eBUSINESSLOTSE
INFOBÜRO FÜR UNTERNEHMEN
KÖLN

LEITFADEN

E-Mail-Management für kleine und mittlere Unternehmen

Organisatorische, technische und rechtliche Anforderungen

www.ebusiness-lotse-koeln.de

Mittelstand-Digital

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Impressum

Text und Redaktion:
Anke Tischler, eBusiness-Lotse Köln

Herausgeber:
eBusiness-Lotse Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401b • 50858 Köln
www.ebusiness-lotse-koeln.de

Geschäftsführer: Dr. Kai Hudetz, Boris Hedde
HRB 36697 • Amtsgericht Köln

Grafische Konzeption und Gestaltung:
Tobias Eberhardt, Bammental

Bildquellen:
Titel: jarts, www.photocase.com
Seite 5: Daniel Fleck, www.fotolia.com
Seite 6: goodluz, www.fotolia.com
Seite 9: bloomua, www.fotolia.com
Seite 13: pressmaster, www.fotolia.com
Seite 21: Robert Kneschke, www.fotolia.com
Seite 25: pressmaster, www.fotolia.com

Stand: Juni 2014

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort **4**

2 Einleitung **5**

3 Organisatorische Anforderungen **6**

3.1 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme 6

3.2 Reaktion auf E-Mail-Anfragen 7

3.3 Gestaltung der E-Mail 8

3.4 Effiziente E-Mail-Kommunikation 8

3.5 Arbeitsanweisungen und Schulungen für Mitarbeiter 10

3.6 Klare Verantwortlichkeiten und Vertretungsregelungen 11

3.7 CHECKLISTE | Organisatorische Anforderungen 12

4. Technische Anforderungen 14

4.1 Kundenbeziehungspflege mit CRM-Systemen 14

4.2 Virenschutz 15

4.3 Schutz vor Spam, Scam und Phishing 16

4.4 CHECKLISTE | Technische Anforderungen 17

5 Rechtliche Anforderungen 18

5.1 Wirksamkeit und Beweiskraft 18

5.2 E-Mail-Signatur 19

5.3 E-Mail-Archivierung 20

5.4 Regelungen für die private Nutzung von E-Mails in Unternehmen 22

5.5 CHECKLISTE | Rechtliche Anforderungen 23

6 Fazit 24

7 Projektpartner 26

eBusiness-Lotse Köln 26

eBusiness-Lotse Pfalz 26

eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen 27

8 Quellen 28

1 Vorwort

Die Kommunikation via E-Mail hat für Unternehmen eine herausragende Bedeutung. So basiert ein Großteil der internen und externen Kommunikation auf E-Mails. Darüber hinaus nutzen (potenzielle) Kunden die Möglichkeit, sich im Internet auf der Unternehmenswebseite zu informieren und Kontakt zum Unternehmen aufzunehmen, falls Fragen oder Kritik aufgekommen sind.

Um langfristige Kundenbindungen zu erreichen und aufrecht zu erhalten, spielt der Kundenservice eine immer wichtigere Rolle. Dazu gehören heute auch eine ausgereifte E-Mail-Dialogstrategie, qualifizierte Mitarbeiter und der Einsatz von unterstützenden technischen Systemen. Die Einhaltung (sich schnell ändernder) rechtlicher Vorschriften ist für ein hochwertiges E-Mail-Management ohnehin unabdingbar und sollte selbstverständlich sein.

Vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) bieten ein professionelles E-Mail-Management und die daraus resultierende Kundenzufriedenheit die Möglichkeit, sich auch gegen große Marktbegleiter zu behaupten. Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) geförderte eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen hat unter anderem die Aufgabe, Unternehmen dabei zur Seite zu stehen und sie in Feldern wie dem E-Mail-Management mit geeigneten Informationen praxisnah zu unterstützen.

Bereits im Jahr 2009 wurde dazu ein erster Leitfaden entwickelt, der konkrete Handlungsempfehlungen und wichtige Richtlinien kompakt zusammenfasst. Mit Hilfe der vorliegenden, überarbeiteten und aktualisierten Ausgabe des Leitfadens können Unternehmen ihr bisheriges E-Mail-Management genauer beleuchten. Dies erleichtert es ihnen zu erkennen, welche unterstützenden Maßnahmen oder notwendigen Änderungen sie implementieren sollten. Gerade Unternehmen, die schon vor einiger Zeit ihr E-Mail-Management aufgestellt haben, sollten sich den neuen Leitfaden anschauen – es hat sich einiges getan in den vergangenen fünf Jahren.

Informieren Sie sich mit diesem Leitfaden über die Voraussetzungen und die Stellhebel für ein professionelles E-Mail-Management und profitieren Sie damit für Ihr Unternehmen. Für Ihre Zukunft wünschen wir Ihnen viel Erfolg!

Köln, Kaiserslautern, im Juni 2014

Bernd Heß, eBusiness-Lotse Pfalz

Anke Tischler, eBusiness-Lotse Köln

2 Einleitung

Die Nutzung von E-Mails für den Geschäftsverkehr ist mittlerweile längst Routine und gehört auch bei kleinen und mittleren Unternehmen zum Alltag. Geschäftsprozesse werden komplett via E-Mail angestoßen und abgewickelt, Rechnungen werden auf diesem Weg versandt und Bewerbungen kommen ebenso per Mail wie erwünschte sowie unerwünschte Werbung. Eine sich ständig ändernde Rechtsprechung und weiterentwickelte technische Systeme bieten interessante Möglichkeiten, aber auch nicht zu unterschätzende Gefahrenpotenziale.

Aus diesen Gründen haben die eBusiness-Lotsen Köln und Pfalz ein Unterstützungswerkzeug zum Thema E-Mail-Management entwickelt. Dieser Online-Ratgeber ermöglicht es den Anwendern, online und in wenigen Schritten kostenlose und neutrale Informationen zum professionellen Umgang mit E-Mails zu erhalten. Damit können sich Unternehmen grundlegend darüber informieren, was E-Mail-Management bedeutet und welche Mindeststandards beachtet werden müssen.

Der vorliegende Leitfaden wurde an die aktuellen Gegebenheiten und allgemein anerkannten Regeln im E-Mail-Verkehr angepasst und – im Vergleich zur ersten Auflage aus dem Jahr 2009 – rundum neu überarbeitet. Er ermöglicht tiefergehende Einblicke in das Thema E-Mail-Management, indem er die organisatorischen, technischen und rechtlichen Anforderungen beleuchtet und anhand von übersichtlichen Checklisten Handlungsempfehlungen gibt.

