

Guter Stil – E-Mail und Co.

Wirtschaftsinformatik 3
Internet und Webseiten-Gestaltung
Dipl.-Inf. (FH) T. Mättig

E-Mail ist Kommunikation

- E-Mail als Kommunikations-Medium begreifen
- Wer schreibt, will auch gelesen werden
- Guter Ton
- Es gibt hunderte verschiedene Mail-Programme
 - Webmail und echte Mail-„Clients“
 - Outlook Express ist das schlechtest mögliche

Reaktions/Antwortzeit

- Immer sofort antworten
- Antwort darf höchstens 2 Tage dauern
- Gilt auch, wenn das Problem nicht sofort gelöst werden kann
- Nicht zu reagieren ist tödlich
- Aber auch keine irrelevante Kommunikation
 - „Wir haben Ihre E-Mail empfangen“
 - „Ich bin zur Zeit nicht im Büro“

Sprache

- Angepasste Sprache
 - Vorsicht: Auch in einem trendigen Sportgeschäft kaufen 40-Jährige ein
- Niemals ;-) oder *g* oder MfG oder *freu*
- Statt „Sehr geehrte Damen und Herren“ ist auch „Guten Tag“ möglich, „Hallo“ zumeist auch
 - Eine Einzelperson ist kein „Damen und Herren“
 - „Mit freundlichen Grüßen“ kann nicht schaden
- Schnell zum Punkt kommen
 - Nach Möglichkeit nur ein, höchstens zwei Absätze

Form

- weder konsequente klein- noch GROSSSCHREIBUNG
 - Wird als Schreien verstanden
- HTML-Mails nur wenn gerechtfertigt
 - Keine Cliparts, Tapeten, Farben
- Aussagekräftige Betreff-Zeile
 - Wichtigstes Kriterium zur Unterscheidung guter/schlechter Mail (Spam)
 - Falsch: „Wichtige Information!!!!!“
 - Richtig: „Fa. Kraus setzt Frist bis 12 Uhr“

E-Mail-Signaturen

- Nur Informationen, die wirklich jeder brauchen kann
 - Nicht die E-Mail-Adresse wiederholen
- Vollen Namen (Geschlecht) preisgeben
- Höchstens 4 Zeilen hoch, 72 Zeichen breit

```
--  
Hans Wurst | Strasse 42 | D-12345 Wurststadt  
Telefon: +49-4321-12 34 56 | Mobil: +49-120-123 45 67
```

E-Mails zitieren

- > Zitatzeichen verwenden
- Keine Vollzitate
- Kein „TOFU“ (Text oben, Fullquote unten)
- Oft besser: Ausformuliert antworten ohne Zitate
- Betreff: „Re: ...“ (Standard), nicht „AW: ...“
 - Führt zu „Re: AW: Re: AW: Re: AW: ...“
 - Betreff evtl. komplett ändern, wenn er nicht mehr zum Inhalt passt

Plage: Disclaimer

- Auch Haftungsausschluss oder Vertraulichkeitshinweis

```
*****  
Diese E-Mail enthält vertrauliche und/oder rechtlich  
geschützte Informationen. Wenn Sie nicht der richtige  
Adressat sind oder diese E-Mail irrtümlich erhalten  
haben, informieren Sie bitte sofort den Absender und  
vernichten Sie diese Mail. Das unerlaubte Kopieren  
sowie die unbefugte Weitergabe dieser Mail ist nicht  
gestattet.  
  
This e-mail may contain confidential and/or privileged  
information. If you are not the intended recipient (or  
have received this e-mail in error) please notify the  
sender immediately and destroy this e-mail. Any  
unauthorised copying, disclosure or distribution of the  
material in this e-mail is strictly forbidden.  
*****
```

Dateianhänge

- Keine ausführbaren Dateien (Viren!)
- Proprietäre Formate, z.B. Word, vermeiden
 - Unproblematisch: PDF, RTF
- Ungefragt maximal 100 bis 200 KB versenden
 - Nach Absprache/auf Wunsch bis 2.000 KB
 - Besser: Im WWW ablegen, z.B. auf der eigenen Website oder in einer Yahoo-Group

