



## 9 Tipps für gute E-Mails

Im HR läuft ein grosser Teil der schriftlichen Kommunikation über E-Mails. Das ist natürlich nichts Neues. Allerdings wird oft zu wenig berücksichtigt, dass bei E-Mails andere Schreibgrundsätze gelten als bei Briefen. Welche das sind und was gute E-Mails sonst noch ausmacht, zeigt dieser Beitrag.

■ Von Andrea Kern



Es ist schon eine Krux: Seit den 70er-Jahren schicken wir einander E-Mails. Dabei herrscht viel Unsicherheit darüber, welche Schreibgrundsätze eigentlich für E-Mails gelten. So schreiben wir E-Mails oft in derselben Weise wie einen Brief. Oder aber wir lassen die E-Mail zu einer knappen, oft salopp daherkommenden Textnachricht verkommen.

Hinzu kommt: Eine E-Mail lesen wir nicht wie einen Brief ab Papier, sondern am Bildschirm. Eine E-Mail ist also ein Onlinetext. Und nur schon deshalb gelten hier andere Regeln. Welche das sind und was generell zu guten E-Mails beiträgt, erfahren Sie in den 9 Tipps:

### 1. Passen Sie den Betreff an den Inhalt an. Jedes Mal.

Im Unterschied zum Betreff bei Briefen haben wir bei einer E-Mail weniger Spielraum. Können wir im Brief kreativ sein oder auch mal zwei Betreffzeilen formulieren, so sind wir bei einer E-Mail hinsichtlich Länge und Inhalt ein-

geschränkt. Zu ausgefallene Betreffzeilen landen gerne im Spam-Ordner. Und in Zeiten von Mobile wird ein langer Betreff schnell einmal unvollständig angezeigt. Maximal 50 Zeichen sind hier empfehlenswert.

In E-Mails treffen wir zudem öfter auf Konstellationen wie «Aw: Aw: Fwd: Aw: Fwd: Kurze Frage zum Arbeitsvertrag». Der Betreff wird also mitgenommen, obwohl es im Inhalt schon längst um etwas anderes geht. Auch immer wieder gesehen werden unklare Betreffzeilen wie «Unser gestriges Gespräch» oder «Antworten auf Ihre Fragen».

Dabei gilt: Der Betreff entscheidet letztlich darüber, ob und wie schnell die Nachricht gelesen wird bzw. mit welcher Wichtigkeit sie wahrgenommen wird. Es lohnt sich daher, den Betreff klar, sachlich und eindeutig zu formulieren. Die Empfängerin, der Empfänger soll auf den ersten Blick erkennen, worum es in der E-Mail geht.

Hilfreich ist beispielsweise, wenn Sie das Thema im Betreff zuerst schreiben und den Inhalt nach einem Doppelpunkt konkretisieren. Zum Beispiel so:

- Arbeitsvertrag A. Muster: zwei Angaben fehlen
- Teamsitzung HR: neu am 12.05.20\*\*
- Personalabend: 3 Fragen zur Organisation
- Einführung A. Muster: Programm zur Prüfung
- Arbeitszeugnis:  
5 Tipps für gute Formulierungen

### 2. Schreiben Sie immer eine Anrede. Mit einer Ausnahme.

Die angeschriebene Person mit ihrem Namen anzusprechen, hat viel mit Wertschätzung zu tun. Daher darf auch die Anrede in E-Mails nicht fehlen. Die einzige Ausnahme sind sogenannte Ping-Pong-E-Mails – das heisst, wenn Sie sich mit einer Person über eine Sache mit mehreren E-Mails pro Tag austauschen.

