

PROFESSIONELLE DIGITALE KOMMUNIKATION

E-Mails: 10 Handlungsempfehlungen für den effektiven Umgang

von StB Stefan Lami, Tirol

| Die E-Mail ist aus dem Kanzleialltag nicht mehr wegzudenken. Sie ist eines der meist genutzten Kommunikationsmittel und ermöglicht eine rasche sowie effektive Verständigung. Gleichzeitig empfinden viele Steuerberater und deren Mitarbeiter die elektronische Post als enormen Zeitkiller. Nun stellt sich die Frage, was man tun kann, damit die eigene digitale Mitteilung kein Produktivitätskiller, sondern effektiv ist. KP gibt die Antwort. |

E-Mail: einer der 10 größten Produktivitätskiller im Alltag

Die Erfahrungen und Befragungsergebnisse aus Produktivitäts-Workshops mit mehr als 50 Kanzleien aus Österreich, Deutschland und der Schweiz zeigen, dass die E-Mail – falsch eingesetzt – zu den Top 10 der größten Produktivitätskiller im Arbeitsalltag zählt. Das Erhalten von Spams, Nachrichten, die besser und effektiver auf einem anderen Kommunikationsweg hätten mitgeteilt werden können, das In-Kopie-gesetzt-Werden bei irrelevanten Nachrichten und unnötig lange E-Mails rauben kostbare Arbeitszeit.

Verwendet man das Kommunikationswerkzeug E-Mail dagegen richtig und achtet sowohl auf die verschiedenen Bestandteile als auch auf die Kommunikation, kann man das volle Potenzial ausschöpfen. Dabei unterstützen Sie die folgenden 10 Handlungsempfehlungen.

1. Wählen Sie das richtige Kommunikationsmittel aus

Bevor Sie eine E-Mail verfassen, überlegen Sie sich, ob es der sinnvollste und produktivste Weg für die Übermittlung der Information ist. Oftmals sind ein Anruf oder ein persönliches Gespräch weitaus effektiver. Spätestens nach der zweiten Rückantwort verkürzt ein Gespräch die Klärung des Problems.

2. Denken Sie an die Empfänger

Wählen Sie die Zahl der Empfänger ganz nach der Maxime „so groß wie nötig, aber so klein wie möglich“. Setzen Sie die „in Kopie“-Funktion mit Vorsicht ein und seien Sie mit der Empfängeranzahl sparsam. Senden Sie die Nachricht nur an jene Personen, für die die Information wirklich wichtig ist. Fragen Sie sich selbst: Ist der Inhalt für alle Empfänger relevant?

3. Verfassen Sie einen aussagekräftigen Betreff

Versenden Sie digitale Nachrichten nur mit einer aussagekräftigen Betreffzeile. Die Empfänger sollten sofort erkennen, worum es in der E-Mail geht. Formulieren Sie den Betreff kurz und bündig.

Falsch eingesetzte
E-Mails rauben
kostbare Arbeitszeit

Oft sind ein Anruf
oder ein persönliches
Gespräch
effektiver

Ihr Anliegen auf den
Punkt gebracht

4. Sprechen Sie direkt an

Schreiben Sie stets an eine konkrete Ansprechperson oder im Zweifelsfall an eine Personengruppe. Vermeiden Sie die unpersönliche Formulierung „Sehr geehrte Damen und Herren“ – damit kann man den Empfänger nicht direkt ansprechen und diese Anrede wird oftmals als altmodisch empfunden. Ein einfaches „Hallo Herr/Frau ...“ oder „Liebe/Lieber ...“ kann eine willkommene Abwechslung sein. Setzen Sie es aber nur ein, wenn Sie mit dem Empfänger bereits vertraut sind. Vergewissern Sie sich außerdem, dass Sie den Namen in der Anrede richtig geschrieben haben.

Vermeiden Sie unpersönliche Formulierungen

5. Strukturieren Sie Ihre E-Mail

Eine gut formulierte und durchdachte Nachricht hat eine klare Struktur. Zu Beginn einer digitalen Nachricht sollten die wichtigsten Informationen gegeben werden, denn die Empfänger möchten wissen, warum sie kontaktiert wurden und worum es sich handelt. Beantworten Sie in einem Satz oder wenigen Sätzen die W-Fragen (Wer? Wie? Was? Wieso? Wo? Wann?). Anschließend werden detailliertere Informationen aufgeschlüsselt, Fragen gestellt und auf den Anhang verwiesen. Dieser Teil der E-Mail enthält alles Wissenswerte und Relevante für die Empfänger. Beachten Sie dabei, welches Vorwissen diese haben könnten und betonen Sie stets den Nutzen, den Sie anbieten. Behandeln Sie, soweit wie möglich und sinnvoll, nur ein Thema pro Nachricht. Dadurch können die digitalen Mitteilungen thematisch sortiert werden. Klären Sie das weitere Vorgehen, wie Sie verbleiben möchten und verfassen Sie am Ende Ihrer Mitteilung eine individuelle Schlussformel. Bleiben Sie stets freundlich und nutzen Sie die Satzsätze, um Ihre Nachricht abzurunden.

