



fenen E-Mail. Lassen Sie sich deshalb vom fixen Medium nicht zu Schnellschüssen verleiten und beherrzigen Sie formale Mindeststandards, sprachlich genauso wie auf der technischen Seite. Das lohnt sich langfristig allemal!

→ **Tipp 1: Gute Form braucht das richtige technische Format.** Kennen Sie die E-Mails, die durchsetzt mit Hieroglyphen bei Ihnen ankommen? Dieser unlesbare Zeichensalat ist vermeidbar. Stellen Sie dazu Ihr E-Mail-Programm so ein, dass es technisch dieselbe Sprache spricht wie die Ihrer Adressaten. Wählen Sie ein universell lesbares „Normal“-Format (zum Beispiel „Nur Text“) und vermeiden Sie die HTML- oder Rich-Text-Einstellung.

→ **Tipp 2: Kontaktaufnahme leicht gemacht.** Weit verbreitet ist die Unsitte, dass im E-Mail nur der Mailtext steht – und keine Telefonnummer des Absenders, keine Firmenbezeichnung, einfach sonst gar nichts. Das wirkt nicht nur unprofessionell, sondern ist ein echtes Ärgernis für Kunden. Was, wenn er eine Frage hat, die er gleich telefonisch klären will? Dann muss er sich die Nummer erst mühsam heraussuchen. Deshalb: Geben Sie einmal in den Grundeinstellungen Ihre gesamte Firmenadresse, und alle Kontaktdaten ein. Diese Funktion heißt E-Mail-Signatur und besteht aus Text und/oder Bildern, die automatisch am Ende von ausgehenden E-Mail-Nachrichten eingefügt werden.

→ **Tipp 3: Klartext – ganz wichtig bei Ihrer Adresse.** Der Kunde erhält ein Mail von mwkammer@gmail.com. Wie um Himmels wil-

Anstandsregeln bei Geschäftspost auf elektronischem Weg

So kommt Ihr E-Mail besser an

Bei den schnellen E-Mails scheinen viele Umgangsformen, die in Geschäftsbriefen gelten, verloren gegangen zu sein. Viele Kunden schließen aber von der Nachlässigkeit der Elektropost schnell auf genauso schludrige Leistungen des Betriebs. Damit dies nicht passiert, beachten Sie einfach folgende sieben Tipps.



Alles klar. Wird gemacht. LG Mustermann“ – schon mal so eine 34-Zeichen-E-Mail von einem Lieferanten gekriegt? Unter Freunden mögen solche formlosen Kurzmitteilungen ja in Ordnung sein. Als Kunde bleibt, wenn auch nur unbewusst, ein komischer Beigeschmack übrig: „Aha, mehr als 34 Zeichen bin ich also der Firma nicht wert, bei der ich gerade Material für

5 000 € geordert habe. Mal sehen, ob die auch so kurz und knackig liefern, wie sie schreiben. Hm, ein bisschen ausführlicher wäre höflicher gewesen.“ Hören Sie das? Hier sinkt ein Lieferant im Ansehen des Kunden, das Vertrauen ist angeknackst und man fühlt sich zu wenig wertgeschätzt. Alles zusammen – Gift für eine Kundenbeziehung. Und das alles nur wegen einer flott hingewor-

Nachgefragt

? **campos:** E-Mails sind doch deswegen beliebt, weil sie so schnell sind. Ist es da nicht kleinkariert, auf Formalien zu achten?

! **Eigel:** Im Privatleben mag das stimmen, im Geschäftsleben nicht. Denn Kunden beurteilen immer ein Gesamtbild, bei dem jeder Mosaikstein stimmen muss. Wer in seiner Firmenbroschüre viel Mühe darauf verwendet, ein freundliches, professionelles und kundenorientiertes Image von sich zu vermitteln, sollte das durchziehen – auch in „Kleinigkeiten“ wie E-Mails. Sonst wirkt man schnell unglaubwürdig.

? **campos:** Wer hilft bei den technischen Grundeinstellungen von E-Mail-Formaten und mehr?

! **Eigel:** Erster Ansprechpartner sind da die EDV-Dienstleister der Betriebe. Computerfachleute machen diese Einstellungen in wenigen Minuten. Wichtig: Jedes E-Mail-Konto im Unternehmen, also auch alle Mitarbeiterkonten, müssen angelegt werden. Und das immer nach dem gleichen formalen Schema, um ein einheitliches Bild nach außen abzugeben. *Red*

Checkliste für E-Mails

Technische Grundeinstellungen – ein Mal richtig machen

- Format: universell lesbares Format eingestellt (wie „Nur Text“)?
- Absenderkennung der E-Mails in Klartext angelegt (statt „mwkammer@gmail.com“ besser „GaLaBau-Firma Karl Ammer“)?
- E-Mail-Signatur mit Ansprechpartner, Firmenname, Firmierung, Postadresse, Telefon, Fax, E-Mail, Internetadresse für ausgehende Mails eingegeben?