Bei der Wahl der Anrede richten Sie sich am besten nach der angeschriebenen Person. Wie möchte diese wohl von Ihnen angesprochen werden? Oft fällt heute die Wahl auf ein «Guten Tag Frau Muster», ein «Grüezi Frau Muster» oder ein «Guten Morgen Frau Muster». Aber auch ein «Sehr geehrte Frau Muster» ist allenfalls die richtige Anrede. Besteht der Kontakt bereits etwas länger, hat ein «Liebe Frau Muster» oder ein «Hallo Frau Muster» sicher auch mal Platz. Sind Sie hingegen schon beim Du, sind Anreden wie «Liebe Anna», «Hallo Kurt» oder «Guten Morgen Maria» geläufig.

Wichtig dabei ist: Eine E-Mail soll nicht viel lockerer daherkommen als ein Brief (vgl. auch Tipp 9). Nehmen Sie daher am besten dieselbe Anrede für eine Person, mit der Sie sie auch in einem Brief anschreiben würden.

### 3. Beschränken Sie sich auf maximal 15 Wörter pro Satz.

Erst mal vorweg: Onlinetexte werden nicht gelesen, sondern gescannt. Das bedeutet, dass wir E-Mails in der Regel nicht von A bis Z durchlesen, sondern sie mehr überfliegen und mit den Augen nach wichtigen Informationen abscaffen. Warum ist das so? Das Lesen am Bildschirm ist viel anstrengender, als wenn wir einen Printtext vor uns haben.



Entsprechend sollten wir unsere Texte dem Online-Leseverhalten anpassen. Das heisst: Schreiben Sie kürzere Sätze als in Briefen. Oder konkret: Liegt bei Printtexten die Obergrenze bei 25 Wörtern pro Satz, sind es bei Onlinetexten wie E-Mails nur 15 Wörter pro Satz.

Aber Achtung: Der Schreibstil sollte auch bei kürzeren und einfacheren Sätzen nicht leiden. Ein «Bitte» und «Danke» hat immer Platz, und das Ganze darf nicht salopp oder abgedroschen klingen. Auch lohnt es sich, einen gewissen Rhythmus in den Text zu bringen. Dies erreichen Sie, wenn Sie mit den Satztlängen innerhalb der E-Mail variieren.

#### 4. Strukturieren Sie die E-Mail anders als einen Brief.

Wie erwähnt: Am Bildschirm lesen wir anders als auf Papier. Wir hüpfen von einer Stelle zur nächsten, sind rasch abgelenkt und überfliegen E-Mails mehr, als dass wir sie wirklich durchlesen. Ausserdem: Nichts ist mühsamer für die Augen als ein grosser Textblock.

Entsprechend gut strukturiert sollte eine E-Mail sein. Das bedeutet: Machen Sie mehr Absätze als in einem Brief und trennen Sie diese jeweils mit einer Leerzeile. So geben Sie der E-Mail eine gute Struktur und erleichtern der Empfängerin, dem Empfänger das Lesen. Arbeiten Sie zudem mit Zwischentiteln, Tabellen und Aufzählungen und heben Sie Wichtiges fett hervor.

#### 5. Verwenden Sie möglichst wenige Kommas.

Die gute Nachricht: Wer klar und verständlich schreibt, braucht nicht mehr so viele Komma-regeln im Kopf zu haben. Gerade bei E-Mails sind einfache Sätze willkommen. Ellenlange Ausführungen und verschachtelte Formulierungen hingegen kosten viel Zeit beim Lesen und führen oft zu Missverständnissen. Aber auch hier gilt: Die Höflichkeit und der Stil dürfen nicht darunter leiden.

#### 6. Schreiben Sie mit Arial, Calibri & Co.

Was nützt die schönste Schrift, wenn man sie nicht lesen kann? Die gute Lesbarkeit sollte das wichtigste Kriterium bei der Schriftwahl sein. Serifenschriften mit «Füsschen» wie Times New Roman werden vor allem bei Printtexten wie Zeitungen oder Zeitschriften verwendet. Am Bildschirm stellen Serifenschriften hingegen ein Problem dar, da sie oft nicht optimal dargestellt werden. Hier sind Sie mit serifenlosen Schriften wie Arial oder Calibri viel besser bedient.

