



# Der kleine **E-Mail-Knigge**

17 Tipps für die gepflegte  
E-Mail-Kommunikation

## **Wie E-Mails einfach besser werden**

E-Mails sind ein sehr effizientes und zweckmäßiges Kommunikationsmittel. Sie sind schnell, bequem und praktisch und können die geschäftliche Kommunikation ungemein erleichtern.

Rund 80 Prozent unserer Kommunikation im beruflichen Alltag erfolgt inzwischen per E-Mail. Aber: So wie E-Mails aktuell verwendet werden, bescheren Sie Ihnen, Ihren Kollegen und Ihren Kunden leider oft Mehrarbeit, Störungen und Stress!

Doch es gibt einige Methoden und Tricks, mit denen jeder von Ihnen sein E-Mail-Verhalten optimieren und das tägliche Arbeiten mit E-Mails noch weiter vereinfachen kann.

Dieser kleine E-Mail-Knigge stellt Ihnen kurz und übersichtlich die wirkungsvollsten Methoden und Tricks vor.

Viel Spaß mit der Lektüre und viele Grüße  
DB Training

## Die wichtigsten Tipps zum Mitnehmen

- Organisieren Sie Ihren Posteingang
- Verzichten Sie auf optische und akustische Eingangssignale
- Denken Sie beim Schreiben an den Empfänger
- Schreiben Sie über ein Thema pro E-Mail
- Formulieren Sie Betreffzeilen aussagekräftig
- Strukturieren Sie Ihre E-Mail optisch übersichtlich
- Formulieren Sie kurze und inhaltlich verständliche Sätze
- Formulieren Sie positiv und aktiv
- Beantworten Sie E-Mails möglichst schnell
- Schicken Sie die Original-E-Mail nur mit zurück, wenn es notwendig ist
- Senden Sie E-Mails in „Kopie an“ nur, wenn es wirklich notwendig ist
- Verschicken Sie Sammel-Mails an Kunden nur mit verdecktem Verteiler
- Versenden Sie große Dateianhänge nur, wenn erwünscht oder notwendig
- Gehen Sie sparsam mit „Lesebestätigungen“ und „Hohe Priorität“ um
- Kontrollieren Sie Text und Anhänge vor dem Versenden
- Vor dem Drucken denken



Sortieren Sie  
Ihren Posteingang

Sammeln Sie nicht einfach alle eingehenden E-Mails in Ihrem Posteingang.

Legen Sie sich stattdessen eine Ordnerstruktur in Ihrem E-Mail-Programm an, um ein- und ausgehende E-Mails projekt- oder themenbezogen verwalten zu können. Übernehmen Sie dafür idealerweise die Ordnerstruktur aus Ihrem jeweiligen Gruppenlaufwerk.

Damit strukturieren Sie Ihre Ablage systematisch, erleichtern sich die Suche nach bestimmten E-Mails und können auf die ausgedruckte Ablage verzichten.

# Schützen Sie sich vor Ablenkung

E-Mails takten heute den Arbeitsrhythmus vieler Berufstätiger: Etwa 75 Prozent von ihnen unterbrechen ihre Arbeit bei neu eintreffenden Nachrichten sofort.

03

Deaktivieren Sie die optischen und akustischen Signale, die auf neue E-Mails hinweisen. Die Signale unterbrechen Ihre Arbeit permanent, schwächen Ihre Produktivität und können zu mangelnder Konzentration führen.



Rufen Sie Ihre E-Mails lieber bewusst ab. Nehmen Sie sich z. B. alle 30 Minuten Zeit, eingegangene E-Mails zu lesen und zu beantworten.

# Denken Sie an den Empfänger

Kundenorientiertes Schreiben heißt, an den Leser zu denken. Stellen Sie sich folgende Fragen, bevor Sie mit dem Schreiben einer E-Mail beginnen:

- Wer ist der Empfänger?
- Was weiß er bereits über das Thema?
- Welche Informationen fehlen ihm noch?
- Was ist für ihn interessant bzw. relevant?
- Können ihn Ihre Argumente überzeugen?
- Wo liegt für ihn der Nutzen?



# Ein Thema, eine E-Mail

E-Mails, in denen mehrere Themen behandelt werden, können im Posteingang nicht effizient verwaltet werden, ohne Kopien zu erzeugen. Schreiben Sie daher nur über ein Thema pro E-Mail.