Sprachliches – gilt immer

- Betreff-Zeile – treffend formuliert?
- Anrede und Schlussgruß nicht vergessen?
- In ganzen Sätzen geschrieben, Abkürzungen vermieden?

Dateianhänge – stets nachfragen

- Dateianhänge größer als 1 MB: Bei Adressaten nachgefragt, ob Anlagen dieser Größe empfangen werden können?

len soll er erkennen, dass hier das sehnlichst erwartete Angebot der GaLaBau-Betriebs Karl Ammer in sein Postfach geflattert ist – und nicht eine weitere unerwünschte Spam-E-Mail, die gerade wegen des Anhangs in den Papierkorb verschoben wird? Reisen Sie mit Ihren E-Mails nicht inkognito oder mit Tarnnamen durchs Netz. Geben Sie in Ihrem E-Mail-Programm bei den Grundeinstellungen einen Klarnamen als Absender ein – in diesem Fall zum Beispiel: „GaLaBau Karl Ammer“

→ **Tipp 4: Betreff sollte ins Schwarze treffen.** Fänden Sie ein Mail, das Ihnen mit „wegen der Baustelle“ oder „Vorgarten“ angekündigt wird, so prickelnd, dass Sie es gleich und froh gestimmt lesen würden? Wohl nicht. Die Betreff-Zeile in Ihren E-Mails ist ein wichtiger Auftakt in Ihrem Schreiben. Machen Sie sie aussagekräftig, zum Beispiel durch Formulierungen wie „Neuigkeiten zu Ihren Wunschpflanzen“ oder „Ihr neues Pflaster – unser Angebot“.

→ **Tipp 5: Alte Schule im modernen Medium.** Eingangs haben wir auf die abschreckende Wirkung hingewiesen, die E-Mails ohne Anrede und ohne Verabschiedung haben. Gönnen Sie Ihren Kunden zu Beginn ein „Sehr geehrter Herr Maier“ oder ein „Guten Morgen Frau Müller“, und verabschieden Sie sich höflich. Mit freundlichen, besten, herzlichen, sonnigen Grüßen, ganz nach Gusto.

→ **Tipp 6: Ganze Sätze sind galant und zeugen von Formgefühl.** Kein Mensch verlangt von Ihnen E-Mail-Romane. Jedoch hinterlassen Sie einen garantiert sympathischeren Eindruck, wenn Sie statt mit Halbsätzen, Stichworten oder Abkürzungen flüssig und vollständig schreiben. Urteilen Sie selbst – welche der beiden sachlich gleichen Informationen kommt besser an?: „Habe Ihren Anruf abgehört. Beginn mit Arbeiten wg. Witterung in ca. 2 Tagen. MfG Muster-

mann.“ oder „Sehr geehrter Herr Maier, besten Dank für Ihren Anruf! Gern sage ich Ihnen den Beginn unserer Arbeiten in Ihrem Garten auf übermorgen, also den Donnerstag, zu, denn Dienstag und Mittwoch soll es ja in Strömen regnen. Ich hoffe, das ist in Ihrem Sinne. Bitte melden Sie sich bei weiteren Fragen bei mir. Mit schönen Grüßen, Max Mustermann.“

→ **Tipp 7: Große Dateianhänge – nie ungefragt.** Ist ja Klasse, dass man an eine noch so kurze E-Mail ellenlange Anhänge gleich mit verschicken kann. Blöd ist nur, dass so eine Anlage mit fünf Megabyte oder mehr gern mal das Postfach des Adressaten verstopft. Wenn's passiert, sorgt das garantiert für Ärger. Beugen Sie deshalb vor und fragen Sie vor der Verschickung einer Dateianlage mit einer Größe über einem Megabyte zuvor nach, wie viel Datenmenge Ihr Gegenüber verkraften kann.

Das ist gelebte „Netikette“ im E-Mail-Alltag und macht Ihnen ganz sicher Freunde!