3 Organisatorische Anforderungen

3.1 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme

Über zwei Drittel der Deutschen senden und empfangen gelegentlich E-Mails, der Großteil davon mindestens einmal in der Woche.[1] Auch in Unternehmen sind E-Mails als Kommunikationsmittel nicht mehr wegzudenken. 95 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen nutzen heutzutage E-Mails.[2] Sowohl in der Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern als auch in der internen Kommunikation unter Kollegen ist die E-Mail weit verbreitet. Diese Zahlen machen deutlich: Die E-Mail hat sich sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld als Kommunikationsform durchgesetzt. Die Erreichbarkeit per E-Mail gehört demnach zu den Grundanforderungen an ein Unternehmen. Bieten Sie daher Ihren Kunden und Geschäftspartnern neben den herkömmlichen Kontaktmöglichkeiten per Telefon oder Brief unbedingt auch die Möglichkeit, über E-Mail mit Ihnen in Kontakt zu treten. Schaffen Sie im besten Fall eine Kombination aus Kontaktformular und E-Mail-Adresse, um den (potenziellen) Kunden die Wahl des Kommunikationsmediums zu überlassen.

3.2 Reaktion auf E-Mail-Anfragen

Die Vorteile der E-Mail-Nutzung sind in erster Linie die Reaktionsschnelligkeit und die zeitliche Flexibilität. Viele erwarten daher insbesondere bei geschäftlichen E-Mails eine schnelle Antwort. Kunden können ausgesprochen schnell unzufrieden sein, wenn sie das Gefühl haben, vernachlässigt oder vergessen zu werden. Wird eine E-Mail nicht innerhalb einer angemessenen Zeit beantwortet, kann dies für Sie und das Unternehmensimage negative Folgen haben. In Zeiten steigender E-Mail-Zahlen muss bei der Bearbeitung der E-Mails aber häufig eine Priorisierung vorgenommen werden. Wie schnell auf eine E-Mail geantwortet werden sollte, hängt daher auch von der Art der E-Mail und den Erwartungen des Versenders ab.[3]

Achtung:

Reagieren Sie auf eine E-Mail am besten innerhalb von 24 Stunden, aber maximal innerhalb von drei Arbeitstagen. Sollte dies nicht möglich sein (Urlaub, Termine etc.), weisen Sie darauf hin. Aktivieren Sie rechtzeitig einen Autoresponder, der Sie mit einer kurzen Abwesenheitsmeldung vertritt, oder schicken Sie einen Zwischenbescheid, in dem Sie mitteilen, bis wann Sie die E-Mails beantworten werden.[4] Dies hilft, Missverständnisse zu vermeiden, die durch ungewöhnlich späte Reaktionen auf E-Mails entstehen können (siehe auch Kapitel 3.6). Der Grundsatz, sich zu melden, sollte unabhängig von Ihrem Aufenthaltsort eingehalten werden. Heutzutage verfügt zum einen jedes moderne E-Mail-Programm über einen automatischen Abwesenheitsassistenten. Zum anderen können Sie mit einem internetfähigen Smartphone von nahezu überall auf Ihre E-Mails zugreifen.

Wenn Sie mehr Zeit für eine ausführliche Antwort benötigen, teilen Sie dies dem wartenden Empfänger binnen maximal zwei Tagen mit. Hier reicht ein Anruf oder eine kurze Antwort-E-Mail aus, in der Sie zudem am besten mitteilen, bis wann Sie die gewünschten Informationen bereitstellen können.

Oft taucht die Frage auf, wann eine E-Mail-Kommunikation beendet ist. Idealerweise erfolgt eine Bestätigungs-E-Mail vom Empfänger, dass die gewünschten Informationen eingetroffen sind. Auf eine solche Bestätigungs-E-Mail brauchen Sie dann nicht mehr zu antworten. Die Kommunikation gilt somit als beendet, wenn beide Seiten alle Informationen richtig und vollständig übermittelt haben und dies auch beiden bekannt ist.

3.3 Gestaltung der E-Mail

Eine geschäftliche E-Mail sollte ebenso wie ein Brief im Papierformat professionell gestaltet sein. Die inhaltliche Gestaltung einer E-Mail unterscheidet sich im Großen und Ganzen kaum von der eines Briefes. Allerdings gibt es einige Besonderheiten, die beachtet werden sollten. Im Folgenden werden die wichtigsten Grundsätze der E-Mail-Gestaltung zusammengefasst:[4, 5]

- **Eindeutige Betreffzeile**
  Die Betreffzeile muss aussagekräftig und möglichst kurz gehalten sein. Ein Tabu sind dutzende automatisch eingefügte Kürzel (z. B. RE oder AW).

- **Höflichkeit und Rechtschreibung**
  Schreiben Sie eine E-Mail nicht anders als einen Brief in Papierform. Kontrollieren Sie vor dem Versand den Inhalt auf Vollständigkeit und Richtigkeit.

- **Knappe und präzise Formulierungen**
  E-Mails werden in der Regel schneller gelesen als Briefe. Fassen Sie sich daher so kurz wie möglich und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche. Schreiben Sie verständlich und strukturieren Sie die E-Mail sinnvoll, z. B. durch Absätze.

- **Einheitliche und rechtssichere Signatur**
  Nutzen Sie eine Signatur, die alle wichtigen Kontaktdaten bereithält (siehe auch Kapitel 5.2). Achten Sie dabei auch auf ein einheitliches Design für die gesamte E-Mail-Kommunikation im Unternehmen.

- **Sparsame Formatierungen**
  Oft funktionieren Formatierungen im HTML-Format nur im internen E-Mail-System. Ein externer Empfänger erhält die E-Mail vielleicht im reinen Textformat. Dies kann dazu führen, dass die E-Mail beim Empfänger anders dargestellt wird als beabsichtigt.

- **Kleine Dateianhänge (weniger als 20 Megabyte)**
  Viele Firmen begrenzen den Dateianhang, um Ressourcen zu schonen. Erkundigen Sie sich im Zweifelsfall vorher beim Empfänger und nutzen Sie gegebenenfalls eine Komprimierungs-Software. Es gibt auch Internetdienste, mit denen Sie große Dateien zwischenspeichern bzw. übermitteln können.

