

ELISABETH LIEBLER

E-Mail – Segen und Fluch der modernen Kommunikation

Vor ca. 20 Jahren wäre dieser Beitrag nicht in diesem Heft erschienen. Der Grund: Das Manuskript hätte mit normaler Post (von Internetnutzern gern als „snailmail“, Schneckenpost, tituliert) keine Chance gehabt, die Schriftleitung rechtzeitig zu erreichen. Die E-Mail (elektronische Post) macht es möglich: Informationen erreichen im Idealfall fast in Echtzeit ihren Adressaten.

Die E-Mail, laut **Duden** 24. Aufl.: im süddeutschen Raum auch das E-Mail, nicht zu verwechseln mit Email – **das** Email oder die Emaile – einer Glasurart, hat wie alle elektronischen Medien eine relativ kurze Geschichte.

In den 70er-Jahren gab das amerikanische Verteidigungsministerium das vorher ausschließlich militärisch genutzte „Arpanet“ für den Gebrauch an amerikanischen Universitäten frei: die Geburtsstunde des Internets. Gleichzeitig wurden freie Kapazitäten genutzt, um auf elektronischem Wege Nachrichten auszutauschen.

Das erste große Diskussionsforum, die SF-Lovers, befasste sich, wen wundert's, mit Science-Fiction. Mitte 1984 war es dann auch in Deutschland so weit: Laut Wikipedia tauschte der Internetpionier Werner Zorn angeblich einen Willkommensgruß mit amerikanischen Wissenschaftlern aus.

Seitdem hat die elektronische Post ihren Siegeszug über die ganze Welt angetreten. Ob Himalajabesteigung oder Urlaub an fernen Küsten: Eine E-Mail an die Lieben zu Hause gehört einfach dazu.

Immer ist Kommunikation Ausdruck des Zeitgeistes. In einer beschleunigten Zeit ist schnelle Korrespondenz unabdingbar. Aber in dieser Beschleunigung lauern auch schon die ersten Fallen für den Benutzer:

Denkt, wer schnell antwortet, auch genauso schnell?

Leidet die Präzision der Antwort unter der Schnelligkeit?

Wie wirkt sich Schnelligkeit in der schriftlichen Kommunikation auf Sprache aus (Ein Phänomen, dem auch die SMS-Schreibkultur zuzuordnen ist)?

Wie groß ist die Verführung, bei einer sofort möglichen Antwort die eigenen Emotionen ungefiltert weiterzuleiten?

Baut der Erwartungsdruck, dem wir uns durch eine möglichst schnelle Reaktion aussetzen, noch mehr Stress auf?

Wirkt sich dieser Stress wiederum auf unsere verbale Höflichkeit aus?

Wird falsches E-Mail-Management zum Zeiträuber?

Über diese Fragen gilt es nachzudenken.

Zu dem Themenkomplex „E-Mail“ lassen sich mehrere Zugänge finden: Der **inhaltliche Aufbau** wird immer stark vom **Empfänger** abhängig sein, aber auch der **Absender** hinterlässt mit jeder E-Mail praktisch seine **Visitenkarte**. Zudem beeinflusst der **Zweck** einer E-Mail ihre Gestaltung; auch kann die formale Struktur unterschiedlich sein.

Ein paar Besonderheiten und aktuelle Spielregeln verdienen es, näher betrachtet zu werden.

Es gibt E-Mails, die nur aus der Nachricht bestehen; sie gleichen einem geöffneten Brief.

Es gibt E-Mails, die die Informationen als Anhang (Attachment) beigefügt haben.

E-Mails dienen unternehmensintern auch dazu, auf Informationen, die im Intranet (betriebseigenes Netz) abgelegt sind, hinzuweisen. Der Vorteil ist, dass umfangreiche Daten nur bei Bedarf abgerufen werden.

Private E-Mails

Spielt sich der E-Mail-Austausch im rein privaten Raum ab, ist vor allem daran zu denken, dass emotionale Inhalte vom Empfänger anders verstanden werden können. Sie haben nicht wie im Gespräch oder Telefonat die Möglichkeit, Missverständnisse sofort zu klären.

Der Austausch von Emotionen in E-Mails hat seine eigenen Gesetze: Großschreibung wird als Anschreien verstanden, beim Duzen gilt: Nur dann verwenden, wenn auch sonst Duzen üblich ist.

Wutausbrüche, die in beleidigende Nachrichten (Flames) ausarten (und sofort danach bereut werden), sollten tunlichst vermieden werden. Eine nette Ergänzung, um Emotionen „rüberbringen“ zu können, sind „Emoticons“. Das Kunstwort setzt sich aus „emotion“ (Gefühl) und „icon“ (stilisierte Abbildung) zusammen. Als Klassiker unter den Emoticons gilt das Smiley ☺.