Eine gut formulierte und durchdachte Nachricht hat eine klare Struktur

Bei beruflichen E-Mails ist eine Signatur mit Ihren Kontaktdaten Pflicht. Stellen Sie sicher, dass die Daten korrekt sind und mit anderen Informationen übereinstimmen, z. B. der offiziellen Homepage der Kanzlei. Die Signatur sollte nicht zu lang sein und keine überflüssigen Abbildungen oder Textabschnitte enthalten, damit der Schriftverkehr nicht zu lang oder unübersichtlich wird.

6. Fassen Sie sich kurz

Strukturieren Sie Ihre Mitteilung und verzichten Sie auf unnötige Informationen. Halten Sie sich vor Augen, dass Ihre E-Mail den Anspruch erfüllen soll, effizient Informationen zu übermitteln. Formulieren Sie Ihre Sätze präzise und auf den Punkt. Alles, was mehr Text braucht, ist nicht genügend durchdacht. Komplexe Ausdrücke werden eher überflogen als genau durchgelesen.

Formulieren Sie Ihre Sätze präzise und auf den Punkt

7. Formatieren Sie Ihre E-Mail

Das Auge liest mit! Gestalten Sie Ihre elektronische Mitteilung im Corporate Design Ihrer Kanzlei und sparen Sie nicht mit Leerzeilen oder Aufzählungszeichen. Nutzen Sie Elemente und Funktionen der Formatierung für die Strukturierung und Lesefreundlichkeit Ihres Inhalts. Beachten Sie, dass der Inhalt so gestaltet werden sollte, dass er auch auf mobilen Geräten lesbar ist. Setzen Sie deshalb Farben, Bilder, Rahmen oder Muster nur sparsam ein.

Sparen Sie nicht mit Leerzeilen oder Aufzählungszeichen

8. Beachten Sie Formulierungen und Ausdrucksweise

Achten Sie darauf, professionell, höflich und freundlich zu sein. Vermeiden Sie Abkürzungen oder verwenden Sie sie nur, wenn Sie sicher sind, dass alle Empfänger deren Bedeutung kennen. Verwenden Sie bei formeller digitaler Kommunikation keine Emoticons (Smileys). Diese können unprofessionell wirken und an der falschen Stelle zu kommunikativen Missverständnissen führen. Verwenden Sie keine multiplen Satzzeichen wie z. B. „!!“ oder „??“. Diese werden häufig als unhöflich empfunden.

Die E-Mail ist ein offizielles Unternehmensdokument und wird deshalb mit derselben Seriosität und Professionalität wie ein Brief verfasst. Nehmen Sie sich daher die Zeit, Rechtschreibung und Grammatik zu prüfen. Drücken Sie sich klar aus. Versuchen Sie stets, einen guten Eindruck bei den Empfängern zu hinterlassen und Ihre Form der Wertschätzung auszudrücken.

9. Antworten Sie innerhalb eines angemessenen Zeitraums

Zögern Sie nicht zu lange, Ihrem Kommunikationspartner zu antworten. Lange Wartezeiten oder gar keine Rückmeldungen können negativ und desinteressiert wirken. Falls die Erledigung einer Aufgabe länger dauert, bestätigen Sie den Erhalt der E-Mail und teilen Sie mit, wann Sie den Sachverhalt bearbeiten werden. Damit Sie gute Geschäftsbeziehungen kommunikativ aufrechterhalten, antworten Sie auf eine E-Mail in einem angemessenen Zeitraum von 1 bis maximal 2 Werktagen. Falls in der Flut an Mails eine Nachricht untergeht, entschuldigen Sie sich für die verspätete Antwort.

Beachten Sie | Diese 9 Handlungsempfehlungen können Ihnen dabei helfen, Ihre E-Mails so zu gestalten und zu formulieren, dass kostbare Arbeitszeit gespart wird. Damit Sie die Aufmerksamkeit Ihres Kommunikationspartners aufrechterhalten, sollten Sie aber auch die 10. Empfehlung beherzigen.

10. Das sollten Sie bei einer digitalen Nachricht vermeiden

Vermeiden Sie unbedingt:

- Lange und verschachtelte Sätze
- Fremdwörter
- Fachchinesisch
- Ausrufezeichen und multiple Satzzeichen
- Wörter in Großbuchstaben
- Ironie und Sarkasmus
- Unnötiges „In-Kopie-Setzen“

FAZIT | Die digitale Post ist eine der am häufigsten genutzten Kommunikationsformen im Arbeitsalltag. Jede E-Mail repräsentiert mit Inhalt, Aufbau und Aussehen Ihre Kanzlei nach außen hin. Deshalb ist der richtige Umgang damit so wichtig. Außerdem werden Sie durch die Beachtung der 10 Handlungsempfehlungen nicht nur effektiver, sondern verbessern auch die Mandantenkommunikation und -beziehung.

Seien Sie professionell und vermeiden Sie kommunikative Missverständnisse

Die E-Mail ist ein offizielles Unternehmensdokument

Angemessen ist ein Zeitraum von 1 bis maximal 2 Werktagen

Sie verbessern auch die Mandantenkommunikation und -beziehung