3.4 Effiziente E-Mail-Kommunikation

Durch das stark angestiegene E-Mail-Aufkommen quellen viele Postfächer sprichwörtlich über. Die Mitarbeiter werden durch die Bearbeitung häufig von ihren Kerntätigkeiten abgehalten. Dies führt nicht nur zu höheren Kosten und geringerer Produktivität für das Unternehmen, sondern auch zu einem zunehmenden Frust bei den Mitarbeitern.[5, 6, 7, 8]

Während Spam-Mails durch die Verwendung moderner Spamfilter (siehe auch Kapitel 4.3) weitgehend geblockt werden, fühlen sich Mitarbeiter zunehmend durch eine Vielzahl unnötiger E-Mails, insbesondere von Kollegen, gestört.[9] Dies ist nicht zuletzt auch auf einen fehlerhaften Umgang mit E-Mails zurückzuführen. Durch die Einhaltung von einigen Regeln können Sie Ihre E-Mail-Kommunikation verbessern und somit sich sowie Ihre Mitarbeiter und Kollegen entlasten:[3, 5, 8, 10, 11]

- **Bei „Kopie an“ zurückhalten**
  Häufig werden mehrere Kollegen und insbesondere Vorgesetzte in „CC“ gesetzt. Diese Funktion kann ein Weg sein, andere über den aktuellen Stand der Dinge auf dem Laufenden zu halten. Oft ist dies jedoch überflüssig und dient nur der Absicherung und der Abwälzung von Verantwortung. Um die E-Mail-Flut einzudämmen, sollte diese Funktion daher wohlüberlegt eingesetzt werden.

- **Viele Empfänger vermeiden**
  Bevor Sie mehrere Empfänger hinzufügen, stellen Sie sich nochmals die Frage, ob dies zum gegebenen Zeitpunkt auch wirklich nötig ist. Gehen Sie auch vorsichtig mit dem Klick auf „allen antworten“ um. Dies ist häufig unnötig und verstopft nur die Posteingänge der anderen.

- **E-Mails nicht für Echtzeitkommunikation nutzen**
  Bei komplizierten und diskussionsbedürftigen Sachverhalten kann die Kommunikation per E-Mail zu einer großen Anzahl an Nachrichten führen. Greifen Sie in solchen Fällen lieber zum Telefon oder besprechen Sie den Sachverhalt persönlich.

- **Feste Bearbeitungszeiten einplanen**
  Setzen Sie für sich feste Zeiträume zur Bearbeitung der E-Mails fest, z. B. zweimal täglich. Vermeiden Sie es, die Bearbeitung über den ganzen Tag zu streuen und andere Tätigkeiten dafür zu unterbrechen.

- **Ordnung im Posteingang halten**
  Halten Sie Ordnung in Ihrem Postfach, indem Sie die E-Mails in Unterordnern ablegen, z. B. nach Themen oder Bearbeitungsstand. Löschen Sie alle E-Mails, die Sie voraussichtlich nicht mehr brauchen bzw. archivieren Sie die E-Mails (Näheres zu den gesetzlichen Aufbewahrungspflichten finden Sie im Kapitel 5.3). Der Posteingang ist keine Ablage und sollte am Ende des Tages leer sein.

3.5 Arbeitsanweisungen und Schulungen für Mitarbeiter

Ein ausgereiftes E-Mail-Management durch gut geschulte und informierte Mitarbeiter ist äußerst vorteilhaft. Es schafft freie Kapazitäten, spart Kosten und reduziert Fehler. Mitarbeiter können sich auf ihre Kernaufgaben und wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren, anstatt sich mit der Bearbeitung der Vielzahl an täglich eintreffenden E-Mails aufzuhalten. Zudem wird durch eine übereinstimmende Gestaltung der E-Mail-Kommunikation (z. B. Signatur) das Unternehmensbild in der Außenwahrnehmung geschärft.[12]

Um ein funktionierendes E-Mail-Management zu etablieren, bedarf es aber einiger Maßnahmen. So sollten Unternehmen Regeln für die E-Mail-Kommunikation formulieren, diese ständig aktualisieren und regelmäßig verbreiten, damit alle Mitarbeiter auf einem aktuellen Wissensstand sind. Solche schriftlichen Arbeitsanweisungen sind besonders wichtig, wenn Ihre Mitarbeiter eine genaue Arbeitsabfolge sowie eine einheitliche formale und inhaltliche Gestaltung einhalten sollen. Sie dienen zudem neuen Mitarbeitern als Einstiegshilfe und Leitfaden für ihre Tätigkeit und den bereits eingearbeiteten Mitarbeitern als Nachschlagewerk.[13]

Ein schriftliches Festhalten der Regelungen alleine reicht jedoch nicht aus, sondern eine Erstunterweisung der Mitarbeiter ist notwendig. Dabei sollte insbesondere auch der Sinn und Zweck des Arbeitsvorgangs deutlich gemacht werden. Kontrollieren Sie auch das Ergebnis, damit sich keine nachhaltigen Fehler etablieren. Wichtig ist, dass Sie selbst als Vorgesetzter ein klares Bild von einer effektiven E-Mail-Kommunikation haben (siehe auch Kapitel 3.4) und dieses in Ihren Arbeitsanweisungen möglichst präzise transportieren. Dazu gehört selbstverständlich auch, dass Sie selbst das gewünschte Verhalten vorleben.[10, 13]

Regelmäßige interne Schulungen können das E-Mail-Management verbessern. Durch die genaue Kenntnis der Anforderungen an die E-Mail-Kommunikation und durch eine gewisse Routine nehmen Stress und Überlastung ab.[7]

Insgesamt führt ein funktionierendes E-Mail-Management zu einem effizienteren Umgang mit E-Mails. Die Anzahl an E-Mails im Unternehmen wird gesenkt und die Zufriedenheit der Mitarbeiter gesteigert. Das Unternehmen profitiert durch eine höhere Produktivität und einen einheitlichen Auftritt nach außen.[14]

3.6 Klare Verantwortlichkeiten und Vertretungsregelungen

Eine eindeutige Regelung, welcher Mitarbeiter sich um welche E-Mail-Anfragen kümmert, kann die Bearbeitungszeit erheblich verkürzen und die Qualität der Antworten durch entsprechendes Expertenwissen steigern. Dies kann beispielsweise durch eine interne Weiterleitung oder auch durch aufgabenbezogene E-Mail-Adressen sichergestellt werden.[15]

Ebenso wie bei jeder anderen Aufgabe ist auch für die Bearbeitung von E-Mails für jeden Mitarbeiter ein Vertreter zu benennen. Dadurch kann im Falle der Abwesenheit, z. B. bei Urlaub oder Dienstreise sowie im Krankheits- oder Kündigungsfall, die Wahrnehmung der Aufgaben sichergestellt werden. Vor allem in Fachbereichen ist dies von besonderer Bedeutung, da hier meist Spezialwissen erforderlich ist. Daher muss vorab geregelt sein, welcher Mitarbeiter mit welchen Kompetenzen und in welchen Angelegenheiten den Abwesenden vertritt. Stellen Sie zudem sicher, dass geregelt ist, wie Vertretungsregelungen umgesetzt werden. Bei geplanter Abwesenheit sollte für den Vertreter eine E-Mail-Weiterleitung eingerichtet oder der Zugriff auf das jeweilige Postfach freigegeben werden. Bei ungeplanter Abwesenheit ist eine geeignete Vertretungsregelung deutlich schwieriger. Insbesondere im Zusammenhang mit Zugriffsrechten und Weiterleitungen sind hier datenschutzrechtliche Bestimmungen zu beachten (siehe auch Kapitel 5.4).[15, 16, 17]

