

# E-Mails – hätten Sie`s gewusst?

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse  
verschiedener Studien zur Kommunikation mit E-Mails.

Elisabeth Brommer

[www.sjpdevelopment.ch](http://www.sjpdevelopment.ch)



## Grussformel mit Erfolgsgarantie

Wenn Sie eine E-Mail schreiben, dann verabschieden Sie sich meist mit einer üblichen Formel:

„Viele Grüße“ - „Danke“ oder „Grüße“ oder „Bis bald“ oder „Tschüss“

Es dauert nur eine Sekunde und denken Sie darüber nicht weiter nach.

Sind E-Mail-Grüße egal?

Falls nicht, womit schließen Sie einen Brief, wenn Sie auf baldige Antwort warten?

Das Software-Unternehmen Boomerang untersuchte über 350.000 E-Mail-Verläufe. Dabei stellte es fest, dass bestimmte E-Mail-Grußformeln eine höhere Antwort-Rate verzeichneten.

<http://blog.boomerangapp.com/2017/01/how-to-end-an-email-email-sign-offs>

## 8 Grußformeln für E-Mails

Most Popular Closings in Sample	
1.	Thanks
2.	Regards
3.	Cheers
4.	Best regards
5.	Thanks in advance
6.	Thank you
7.	Best
8.	Kind regards

So jetzt kommt der Augenblick der Wahrheit:  
Wie korrelieren diese Grußformeln mit der Antwort-Rate?

Email Closing	Response Rate
thanks in advance	65.7%
thanks	63.0%
thank you	57.9%
cheers	54.4%
kind regards	53.9%
regards	53.5%
best regards	52.9%
best	51.2%
Baseline (all emails in sample)	47.5%

E-Mails, die mit einer Variation von Dankeschön geschlossen wurden, erhielten deutlich mehr Antworten als E-Mails, die mit anderen populären Schließungen enden.

Die Verwendung eines Ausdrucks der Dankbarkeit korrelierte mit einer relativen Zunahme von 36% der durchschnittlichen Ansprechrate im Vergleich zur Verwendung anderer Grußformeln.

## Der Dank geht einen langen Weg...

Eine 2010-Studie veröffentlichte in der Zeitschrift für Persönlichkeit und Sozialpsychologie mit dem Titel "A Little Thanks Goes a Long Way" untersucht die Wirkung von E-Mails, die Dank an den Empfänger ausdrücken:

In dieser Grant & Gino-Studie, wurden Studienteilnehmer per E-Mail um Hilfe gebeten.

Die Hälfte erhielt eine E-Mail, die mit einer Zeile endete, die „Vielen Dank!“ enthielt.

Die andere Hälfte bekam eine ähnliche E-Mail, ohne einen Ausdruck der Dankbarkeit.

Die Studie stellte fest, dass die Empfänger zweimal mehr bereit waren, ihre Hilfe anzubieten, wenn sie die E-Mail mit dem „Danke“ erhielten.

Quelle: Journal of Personality and Social Psychology, American Psychological Association 2010, Vol. 98, No. 6, 946–955: "A Little Thanks Goes a Long Way: Explaining Why Gratitude Expressions Motivate Prosocial Behavior"

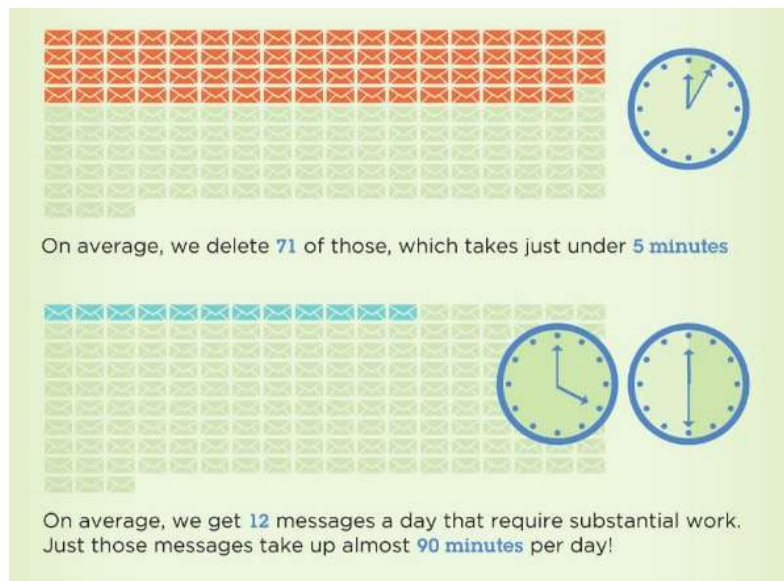
[https://www.umkc.edu/facultyombuds/documents/grant\\_gino\\_jpsp\\_2010.pdf](https://www.umkc.edu/facultyombuds/documents/grant_gino_jpsp_2010.pdf) (abgerufen am 10.09.20179)