Sie erleichtern die thematische Zuordnung und effiziente Ablage der Posteingänge und -ausgänge. Außerdem erleichtern Sie die gezielte Suche in der Ablage – für sich und den Empfänger.

05





Benennen Sie das Thema Ihrer E-Mail in der Betreffzeile durch aussagekräftige Schlüsselbegriffe. Integrieren Sie dort auch wichtige oder dringende Handlungserwartungen an den Empfänger.

Beispiel: Vorbereitung Quartalsreview  
I/2013 – bitte um Zulieferung bis 24.01.2013.

Thema |

Sie machen Thema und Handlungsbedarf Ihrer Nachricht direkt deutlich und ermöglichen damit eine schnelle und zweckgerichtete Reaktion des Empfängers. Sie erleichtern außerdem die thematische Zuordnung der Posteingänge und die gezielte Suche in der Ablage.

# Setzen Sie Zeichen

Texte lesen sich besser, wenn sich das Auge an optischen Marken festhalten kann.

Strukturieren Sie besonders längere E-Mails daher optisch durch logische und sinnvolle Absätze:

- Setzen Sie alle 4 bis 5 Zeilen einen Absatz
- Setzen Sie einen Absatz, wenn ein neues Thema beginnt

Wiederholen Sie keine Fakten, die der Empfänger bereits kennt. Falls Sie einen Sachverhalt doch zusammenfassen möchten, tun Sie dies übersichtlich strukturiert mit Aufzählungszeichen.



Formulieren Sie Handlungsanweisungen oder Aufgabenstellungen konkret und adressiert.

Schreiben Sie nicht in Großbuchstaben und gehen Sie sparsam mit Ausrufezeichen um. In beiden Fällen kann beim Empfänger leicht der Eindruck von virtuellem SCHREIEN (!!!) erzeugt werden.

# Fassen Sie sich kurz

Einfache, kurze Sätze haben sich für das Lesen am Bildschirm durchgesetzt, und gut lesbare Texte erfahren vom Leser grundsätzlich mehr Aufmerksamkeit.

Formulieren Sie daher kurz, klar und unmissverständlich:

09

- Wenig Nebensätze und Kommas
- Zehn bis zwölf Wörter pro Satz
- Zwei- bis dreisilbige Wörter oder Trennung durch Bindestriche

Alles, was mehr als zwei Seiten umfasst, gehört in eine angehängte Datei.





Verwenden Sie keine unverständlichen Abkürzungen und fachsprachlichen Ausdrücke, die der Empfänger vielleicht nicht kennt.

Vermeiden Sie auch unnötige Phrasen, Umgangssprache, Emoticons oder Animationen.

# Schreiben Sie aktiv und positiv

Vermeiden Sie verneinende Satzkonstruktionen, negative Signalwörter wie „kein“, „nicht“ oder „leider“ und Ausdrücke des Bedauerns wie „leider müssen wir“ oder „zu unserem Bedauern“.

11

Verwenden Sie stattdessen möglichst häufig aktive Verben und positive Formulierungen.

Sie sind besser verständlich, eingängiger und verursachen weniger Missverständnisse.

Begründen Sie außerdem negative Entscheidungen immer. Der Leser wird dadurch mehr Verständnis für Ihre Situation aufbringen.





# Antworten: möglichst schnell

Geschwindigkeit ist einer der entscheidenden Vorteile von elektronischer Post. Spätestens am Folgetag nach Eingang einer E-Mail sollte eine Rückmeldung erfolgen – zumindest in Form einer kurzen Eingangsbestätigung.

Gehen Sie konkret auf die Nachricht des Absenders ein und geben Sie einen Zeitrahmen für die Bearbeitung an.

Beispiel: Herzlichen Dank für Ihre Anfrage vom 15.03.2013.  
Wir melden uns zum Ende dieser Woche mit einem Angebot bei Ihnen zurück.

Damit kommunizieren Sie dem Absender, dass seine Nachricht angekommen ist, verstanden wurde und bearbeitet wird.

# Endlos-Mails stehlen Ihre Zeit

Schicken Sie die Original-E-Mail in Ihrer Antwort nur mit zurück, wenn es sinnvoll oder notwendig ist. Wenn Sie sich direkt auf Stellen im Originaltext beziehen wollen, können Sie diese in Kurzversion zitieren.



13

Sie vermeiden somit unübersichtliche Endlos-E-Mails und erleichtern die inhaltliche Orientierung im Mail-Verkehr zwischen mehreren Personen. So müssen Empfänger nicht alles von unten nach oben lesen, um den Kommunikationsverlauf nachzuvollziehen.



