

E-mails schreiben - 33 Praxistipps für perfekte elektronische Nachrichten

Ein gängiges Kommunikationsmittel für Unternehmensberater sind E-Mails. Ob für kurze Projektinhalte, Meetingprotokolle oder Statusinformationen: die elektronische Nachrichten ist ein Eckpfeiler der Consulting-Arbeit. Leider herrscht gerade zu Beginn der Beraterlaufbahn große Unklarheit, was eine perfekte E-Mail in der professionellen Korrespondenz ausmacht. Im Beitrag bringe ich Licht ins Dunkle und zeige Dir, wie Du beim E-Mails Schreiben Deinen Kunden und Kollegen überzeugst.

Optimale E-Mails schreiben - so geht's

Nach meinen Beobachtungen wird es bei Jungberatern fast immer als gegeben vorausgesetzt: das Verfassen von exzellenten E-Mails. Dabei gestaltet sich das Schreiben von perfekten Mails durchaus nicht so einfach wie es scheint.

Welcher Mitarbeiter des Kunden soll die Nachricht erhalten, welcher nicht? Was spricht gegen eine hohe Priorität der Meldung? Wie viele und welche Art von Anhängen sollte ich der E-Mail beifügen? Nur wenige Beratungsunternehmen geben ihren Junior Consultants für diese Fragen klare Antworten bzw. explizit Hilfestellung. Es klafft eine Wissenslücke in Sachen E-Mail Etikette.

Im Beitrag [Zeit sparen bei E-Mails - 10 effektive Maßnahmen](#) bin ich auf das effektive Management von E-Mails im Consulting-Alltag eingegangen. Mit diesem Artikel möchte ich Dir meine 33(!) Tipps für das professionelle Schreiben von E-Mails mit auf Deinen Beraterweg geben. Dabei gehe ich auf die einzelnen Bestandteile einer Nachricht ein und zeige Dir, wie Du diese in Deiner elektronischen Korrespondenz optimierst.

Adressaten - je weniger Empfänger desto besser

Ein meiner größten Fehler in jungen Berufsjahren war der Versand von zu vielen E-Mails. Ein Manager rühmte mich für meinen „Übereifer“, bat um weniger

Statusberichte aus dem Projekt. Aufgerüttelt durch diesen Weckruf fuhr ich meinen Ausstoß an Nachrichten systematisch zurück, komme heute auf durchschnittlich 15 Mails versendeten Mails pro Tag. Je weniger, so mein Credo, desto besser. Um dieses Ziel zu erreichen berücksichtige ich folgende Tipps.

Tipp 1: Eine E-Mail erfüllt zwei verschiedene **Funktionen**: einen Adressaten informieren und/oder bei diesem eine oder mehrere Aktionen auslösen. Info-Nachrichten können problemlos mehrere Empfänger haben, dedizierte Aktionsmails sollten dagegen nur einer Person zugestellt werden.

Tipp 2: Beherzige das Prinzip „**Eine E-Mail für ein Thema**“ (siehe [Webtipp](#)). Für den Empfänger erleichtertes dies die Suche, Verwaltung und Abarbeitung Deiner Nachrichten.

Tipp 3: Verwende das **CC (Carbon Copy)** Feld in Deinen E-Mails sehr sparsam. Setze eine Person genau dann in CC , falls diese die Nachricht als Info erhalten sollte.

Tipp 4: Antizipiere, wie die empfangenden Personen die **Adressatenliste** aufnehmen. Stelle in einem politisch herausfordernden Projektumfeld vor dem Absenden mit Deinem Kunden klar, wer die Nachricht erhalten soll und wer nicht.

Tipp 5: Falls Du eine E-Mail an mehrere Personen schickst, deren elektronische Adressen Du aber vertraulich halten willst, setze sie in das **Blind Carbon Copy (BCC)** Feld und Deine eigene Adresse in das „An“-Feld (z.B. bei Newslettern).

Tipp 6: Nutze die **Antworten-an-Alle**-Funktion Deines Mailprogramms sehr umsichtig. Überlege Dir genau wer über den Inhalt der Nachricht Bescheid wissen muss und wem die Mail tatsächlich nur die Zeit stiehlt.

Tipp 7: Leite E-Mails nur dann **weiter**, wenn Du sicher bist, dass der Versender der Weitergabe der Nachricht diesem ebenfalls zustimmen würde. Im Zweifelsfall kannst Du die Info auch mündlich weitergeben ohne das dabei ein elektronischer Nachweis entsteht.

Betreffzeile - klar und konkret

Obwohl nur aus wenigen Zeichen bestehend ist die Betreffzeile einer E-Mail sehr

wichtig. In ihr erfährt der Leser, um was es in der Nachricht geht. In meiner Laufbahn als Unternehmensberater habe ich meine Betreffzeilen durch nachfolgende Tipps immer weiter perfektionieren können.

