

Netzheimer rät Praxistipps zur E-Mail-Policy



Vom Guten Ton und gesetzlichen Vorgaben

Mail, SMS und Instant Messenger verändern die Art und Weise der schriftlichen Kommunikation. Sie werden eingetippt, abgeschickt, vergessen. Ganze Sätze haben, zumindest bereits bei der „Generation Internet“, Seltenheitswert. Abkürzungen sind heute Teil der Kommunikation.

Selbstverständlich sind diese Kommunikationstools auch Teil des geschäftlichen Lebens. Sie hinterlassen bei Geschäftspartnern einen Eindruck und erfordern deshalb auch gewisse Umgangsformen. Ich empfehle, allgemeingültige Regeln für den Firmenmailverkehr aufzustellen. Abgesehen davon, dass auch der Gesetzgeber bestimmte Informationen in E-Mails vorschreibt, erleichtern feste Reglements die Kommunikation, kommen der Unternehmenssicherheit zugute und heben das Firmenimage.

Ich habe die wichtigsten Tipps aus meiner Mailkommunikationspraxis für Sie zusammengestellt. Sind Sie sich an dem einen oder anderen Punkt noch nicht sicher, fragen Sie einfach den Internet-Dienstleister Ihres Vertrauens.

Ihr Felix Netzheimer



istockphoto.com

Ein Geschäftsbrief auf Papier musste schon immer gewissen Formen und Regeln genügen. Das betrifft die äußere Gestaltung (Platzierung des Logos etc.) oder sprachliche Formulierungen, die einen höflichen und professionellen Geschäftsbrief ausmachen. Aber es existieren auch gesetzliche Regelungen, welche Angaben über den Verfasser verpflichtend im Brief angegeben werden müssen.

Inzwischen kommunizieren Unternehmen immer weniger über traditionelle Geschäftsbriefe auf Papier und immer mehr über elektronische Post. Seit 2007 unterliegt deshalb auch die E-Mail diesen Reglements. Sieht man sich geschäftliche Mails genauer an, stellt man fest: Richtige Orthographie kümmert viele Schreiber nicht mehr, flapsige Formulierungen sind an der Tagesordnung. Es fehlen oft wichtige Informationen wie ein ordentlicher Absender und die vorgeschriebenen Angaben über das Unternehmen. Innerhalb der Firma mag das in Ordnung sein, doch wenn offiziell mit Kunden oder Partnern kommuniziert wird, sollte eine gewisse

Form gewahrt werden. Abgesehen davon müssen speziell für die Kommunikation via E-Mail ganz bestimmte gesetzliche Vorgaben beachtet werden.

Es empfiehlt sich also für ein Unternehmen, ganz konkrete Richtlinien für den E-Mail-Verkehr zu formulieren und allen Mitarbeitern an die Hand zu geben – die so genannte E-Mail-Policy. Diese ist mehr als nur eine beliebige Auflistung von Regeln zur E-Mail-Kommunikation. Sie sollte für die Mitarbeiter verbindlich gemacht werden und deren Interessen ebenso wie die des Unternehmens selbst berücksichtigen.

Checkliste

Praxistipps zur E-Mail-Policy

1. Die Einhaltung der E-Mail-Policy konsequent einfordern

Jeder Mitarbeiter des Unternehmens muss die E-Mail-Policy berücksichtigen. Denn Vorschriften und Verbote, die keiner durchsetzt und kontrolliert, werden schnell unwirksam – Stichwort „Betriebliche Übung“.

2. Jeder Mitarbeiter muss die E-Mail-Policy kennen

Alle Mitarbeiter sollten ein Dokument unterschreiben, in dem sie bestätigen, dass sie die Richtlinien gelesen und verstanden haben und damit einverstanden sind. Kommen neue Mitarbeiter ins Unternehmen, gehört die E-Mail-Policy in die Unterlagen für den neuen Kollegen.

3. Jeder kann immer auf die E-Mail-Policy zugreifen

Die E-Mail-Policy sollte an einer zentralen Stelle im Unternehmensnetzwerk abgelegt sein, auf die jeder Mitarbeiter Zugriff hat – im Intranet, im Dokumentenmanagementsystem, auf dem Unternehmensserver oder im Mitarbeiterhandbuch.

4. E-Mails müssen klar zugeordnet werden können

Der Adressat hat das Anrecht auf eine richtige und höfliche Anrede, den Absender identifiziert die Signatur, also die „Unterschrift“ unter der Mail. Siehe nächster Punkt.