Viele E-Mail-Programme bieten zudem die Möglichkeit, bei einer längeren Abwesenheit einen Abwesenheitsassistenten zu aktivieren. Dieser sorgt dafür, dass jeder E-Mail-Absender während dieser Zeit darüber informiert wird, dass der Empfänger vorübergehend nicht zu erreichen ist. Dadurch wird verhindert, dass Kunden und Geschäftspartner durch die Nichtbeantwortung einer E-Mail verärgert werden. Ein Problem dabei ist jedoch häufig, dass zu viele Informationen über den Mitarbeiter und die Organisation unkontrolliert nach außen gegeben werden.

Darüber hinaus wird der Absender meistens im Unklaren darüber gelassen, ob seine E-Mail bis auf weiteres unbearbeitet bleibt oder an einen Vertreter weitergeleitet wurde. Daher sollten zwei Dinge bei der Einrichtung einer automatischen Abwesenheitsnotiz beachtet werden:[15, 16, 18]

- Teilen Sie so wenige Informationen wie möglich über Interna, wie Durchwahlen oder Organisationseinheiten, mit.
- Bestimmen Sie für alle längeren Abwesenheitsphasen einen Vertreter und teilen Sie diesen auch Externen über einen Abwesenheitsassistenten mit.

Ein Beispiel für eine solche Abwesenheitsnotiz könnte sein:

„Sehr geehrte Damen und Herren,
vielen Dank für Ihre E-Mail. Bis zum TT.MM.JJJJ bin ich leider nicht im Büro und kann Ihre E-Mail daher erst anschließend beantworten. Ihre Nachricht wird nicht weitergeleitet. In dringenden Fällen wenden Sie sich bitte an meine(n) Kollegin/Kollegen xxx [E-Mail-Adresse].
Mit freundlichen Grüßen, xxx“ [19]

Achtung:

Die meisten Abwesenheitsassistenten bieten die Möglichkeit, die ausgehenden Benachrichtigungen nach selbstdefinierten Kriterien zu steuern. Damit kann beispielsweise festgelegt werden, dass interne E-Mail-Absender andere Antworten erhalten als externe.[15]

3.7 CHECKLISTE | Organisatorische Anforderungen

- **Kann Ihr Kunde Sie einfach erreichen?**
  Bieten Sie Kunden die Möglichkeit per E-Mail Kontakt zu Ihnen aufzunehmen.

- **Antworten Sie schnell auf E-Mails?**
  Beantworten Sie eine E-Mail möglichst innerhalb von 24 Stunden, aber spätestens nach drei Arbeitstagen. Prüfen Sie Ihren Posteingang mindestens zweimal täglich.

- **Ist die Betreffzeile aussagekräftig?**
  Verwenden Sie klare Angaben in der Betreffzeile, damit der Empfänger sofort sieht, worum es geht. Das hilft auch Ihnen, eine spätere Antwortmail einzuordnen.

- **Ist der Inhalt Ihrer E-Mail vollständig?**
  In der Regel sollten alle W-Fragen (wer, was, wann, wo, warum, wie und wozu) beantwortet worden sein. Auch eine in der E-Mail versprochene Datei sollte angehängt sein. Überprüfen Sie die E-Mail auf Vollständigkeit, bevor Sie sie absenden.

- **Haben Sie den Schreibstil Ihrer E-Mail kontrolliert?**
  Schreiben Sie auf den Punkt formuliert und verständlich und achten Sie auf einen strukturierten Textaufbau sowie eine korrekte Rechtschreibung und Grammatik.

- **Enthält Ihre E-Mail einen Abschlussgruß?**
  In vielen Unternehmen ist die Abschlussgrußformel in Form einer Signatur Bestandteil der Corporate Identity. Beachten Sie aber, dass eine Signatur nicht nur Ihre elektronische Visitenkarte ist, sondern auch rechtliche Relevanz besitzt.

- **Schicken Sie die E-Mail an den richtigen Empfänger?**
  Überprüfen Sie vor dem Versand der E-Mail erneut die Empfänger. Vermeiden Sie es, unnötig viele Personen anzuschreiben. Überprüfen Sie die richtige Zuordnung der Empfänger zu der „An“-Zeile (Personen, die aufgrund der Inhalte der E-Mail tätig werden müssen) und der „CC“-Zeile (Personen, die diese E-Mail zur Information erhalten sollen).

- **Haben Sie die Anlagen geprüft?**
  Beachten Sie die Größe des Anhangs, den Sie verschicken. Oft wird es ab 20 MB kritisch. Im Zweifelsfall erkundigen Sie sich vorher beim Empfänger.

- **Haben Sie Ihre Abwesenheit kommuniziert?**
  Schalten Sie bei Abwesenheit den Autoresponder ein. Für den Fall eines unvorhersehbaren Personalausfalls müssen Vertretungsregelungen geschaffen werden, die eine Fortführung der Aufgabenwahrnehmung sicherstellen.

- **Gibt es Regelungen für Eingangsmails?**
  Komplexe und spezifische Nachrichten sollten vom jeweiligen Fachbereich oder erst nach Rücksprache mit den Fachexperten beantwortet werden. Schaffen Sie die notwendigen Vorkehrungen, wie z. B. eine genaue themenspezifische Zuordnung oder das Hinterlegen wichtiger Textbausteine in einer Wissensdatenbank.

- **Existieren interne Arbeitsanweisungen für die Bearbeitung der E-Mails?**
  Neuen Mitarbeitern dienen Arbeitsanweisungen als Leitfaden für ihre Tätigkeit, bereits eingearbeitete Mitarbeiter nutzen sie als Nachschlagewerk.

- **Bieten Sie E-Mail-Schulungen für Mitarbeiter an?**
  Ein optimales E-Mail-Management schafft freie Kapazität, spart Kosten und reduziert Fehler. Mitarbeiter können sich auf wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren, statt sich mit der Bearbeitung von E-Mails aufzuhalten.

