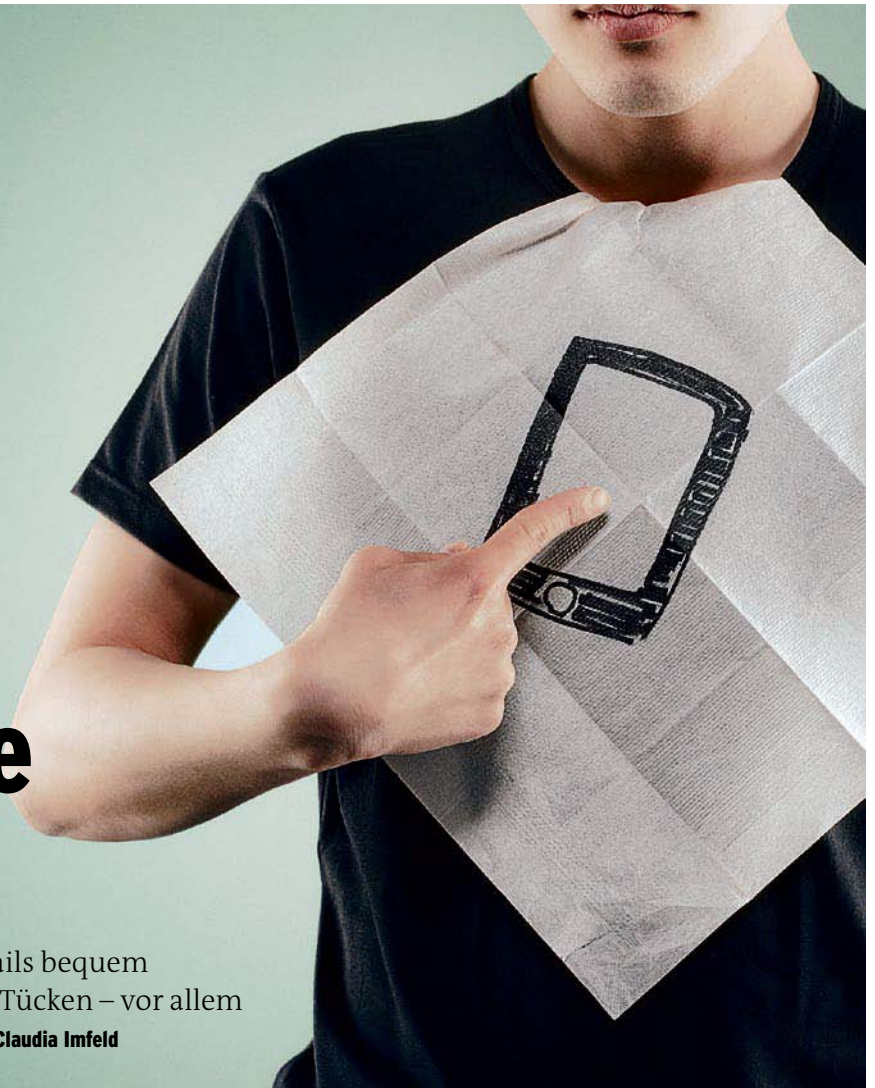


Anstand: Was bei Tisch gilt,
gilt auch beim Smartphone.

Der Knigge für Mails

Mit dem Smartphone lassen sich Mails bequem von unterwegs verschicken. Das hat Tücken – vor allem wenns um Geschäftliches geht. **Text: Claudia Imfeld**



Fast die Hälfte der Bevölkerung der Schweiz zwischen 15 und 74 Jahren besitzt inzwischen ein Smartphone. Die Mobilgeräte, mit denen man immer und überall schnell ins Internet kann, spielen auch im Berufsalltag eine zunehmend wichtige Rolle, wie etwa die Accenture-Studie «Mobile Web Watch 2011» zeigt. Gerade geschäftlich werden die Telefone besonders häufig auch für mobile Internetdienste genutzt.

