

FETTNÄPFCHEN IN E-MAILS VERMEIDEN

Die E-Mail ist das häufigste Kommunikationsinstrument und hat Briefe längst überholt. Doch während es für das Schreiben von Briefen feste Regeln gibt, glauben manche Menschen, dass diese für das Schreiben von elektronischen Mitteilungen nicht gelten. Doch weit gefehlt: Auch hier gibt es Regeln zu beachten, die aus einer E-Mail eine professionelle Nachricht machen.

DIE ADRESSATEN

Viele Menschen werden geradezu überflutet mit Mails. Deshalb: Überlegen Sie beim Schreiben einer Nachricht, wer unbedingt Kenntnis darüber haben muss und gehen Sie deswegen sparsam mit der cc-Funktion, also mit der Kopie an weitere Adressaten, um.

DIE ANREDE

Im Erstkontakt macht eine offizielle Anrede „Sehr geehrte/r Herr/Frau...“ Sinn, da sich die Geschäftspartner noch nicht kennen und durch diese Formulierung respektvoll begegnen. Bei weiteren Kontakten wirkt ein „Guten Tag...“ etwas informeller und trotzdem höflich. Kollegen oder Geschäftspartner, die mittlerweile einen guten Kontakt pflegen, können das legere und persönliche „Hallo...“ durchaus benutzen. Innerhalb einer Region gebräuchliche Anreden wie „Moin, Moin“, „Servus“, „Grüß Gott...“ sind gute Alternativen, wenn sie in der Region bleiben.

DER INHALT

Achten Sie auf eine logische, strukturierte und positive Schreibweise mit korrekter Rechtschreibung. Vermeiden Sie endlos lange Mitteilungen. Viele Ausrufezeichen, Fragezeichen oder Emoticons unterstreichen zwar das Geschriebene, wirken jedoch schnell unhöflich, belehrend oder zu flapsig.

DIE SCHUSSFORMEL

Während im Erstkontakt oder in offiziellen Mitteilungen das Schreiben mit „Mit freundlichen Grüßen...“ endet, ist eine ebenso formale aber etwas moderne Variante: „Freundliche Grüße...“ möglich. Inzwischen hat sich die Alternative „Beste Grüße...“ etabliert und ist ein Mittelweg zwischen „Freundlichen“ und „Herzlichen Grüßen.“

Schlussformeln mit Bezug zum Wetter oder zum Ort wie: „Herzliche Grüße aus dem sonnigen / weihnachtlich verschneiten / verregneten Osnabrück“ wirken etwas persönlicher und gehen über die sachlichen Information hinaus. Achten Sie auch hier auf den Bezug zum Unternehmen: „Sonnige Grüße“ von einem Touristikunternehmen wirken authentisch, von einem Bestatter sehr unpassend.