saloppen Parlandostil kommunizieren.» Der gehobene Stil sollte beibehalten werden, auch wenn eine Antwort auf ein salopp formuliertes Mail zu verfassen ist.

Der Luzerner Marketingexperte Beni Stocker sieht Mundart als absolutes «No Go». Verpönt seien ebenso alle Kurzformeln der SMS-Kultur: «In einem formellen Mail soll es freundliche Grüsse heissen und nicht dg. Zudem geht es gar nicht, wie in Twitterbotschaften bloss das Nötigste in zwei Sätzen zu übermitteln.»

Mails müssten unbedingt strukturiert werden, sagt auch Firmenberater Othmar Schär aus Burgdorf BE. «Anrede und Gruss sind nicht nachteilig.» Der Text im Mail ist so zu strukturieren, wie das bei einem Brief auch gemacht würde (siehe Kasten). Besonders verbreitet sind sprach-

liche Mängel wie etwa Rechtschreib- und Grammatikfehler («Schicken Sie die Spuhlen morgen.»). Auch Kommas sind häufig falsch gesetzt oder fehlen fast ganz. Als formalen Hauptfehler bezeichnet Othmar Schär die Unsitte, neben dem Hauptempfänger noch mehrere CC (Kopie) oder sogar BC (Blindkopie) zu senden. «Damit auch ja jeder weiss, dass ich arbeite ...» Stocker hält das für kontraproduktiv. «Denn ich bekomme dann zu viele unwichtige Antworten, was mehr Aufwand generiert.» Häufig sei die Betreffzeile nicht aussagekräftig, da zu vage oder allgemein.

TIPPS

So pflegen KMU ihre Mailkultur

Klarheit Als Maxime für erfolgreiche Mailkommunikation im KMU empfiehlt Textspezialist Alex Bieli aus Freienwil: «Schreiben Sie so, dass die anderen es genau so verstehen, wie Sie es meinen.» E-Mails sind stets adressaten- und kundenorientiert abzufassen. Dabei ist auf Klarheit, Korrektheit und Vollständigkeit zu achten. Zur Struktur gehören präzise Betreffzeile, Anrede, Textteil mit Abschnitten und detaillierte Grussformel.

Stil Der Ton soll stets freundlich und stilvoll sein. Auf Kürzel, Symbole und Emoticons ist zu verzichten. Eine E-Mail sollte nie in Ärger verfasst werden.

Verwaltung KMU-Berater Urs Prantl fordert eine professionelle Mailverwaltung: Dazu gehören klare Angaben zum Absender, keine privaten Mailadressen für die Firma. Mails müssen täglich bearbeitet werden. Ungültige Adressen sind an gültige umzuleiten.

Zudem drucken viele Benutzer alle Mails aus, um sicher zu sein, dass sie alles genau dokumentieren können. «Unsinn», sagt Schär. Unsicherheit herrscht auch bei der Reaktionszeit. Schär: «Der Absender darf nicht grundsätzlich erwarten, dass sein Mail innerhalb von Minuten oder einzelnen Stunden beantwortet wird.» Er schlägt vor, innerhalb von 6 bis 10 Stunden zu antworten. «Es sei denn, eine kürzere Zeit drängt sich auf.» Nicht alle Mails seien mit Wichtigkeit hoch zu titulieren, da sich sonst diese Charakterisierung selber überflüssig mache.

Mails korrigieren

Wenn der Mailverfasser zu wenig versiert ist, empfiehlt Textberater Bieli, die Mail auszudrucken, den Text genau durchzulesen und zu korrigieren. Das zahlt sich für die Firma aus, denn «vielen Mitarbeitenden ist nicht bewusst: Die externe Kommunikation ist eine Visitenkarte des Unternehmens.» Er begrüsst interne Schulungen für alle Hierarchiestufen. Denn «auch beim Top-Kader ist die Sprachkompetenz oft mangelhaft».

ANZEIGE

LIEBES MANAGEMENT,

WO GIBT ES HEUTE NOCH GARANTIEIN IN DER WIRTSCHAFT?

Bei uns. Denn wir planen und realisieren schon seit 1993 Firmenumzüge und Neubezüge. Mit unübertroffener Leidenschaft. Und vor allem mit einem klaren, effizienten System, das sich unzählige Male bewährt hat. Mehr darüber auf www.firmendislokationen.ch

Firmendislokation ist ein Gewinn.

Mit Garantie!

SCHNELLMANN
Firmendislokationen

bergpartner.ch