

Fragen an die Knigge-Expertin

Diesmal: Was ist beim E-Mail-Schreiben zu beachten? – Teil 1

Vielleicht geht es Ihnen auch so: Manchmal ist man unsicher, wie man sich in bestimmten Situationen im Berufsalltag verhalten soll. Die vom deutschen Knigge-Rat als Trainerin lizenzierte Petra Schnierle gibt in der MAZ Tipps. Petra Schnierle, gelernte Gastronomin, war viele Jahre im Management und der Bewerberauswahl tätig. Mit ihrem Unternehmen Impressio hält sie in Firmen und Schulen Seminare und Vorträge in Sachen stil- und taktvolles Miteinander.



„Net“ für Internet und „Etikette“ für gutes Benehmen steht für die ungeschriebenen Regeln eines respektvollen, höflichen Miteinanders auch oder gerade in der digitalen Welt. Hier ein paar Tipps, um dabei einen guten Eindruck zu hinterlassen.

Ist die Form einwandfrei? Auch beim digitalen Geschäftsbrief muss die Rechtschreibung mit Groß- und Kleinschreibung eingehalten werden. Zwar kann man eine intern verschickte E-Mail etwas lockerer formulieren als nach außen hin, trotzdem sollte ein digitaler Geschäftsbrief immer sachlich-formell und nicht in Umgangssprache geschrieben werden.

Emoticons (Zeichenfolgen, die einen Smiley nachbilden) helfen zwar Stimmungszustände auszudrücken, sind aber beim Geschäftsbrief unangemessen.

Bitte schreiben Sie keine ganzen Wörter in Großbuchstaben und beenden Sie Sätze nicht mit mehreren Ausrufezeichen, oder möchten Sie in einer E-Mail angeschrien werden?

Ist Ihre E-Mail freundlich und höflich? Zu einem guten Umgang gehören eine Begrüßung und eine Verabschiedung. So auch bei einer E-Mail. Die Anrede im Brief bestimmt über Distanz oder Nähe, die Sie in diesem Kontakt einnehmen möchten. Am besten übernehmen Sie die Anrede, die der Sender wählte. Nur wenn

zu einem Thema in kurzen zeitlichen Abständen eine E-Mail hin- und hergeht, können Sie den Tagesgruß und die Anrede weglassen. Wenn Sie in einer E-Mail mehrere Personen ansprechen, ein Inhalt aber nur für eine Person bestimmt ist, können Sie vor diesen Satz ein @ und den Namen der Person stellen: @Hans.

Ist der Betreff aussagekräftig? Ein Betreff sollte den Inhalt möglichst stichwortartig zusammenfassen. So dass der Empfänger gleich weiß, um was es geht und beim Archivieren der E-Mail eine Chance hat, diese wiederzufinden.

Ungeschickt sind in diesem Zusammenhang „re-re-re-Mails“. Sie entstehen, wenn man bei einer Adresse immer wieder auf „antworten“ klickt. Verfassen Sie zu jedem neuen Thema auch eine neue E-Mail mit einem neuen Betreff. Problematisch werden „re-re-res“ vor allem dann, wenn Sie sie ausdrucken und vergessen, dass die Mail zehn Seiten lang ist.

In der nächsten MAZ gibt es einen zweiten Teil zum Thema „E-Mail-Knigge“ – mit den Themen Weiterleitungen sowie cc und bcc.

Impulse

Unterschiedliche Themen für unterschiedliche Adressaten zu unterschiedlichen Zeiten

Von Christine Eckert-Schöck

Wir vom Fachbereich Organisation und Personal möchten „Impulse“ setzen, also etwas bei Ihnen in Bewegung setzen. Durch eine monatliche Veranstaltungsreihe in den Randzeiten des Arbeitstages sollen die unterschiedlichsten Themen aufgegriffen werden, die für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter je nach Lebenssituation interessant sein können. Mal etwas zur Gesundheit, zur Pflege, zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Kommunikation, Work-Life-Balance und so weiter.

Einblicke in das Thema in maximal 1,5 Stunden mal für Frühaufsteher schon um 6.30, über Mittag oder ab 17 Uhr. Nach den Sommerferien geht es los mit den Themen „Businesspower – die richtige Ernährung im Job“, „Vorsorgevollmacht und Patientenverfügung – man kann nicht früh genug damit anfangen“. Über die Themen und Termine werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter informiert. Für die Raumplanung ist eine Anmeldung erforderlich, die Teilnahme wird zur Anerkennung als Arbeitszeit per Anwesenheitsliste dokumentiert.

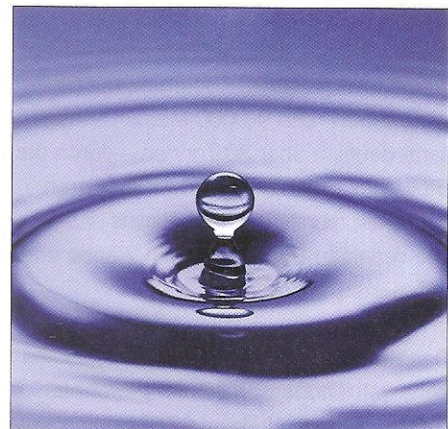


Foto: Fotolia – Amir Kalijakovic

Ein Impuls kann viel in Bewegung setzen.