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

9

Mit Spam/Viren umgehen

- Beste Empfehlung: Ignorieren und lernen, damit zu leben
- Das Leben leichter machen
 - E-Mail-Programm mit Spam-Filter verwenden (Thunderbird, The Bat)
 - Zusätzliche Spam-Filter (z.B. bei Web.de oder als lokales Programm)
 - Anti-Viren-Programme (AntiVir, AVG)
- Mehrere/temporäre Mail-Adressen
- Adresse nicht veröffentlichen (Foren, Website)

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

11

E-Mails an mehrere Empfänger

- Adress-Listen im normalen „An“-Teil sind für alle sichtbar und vor Missbrauch/Viren ungeschützt
- Mit „Kopien“ („CC“) und „Blindkopien“ („BCC“) arbeiten
 - Nur an diejenigen, die es wirklich brauchen
- Gute Alternative: Yahoo-Group
- Plagen: Kettenbriefe, Knochenmarkspenden, Virenwarnungen (Hoaxes)

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

10

Exkurs Barrierefreiheit

- Wirkung von Farben und Schriftarten
 - Man kann zuviel des Guten tun
 - GROSSBUCHSTABEN z.B. sind schlecht lesbar
- Physiologische Barrieren
 - 8% der Männer sind „farbenblind“ (fehlsichtig), aber nur 0,5% der Frauen
- Psychologische Barrieren
 - Ladezeiten (unverhältnismäßig große Bilder, Animationen etc.)
- Technische Barrieren
 - „Installieren Sie zuerst Xyz.“ (Browser, Plugins)

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

12

Kriterien einer guten Website

- Übersichtliche Navigation
- Klare Struktur
- Schnelle Ladezeiten
 - Die Geduld der Besucher ist 8 Sekunden kurz
- Intuitive Benutzungsoberfläche
 - Gewohnte Elemente nicht künstlich verändern
- Ansprechendes Design
 - Aber: Es muss nicht aufregend kreativ sein
- Regelmäßige Updates
- Informative, aktuelle Seiten

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

13

Wussten Sie schon, ...

- ... dass beim Online-Shopping 20 bis 80% der Einkäufe platzen, weil Kundin mit dem Shop nicht zurecht kommt?
- ... dass Websites vor allem nach Benutzerfreundlichkeit und Angebots-Qualität bewertet werden, nicht nach Design/Layout?
- ... dass die meisten Besucher nur 50% der angebotenen Informationen überhaupt wahrnehmen?
- ... dass Blinken von allen Hervorhebungs-Möglichkeiten die ungünstigste ist?

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

15

Wahrnehmung

- Animation, Laufschriften und blinkende Elemente stören/lenken ab
 - Gesichtsfeld, Blickreflexe
- Erstkontakt mit dem Besucher
 - Kundenempfang, „Pförtner“
 - Z.B. Werbebanner noch vor der Begrüßung
- Gestaltungs-Psychologischer Grundsatz: Einfachheit, Prägnanz
 - KISS-Regel = Keep It Simple and Stupid

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

14

Wussten Sie schon, ...

- ... dass die schlechtesten Kommentare und Hilfetexte von Experten formuliert werden?
 - „Sitemap“, „Home“, „FAQ“, „Personalisierung“, „Skip Intro“, ...
- ... dass Hypertext, also vernetzte Seiten, sich nicht als Lernmedium für Laien bewährt hat?
- ... dass 60% der Bewegungen beim Surfen „rückwärts“ stattfinden?
 - Tipp: Rück-Taste (Backspace) benutzen

2005-06-24

Guter Stil – E-Mail und Co. - T. Mättig

16

Wussten Sie schon, ...

- ... dass ein enger Zusammenhang zwischen Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit besteht?
- ... dass lange Seiten, auf denen man blättern muss, auch Vorteile haben?
- ... dass Zugriffs-Statistiken (Counter) wertlos sind?
- ... dass Informationen in Listen mit Aufzählungszeichen (Bullets) schneller gefunden werden?