Matthias Eigel, Bietigheim-Bissingen

Der Autor



Matthias Eigel

führt mit seiner Frau Andrea seit 25 Jahren die Kaleidoskop Marketing-Service GmbH. Sie bietet Komplettlösungen für aufmerksamkeitsstarke Werbung und zielführendes Marketing sowie persönliche und individuelle Beratung. Kaleidoskop konzentriert sich im Schwerpunkt auf Handwerksbranchen sowie kleine und mittlere Betriebe. Info:

- www.kaleidoskop.de
- www.kundenjaeger.de
- www.andreaeigel.de

Vorsorgetipps für Unternehmer

Machen Sie sich überflüssig

Hängt ein Unternehmen fast hundertprozentig von der Leistungsfähigkeit seines Chefs ab, kann bei dessen Abwesenheit (durch Krankheit oder Unfall) die Firma ins Schlingern geraten. Man kann es aber auch so einrichten, dass der Laden eine Weile ohne den Chef läuft. Hier ein paar Vorschläge.

Laut einer Untersuchung des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn geschehen etwa ein Viertel der Unternehmensnachfolgen vollkommen unerwartet. Und nicht nur das: Schon ein 14-tägiger Ausfall des Chefs kann reichen, um die Firma in eine existenzielle Schieflage zu bringen, so eine Studie der Hamburger Industrie- und Handelskammer. „Wer auf solche Fälle nicht vorbereitet ist, riskiert unter Umständen sein Lebenswerk“, sagt Dr. Sebastian Dominic von Buch von der Unternehmensberatung Becker von Buch in Hannover.

Besonders in Familienbetrieben herrsche oft der Glaube an die Unverwundbarkeit des Inhabers. Selbst relativ unwichtige Entscheidungen müssten vielfach „von oben“ erst abgesehen werden, der Kauf eines neuen Druckers oder PCs beispielsweise. Die Kommunikation mit Schlüsselkunden sei ebenso ausschließlich Chefsache wie die mit den wichtigsten Lieferanten. „Fällt dann die letztinstanzliche Entscheidungsebene plötzlich weg, ist die Firma wie paralysiert“, sagt von Buch. Rechnungen würden beispielsweise nicht mehr fakturiert, Aufträge auf Eis gelegt. „Das kann bei längerer Abwesenheit des Inhabers eine Firma in die Insolvenz treiben“, warnt der Unternehmensberater.

Sein Rat: „Inhabergeführte Betriebe sollten generell einen Plan für die Nachfolgeregelung in der Schublade haben, vor allem dann, wenn der Chef sich dem Rentenalter nähert oder dieses überschritten hat.“

Letztendlich ginge es ja darum, sich

selbst überflüssig zu machen. Wissen und Erfahrung ließen sich zwar nicht so ohne Weiteres delegieren. Dennoch sollten an grundlegende Entscheidungen beizeiten qualifizierte Mitarbeiter beteiligt werden.

Sei die Nachfolge noch nicht geregelt, empfiehlt der Unternehmensberater einen „Notfallkoffer“, wie von den Risikomanagern des TÜV Süd entwickelt wurde. „Dieser Koffer – es kann auch ein Bankschließfach sein – darf nur dann geöffnet werden, wenn der Unternehmensinhaber komplett ausfällt. Er enthält beispielsweise Vollmachten für Geschäftskonten, das Testament, eine Liste der wichtigsten Lieferanten und Kunden sowie Anweisungen für die Fortführung von wichtigen Projekten. Außerdem sollten Passwörter für Computer und PINs fürs Online-Banking hinterlegt werden.“

Dass eine klare Regelung für den Nachfolger des Inhabers auch die finanzielle Ausstattung des Unternehmens beeinflussen kann, beweisen laut von Buch die „Mindestanforderungen an das Betreiben von Kreditgeschäften“, die seit 2004 gelten. Demnach sind Banken verpflichtet, alle Risikooptionen mit Eigenkapital zu hinterlegen. „Kreditinstitute gewichten bei der Beurteilung der Bonität das Management und die Nachfolge bereits mit 15%“, sagt der Unternehmensberater. „Firmeninhaber über 60 Jahre ohne Nachfolgeregelung sind da eindeutig ein erheblicher Risikofaktor.“

Becker von Buch Unternehmensberatung, Hannover

Schwab Rollrasen – wir bieten mehr!

- perfekte, preiswerte Spitzenqualität
- über 300 Rasenvariationen erhältlich
- auch mit flexiblem Verlegeservice
- Lieferung innerhalb von 24 Stunden
- komplette Produktion in Deutschland
- jetzt auch als Wildblumenrasen

Qualität seit 40 Jahren

Horst Schwab GmbH
Haid am Rain 3, 86579 Waidhofen
Tel. 08252-90760 • Fax. 08252-907690

schwab

www.Schwab-Rollrasen.de

ROLL RASEN