

Aufgeschnappt, nachgedacht, auf den Punkt gebracht:

Anruf oder E-Mail?

Gleich zum Hörer greifen oder doch in schriftlicher Form als E-Mail? Das ist eine gute Frage...

Ein Telefon ist ein Medium um zu fokussieren und gerade im persönlichen Gespräch Sachen auf den Punkt zu bringen. Für Dinge, die schnell und unkompliziert erledigt werden sollten, eignet sich das bewährte Telefongespräch noch immer am besten. Bei organisatorischen Tätigkeiten, Bestellungen, bei gemeinsamen Arbeiten im Team uvm gibt die Schriftlichkeit Sicherheit und gilt als Bestätigung für beide Seiten. Erfahrungsgemäß ist es aber so, dass auch hier die Fokussierung auf den Inhalt - auf die Aufgabe - erfolgen sollte und es nicht gilt, die E-Mails nur als „bearbeitet“ aus dem Posteingangsortner zu bekommen. Oft wird durch eine unvollständige Beantwortung von E-Mails die Umsetzung der Aufgabe zeitlich nur nach hinten verschoben. Der Versuchung schnell zu antworten um es als erledigt anzusehen, sollte man widerstehen.

Wann ist es besser zum Hörer zu greifen?

Bei persönlichen, heiklen Situationen und wenn es keine Möglichkeit gibt es direkt mit dem Gegenüber abzuklären, ist es ratsam zum Hörer zu greifen. Der direkte Weg

mit der persönlichen Ansprache ist in diesem Fall der erfolgreichere. Nicht zu vergessen ist die Tatsache, dass Telefonate nicht aufgezeichnet werden und bei E-Mails noch Jahre danach die Inhalte nachvollzogen werden können.

Was sagt uns ein E-Mail?

Unbewusst werden Eigenschaften des Verfassers dem Empfänger übermittelt: Genauigkeit, Fokussierung, Ordentlichkeit, Flexibilität, schnelle Umsetzungsgabe, uvm. Erhält man ein E-Mail, geht man meist auf die Funktion „antworten“. Jedoch ändert man den Betreff? Gerade bei Bewerbungen ist immer zu beobachten, dass zuvor steht „Ihre Bewerbung vom...“ in den seltensten Fällen wird bei einer Antwort der Betreff in „meine Bewerbung...“ umgewandelt. Ein Nicht-Antworten ist sehr unterschiedlich zu deuten: Von „will ich nicht“ über „hab keine Lust und Zeit dazu“ bis hin „ich bin überfordert“. Ratsam ist es sich selbst Regeln für die Beantwortung und Abwicklung von E-Mails zurechtzulegen.

Massenmail oder individuelle Texte?

Ein E-Mail ist als ein weiteres Kommunikationsmedium zu sehen und auch genauso zu betrachten. Es ist der direkte Draht zu Kunden, Ge-

schäftspartnern, Lieferanten, Verkäufern – eben mit der gesamten Umwelt einer Person. Die erste Unterscheidung ist sicherlich: Privat oder geschäftliche E-Mails. Hier wird es schon grobe erkennbare Unterschiede in der Formulierung geben. Gerade im geschäftlichen Bereich ist es wichtig in der Sprache des anderen zu schreiben und die Inhalte an die verschiedenen Empfängergruppen anzupassen. Als Schlagwort ist „Individualität“ zu nennen. Je spezifischer, je genauer ich meine Zielgruppe anspreche, desto eher erreiche ich mein kommunikatives Ziel.

In diesem Sinne
Ihre Helga Steiner