- **Halten Sie sich an die Regeln für eine effiziente E-Mail-Kommunikation?**
  Ein großer Teil der E-Mails ist unnötig und vermeidbar, insbesondere in der internen Kommunikation. Um die E-Mail-Flut zu bewältigen oder gar einzudämmen, sollten einige Regeln beachtet werden.

4 Technische Anforderungen

4.1 Kundenbeziehungspflege mit CRM-Systemen

Ein Grund für den Erfolg der E-Mail als Kommunikationsmedium sind die relativ geringen technischen Voraussetzungen. Ein zentraler Mailserver verwaltet die E-Mail-Adressen und ist für Empfang und Verteilung der Mails im Unternehmen zuständig. Die Endgeräte der Mitarbeiter (z. B. Arbeitsplatzrechner, Smartphone oder Tablet) sind über ein passendes E-Mail-Programm, den sogenannten Mail-Client, an den Mailserver angebunden. Der Mitarbeiter schreibt, liest und versendet mit Hilfe des Clients seine E-Mails.

Die digitale Kommunikation Ihres Unternehmens mit den Kunden sollte zentral durch eine datenbankgestützte Software verwaltet werden. Hierzu wird in der Regel eine CRM-Lösung eingesetzt. Unter CRM (= Customer Relationship Management) ist die Pflege beziehungsweise das Management von Kundenbeziehungen zu verstehen. Dabei werden kundenbezogene Prozesse über alle Unternehmensbereiche, wie beispielsweise Marketing, Vertrieb und Kundendienst, zusammengefasst und optimiert. CRM verfolgt das Ziel, Kunden zufrieden zu stellen, diese an das Unternehmen zu binden und somit den Kundenwert zu erhöhen. Ein gut funktionierendes CRM geht weit über den bloßen Versand von E-Mails hinaus. Es bietet kleinen und mittelständischen Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz. Der Vorteil basiert auf dem systematischen Management von Kundenbeziehungen und ist somit ein zentraler Baustein für den Unternehmenserfolg.[20]

Eine CRM-Lösung ist besonders gut dafür geeignet, Kundenbeziehungen aufzubauen und zu festigen. Mit Hilfe der in der Datenbank gespeicherten Kundeninformationen, wie etwa Bedürfnisse und Anforderungen an die Serviceleistung, kann der Kunde individuell betreut werden. Diese Aufmerksamkeit hinterlässt einen engagierten Eindruck bei Ihren Kunden und führt nicht selten zu einer steigenden Kundenzufriedenheit.

Vorrangige Ziele beim Einsatz eines CRM-Systems sind eine beschleunigte Bearbeitung, eine gesteigerte Effizienz und Mitarbeiterleistung, eine erhöhte Antwortkonsistenz sowie eine durchgängige Dokumentation des E-Mail-Aufkommens und der einzelnen Vorgänge. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, Arbeitsabläufe prozessorientiert zu gestalten. Zudem können zentral verwaltete Daten verschiedenen Abteilungen zeitnah und automatisiert zur Verfügung gestellt werden. Ein CRM-System sollte in eine übergreifende Kommunikationsstrategie des Unternehmens eingebunden sein. Dabei muss das Ziel – die Steigerung der Kundenzufriedenheit – immer im Blick behalten werden.[2]

Zielanforderungen CRM:

- Effiziente Vertriebsförderung durch systematische Analyse der Daten
- Ableitung zielgerichteter und bedürfnisorientierter Marketing-Maßnahmen
- Kostenreduktion durch zentrale und firmenweite Integration der digitalen Kommunikationskanäle
- Steigerung der Qualität der Kundenbetreuung durch Zusammenführung relevanter Kundeninformationen
- Direkter Zugriff auf die Kundendaten über verschiedene Kanäle (Intranet, Extranet) und Endgeräte (Desktop-PC, Smartphone, Tablet)
- Vorteile durch Integration in bestehende Unternehmensprozesse
- Steigerung der Zufriedenheit bei Neu- und Bestandskunden.[20]

4.2 Virenschutz

„Ein Computer-Virus ist eine nicht selbstständige Programmroutine, die sich nach ihrer Ausführung selbst reproduziert und dadurch vom Anwender nicht kontrollierbare Manipulationen in Systembereichen, an anderen Programmen oder deren Umgebung vornimmt.“[22]

Schadprogramme wie Viren, Würmer, Spyware, Adware und Trojaner verbreiten sich rasant über E-Mails und das Internet. Dabei richten sie großen Schaden an. Unternehmen müssen daher ihre wertvollen Unternehmensdaten (z. B. Kundendaten, Preiskalkulationen etc.) schützen. Es gibt einige Schutzmaßnahmen, die Sie in jedem Fall treffen sollten. So sind ein Virenschutzprogramm, ein Anti-Spyware-Programm sowie eine Firewall Pflicht für jedes Unternehmen. Die Aktualisierung dieser Programme sollte regelmäßig vorgenommen werden, damit auch neue Schadprogramme erkannt werden können.

E-Mails können Dateianhänge enthalten, die Schadprogramme enthalten. Diese Anhänge sollten nie ungeprüft geöffnet werden, denn sie sind der häufigste Übertragungsweg für Würmer und Viren. Auch unbekannten Links in Ihren E-Mails sollten Sie kritisch gegenüber stehen. Selbst Anhängen von Ihnen bekannten E-Mail-Adressen sollten Sie nie zu hundert Prozent vertrauen. E-Mail-Würmer können bekannte Absender-Adressen fälschen oder sich eigenständig an alle Kontakte aus einem infizierten Adressbuch verschicken. Personalisierte Spam und Virenmails von „bekannten“Absendern sind recht häufig, daher kann – wenn der (angebliche) Absender dem Empfänger persönlich bekannt ist – eine Nachfrage per Telefon o. ä. durchaus Klarheit schaffen.

Achtung:

- Installieren Sie ein Virenschutzprogramm, Anti-Spyware-Programm und eine Firewall. Aktualisieren Sie diese regelmäßig, am besten automatisch.
- Halten Sie Betriebssystem und Programme auf dem aktuellsten Stand. Installieren Sie Sicherheitsupdates zügig.
- Gehen Sie sorgfältig mit Zugangsdaten um. Halten Sie Kennwörter, Benutzernamen und Zugangscodes unter Verschluss. Wechseln Sie in regelmäßigen Abständen die Passwörter.
- Vorsicht bei E-Mail-Anhängen! Überprüfen Sie Anhänge mit einem Virenschutzprogramm. Am besten installieren Sie eine Software, die automatisch Dateianhänge prüft. Auch hier sind regelmäßige Updates unerlässlich.
- Verschlüsseln Sie Ihr drahtloses Netzwerk (WLAN) mit aktuellen Methoden (WPA2).
- Legen Sie Sicherungskopien der wichtigsten Dateien auf CD-ROM/DVD oder auf einer externen Festplatte an.

