



## E-Mail-Management

Stellen Sie sich vor, dass Sie als Absender von Mails für jede unnötige Lese-Sekunde, die Sie beim Empfänger verursachen, einen Rappen zahlen müssten – und halten Sie sich kurz. Unterscheiden Sie **formelle Mails**, die im Stil eines Briefs geschrieben sind, **informelle, private Mails**, die der gesprochenen Sprache ähnlich sind und je nach Empfänger auch auf Höflichkeitsfloskeln verzichten, und **Informationsmails**, die ausschliesslich die auf den Punkt gebrachte Information im Telegramm-Stil enthalten (Beispielsweise Information vom Empfang an einen Mitarbeitenden).

1. Wählen Sie den **passenden Kommunikationskanal** (Telefon, Brief, persönliches Gespräch, Sitzung, Flyer...)
2. **Betreffzeile** immer als Inhaltzusammenfassung: Worum geht es? Länge: weniger als 50 Zeichen
3. **Cc** nur, wenn es wirklich nötig ist. Mail-Sprinkler machen sich unbeliebt. **Reply all** auch mit Vernunft handhaben.
4. **Bcc** nicht im geschäftsinternen E-Mail-Verkehr, unbedingt aber wenn die Adressen weiter verwendet werden könnten (Werbung, Spam). Beispiel: Versand einer Medienmitteilung.
5. Erste Überlegung: **Braucht** der Empfänger dieses Mail?
6. Kurze, klare, eindeutige Sprache: **Auf den Punkt gebracht**. Nicht mehr als 15 Wörter pro Satz.
7. **Strukturieren** Sie den Text: Leerzeilen, Aufzählungszeichen, Nummerierungen.
8. **Beginnen** Sie gleich mit dem Thema.
9. Formulieren Sie so, dass Sie die **Wirkung** erzielen, die Sie erzielen wollen: Was soll der Empfänger verstehen, wissen oder tun.
10. Mails innerhalb **24 Stunden** beantworten – oder den Empfang bestätigen und mitteilen, wann mit einer Antwort gerechnet werden kann.
11. Nie Mails ohne das OK des **Absenders** weiterleiten, ausser es ist offensichtlich gewünscht.
12. Mails **nie länger als eine Druckseite**, reduzieren oder Inhalt als Attachment anhängen. Mails vollständig bearbeiten: Lesen, beantworten, löschen/ablegen.
13. Bei Abwesenheit den **Abwesenheitsassistenten** aktivieren oder Stellvertretung organisieren.
14. Kontaktdaten (Name, Adresse, Mail, Telefon, Web-Adresse) als **Signatur** einrichten, die jedem Mail angefügt ist. Bei den Kontaktdaten nicht ellenlange Funktionsbeschreibungen und Titel aufführen.
15. Bei sich wiederholender betriebsinterner Mail-Kommunikation **Regeln** festlegen: z.B. für Aufforderungen für einen Rückruf: Betreff: Rückruf. Mail: Name - Telefonnummer - Stichwort, worum es geht. Mit der Signatur sind Ihre Kontaktdaten bekannt.
16. Nie negativ **über Dritte schreiben** – man weiss nie, welche Wege Mails nehmen.
17. Bei wichtigen Mails immer die **Recht-schreibe-Überprüfung** aktivieren.

