

Studiengang Verkehrssysteme nEtiquette für email und web

Zweck dieses Papiers: Einige Tipps für den guten Umgang miteinander im virtuellen Raum, also eine Etikette für das Internet. Wer's anwendet ist im Vorsprung, kommuniziert effizient und trägt zu aller Zufriedenheit bei. Wer sich drum foutiert, läuft Gefahr, als Banause eingestuft zu werden – wie im echten Leben halt auch.

Auf der anderen Seite sind Menschen! Ihre Texte werden nicht von Computern gelesen, sondern von Menschen. Schreiben Sie nur, was Sie dem/den Adressaten auch vor anderen Leuten ins Gesicht sagen würden. Sie können sich auch überlegen: „Was würde ich denken, erhielte ich diesen Text?“ Und: Ihre Mailtexte und Anhänge können von den Empfängern mit einem einzigen Klick in alle Winde weiterverteilt werden. Die Hürde ist wesentlich tiefer als bei Briefen: drucken, frankieren und adressieren, einstecken, zukleben, einwerfen.

Ihr Text ist Ihre Visitenkarte, einige Leute auf dem Netz kennen und beurteilen Sie nur über das, was Sie in Artikeln oder Mails schreiben. Vielleicht liest ja ein künftiger Geschäftspartner oder Chef mit? Stehen Sie zu Ihrer Person und verwenden Sie **Vorname und Nachname**.

Achten Sie auf Ihre Sprache. Gut verständliche und einfach lesbare Beiträge oder Mails werden lieber gelesen und eher beantwortet. Kurze, einfache, vollständige und grammatikalisch korrekte Sätze, keine Verschachtelungen oder Teilsätze in Klammern, keine Füllwörter, etc..

Die **Rechtschreibung ist kein Selbstzweck** sondern eine Leseerleichtung (gilt auch für die Gross- und Kleinschreibung und die Interpunktion). Absätze lockern einen längeren Text auf und helfen eine inhaltliche Gliederung zu finden oder sichtbar zu machen. Für ***Hervorhebungen*** ist das Stern-Symbol gut geeignet. Texte in Grossbuchstaben zu schreiben, gilt im Internet als SCHREIEN und SETZT DIE LESEGESCHWINDIGKEIT MASSIV HERAB – es ist deshalb unpassend bis verpönt. Uach Tippfeijler und Buchtsabendrheer trahen nict gerade zur gutne Lesbarkeit bei.

Vermeiden Sie Abkürzungen. Ein und dieselbe Abkürzung kann für verschiedenes stehen, je nach beruflichem oder sozialen Kontext. Beispiel: ZB kann sowohl für „Zentralbibliothek“ wie auch „Zugang zur Bahn“ stehen. Kommt ein langer Ausdruck mehrmals vor: Beim ersten Mal die Abkürzung in Klammer schreiben und danach verwenden. Beispiel: Die Schweizerische Bundesbahn (SBB) . . . SBB

. . .

Das ;-)) kann als Minimalersatz für die fehlende Körpersprache dienen. Damit können Sie allfälligen Missverständnissen vorbeugen Sätzen, welche leicht und unnötigerweise negativ interpretiert werden können. Wenn Sie an einer Gesprächsstelle freundlich lächeln würden, können Sie das ja auch im Text tun. Sagen Sie auch einmal **„Danke“**, wenn Ihnen etwas genützt hat oder Sie für die Unterstützung anderer zählen können.

Die **Betreff-Zeile** ist Ihr Werbefensterchen. Sie dient als Orientierung für die Adressaten, ob für sie der entsprechende Beitrag von Interesse ist oder nicht. Mit welchen zwei, drei Worten beschreiben Sie also prägnant den Inhalt und erleichtern die Unterscheidung von anderen mails in der Flut? Beispiel aus einem Hobby-Gärnter-Blog: "Schädlinge an Geranien" wird eher zu einer Rückmeldung führen als "Balkonpflanzenproblem" oder „HILFEEEE!!!“.

Halten Sie die Adressen Ihrer Bekannten – wenigstens halbwegs – **geheim**. Bei einem mail an mehrere Personen, die sich nicht kennen – und die sich möglicherweise auch nicht kennen lernen werden – gehören die Empfängeradressen in's BCC-Feld. Das BCC-Feld ist aber nicht dazu da, geheime Botschaften an den Mann oder an die Frau zu bringen.

Reduzieren Sie die Menge. Also: keine Kettenbriefe, Witzserien, keine Spam und CC nur an Menschen, denen die Information einen konkreten Nutzen bringt. Viele CC-Empfänger tragen nicht zur Vergrößerung Ihrer Beliebtheit bei und sind auch sonst von zweifelhaftem Nutzen.

Lesen Sie einen Text vor dem Absenden nochmals in Ruhe durch. Wer sich ganz offensichtlich keine Mühe bei einem Text gibt, darf nicht erwarten, dass sich andere Leute die Mühe machen, darauf zu antworten. Ein einfacher Trick für Zeiten, in denen Sie unter Druck stehen: nicht sofort auf Senden klicken, sondern einen Tag warten.

Fassen Sie sich kurz. Bringen Sie das Geschriebene in eine logische Reihenfolge, gliedern oder nummerieren Sie, löschen Sie Wiederholungen. Wenn Sie auf einen Beitrag antworten, lassen Sie genau diejenigen **Zitate** stehen, auf die Sie sich unmittelbar beziehen und die wichtig sind.

Jede Community hat Ihren Slang. Keine Regel ohne Ausnahme. Wie Sie nach Feierabend im ganz privaten Rahmen miteinander kommunizieren ist natürlich Ihr Ding. **Unsere Anregung an Sie**: Warum nicht einmal üben und anwenden, was auch im schulischen und beruflichen Umfeld von Nutzen ist?

Urs Brotschi, Studiengangleiter

Rolf Steinegger, Dozent