Sehr beliebt ist es, über das Smartphone Mails abzurufen – und diese auch gleich zu beantworten. Doch was da verschickt wird, löst bei manch einem Empfänger Stirnrunzeln aus. Denn die Texte sind oft gespickt mit Fehlern, die Signatur und manchmal auch die Anrede fehlen, es

wird konsequent kleingeschrieben – und der Stil erinnert nur entfernt an die in Geschäftskorrespondenz übliche Förmlichkeit. Kurz: Von Smartphones versandte E-Mails kommen beim Empfänger häufig salopp und unhöflich an.

Kleine Tastatur, viele Fehler

Das stellt auch der Kommunikationsberater Moritz Freiherr Knigge fest, ein Nachkomme von Adolph Freiherr Knigge, dessen im 18. Jahrhundert verfasste Schrift «Über den Umgang mit Menschen» zur Bibel für Anstand und Benehmen wurde. «Das Schreiben auf der kleinen Bildschirmtastatur ist schwierig», erklärt Knigge. «Das führt zu vielen Tippfehlern und dazu, dass sich die Leute kurzfassen wollen und auf

angeblich «Unnötiges» verzichten.» Moritz Knigge hält das für unklug – auch wenn «keine Benimmregel in Beton gegossen ist». Er ist überzeugt, dass sich mit formal korrekten E-Mails Ärger vermeiden lasse. Es sei gut möglich, dass der Empfänger auf Etikette nicht viel gebe – «aber solange ich das nicht weiss, bin ich mit einer höflichen Anrede, korrekter Rechtschreibung und einem netten, persönlich gefärbten Schlusssatz auf der sicheren Seite». Firmen rät Knigge, die automatische Rechtschreibprüfung für obligatorisch zu erklären: «So lassen sich viele Fehler auf einfache Weise vermeiden.»

Für einen anderen Weg hat sich ein international tätiges Beratungsunternehmen entschieden. In den E-Mails, die die Mit-

Schreiben mit dem Smartphone: Das sollten Sie beachten

- Überlegen Sie sich stets, wer der Adressat ist und wie viel Förmlichkeit passend ist. Beim ersten E-Mail-Kontakt ist ein «Sehr geehrte/r...» angebracht. Später darf es auch ein informelleres «Hallo» sein.
- Lesen Sie jede E-Mail - egal, wo Sie sie schreiben - vor dem Versenden nochmals durch. Zu viele Tippfehler schaden Ihrem Ruf und jenem des Arbeitgebers.
- Auf Smileys und andere sogenannte Emoticons sowie auf Verstärkungen wie «!!!» oder «???» sollten Sie verzichten - es sei denn, Sie kommunizieren häufig mit dem Empfänger.
- Aktivieren Sie in den Einstellungen des Mobiltelefons das Rechtschreibprogramm, zum Beispiel «Allgemein» → «Tastatur» → «Korrektur» oder «Optionen» → «Rechtschreibprüfung» oder beim Schreiben von Mails «Menü» → «Rechtschreibung».
- Aktivieren Sie den Vermerk «von meinem ... gesendet», etwa unter «(Mail-)Einstellungen» → «Mail(-Optionen)» oder «Versenden von Nachrichten» → «Signatur».
- Auf eine Signatur mit Firmenname, Adresse, Telefon et cetera können Sie bei Mailantworten hingegen verzichten - der Empfänger hat ja Ihre Mailadresse.

arbeiter von ihren Mobiltelefonen aus verschicken, wird automatisch vermerkt, die Nachricht sei auf einem Smartphone verfasst - und dazu gleich: «Bitte entschuldigen Sie Tippfehler.» Das Beispiel zeige, dass sich Firmen der Problematik der Smartphone-Mail durchaus bewusst seien, sagt Renato C. Müller, der Firmen im Bereich Neue Medien und Personalführung berät. Die Verwendung des Vermerks «von meinem Smartphone gesendet» befürwortet Müller, weil damit allfällige Tippfehler bei häufig erklärt würden.

