

# Aufmerksamkeit garantiert. Mit diesen 5 Tipps glänzen KMU in der E-Mail-Flut

**E-Mails gehören für KMU zum Alltag. Doch wie gelingt es, selbst in der grössten E-Mail-Flut positiv aufzufallen? Korrespondenz-Expertin Andrea Kern teilt anhand eines konkreten Beispiels 5 Tipps, wie aus herkömmlichen E-Mails echte Hingucker werden.**

Laut einer Studie des Branchenverbandes Bitkom erhalten Berufstätige durchschnittlich 42 E-Mails pro Tag. Bei 8 Prozent der Berufstätigen sind es täglich sogar mehr als 100 E-Mails. Kein Wunder, geht so manche Nachricht in der E-Mail-Flut unter. Es lohnt sich deshalb, sich zu überlegen: Wie stelle ich sicher, dass meine E-Mail im Posteingang auffällt – und tatsächlich gelesen und beantwortet wird? Das folgende Beispiel einer Antwort auf eine Anfrage vermittelt 5 Tipps, wie dies gelingen kann:

## BEISPIEL

An: Maria Stalder  
Betreff: «Clevercar»: Prospekt und Aktion für Sie

---

«Clevercar»: Prospekt und Aktion für Sie

Grüezi Frau Stalder

Wie schön, dass Sie sich mit dem «Clevercar» auseinandersetzen. Ihre Anfrage schätzen wir sehr – vielen Dank.

Die Ausstattungsvarianten und Preise finden Sie auf den Seiten 13 bis 19 des Prospektes. Bitte beachten Sie ausserdem:

<b>Konfigurator</b>	Der «Clevercar» lässt sich an Ihre Wünsche anpassen. Dazu steht der <u>automatisierte Konfigurator</u> rund um die Uhr für Sie bereit.
<b>Herbst-Aktion</b>	Vom 15. bis 31. Oktober 20** profitieren Sie von einem günstigen Leasing von 1,5%.
<b>Probefahrt</b>	Wollen Sie sich selbst hinter das Steuer setzen und den «Clevercar» live erleben? Dann <u>buchen Sie gerne Ihre Probefahrt</u> .

Wir freuen uns, wenn der «Clevercar» auch Sie mit seinem Comfort, Stil und Fahrvergnügen überzeugt. Und: Ihre Fragen zu diesem umweltfreundlichen Fahrzeug sind herzlich willkommen.

Bis bald bei uns in (Standort)

(Signatur)

**Ausgangslage:** Die Garage Clever hat eine Anfrage von Maria Stalder für das Fahrzeug «Clevercar» erhalten. Damit ihre Antwort bei Maria Stalder gut ankommt, berücksichtigt sie beim Schreiben diese 5 Tipps:

### Tipp 1: Betreff konkret formulieren

Eine wirkungsvolle E-Mail fängt bei der Betreffzeile an. Ist diese gut getextet, so erhält die E-Mail die gewünschte Aufmerksamkeit. Dabei gilt: Die lesende Person sollte auf einen Blick erkennen können, worum es in der E-Mail geht. Je konkreter die Betreffzeile ausfällt, desto besser. Die Garage Clever schreibt daher nicht nur «Informationen Clevercar», sondern weist in der Betreffzeile bereits auf die Aktion hin – und bezieht mit dem Text «für Sie» Maria Stalder mit ein.

### Tipp 2: Betreff augenfällig gestalten

Viele Berufstätige glauben, der Betreff bei E-Mails könne nicht visuell hervorgehoben werden. Doch der Schein trügt. Es gibt mitunter einen einfachen Weg, um die Betreffzeile augenfällig zu gestalten. So können wir den Betreff zu Beginn der E-Mail wiederholen – also vor der Anrede.

Diesen Weg hat auch die Garage Clever gewählt, denn so konnte sie auch ihre Branding-Farben sowie die Hausschrift verwenden. Hinweis: Diese

Art von Betreffzeile sollte nicht bei jeder E-Mail eingesetzt werden. Sie eignet sich vor allem für wichtige E-Mails wie Einladungen, Angebote, bedeutende Ankündigungen oder Werbe-E-Mails.

### Tipp 3: Floskelfrei einsteigen

Nach dem Betreff entscheidet der Einstieg darüber, ob weitergelesen wird oder nicht. Gerade von Floskeln wie «Wir beziehen uns auf ...» oder «Wir danken für Ihr Interesse an ...» wie auch «Vielen Dank für Ihre Anfrage» ist abzuraten. Denn diese haben wir bereits tausendfach gelesen. Die Garage Clever setzt hier auf einen frischen Einstieg, um Maria Stalder persönlich und wertschätzend anzusprechen.

### Tipp 4: Kernbotschaft visuell hervorheben

Entscheidend für den Erfolg einer E-Mail ist auch deren Gestaltung. Insbesondere die Kernbotschaft sollte klar herauskommen. In unserem Beispiel möchte die Garage Clever gleich 3 Kernbotschaften vermitteln: den Konfigurator, die Herbst-Aktion sowie die Probefahrt. Sie setzt daher auf eine zweiseitige Tabelle, um diese 3 Kernbotschaften visuell hervorzuheben.

### Tipp 5: Gruss individualisieren

«Freundliche Grüsse» ist als Grussformel weit verbreitet und sicher universell einsetzbar. Allerdings kann es sich lohnen, eine individuelle Grussformel anstelle dieser allgemeinen zu verwenden. Die Garage Clever betont beispielsweise mit der Grussformel «Bis bald bei uns in (Standort)» ihr Angebot für ein persönliches Gespräch oder einer Probefahrt.

### Fazit

Wer in der E-Mail-Flut auffallen will, sollte sich fernab vom Einheitsbrei bewegen. Textlich wie auch visuell. Dann steht der erhöhten Aufmerksamkeit nichts mehr im Wege.

### Mehr Ideen und Mustertexte?



Fachbuch von Andrea Kern  
«Frischer Wind für E-Mails und Briefe»  
textbox. 2024  
168 Seiten plus digitales Arbeitsbuch Fr. 64.50  
ISBN-Nr. 978-3-9525506-1-8  
bestellbar unter [www.textbox.ch](http://www.textbox.ch)

### Wort & Stil · Andrea Kern

Korrespondenz-Seminare · Bewerbungscoaching  
Eichbühlhangstrasse 6 · 9602 Bazenhaid  
Telefon 078 654 41 81 · [andrea.kern@wortundstil.ch](mailto:andrea.kern@wortundstil.ch) · [www.wortundstil.ch](http://www.wortundstil.ch)