# Kopie an: nur! wenn! es! sein! muss!

Cc dient dazu, Empfänger über einen Sachverhalt zu informieren, ohne dass eine Handlung erwartet wird. Stellen Sie sich daher immer die Frage: Braucht der Empfänger diese Information wirklich? Wirklich?



Wer E-Mails in Kopie verschickt oder allen Empfängern einer E-Mail antwortet, erzeugt viel elektronischen „Überschuss“. Wenn Sie jemanden nur informieren möchten, schreiben Sie ihm eine separate E-Mail mit dem Hinweis „Nur zur Info“ in der Betreffzeile.

Dadurch erleichtern Sie dem Empfänger, Ihre E-Mail bzgl. ihrer Relevanz ungeöffnet einzuschätzen und zu selektieren. Das spart Zeit und u. U. unnötige Arbeitsschritte. Und: Sie helfen dabei, die tägliche E-Mail-Flut einzudämmen.

# Schützen Sie Ihre Kundenkontakte

Verschicken Sie Sammel-Mails an Kunden nur mit Blindkopie Bcc. Setzen Sie in das sichtbare Empfängerfeld Ihre eigene E-Mail-Adresse ein.



15

Leiten Sie auch keine internen E-Mail-Wechsel an externe Kunden weiter.

Damit verhindern Sie, dass die Adressen Ihrer Geschäftspartner für alle Empfänger sichtbar sind, und umgehen das Risiko eines möglichen Datenschutzverstoßes.



# Große Dateianhänge nur auf Wunsch

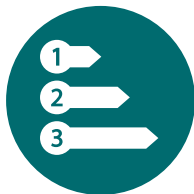
Anhänge sollten immer in einem Dateiformat versendet werden, das der Empfänger problemlos öffnen kann, etwa im PDF-Format.

Weisen Sie grundsätzlich in Ihrem E-Mail-Text auf Dateianhänge hin. Damit umgehen Sie das Risiko, dass diese vom Empfänger nicht bemerkt werden.

Umfangreiche Dateianhänge sollten Sie nur versenden, wenn sie beim Empfänger erwünscht sind. Versuchen Sie ggf. die Dateigröße solcher Anhänge zu verringern oder weichen Sie auf Datentransferdienste aus.



# Hohe Priorität entwertet sich gern selbst



Verwenden Sie die Kennzeichnung „Hohe Priorität“ nur, wenn Ihre Nachricht tatsächlich einen hohen Dringlichkeitswert besitzt, sonst droht ein Inflationseffekt.

Machen Sie die Dringlichkeit Ihrer Nachricht besser über einen kurzen Hinweis in der Betreffzeile deutlich.

Beispiel: Schnelle Antwort erforderlich – Teilnahme  
Workshop Projektmanagement

# Lesebestätigung: nur in speziellen Fällen

Durch Lesebestätigungen können sich Empfänger schnell belästigt fühlen, wenn es bei Ihrer Nachricht nicht um etwas wirklich Wichtiges geht.

Aus Gründen der Nachweispflicht machen Empfangsbestätigungen in manchen Fällen Sinn. Ansonsten sollten Sie lieber darauf verzichten.



# Vor dem Senden: (Fehler) suchen



Überprüfen Sie Ihre E-Mail, bevor Sie sie versenden, auf:

- Rechtschreib- und Tippfehler
- Korrekte Anrede, korrekte Schreibweise des Empfängernamens
- Vollständigkeit aller relevanten Informationen
- Vollständigkeit Ihrer Signatur
- Vollständigkeit der angekündigten Anhänge

Setzen Sie die E-Mail-Adresse des Empfängers erst ein, wenn Sie alles kontrolliert haben. Damit vermeiden Sie es, unfertige E-Mails aus Versehen abzuschicken.

# Last, but not least:

Durchschnittlich werden in deutschen Büros täglich 40 Seiten pro Mitarbeiter gedruckt – 25 Prozent davon sind unnötige Ausdrücke.\*

Also:

Think before  
you print!



20

\*Quelle: Ipsos.

---

**Kontakt**

Deutsche Bahn AG  
DB Training, Learning & Consulting  
Solmsstraße 18  
60486 Frankfurt am Main

[www.db-training.de/email-knigge](http://www.db-training.de/email-knigge)

**Herausgeber**

Deutsche Bahn AG  
Marketingkommunikation  
Karlstraße 6  
60329 Frankfurt am Main