## Wahrheiten über E-Mails



Im Durchschnitt erhalten wir ca. 47 E-Mail-Nachrichten pro Tag und wir verbringen ca. 2 ½ Stunden mit E-Mails.



Im Durchschnitt löschen wir 71 E-Mails pro Tag und benötigen hierfür ca. 5 Minuten.  
Nur 12 Nachrichten pro Tag erfordern unsere volle Konzentration. Hierzu benötigen wir 90 Minuten Zeit.

## Über E-Mails – unsere tägliche Arbeit

- Der durchschnittliche Arbeitende schreibt täglich ca. 40 E-Mails
- Im Durchschnitt erhalten wir ca. 47 E-Mail-Nachrichten pro Tag und wir verbringen ca. 2 ½ Stunden mit E-Mails.
- Im Durchschnitt löschen wir 71 E-Mails pro Tag und benötigen hierfür ca. 5 Minuten.
- Nur 12 Nachrichten pro Tag erfordern unsere volle Konzentration. Hierzu benötigen wir 90 Minuten Zeit.
- Ca. 80% aller E-Mails werden in 3 Sekunden gelöscht.

## Tipps für schnellere E-Mail-Antworten.

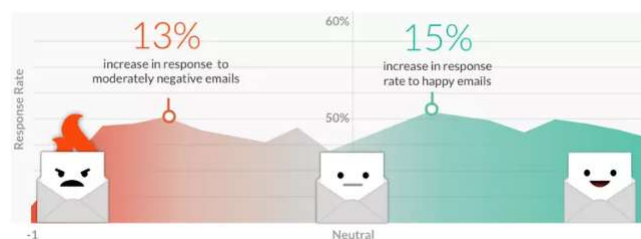
Schreiben wie ein Drittklässler erleichtert das Lesen...



## Schreibe mit Gefühl

Ein weiterer wichtiger Faktor, der sich auf die Antwortrate vorteilhaft auswirkt, ist die Verwendung positiver Worte (z. B. wie toll, wunderbar, erfreut, erfreut) oder negativer Ausdrücke (z. B. wie schlecht, Hass, wütend, schrecklich).

E-Mails, die leicht bis mäßig positiv waren ODER leicht bis mäßig negativ 10-15% mehr Antworten als E-Mails, die völlig neutral waren.



## Fasse dich kurz, aber nicht zu kurz

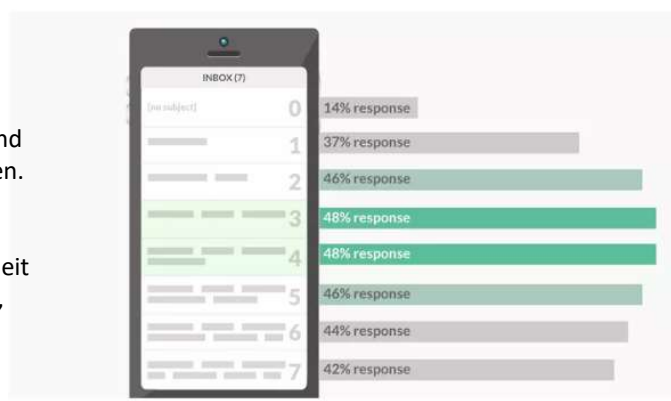


## Verwende einen kurzen Betreff

Auch die Länge der Betreffzeile beeinflusst die Antwortrate.

Betreffzeilen mit nur 3 bis 4 Wörtern (ohne E-Mail-Konventionen wie Re: und Fwd :) erhielten die meisten Antworten. Die Antwortrate sank je mehr Wörter hinzugefügt wurden. Wenn eine zusätzliche Information zu mehr Klarheit führt, und eine weitere Zeile benötigt, dann kann dies auch nützen.