Weitere Emoticons unter: www.abkuerzungen.de/emoticons.php?language=de&style=standard

Als absolutes Tabu gilt beispielsweise, Kondolenzschreiben, Glückwünsche zu besonders festlichen Anlässen und offizielle Einladungen per E-Mail zu versenden. Greifen Sie bei Ihnen wirklich wichtigen Anlässen wieder zum guten alten Stift, schreiben Sie, was Ihnen ganz persönlich am Herzen liegt.

Von Unternehmen zu Unternehmen (b2b = business to business) nähert sich die E-Mail immer mehr dem formellen Geschäftsbrief an.

Unterschied zwischen E-Mail und normalem Brief

Einem mit der Post versandten Brief können Sie alles anvertrauen: auch vertrauliche und hoch sensible Informationen. Eine normale E-Mail dagegen lässt sich mit einer Postkarte vergleichen, bei der jeder mitlesen kann.

Für Briefe ist im Laufe der Zeit ein formelles (zum Beispiel: DIN 5008 und 5009) Regelwerk entstanden.

Für die sprachliche Gestaltung von Briefen gibt es zahlreiche Korrespondenzratgeber, die umfassend über „Gelingen“ und „Nicht gelungen“ informieren.

Wurden E-Mails am Beginn ihres Siegeszuges als Gegenentwurf zum geregelten Geschäftsbrief als spontane Kommunikation verstanden und bewusst unkonventionell verfasst, so hat hier, zumindest was die geschäftliche Korrespondenz betrifft, ein Bewusstseinswandel stattgefunden.

Begrüßte man früher jeden in der Anrede mit einem lockeren „Hallo“, duzte ihn, übersah den Sinn von Absätzen, schrieb alles in Kleinbuchstaben, so hat sich das inzwischen geändert.

Gestaltung einer E-Mail

Kopf der E-Mail (header)

Ein fester Bestandteil der E-Mail ist der Kopf, der header, aus dem Absender, Empfänger, Datum der Erstellung und Stationen der Übermittlung ersichtlich sind.

Quelle: wikipedia.org/wiki/E-Mail

Betreff (subject)

Schreiben Sie immer einen Betreff; er sollte größte Aussagekraft haben. Der Empfänger muss sich schon beim Lesen des Betreffs über das Thema der E-Mail informieren können. Wie bei einem

Zeitungsartikel die Schlagzeile den Leser zum Weiterlesen animiert, ist die Kernaussage des Betreffs für die weitere Bearbeitung der E-Mail mit entscheidend.

Anrede

Nach einer Umfrage des Dienstleisterportals „marketing-BÖRSE“ steht an der Spitze die Anredeform „Sehr geehrte/-r ...“, 22 Prozent begrüßen ihr Gegenüber mit „Guten Tag...“ und nur 13 Prozent bleiben bei „Hallo...“. Inzwischen wurde die formelle Anrede aus der konventionellen Geschäftskorrespondenz übernommen. Der Absender vermeidet dadurch Missverständnisse und signalisiert dem Empfänger, dass er als seriöser Gesprächspartner wahrgenommen werden möchte.

Einleitung

Für einen Schulaufsatz gilt die Anordnung: Einleitung, Hauptteil, Schluss. Ganz anders bei der E-Mail. Stellen Sie sich eine auf den Kopf gestellte Pyramide vor. Im breitesten Teil, dem Betreff, steht die wichtigste Information, nach unten verringert sich der reine Informationswert immer mehr. Fassen Sie komplizierte, umfangreiche Ausführungen im ersten Absatz der E-Mail zusammen, sodass ihr Empfänger sich gleich entscheiden kann, ob er weiterlesen möchte.

Hauptteil (body) der E-Mail

Vermeiden Sie selbst bestimmte Zeilenumbrüche; das Format, in dem Sie Ihre E-Mail schreiben, muss nicht zwangsläufig mit dem des Empfängers übereinstimmen. Schreiben Sie mit Absätzen. Das strukturiert den Text und erleichtert die Lesbarkeit.

Vermeiden Sie Endlosmails, die Sie mit Ihrer neuen Nachricht nochmals verlängern.

Zitieren (quoten) Sie lieber den von Ihnen ausgewählten Text. Nach üblicher Internet-Konvention wird das Zitat durch das am Zeilenanfang vorangestellte Zeichen „>“ eingeleitet.

E-Mails mit dem Einschub „Sie schrieben:“ mit darauffolgendem Zitat – farbig unterlegt – heben Textteile aus vorangegangenen E-Mails auch sehr gut ab.

Ein Wort zur Rechtschreibung und Grammatik. Die mehrfach geänderten Rechtschreibregeln sollten keinen Schreiber dazu verführen, die Rechtschreibung völlig zu ignorieren.