Der Berner Experte plädiert für einen pragmatischen Umgang mit den mobilen Geräten, hält konsequente Kleinschreibung für legitim, rät aber generell zu mehr Bedacht im Umgang mit E-Mails. Zwar werde heute immer und überall sofort eine Antwort erwartet, doch laut Müller darf man sich dem entziehen. Er rät, wie Moritz Knigge auch, zu festen Zeitfenstern fürs Bearbeiten der E-Mails: am Morgen, nach dem Mittag und am Abend zum Beispiel. «Ohne die ständige Ablenkung lässt sich die Arbeitseffizienz oft markant steigern. Und eine Antwort innerhalb von 24 Stunden reicht in der Regel aus.»

Unsere Sprache verändert sich durch die mobilen Kommunikationsgeräte, sagt Christa Dürscheid, Sprachforscherin an der Universität Zürich. «Die schriftliche Sprache wird tendenziell informeller -

auch im geschäftlichen Bereich.» Sie führt das darauf zurück, dass sich die schriftliche Korrespondenz in der Art und Weise der Kommunikation dem mündlichen Dialog zusehends angleicht. «Ist das Gegenüber online - und das ist mit Smartphone oder Tablet immer häufiger der Fall -, entsteht ein schnelles Hin und Her, wie sonst nur in Chats oder in einem persönlichen Gespräch», so Dürscheid. Und die Sprache passt sich dem an: «Man schreibt, wie man üblicherweise redet.»

Smileys sind fehl am Platz

Aus diesem Grund dominiert auch in den mobil versandten E-Mails die Umgangssprache. Und in der Geschäftskorrespondenz mehren sich Smileys und Mehrfach-Satzzeichen wie «!!!» oder «???». Darin sieht die Sprachwissenschaftlerin Dürscheid einen Ersatz für die letzten typischen Begleiter von Mündlichkeit, die den E-Mails fehlen: die Mimik und die Betonung.

Auch wenn sich das persönliche Gespräch und der Mailverkehr sprachlich angleichen, so sind sie doch verschiedene Kanäle für ganz spezifische Kommunikation. Und deshalb sollte man sie laut Fachmann Renato C. Müller auch klar trennen: «Wer etwa geschäftlichem Ärger Luft machen will, sollte nicht von unterwegs eine E-Mail versenden, sondern stattdessen anrufen.» ■



Moritz Freiherr Knigge, Berater für Business-Umgangsformen

«Mit höflicher Anrede und korrekter Rechtschreibung bin ich einfach auf der sicheren Seite.»



Am Telefon Eine Coiffeuse lässt sich einseifen

«Ich glaube, ich habe gerade einen riesigen Blödsinn gemacht», sagt eine Anruferin mit zittriger Stimme am Beobachter-Beratungstelefon. Ein Vertreter einer Firma für Werbefilme sei zu ihr ins Geschäft gekommen. Stundenlang habe er auf sie eingeredet, bis sie endlich einen Werbevertrag unterschrieben habe. «Kann ich davon wieder zurücktreten?», will die Anruferin wissen. «Nein, das geht leider nicht. Denn das Rücktrittsrecht bei sogenannten Haustürgeschäften ist bei geschäftlichen Angelegenheiten ausgeschlossen. Aber was haben Sie denn genau vereinbart?», will ich wissen.

In drei Jahren über 7000 Franken

«Ich habe die Produktion eines Kurzfilms in Auftrag gegeben.» Mit diesem dürfe sie dann 36 Monate lang weltweit über ihre eigene Homepage für ihren Coiffeursalon in Kriens werben. «Und das für nur 210 Franken im Monat.» - «Oje, oje», denke ich mir und sage: «Das wird Sie über die drei Jahre aber mehr als 7000 Franken kosten. Und ausserdem wird Ihnen diese Art Werbung nichts bringen. Wer sucht denn zum Beispiel in Nowosibirsk oder Johannesburg nach einem Coiffeur in Kriens?» - «Ich weiss, ich weiss», ärgert sich die Coiffeuse. «Es ist aber noch schlimmer: Ich habe weder Internet noch eine eigene Homepage.» **Michael Krampf**