Tipp 8: Ein optimaler **Betreff** ist kurz und konkret (siehe [Webtipp](#)), bezieht sich zudem auf ein Projekt, Meeting oder andere wichtige Aspekte der Zusammenarbeit.

Tipp 9: Eine gute Betreffzeile hilft Deinem Empfänger in Sekunden zu erkennen, ob es sich um eine **Informations- oder Aktionsmail** handelt.

Tipp 10: Möchtest Du eine **Aktion** auslösen verwendest Du Begriffe wie ‚Bitte um...‘, ‚ToDo:‘ oder ‚Aufgabe‘. Falls Du die Antwort auf eine Frage benötigst, versee Deinen Betreff mit einem ‚?‘ (z.B. „Meeting heute 15:00h?“)

Tipp 11: Überprüfe Deine **Betreffzeile** nachdem der Deine E-Mail redigiert hast. Fasst diese den Inhalt klar und prägnant zusammen? Weiß der Empfänger sofort, was zu tun ist?

Inhalt - in der Kürze liegt die Würze

Zentraler Bestandteil einer E-Mail ist ihr Inhalt. Wenig überraschend, dokumentiert dieser einen Sachverhalt. Neben der Dokumentationsaufgabe hilft mir das Schreiben eines E-Mailtextes zudem, das Thema besser zu durchdringen und zu reflektieren. Folgende Liste von Tipps berücksichtige ich.

Tipp 12: Halte Deine E-Mails kurz! Das spart Deinem Empfänger Lesezeit und (noch wichtiger) Dir Schreibzeit. Verweise stattdessen auf **weiterführende Dokumente** abgelegt auf der Projektplattform, im E-Mailanhang oder im Internet.

Tipp 13: Auch bei der **Satzlänge** solltest Du Dich kurz fassen. Bleibe pro Satz bei weniger als 12 Worten (siehe [Webtipp](#)). Vermeide Schachtelsätze, Begriffsverkettungen und Füllworte mit geringem Mehrwert (z.B. Attribute wie ‚umfassend‘, ‚ganzheitlich‘, ‚nachhaltig‘).

Tipp 14: Bei längeren Inhalten bediene ich mich gerne dem **„Bottom-Line-up-Front“-Prinzip**. Das wichtigste einer Nachricht steht ganz oben als separater Absatz. Anschließend folgen die Erklärungen und Details. Der Empfänger liest

somit bereits aus dem ersten Abschnitt heraus, um was es in der Nachricht geht. Wie bei einem Zeitungsartikel.

Tipp 15: Eine gute **Struktur** hilft dem Empfänger beim Lesen Deiner Nachricht. Gliedere Deine E-Mails: pro Absatz ein Gedanke, Leerzeilen zwischen den Absätzen, Auflistungen und Aufzählungen.

Tipp 16: Verwende für Deine E-Mailinhalte eine einfache und schlichte **Formatierung** (z.B. Schrift Arial mit der Größe 12). Dies stellt sicher, dass Deine Nachricht auch auf mobilen Geräten problemlos angezeigt werden.

Tipp 17: Formuliere Deine Texte klar, höflich und in der **Sprache Deines Kunden**. Nutze Abkürzungen nur, falls Du Dir sicher bist, dass der Empfänger diese tatsächlich kennt und unter ihnen das Gleiche versteht.

Tipp 18: Überlege Dir genau, was Du wie in einer E-Mail festhältst. Der Empfänger könnte Deinen Text missverstehen. Zudem besteht das Risiko, dass vertrauenswürdige Inhalte die Runde machen. Für das Weiterleiten und Teilen reichen Sekunden.

Tipp 19: Vermeide ganze Worte in **Großbuchstaben** zu setzen. Dies interpretieren Leser oft als Schreien. Auf der Baustelle mag so etwas angebracht sein, nicht aber für Dich als professionellen Berater.

Tipp 20: Ist eine Nachricht an mehrere Personen gerichtet denen Du **Aufgaben zuteilst**, verwende das Zeichen ‚@‘ (z.B. „@Herr Meier: Bitte Fertigstellung Protokoll bis 10.02.17).

Tipp 21: Füge E-Mails im beruflichen Umfeld immer eine **Signatur** mit bei. Nutzt Du ein E-Mailkonto Deines Kunde, frage nach ob Du eine spezifische Dienstleistersignatur verwenden musst.

Tipp 22: Seit 2007 gelten für den geschäftlichen E-Mailverkehr gesetzliche **Formvorschriften** (siehe [Webtipp](#)). So müssen beispielsweise Rechtsform und Sitz einer Organisation, Registergericht und die Handelsregisternummer sowie die Vor- und Nachnamen der Geschäftsführer angegeben werden. Höchstwahrscheinlich sind diese Infos Bestandteil Deiner Signatur.