Auch Abkürzungen innerhalb des Textes sind nur für Eingeweihte sinnvoll, außen Stehende, zum

Beispiel Kunden, empfinden gehäufte Abkürzungen und Anglizismen als grobe Unhöflichkeit. Tools wie integrierte Rechtschreibhilfen, diverse Lexika und Internetratgeber helfen hier weiter.

In dem Sonderdruck von DIN 5008:2005 ist unter Punkt 15 die E-Mail aufgenommen. Schon das zeigt, dass die E-Mail inzwischen teilweise die Funktion von Geschäftsbriefen übernommen hat und wie diese auch in bestimmten Fällen Rechtsgültigkeit besitzt.

Weitergehende Informationen hierzu im Internet unter:

www.kanzlei.de/Emailrecht.htm;
wikipedia.org/wiki/E-Mail

Signatur

Ein weiterer Hinweis auf die Rechtswirksamkeit von E-Mails sind die neuen gesetzlichen Vorschriften, die die Bestandteile der Signatur für gewerbliche E-Mails ändern.

Die Signatur von E-Mails gibt Auskunft über den Absender. Dazu zählen:

der vollständige Name,
die Funktion,
die postalische und elektronische Anschrift sowie die Telefonnummer.

Neu ist, dass bei jeder gewerblichen E-Mail mindestens

- der Name der Firma mit Rechtsform,
- der Ort der Handelsniederlassung,
- das zuständige Registergericht und
- die Handelsregisternummer

zwingend vorgeschrieben sind.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.bvdw.org/fileadmin/downloads/wissenspool/empfehlungen/Checkliste_E-MailSignatur_BVDW.pdf

Vorsicht: Wer diese besondere Vorschrift nicht beachtet, riskiert Zwangsgeld bis zu einer Höhe von 5.000 € und Abmahnungen!

Durch eine zertifizierte elektronische Signatur, die auch als digitale Unterschrift bekannt ist, können im Rechtsverkehr (Zivilrecht, Verwaltungsrecht) Verbindlichkeiten geschaffen werden, die auch vor Gericht Bestand haben. Das wird ebenfalls gesetzlich – im Signaturgesetz – geregelt.

Nähere Informationen finden Sie unter:

www.signatur.rtr.at/index.html

Anhang (attachment)

Vorteil einer angehängten Datei ist, dass sie vom Empfänger gleich nach Belieben bearbeitet werden kann.

Sinnvoll ist es, vorab sicherzustellen, dass der Empfänger auch über die Software zum Öffnen des Anhangs verfügt. Anhänge über 1 MB sollten komprimiert werden. Von angehängten Programmdateien mit *.exe, *.bat oder *.com unbedingt die Finger lassen.

Ablagevorschriften

Versuchen Sie, pro E-Mail nur 1 Thema aufzugreifen. Betriebliche E-Mails unterliegen genauso wie andere Geschäftskorrespondenz den gesetzlichen Ablagefristen (im Allgemeinen 10 Jahre). Sie erleichtern so das Ablegen und Wiederfinden von Geschäftsvorgängen.

E-Mail-Marketing

Für einen zeitnahen Dialog zwischen Unternehmen und Kunden wird immer häufiger zu E-Mail-Marketing gegriffen. Dieses Medium löst schnelle Aktionen und Reaktionen aus.

Das Unternehmen kann Kunden individuell betreuen, auch kleinste Zielgruppen erreichen und die Kontaktfrequenz zu einem günstigen Preis steigern.

Zu beachten ist, dass im Geschäftsbereich E-Mails und Newsletter nur nach Einverständnis des Empfängers versandt werden dürfen. Bei Newslettern ist es üblich, ein unproblematisches Abmelden zu ermöglichen.

Wichtig: Werbe-E-Mails an Privatkunden nie ohne deren Einwilligung versenden!

Quelle: www.form-manufaktur.de

Kettenbriefe

Sie kommen aus dem Nirwana und enden irgendwann im Nirwana. Ohne Verfallsdatum kursieren sie manchmal jahrelang im Netz und belästigen andere mit mehr oder minder düsteren Drohungen und Vorhersagen. Machen Sie das Spiel nicht mit und unterbrechen Sie die Kette, indem Sie den Brief nicht mehr weiterleiten.

Paradiesische Zustände könnten im Netz sein, wären da nicht Trickbetrüger aller Couleur, die mit erstaunlicher krimineller Energie an der Schädigung anderer Internet-Nutzer arbeiten.

Sicherheit im Netz

In einer unverschlüsselten E-Mail sollten Sie keine vertraulichen Informationen weitergeben! Nutzen Sie bei sensiblen Daten und Auskünften Verschlüsselungssysteme (z. B. PGP).

