

Inhalt

1. Wozu ein Buch zum E-Mail-Knigge?	7
2. Drittauflage: Was hat sich getan?	19
3. Grundgesetze der Kommunikation	25
4. Sorgfaltspflichten des Empfängers	29
5. E-Mail-Knigge: Fünf Prinzipien	33
5.1. Kurzfristige Antwort	33
5.2. Weniger ist mehr	39
5.3. Die Perspektive des Empfängers einnehmen	42
5.4. Es vermeiden, dem Empfänger Zeit zu rauben	43
5.4.1. SPAM: Womit der Ärger beginnt und das Geschäft endet	43
5.4.2. Geschäftliche E-Mail-Postfächer frei halten für geschäftlich Wichtiges	45
5.4.3. Unterbrechen Sie Ketten-E-Mails	56
5.4.4. Bewahren Sie den Adressaten vor Schaden	58
5.5. Respekt: Zollen und spüren lassen	62
6. Zur Anatomie der E-Mail	67
6.1. Zum Kopf der E-Mail	68
6.1.1. Zur Rolle der Absenderadresse	69
6.1.2. Zur Empfängeradresse: An, CC, BCC	76
6.1.3. Die Betreff-Zeile	87
6.2. Der Textkörper	95
6.2.1. Textformat oder HTML?	95
6.2.2. Struktur	102
6.2.3. Anrede	105

6.2.4. Der erste Satz	109
6.2.5. Inhalt: Vollständig und korrekt	110
6.2.6. Korrekte Orthografie und Grammatik	111
6.2.7. Zum Smiley	114
6.2.8. Abschlussgruß	115
6.2.9. Signatur	117
6.2.10. ...und am Ende das „Letzte“: Disclaimer	121
6.3. E-Mail-Anlagen	123
6.4. Vermerk zur Wichtigkeit	128
6.5. Empfangs- oder Lesebestätigung	128
6.6. Verschlüsselung und elektronische Signatur	129
7. Texten von E-Mails	131
7.1. Deutsche Sprache – schwere Sprache?	133
7.2. Flüssiger Schreibstil	135
7.3. Kurz und auf den Punkt formuliert	137
7.4. Verständlich schreiben	138
7.5. Beugen Sie Konflikten vor	143
7.6. Innerbetriebliche Kommunikation	146
7.7. Der elektronische Geschäftsbrief	150
7.8. E-Mails im Marketing	153
7.9. E-Mail-Bewerbungen	158
7.10. E-Mails im Kundenservice	161
7.11. Ihre E-Mail-Knigge-Checkliste	170
Glossar	173
Literaturverzeichnis	189