Anhänge - nur, wenn unbedingt nötig

Dateianhänge in E-Mails sind beliebt. Schnell lassen sich so Präsentationen, Dokumente oder Tabelle austauschen. Sucht man dann eine Datei, wird zunächst im Mailprogramm recherchiert. Vermeide das Prinzip „E-Mail-Backup“ durch nachfolgende Maßnahmen.

Tipp 23: Mailprogramme sind keine Content Management System. Im Projektalltag gehören Anhänge auf die **Austauschplattform** (z.B. SharePoint) und sollten von der E-Mail aus referenziert werden.

Tipp 24: Einige Unternehmen konfigurieren ihre E-Mailkonten so, dass diese Nachrichten mit zu großen Anhängen ablehnen. Andere filtern Mails mit Dateien sofort als **Spam** heraus. Falls die E-Mail wichtig ist, z.B. bei einem Angebot, frage lieber noch einmal nach ob diese auch eingetroffen ist.

Tipp 25: Versehe einen Anhang mit einem prägnanten zum Inhalt der E-Mail passenden **Dateinamen**. Damit beugst Du vor, das Deine Nachricht vom Leser als Spam aufgefasst wird.

Tipp 26: Vermeide Anhänge als **ZIP Datei** zu verpacken. Ersten kostet das Entpacken dem Empfänger Zeit. Zweitens sind viele Formate wie PowerPoint, Excel oder PDF bereits von Haus aus komprimiert. Und drittens lassen sich gezippte Inhalte nur schwer auf Smartphones und Tablets anzeigen.

Tipp 27: Bezieht Du Dich beim Schreiben Deiner E-Mail auf einen **noch anzufügende Datei**, hänge diese unmittelbar an. Zu oft passiert es, dass in Nachrichten auf den Anhang eingegangen wird, welcher der Mail aber nicht beiliegt.

Eigenschaften - Normal ist Trumpf

E-Mailprogramme wie Microsoft Outlook bieten allerlei Schnickschnack-Funktionen für eine elektronische Nachricht an. Ich selbst lasse die Finger von diesen Sondereigenschaften und beherrsige bei meinen Mails diese Tipps.

Tipp 28: Verzichte auf die **Lesebestätigung** für eine Nachricht. Häufig irritiert diese den Empfänger bzw. provoziert auf dessen Seite Missstimmung. Wer will schon gern vorgeschrieben bekommen den Erhalt einer Mail zu quittieren.

Tipp 29: Die **Priorität** einer E-Mail ist immer subjektiv. Versehe Deine E-Mail daher nicht mit einer hohen sondern mit normaler oder (speziell bei Info-Nachrichten) geringen Priorität. Ist der Inhalt Deiner Nachricht wirklich wichtig, greife lieber zum Telefonhörer.

Tipp 30: Auch **Spezialeigenschaften** wie „Sensitivität“ (vertraulich, privat, etc.) solltest Du auf dem Zustand Normal belassen. Nicht jedes Mailprogramm kann diese Merkmale anzeigen.

Versand - finale Qualitätskontrolle

Die E-Mail ist ein asynchrones Kommunikationsmittel. Das heißt, Sender und Empfänger können parallel arbeiten und sind nicht auf den Erhalt der Nachricht angewiesen. Generell solltest Du Deiner Rolle als Dienstleister gerecht werden und Nachrichten innerhalb 24h beantworten. Genug Zeit, um vor den Klick auf den Sende-Button folgende Tipps zu beherzigen.

Tipp 31: Verfasse Deine E-Mail in einer ruhigen **Gemütslage**. Bis Du emotional bewegt bzw. gar wütend versende die Nachricht auf keinen Fall. Im Gegensatz zu einem Telefonanruf dokumentiert E-Mail die ausgetauschten Inhalte auch noch bis Jahrzehnte nach der Konversation.

Tipp 32: Überprüfe vor dem Absenden Deiner Nachricht noch einmal **Grammatik & Orthographie**. Gängige E-Mailprogramme helfen Dir bei dieser Aufgabe.

Tipp 33: Versende inhaltlich substantielle und wichtige E-Mails nicht sofort sondern lasse diese für einige Zeit in Deinem **Postausgang** liegen. Beim Verfassen weiterer Nachrichten fallen Dir sicherlich noch Punkte ein, die ebenfalls wichtig für diese E-Mail sind.

Fazit

Für Unternehmensberater gehört das Schreiben von E-Mails zum Arbeitsalltag wie für den Taxifahrer das chauffieren von Personen. Es lohnt sich daher, richtig gut in dieser Consulting-Disziplin zu werden. Kurz- und Mittelfristig profitieren die Empfänger Deiner E-Mails von Deinen Optimierungen. Längerfristig sollte ihre Zufriedenheit den Weg zurück zu Dir finden und sich positiv auf Deine Laufbahn auswirken.

> Du hast weitere Tipps für bessere E-Mails? Immer her damit. Die Leser und ich freuen sich über Deinen Hinweis als Kommentar.