In jedem Fall ist die Erwähnung eines Betreffs wichtig. Nur 14% der Nachrichten ohne Betreffzeile erhielten überhaupt eine Antwort!



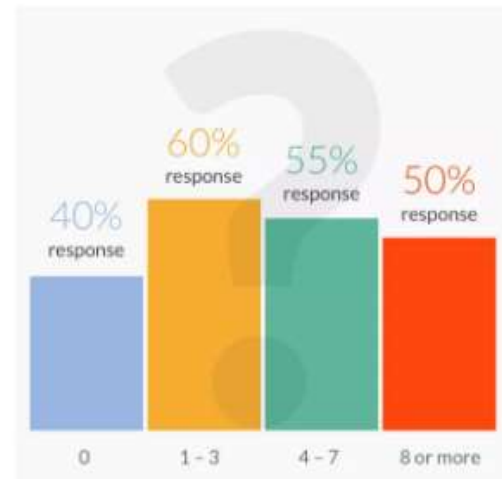
## Fragen?

Auch die Anzahl der Fragen, die Sie in einer E-Mail stellen, wirkt sich auf die Antwortrate aus.

Boomerang fand heraus, dass E-Mails mit 1-3 Fragen 50% mehr Antworten erhalten, als solche, die keine Fragen stellen.

Ein Bombardement von Fragen wird nun nichts nützen.

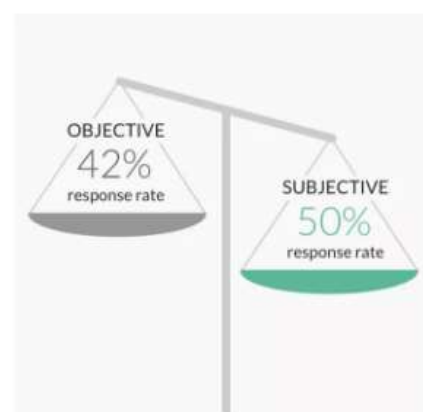
Eine E-Mail mit 3 Fragen erhält 20% häufiger eine Antwort als solche mit 8 oder mehr Fragen.!



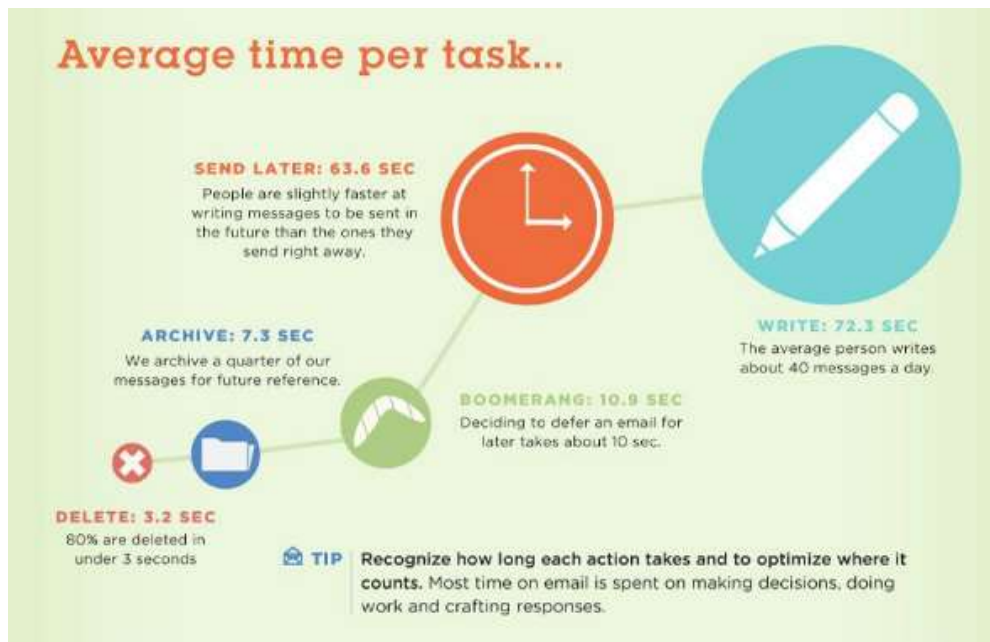
## — Subjektivität —

Wenn Ihr natürlicher Schreibstil mehr faktenorientiert und sachlich ist, dann sollten Sie überlegen, subjektiver zu schreiben.

