

Schlechter Stil per E-Mail behindert Geschäftsabläufe

Über 60 Prozent der E-Mail-Nutzer in großen Unternehmen klagen, dass sich Geschäftsentscheidungen aufgrund fehlender E-Mail-Antworten verzögern. Eine europaweite Studie von Palm-One, Inc. untersuchte den Umgang mit E-Mails im Geschäftsalltag.

Wie die Studie belegt, ist das richtige Verhalten per E-Mail wichtig: Viele Menschen fassen schlecht formulierte E-Mails als ein Zeichen von Geringschätzung auf. In extremen Fällen sieht sich einer von zehn Umfrageteilnehmern in einen Streit verwickelt, weil der Ton einer Nachricht Anlass zu Missverständnissen gibt.

Die Art, in der Personen im Geschäftsalltag antworten (oder auch nicht antworten - 79 Prozent der Teilnehmer müssen Antworten auf gesendete E-Mail-Nachrichten hinterherlaufen) kann sich schwerwiegend auf die geschäftlichen Leistungen auswirken. Der Initiator der Studie ermittelt sieben E-Mail-Todsünden, die im Geschäftsalltag stören:

Ignorieren - Die Neigung zum Nichtbeantworten. Einer von 10 Umfrageteilnehmern klagt über solche E-Mail-Fluten, dass schon rein zahlenmäßig keine Zeit mehr bleibt, wirklich alle Nachrichten zu beantworten. Mehr als einem Fünftel der Teilnehmer in Großbritannien und Spanien graut davor, nach einer Abwesenheit wieder an den Arbeitsplatz zu kommen, weil sie genau wissen, welcher Berg von E-Mails dort auf sie wartet. Bei der großen Anzahl gesendeter E-Mails (und bei der Menge an Mails, die wortreich und irrelevant sind, zum Beispiel Spam) ist es wohl kein Wunder, dass ein Viertel der Teilnehmer bei mehr als der Hälfte ihrer gesendeten E-Mails einer Antwort hinterherlaufen. Dies macht sich insbesondere in Italien bemerkbar, wo 70 Prozent der Teilnehmer angeben, bei ihren E-Mails nachhaken zu müssen.

Lügen - Die Behauptung, eine bestimmte E-Mail nicht erhalten zu haben. Einer von 10 Umfrageteilnehmern gibt zu, regelmäßig mit Schuldgefühlen bei der Arbeit kämpfen zu müssen, weil er/sie seine/ihre E-Mails nicht beantwortet hat. In Großbritannien ist dieses Phänomen besonders verbreitet; 11 Prozent der Teilnehmer haben schon einmal vorgegeben, eine E-Mail nicht erhalten zu haben.

Voraussetzen - Die schlechte Angewohnheit, anzunehmen, dass jeder eine dringende E-Mail liest. Viele Personen verlassen sich zu sehr auf E-Mails. Sogar bei dringenden Angelegenheiten senden sie eine Mail und hoffen dann, dass diese Nachricht ankommt und auch gelesen wird. 27 Prozent der Teilnehmer sind verärgert darüber, dass wichtige E-Mails ohne weitere Vorankündigung (zum Beispiel per Telefon) versendet werden.

Nicht auf den Punkt kommen - Die Neigung, den Inhalt der Nachricht wortreich und viel zu ausführlich zu verfassen. Viele Mitarbeiter beschwerten sich über seitenlange E-Mails, in denen sie erst mühsam nach den für sie relevanten Informationen suchen müssen. Ein Drittel der Teilnehmer in Frankreich findet diesen Punkt besonders ärgerlich.

Überfluten - Das Versenden einer E-Mail an alle möglichen Empfänger und das Senden einer Kopie an Personen, die kein Interesse am Inhalt haben. Mehr als ein Viertel der Teilnehmer sind frustriert, weil sie ohne Grund Kopien von E-Mails erhalten, die nicht relevant für sie sind; ein Problem, das für 30 Prozent der Angehörigen des oberen Managements akut ist. Mehr als ein Drittel der Teilnehmer in Italien geben an, dass ihr Posteingang wegen irrelevanter Nachrichten überquillt.