4.3 Schutz vor Spam, Scam und Phishing

Spam-E-Mails sind unerwünscht und lästig, oft auch gefährlich.[23] Wenn die Postfächer der Mitarbeiter überquellen und die eigene technische Infrastruktur wegen Überlastung lahmt, ist dies sowohl zeitintensiv als auch kostenverursachend für Unternehmen. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass der Büro-Rechner selbst durch Schadprogramme infiziert und so zum ferngesteuerten Spam-Versender wird. Dies soll bei 25 Prozent der Rechner in Unternehmen bereits der Fall sein.[24] Ein Spamfilter hilft dabei, erwünschte und unerwünschte Korrespondenzen zuverlässig zu unterscheiden. Die Software analysiert eingehende Mails mit Hilfe von Filterregeln, löscht oder markiert automatisch verdächtige Mails und prüft sie auf Schadprogramme. Reduzieren Sie das Spamproblem auf ein erträgliches Maß, indem Sie hochwertige Spamsoftware verwenden. Je nach Hersteller wird zur Spam-Erkennung eine Kombination aus mehreren technischen Verfahren eingesetzt. In der Regel steigern die Programme aufgrund einer intelligenten Lernfunktion die Erkennungsrate. So ist Ihnen Schutz garantiert, ohne dabei den Empfang erwünschter E-Mails zu gefährden.

Ebenso sind Scam- und Phishing-Mails als gefährlich einzustufen. Scam-Mails sind betrügerische E-Mails, die dem Adressaten utopisch hohe Geldsummen in Aussicht stellen (Lottogewinn, Erbschaft oder Geldtransfer auf das Konto des Opfers). Vor Freigabe der angeblichen Millionenbeträge werden dann aber finanzielle Vorschussleistungen fällig, z. B. für Provisionen, Notargebühren, Verwaltungskosten, Versicherungen etc. Die versprochene Riesensumme wird natürlich nie ausgezahlt, die vom Opfer im Voraus gezahlten Gelder dagegen sind verloren.

Phishing-Mails „fischen“ nach den vertraulichen Daten des Adressaten (Kontodaten, PIN, TAN, Kreditkartennummern). Die Betrüger verschicken dazu massenhaft Köder-Mails, die oft mit Original-Logos, gefälschten Sicherheitssymbolen und offiziell klingenden Absendern Echtheit und Dringlichkeit vorgaukeln. Das Opfer soll dazu verleitet werden, sensible Daten preiszugeben. Dazu muss beispielsweise ein (virenverseuchter) Dateianhang geöffnet oder eine bestimmte Webseite besucht werden. Gibt das Opfer auf der (oft täuschend echt aussehenden) Webseite Passwort oder persönliche Daten ein, ist der Betrug gelungen.[23]

Achtung:

- Deaktivieren Sie in Ihrem E-Mail-Programm die automatische Vorschaufunktion, das Ausführen von Programmcodes und das Herunterladen von Bildern. So blockieren Sie die Kommunikation zwischen Ihrem E-Mail-Programm und dem Spammer.
- Antworten Sie unter keinen Umständen auf eine Spam-Mail, denn eine Antwort würde dem Spammer mitteilen, dass Ihre Adresse aktiv ist. Im Anschluss erhalten Sie noch mehr Spam.
- Öffnen Sie keine Dateianhänge unbekannter Adressaten.
- Die effektivste Lösung ist eine moderne Antispam-Software. Hierzu wird zentral auf dem Mailserver und auf den Endgeräten ein Antispam-Filter installiert, der etwa 95 bis 99 Prozent des Spams erkennen kann.
- Beschweren Sie sich! Haben Sie eine Spam-Mail bekommen, können Sie diese unter http://www.internet-beschwerdestelle.de/beschwerde/ einreichen. Die zentrale Beschwerdestelle ist ein gemeinsames Projekt von eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) e.V.. Sie wird kofinanziert von der Europäischen Union.

4.4 CHECKLISTE | Technische Anforderungen

- **Verwenden Sie ein CRM-System?**
  Mit Hilfe von Customer Relationship Management-Systemen können dauerhafte und effektive Kundenbeziehungen etabliert werden.

- **Nutzen Sie eine Antiviren-Software?**
  Sie sollten in jedem Fall einen Virenscanner verwenden, der in regelmäßigen Abständen aktualisiert wird.

- **Setzen Sie eine Firewall ein?**
  Firewalls schützen Sie vor Attacken aus dem Internet oder begrenzen den Schaden, falls der Rechner schon infiziert ist.

- **Kontrollieren Sie Dateianhänge?**
  Öffnen Sie keine ungeprüften Anhänge, denn sie sind der häufigste Übertragungsweg für Viren und Würmer. Installieren Sie eine Software, die automatisch Dateianhänge prüft.

- **Sichern Sie regelmäßig wichtige Daten?**
  Es ist ungemein wichtig, Daten und wichtige Programme regelmäßig auf anderen Medien zu sichern. Im Notfall hilft nur ein ordentliches Backup.

- **Aktualisieren Sie regelmäßig Ihr Betriebssystem?**
  Zu wirklich wichtigen Problemen bieten z. B. Microsoft oder Apple in der Regel Hilfe an. Machen Sie regelmäßig von der Update-Funktion Gebrauch und installieren Sie die Service-Packs.

- **Haben Sie einen Antispam-Filter installiert?**
  Die effektivste Lösung, um Spam-Mails zu vermeiden, ist eine gute Antispam-Software. Antworten Sie zudem unter keinen Umständen einem Spammer.

- **Schützen Sie sich vor Spam- und Phishing-Mails?**
  Misstrauen Sie E-Mails, in denen Sie zum Besuch von Banken-Webseiten und zur Preisgabe von persönlichen Daten aufgefordert werden. Ignorieren Sie E-Mails, die Ihnen utopische Geldsummen versprechen.

- **Haben Sie die Absenderadressen kritisch geprüft?**
  Sie sollten immer skeptisch sein, wenn Sie eine Mail von einem Ihnen unbekannten Absender oder eine E-Mail in unbekannter Sprache erhalten.

- **Besitzen Sie mehrere E-Mail-Adressen?**
  Richten Sie sich zwei E-Mail-Adressen ein – eine für den geschäftlich relevanten Schriftverkehr und eine für den öffentlichen Zugang, wie z. B. Angaben in Newslettern.