Spam-Mails (Spam = Akronym für Spiced Pork and HAM – nicht ganz eindeutig belegt) sind Zeit raubend, ärgerlich, schädigend; kurz: ungehörig: In der EU wird das Versenden von SPAM-Mails als kriminelle Handlung verstanden und – falls möglich – geahndet.

Abwehr gibt es durch spezielle Spam-Filter, die durch Provider eingerichtet werden, oder man installiert sie selbst. Vielfältige Tipps und Hilfe finden Sie im Internet.

Vorsicht! In E-Mails von Ihnen unbekanntem Absender **nie** den Anhang oder in der E-Mail angegebene Links öffnen. Gefahr von Trojanern, das heißt unerkannt eingeschleusten Computerviren.

Gefährlich wird es ebenfalls bei **Phishing**.

Passwort-Fischer haben es auf Ihr Geld abgesehen. Durch fingierte Mails von Banken usw. versuchen sie, an die Passwörter, Login-Namen, Kreditkartendaten ihrer Opfer heranzukommen, um deren Konten plündern zu können. Es handelt sich dabei um eine Art Trickbetrug.

Pharming

Pharming ist ein neuer Name für eine weitere Variante des Internetbetrugs. Hier wird versucht, den Internetnutzer trotz Eingabe der richtigen URL auf eine falsche Internetseite zu locken. Sie sieht wie die originale Seite aus, residiert aber auf dem Server des Angreifers, der so an geschützte Daten kommt und dann beispielsweise mit der Benutzererkennung im Internet bei Auktionen mitbietet oder das Girokonto des Nutzers plündern kann.

Abwehrmaßnahmen: Immer die aktuelle Virenschutzsoftware installieren!

3/07

8

Keine Datenanhänge von E-Mails unbekannter Absender öffnen!

Passwörter und Geheimnummern nur über sichere Internetverbindungen eingeben!

Für einen stressfreien und erfolgreichen Umgang mit E-Mails hier noch einige **allgemein gültige Spielregeln:**

Warten Sie mit Ihrer Antwort nicht zu lange, 24 Stunden sind üblich.

Müssen Sie noch Auskünfte einholen oder verzögert sich die Antwort aus anderen Gründen, reagieren Sie mit einem Zwischenbescheid. Der Empfänger ist informiert und muss nicht nachhaken.

Zügeln Sie Ihre Neugier: Planen Sie feste Zeiten für Ihre E-Mail-Bearbeitung ein. Schalten Sie die Alarmfunktion aus, außer: Sie bedienen eine Hotline.

Geben Sie Informationen nur an Personen, die sie wirklich benötigen, weiter. Schränken Sie Cc-Mails stringent ein.

Lassen Sie sich aus fremden Verteilern – wenn überholt – streichen.

Klären Sie bei neuen Verteilern Ihrerseits – durch Feedback –, wer weiterhin informiert werden will.

Wenn Sie Ihren Urlaub antreten, informieren Sie Ihre „Anschreibpartner“ durch eine Abwesenheitsnotiz; nutzen Sie dazu den Abwesenheitsassistenten Ihres E-Mail-Programms.

Vergessen Sie nicht, die Kontaktdaten Ihrer Vertretung zu nennen.

Bleiben Sie technisch am Ball!

Übrigens: Was ist ein **Blackberry?**

Ein Gerät, das im handlichen Format drahtlos neben E-Mail-Empfang und -Versand die üblichen PDA-Funktionen wie Adressbuch, Kalender, To-Do-Listen usw. und zusätzlich Handy-Funktionen wie Telefonie, SMS und Web-Browsing anbietet.

Quelle: wikipedia.org/wiki/BlackBerry

Zum Schluss noch das Wichtigste:

„Die erste, ja für sich allein beinahe ausreichende Regel des guten Stils ist diese, dass man etwas zu sagen habe.“

Arthur Schopenhauer (1788 – 1860), deutscher Philosoph

Intensive Arbeit am Bildschirm ist ein hartes Stück Arbeit für die Augen. Bei dem konzentrierten Blick blinzeln die Lider nur selten, der Tränenfilm verdunstet. Ein Trick wirkt Trockenheit und Müdigkeitsgefühlen entgegen: Der Monitor sollte so aufgestellt sein, dass sich die Oberkante etwa 5 bis 10 cm unterhalb der Augenhöhe befindet. Durch den leicht nach unten gerichteten Blick sind die Augen nicht so weit geöffnet, und das stabilisiert den Tränenfilm.

Lehre und Praxis
K·M·I Bürowirtschaft

Fachzeitschrift für Kurzschrift, maschinelle Text- und Informationsverarbeitung