#### 7. Seien Sie zurückhaltend mit Hervorhebungen.

Unterstrichen, kursiv, fett, farbig: Es gibt viele Möglichkeiten, Textpassagen in einer E-Mail zu betonen. Allerdings eignen sich nicht alle für das Lesen am Bildschirm. So ist beispielsweise Kursivschrift nicht gut lesbar, viel Farbe wird oft als unprofessionell empfunden, und Unterstreichungen gelten als veraltet. Was bleibt, ist die Fettschrift. Oder Sie arbeiten vermehrt mit Aufzählungen, Tabellen und Zwischentiteln.

#### 8. Schreiben Sie eine E-Mail pro Thema.

Vermutlich kennen Sie das: Sie schreiben eine E-Mail und erhalten nur auf die Hälfte Ihrer Fragen eine Antwort. Oder bei Aufforderungen wird nur ein kleiner Teil erfüllt. Dies geschieht oft dann, wenn wir verschiedene Themen in einer E-Mail miteinander vermischen.

Ein Beispiel: HR-Assistentin Sarah bittet ihre Kollegin Judith in einer E-Mail um drei fehlende Angaben zu einem Arbeitsvertrag. Gleichzeitig fragt sie in derselben E-Mail, ob der Stellenbeschrieb bereits fertig sei. Sarah erhält nur die Antworten auf die fehlenden Angaben. Die Sache mit dem Stellenbeschrieb geht hingegen unter.

Dieses Beispiel zeigt: Gerade in Konstellationen wie diesen lohnt sich eine separate E-Mail – in unserem Beispiel zum Thema Stellenbeschrieb. Die Chance, dass die zweite Bitte übersehen wird, reduziert sich damit enorm – nur schon allein deshalb, da ein separater Betreff gewählt werden kann.

#### 9. Verwenden Sie denselben Schreibstil wie bei Briefen.

Und zu guter Letzt: Oft haben wir das Gefühl, eine E-Mail viel lockerer schreiben zu können als einen Brief. Nehmen wir beispielsweise im Brief «Sehr geehrter Herr Muster» als Anrede, wählen wir für die E-Mail lieber «Guten Tag Herr Muster». Aber ist das wirklich so korrekt?

Die Antwort lautet: Jein. Natürlich sind E-Mails etwas kürzer und direkter formuliert als Briefe. Was aber zum guten Ton bei Briefen gehört, sollte auch bei E-Mails umgesetzt werden. Gerade was die Anrede angeht, so ist nicht das Medium entscheidend, sondern die Person, die angeschrieben wird. Und auch alle anderen Korrespondenzregeln wie «Sie-Stil vor Wir-Stil», «Verben statt Nomen», «Aktiv vor Passiv» etc. gelten für E-Mails natürlich genauso wie für Briefe.

Alle Tipps auf einen Blick
1. Passen Sie den Betreff an den Inhalt an. Jedes Mal.
2. Schreiben Sie immer eine Anrede. Mit einer Ausnahme.
3. Beschränken Sie sich auf maximal 15 Wörter pro Satz.
4. Strukturieren Sie die E-Mail anders als einen Brief.
5. Verwenden Sie möglichst wenige Kommas.
6. Schreiben Sie mit Arial, Calibri & Co.
7. Seien Sie zurückhaltend mit Hervorhebungen.
8. Schreiben Sie eine E-Mail pro Thema.
9. Verwenden Sie denselben Schreibstil wie bei Briefen.



#### AUTORIN

**Andrea Kern** sorgt für frischen Wind in der schriftlichen Kommunikation. Sie schult Führungskräfte, Mitarbeitende und Privatpersonen in moderner Korrespondenz und schreibt für Unternehmen. Sie ist Texterin, Corporate Writer, HR-Fachfrau und Ausbilderin mit eidg. Fachausweis sowie Inhaberin von Wort & Stil. Andrea Kern. [www.wortundstil.ch](http://www.wortundstil.ch)