5 Rechtliche Anforderungen

E-Mail-Kommunikation als Teil der Geschäftskommunikation unterliegt selbstverständlich auch rechtlichen Rahmenbedingungen. Der Gesetzgeber hat sogar für Teilbereiche des elektronischen Geschäftsverkehrs eine Reihe von Sonderregelungen geschaffen. Mit den grundlegenden Rechtsfragen der E-Mail-Kommunikation befasst sich das nachfolgende Kapitel.

5.1 Wirksamkeit und Beweiskraft

Im E-Mail-Verkehr stellt sich schnell die Frage nach der Wirksamkeit und Beweiskraft einer Erklärung, die per E-Mail abgegeben wurde. Die Wirksamkeit wird von Formanforderungen bestimmt. Wenn keine Form verlangt wird, wie bei den meisten Vertragsabschlüssen beziehungsweise Vertragserklärungen (wie Bestellung und Auftragsbestätigung), reicht grundsätzlich auch eine E-Mail aus. Bei einer vereinbarten Schriftform kann zwar nach § 127 BGB auch eine telekommunikative Übermittlung, beispielsweise ein Fax, ausreichen. Ob aber E-Mails darunter fallen, ist zweifelhaft. Ist also in Ihrem Vertrag eine Schriftform, beispielsweise für eine Abänderung, vorgesehen, sollten Sie hierzu einen Briefwechsel verwenden oder zumindest ein Telefax.

Vielfach wird die sogenannte Textform verlangt. Die Textformerfordernisse kann eine E-Mail erfüllen. Wesentliche Anforderung ist dabei eine lesbare Erklärung, in der die Person des Erklärenden genannt ist, auf einem dauerhaften Datenträger. In der Gesetzesfassung des § 126b BGB, der die Textform regelt, wird bis zum 12.06.2014 zusätzlich verlangt, dass der „Abschluss der Erklärung durch Nachbildung der Namensunterschrift oder anders erkennbar gemacht werden“ muss. Das wäre durch die E-Mail-Signatur erfüllt (siehe auch Kapitel 5.2). Dieser Zusatz ist ab dem 13.06.2014 aber nicht mehr erforderlich. Dennoch empfiehlt sich eine Signatur, da damit zum einen deutlich wird, wer die Erklärung abgibt und sie zum anderen in der Geschäftspost rechtlich erforderlich ist.

Die Beweiskraft einer E-Mail vor Gericht ist natürlich sehr eingeschränkt. Sieht man von Besonderheiten ab, wie beispielsweise einer Art E-Mail-Einschreiben, haben Sie keinen Zugangsnachweis. Die Praxis zeigt, dass E-Mails, in denen wichtige Erklärungen enthalten sind, „nicht ankommen“. Es besteht auch die reale Gefahr, dass sie im SPAM-Filter des Empfängers landen. Werden E-Mails mittels Zitat beantwortet (Antwort-E-Mail mit Text der Originalmail) und enthält die Antwort Details, die dem Empfänger zugeordnet werden können, steigt die Beweiskraft schon ganz erheblich. Kündigungen und andere wichtige Gestaltungserklärungen gehören nicht (nur) in eine E-Mail. Sie sollten, zumindest ergänzend, immer eine Zusendung mit Zustellnachweis (Gerichtsvollzieherzustellung, Einschreiben) nutzen. Fügen Sie zudem der E-Mail die Erklärung in einer PDF-Datei als Anhang an. Das schützt besser gegen Veränderungen des Textes (schließt sie aber nicht ganz aus). Einige dieser Probleme werden über die DE-Mail gelöst, bei der zertifizierte Anbieter mit Verschlüsselungen, elektronischen Signaturen und Zustellnachweisen arbeiten.

5.2 E-Mail-Signatur

Für geschäftliche E-Mails gelten seit dem 1. Januar 2007 die gleichen Vorschriften wie für Geschäftsbriefe. Dies gilt sowohl für Kapitalgesellschaften (GmbH § 35a GmbHG, AG § 80 AktG) und ins Handelsregister eingetragene Personengesellschaften als auch für eingetragene Einzelunternehmer, also eingetragene Kaufleute (§ 37a HGB). Demnach müssen geschäftliche E-Mails, wie z. B. Auftragsbestätigungen, Bestellungen oder Rechnungen, die folgenden Angaben enthalten:

- Familienname und ein ausgeschriebener Vorname des Inhabers des Unternehmens bzw. der Geschäftsführer oder Vorstands- bzw. Aufsichtsratsvorsitzenden und der anderen Vorstandsmitglieder,
- Firma und Rechtsformzusatz,
- Sitz des Unternehmens (Anschrift),
- zuständiges Handelsregister und
- Handelsregisternummer.[25]

Die Angaben müssen im Text der E-Mail enthalten sein und nicht etwa im Anhang. Ein gut platzierter Ort dafür ist die Signatur. Da viele E-Mail-Clients beispielsweise auch für Newsgroups (bestimmte Diskussions- und Nachrichtenforen) verwendet werden, ergeben sich aus diesem Grund auch formelle Anforderungen. So sollte die Signatur möglichst nicht länger als vier Zeilen sein. Zwingend ist das jedoch nicht. Üblicherweise ist die Einrichtung einer Signatur in Ihrem E-Mail-Programm schnell und einfach durchzuführen. Sie legen diese nur ein einziges Mal an, im Anschluss wird sie der E-Mail immer automatisch hinzugefügt.

Sie finden in E-Mails manchmal seitenlange, in diverse Sprachen übersetzte Rechtserklärungen, die vor allem bei einer versehentlichen Versendung versuchen dem Empfänger Rechtspflichten zur Information, Löschung oder dergleichen aufzuerlegen. Solche „Enthaftungserklärungen“ sind in aller Regel in E-Mails und auf Webseiten unsinnig. So kann man Sie durchaus haftbar machen, wenn Sie einen Kunden-Computer über Ihre E-Mail grob fahrlässig mit Viren verseuchen, weil Sie keinen Virenschutz installiert haben. Jeder Haftungsausschluss ist zudem problematisch, weil er, eingestuft als AGB, womöglich einer rechtlichen Kontrolle nicht standhält und abgemahnt werden kann. Manche Disclaimer sind regelrecht schädlich, wie beispielsweise „In dieser E-Mail abgegebene Erklärungen sind nicht rechtsverbindlich.“ Damit torpediert man auch jegliche Wirkung von in der eigenen E-Mail enthaltenen und gewollten Erklärungen, wie z. B. bei einer Fristsetzung. Rechtliche Pflichten, etwa zur Löschung, können Sie einem Dritten nicht einfach ohne seine Einwilligung auferlegen. Es macht allenfalls Sinn, der Veröffentlichung einer E-Mail vorsorglich zu widersprechen. Wenn es Ihnen darauf im Einzelfall ankommt, sollten Sie aber auch noch einmal im Text vor der Signatur ausdrücklich darauf hinweisen.