5. Bei der Signatur gesetzlich vorgeschriebene Regeln beachten

In einem Geschäftsbrief und damit auch in (der Signatur) einer E-Mail im kaufmännischen Schriftverkehr müssen enthalten sein:

- die exakte Firma inklusive Geschäftsform
- der Ort der Niederlassung bzw. der Sitz der Gesellschaft (mit postalisch korrekter ladungsfähiger Anschrift)
- das Registergericht und die Nummer des Handelsregisters
- bei Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH) die Namen aller Geschäftsführer
- bei Unternehmen, deren Gesellschafter keine natürliche Person ist (z. B. GmbH & Co. KG) sämtliche Angaben zur persönlich haftenden Gesellschaft
- bei Aktiengesellschaften (AG) alle Vorstandsmitglieder und der Vorsitzende des Aufsichtsrats

Die Angabe von Telefon- und Faxnummer, Unternehmenslogo, Abteilung, Website, E-Mail-Adresse etc. sind freiwillig, erleichtern aber eine schnelle Kontaktaufnahme.

6. Sensible E-Mails verschlüsselt verschicken

Es gibt Mails, die generell nur verschlüsselt übertragen werden dürfen – zum Beispiel Rechnungen, Angebote und Aufträge. Vielleicht gibt es aber auch Mails, die offen, also unverschlüsselt, versandt werden. In der Mail-Policy sind diese Vorgaben genau festgehalten.

7. Trennen Sie geschäftliche und private E-Mails

Die private Nutzung der Mailaccounts durch Ihre Mitarbeiter ist eine komplizierte Angelegenheit und kann Probleme mit sich bringen. Gestatten Sie private Mails, so klassifiziert Sie der Gesetzgeber sogar als Provider im Sinne des Tele-

kommunikationsgesetzes mit allen Verantwortlichkeiten und es kommt zur Kollisionen zwischen Archivierungspflicht und Schutz der Privatsphäre.

Wenn Sie die Privatnutzung nicht generell verbieten möchten, können Sie Ihren Mitarbeitern explizit eine zweite E-Mail-Adresse zur Verfügung stellen, die sie für private E-Mails nutzen können, z. B. Name@firma.de (geschäftlich) und name@privat.firma.de (privat). Wichtig dabei ist, dass Sie auch hierbei strikt die private Nutzung des Firmenaccounts untersagen.

8. Beachten Sie die Grundsätze zum Datenzugriff

Die Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU) enthalten Regeln zur Aufbewahrung digitaler Unterlagen und zur Mitwirkungspflicht der Steuerpflichtigen bei Betriebsprüfungen. Diese Grundsätze sind eine „Verwaltungsanweisung“ für Unternehmen vom Bundesfinanzministerium und Unternehmen sollten sie nicht ignorieren. Bei einer Betriebsprüfung kann der Prüfer den Zugriff auf die Daten einfordern.

9. Legen Sie sich ein Mailarchiv zu

Elektronische Schriftstücke wie E-Mails sind den Papierdokumenten gleichgestellt. Für die Archivierung von E-Mails gelten deshalb die gleichen Auflagen bezüglich der Aufbewahrung: Sie müssen „vollständig, richtig, zeitgerecht und geordnet“ sein und dokumentenecht abgelegt werden, Stichwort „revisionssicher“. Hier sind Sie mit einem professionellen E-Mail-Archiv am besten beraten. Sie können es selbst betreiben oder an einen Service-Provider auslagern.

10. Regeln Sie Zuständigkeiten für eingehende E-Mails

Mails landen in der Regel in den persönlichen Postfächern der Mitarbeiter, auf die kein anderer Zugriff hat. Um zu verhindern, dass etwa im Krankheits- oder Urlaubsfall die Nachricht des Kunden „ins Leere“ läuft, empfehlen sich „generische Mailadressen“, also info@firma.de, buchhaltung@firma.de oder hilfe@firma.de. Solchen Adressen sind in der Regel mehrere Personen zugeordnet.

11. Bei Autorespondern bitte beachten

Autoresponder informieren den Absender der Mail normalerweise über die Abwesenheit des Adressaten.

Stellen Sie Ihren Mitarbeitern eine Abwesenheitsnotiz zur Verfügung, aus der hervorgeht, dass der Mitarbeiter die Nachricht momentan nicht lesen kann, wann er zurückkehrt und dass die Nachricht nicht weitergeleitet wird. Die Abwesenheitsnotiz sollte die Kontaktadressen von Ansprechpartnern enthalten, an die sich der Absender in dringenden Fällen wenden kann.

Autoresponder können daher auch als Werkzeug zur Bestätigung von Bestellvorgängen oder Dankesnachrichten dienen.

12. Sparen Sie sich E-Mail Disclaimer

E-Mail-Disclaimer, also rechtliche Hinweise, die standardmäßig an verschickte E-Mails gehängt werden, sind oft wirkungslos. Mehr noch: Unternehmen können sich damit sogar lächerlich machen.