Die Form vernachlässigen - Das Verfassen von E-Mails mit schlechter Grammatik, Rechtschreibfehlern, unzusammenhängenden Argumenten und verworrenen Formulierungen. 81 Prozent der Teilnehmer stehen E-Mails ablehnend gegenüber, die

schlecht formuliert sind und Rechtschreib- und Grammatikfehler enthalten. Dies gilt insbesondere in Deutschland, wo ein Drittel der Teilnehmer der Meinung ist, die Absender solcher E-Mails seien eher nachlässig und schlampig. 41 Prozent sind davon überzeugt, dass solche E-Mails auf Faulheit und sogar auf Geringschätzung hindeuten.

Im Ton vergreifen - Der falsche Ton in E-Mails. Kurze, eher schneidend formulierte E-Mails, bei denen sich der Absender nicht die Mühe macht, den richtigen Ton zu treffen, können unbeabsichtigt den Geschäftsbeziehungen schaden. Einer von 10 Teilnehmern (in Deutschland sogar 23 Prozent) erklärt, schon einmal Streitigkeiten mit Kollegen oder externen Personen gehabt zu haben, weil sie den Inhalt der E-Mails falsch aufgefassten.

Schritte, die dabei helfen, den richtigen Eindruck zu hinterlassen:

Eingang immer bestätigen - Melden Sie sich in jedem Fall innerhalb von 24 Stunden, und wenn Sie auch nur schreiben, dass Sie noch nicht antworten können. Wenn Sie kein mobiles E-Mail-Gerät besitzen und den gesamten Zugang über einen Desktop-Computer abwickeln, schalten Sie die Abwesenheitsfunktion ein, sobald Sie das Büro verlassen.

Sich der Sache stellen - Falls Sie nicht sofort ausführlich antworten können, informieren Sie den Absender der E-Mail. Lassen Sie sich nicht in die peinliche Lage bringen, den Empfang einer E-Mail abstreiten zu müssen, nur weil Sie diese Mail ignoriert haben.

Nicht blind voraussetzen, sondern anrufen - Wenn Ihre E-Mail dringend ist, weisen Sie in einem zusätzlichen Telefonanruf auf die Angelegenheit hin. Legen Sie dar, welche Schritte notwendig sind, und schlagen Sie einen realistischen Termin vor.

Auf den Punkt kommen - Legen Sie im Voraus fest, was Sie sagen werden, und nennen Sie so wenig Punkte wie möglich. Je mehr Sie schreiben, desto unwahrscheinlicher ist es, dass Ihre E-Mail überhaupt gelesen wird.

Interessierte Personen ermitteln - Wenn Sie Kopien einer E-Mail versenden, setzen Sie nur solche Personen auf CC, die ein aktives Interesse an der Angelegenheit haben. Um eine direktere Reaktion zu erzielen, sollten Sie direkt an die einzelnen Beteiligten schreiben.

Eher förmlich verhalten - E-Mails sind keine Ausrede dafür, die Rechtschreibprüfung nicht zu benutzen oder "Kurzschrift" und umgangssprachliche Formulierungen zu verwenden. Um den gegenseitigen Respekt nicht zu gefährden, behandeln Sie E-Mails wie normale Briefe: Prüfen Sie die Mails immer auf Fehler, bevor Sie sie absenden.

Keine vorschnellen Urteile fällen - Auf den ersten Blick scheinen einige E-Mails eher beleidigend. Bei näherem Betrachten stellt sich jedoch häufig heraus, dass sie einfach nur schlecht formuliert oder hastig geschrieben wurden. Antworten Sie nie, wenn Sie ärgerlich oder aufgeregt sind. Denken Sie daran, dass E-Mails aufbewahrt werden können - und dass Ihre unüberlegte oder wütende Antwort wie ein Bumerang zu Ihnen zurückkommen könnte.

Für die Studie wurden in einer repräsentativen Umfrage 750 Personen in fünf europäischen Ländern (Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien) befragt, die in Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern arbeiten und beruflich E-Mail nutzen. 30 Prozent gehörten dem oberen Management an, 47 Prozent dem mittleren Managements, 23 Prozent dem unteren Management an.