Je subjektiver und persönlicher der Inhalt einer E-Mail ist, desto höher ist die Antwortrate. Doch Vorsicht, bei der Studie wurde nicht herausgefunden, ob die persönlich gestalteten E-Mails positive Reaktionen oder Kriegserklärungen hervorriefen.

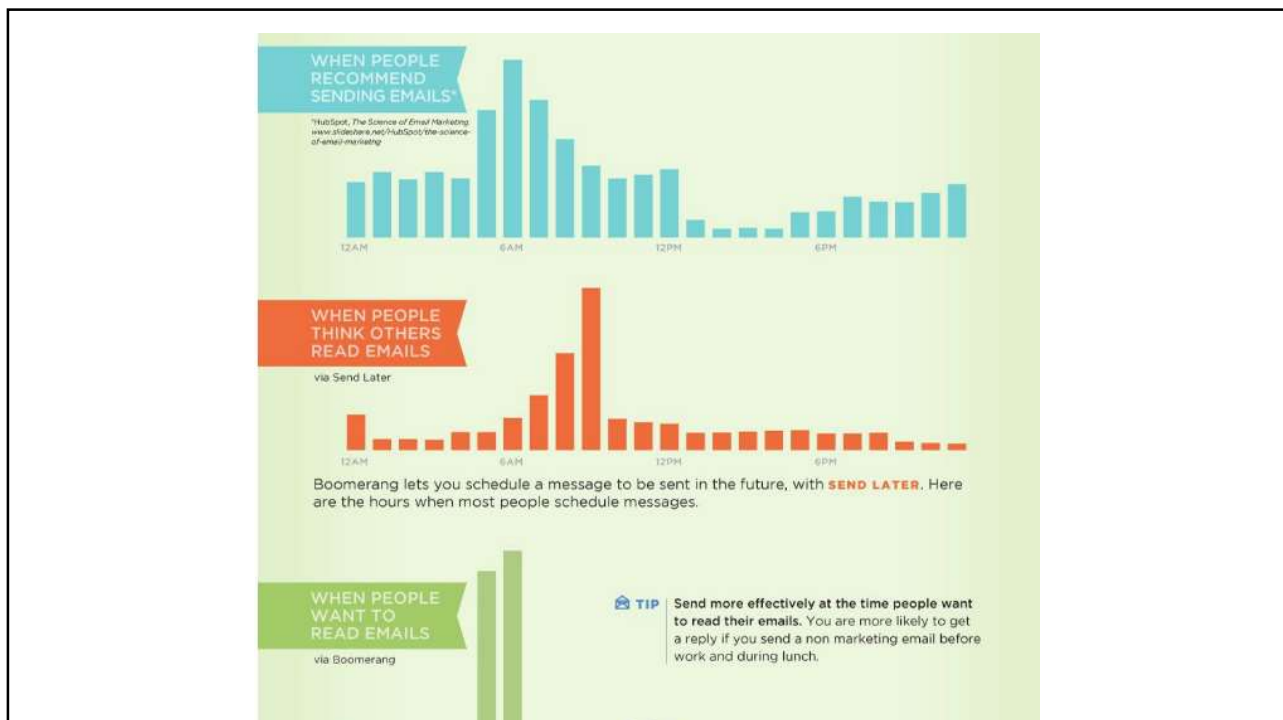






## Verständlichkeitstests

- <https://de.wikipedia.org/wiki/Textverst%C3%A4ndlichkeit>
- <http://www.seo36.de/lesbarkeit-texte-analysieren/>
- <http://www.schreiblabor.com/>
- <http://www.leichtlesbar.ch/html/>
- <http://wirtrainieren.de/werkzeugkoffer/16-lebensmotive/>



## Fazit

Überdenken Sie Ihren Schreibstil ...

- Vielleicht probieren Sie in nächster Zeit aus, diesen zu ändern.
- Fassen Sie sich kürzer, doch nicht zu kurz.
- Formulieren Sie subjektiver und eine Spur höflicher.
- Schreiben Sie so einfach wie möglich und so ausführlich wie nötig.
- Verwenden Sie nicht zu viele Fragen.
- Danken Sie dem Empfänger für seine Zeit, sich mit Ihrem Anliegen zu beschäftigen.
- Übertreiben Sie nicht, bleiben Sie sich treu.

Probieren Sie aus und prüfen Sie, ob sich im Miteinander zwischen den Empfängern Ihrer E-Mails und Ihnen etwas ändert.