5.3 E-Mail-Archivierung

Geschäftliche E-Mails gehören mit wenigen Ausnahmen zu den Handelsbriefen und unterliegen damit der allgemeinen Aufbewahrungspflicht nach § 257 HGB. Steuerlich relevante E-Mails sind seit dem 01. Januar 2002 zwingend in elektronischer Form zu archivieren (vgl. § 147 AO).[26, 27] Stellen Sie daher stets eine organisierte und unveränderbare Archivierung der Geschäftsmails sicher und gewährleisten Sie jederzeit einen raschen Zugriff auf alte E-Mails. Gesetzlich vorgeschrieben ist, dass alles archiviert werden muss, was für eine betriebliche Überprüfung und die Transparenz der Unternehmensverhältnisse wichtig ist. Dies umfasst alle Schriftstücke, die ein Handelsgeschäft betreffen, einschließlich der E-Mails (§ 257 Abs. 2 HGB). Nicht eingeschlossen sind Schreiben, die allgemeine Informationen, Prospekte und Angebote übermitteln, sofern sie nicht zum Abschluss eines Handelsgeschäftes geführt haben.

Die gesetzlichen Aufbewahrungsfristen in Deutschland sind:

- Rechnungen, Buchungen, Bilanzen, Organisationsunterlagen und Unterlagen der Buchhaltung: 10 Jahre
- Versandte und empfangene Handelsbriefe (inkl. E-Mails): 6 Jahre

Da das Bundesfinanzministerium keine allgemeingültigen Definitionen darüber angibt, welche E-Mails geschäftsrelevant sind und welche nicht, ist eine sorgfältige und umfassende Datenspeicherung und -bereitstellung besonders wichtig. Dies setzt voraus, dass aus allen Dateiformaten alle relevanten Daten gezielt und schnell zu finden sind.[28, 29] Unternehmensrelevante E-Mails dürfen außerdem inhaltlich nicht verändert und somit auch keine Daten hinzugefügt werden.

Wenn Sie sicher gehen wollen, entscheiden Sie sich für den „Hundert-Prozent-Ansatz“: Archivieren Sie alle eingehenden und ausgehenden E-Mails. Beachten Sie dabei aber unbedingt auch den Umgang mit persönlichen E-Mails (siehe auch Kapitel 5.4). Achten Sie darauf, dass Sie die E-Mails auf einem Datenträger speichern, der deren Originalzustand sicherstellt. Wer elektronisch archiviert, der muss dies auch richtig tun. Eine Mischung aus Papierarchiv und elektronischem Archiv genügt den rechtlichen Anforderungen nicht. Es empfiehlt sich daher dringend, ein geeignetes Archivierungssystem zu verwenden, um den sicheren Zugriff auf geschützte Archivdokumente jederzeit zu gewährleisten. Die beste Lösung ist eine automatisierte elektronische Archivierung, die den elektronischen Geschäftsverkehr protokolliert, indexiert und einen schnellen Zugriff erlaubt.

Gleichzeitig muss jedoch der Persönlichkeits- und Datenschutz derjenigen Mitarbeiter sichergestellt werden, deren in der Regel teils sowohl geschäftliche als auch private E-Mail-Kommunikation gescannt und archiviert werden. Daher ist es enorm wichtig, dass in Ihrem Unternehmen eine deutliche Trennung von privaten E-Mails und geschäftlichen E-Mails vorgenommen wird (siehe auch Kapitel 5.4).[26] Neben dem rechtlichen Aspekt ist die Archivierung von E-Mails auch notwendig, um Speicherproblemen zu entgehen. Der Speicherplatz eines Posteingangs gerät relativ schnell an seine Grenzen, insbesondere dann, wenn Dateianhänge mitgesendet werden. Hierfür eignet sich ein Archivierungssystem, das die Informationen an einem anderen Speicherort für weitere Recherchen zur Verfügung stellt.[30]

5.4 Regelungen für die private Nutzung von E-Mails in Unternehmen

Wie bereits deutlich wurde, ist die Regelung des Umgangs mit privaten E-Mails im Büro besonders wichtig. Um hierbei jeglichen Ärger zu vermeiden, sollte arbeitsvertraglich geregelt werden, ob die dienstliche E-Mail-Adresse auch zu privaten Zwecken genutzt werden darf. Hier können Sie auch Regelungen zum Surfen im Internet (z. B. Verbot von Filesharing) und dazu, wie sich Mitarbeiter in Social Media-Auftritten in Bezug auf die Firma verhalten dürfen, treffen. Ist die Privatnutzung laut Arbeitsvertrag generell verboten, so ist die Situation theoretisch einfach: Dann ist das private Surfen und Versenden von privaten E-Mails über den dienstlichen E-Mail Account nicht einmal in den Pausenzeiten erlaubt. In der Praxis ist ein solches Verbot jedoch schwierig durchzusetzen und zu kontrollieren was dazu führen kann, dass die private Nutzung von Internet und E-Mail-Adresse aufgrund betrieblicher Übung trotz entgegenstehender Regelungen gestattet sein kann.

Eine weitere Variante ist die Erlaubnis der Privatnutzung während der Pausenzeiten, aber ein entsprechendes Verbot der Nutzung in der Arbeitszeit. Hierfür ist es jedoch notwendig, dass die Pausenzeiten eindeutig geregelt sind. Ist die Privatnutzung ohne nähere Einschränkungen generell erlaubt, ist die Situation noch schwieriger. Dann ist das Lesen und Schreiben von privaten E-Mails während der Arbeitszeit so lange erlaubt, bis durch deren Umfang die Arbeitsleistung beeinträchtigt wird. Um möglichen Missverständnissen vorzubeugen, sollte daher der Arbeitsvertrag klare Regelungen zur Gestalt und zum Ausmaß der Privatnutzung enthalten, zum Beispiel:

- ein grundsätzliches Verbot,
- eine Erlaubnis der Privatnutzung während klar festgelegter Pausenzeiten, oder
- eine Erlaubnis mit einem zeitlich und inhaltlich abgegrenzten Umfang.

Achtung:

Eine rechtskonforme Archivierung des E-Mail-Aufkommens und eine Sicherstellung der Bearbeitung eingehender E-Mails durch eine Vertretung (z. B. bei unvorhersehbarer Abwesenheit, siehe auch Kapitel 3.6) wird durch die Privatnutzung des betrieblichen E-Mail-Accounts erschwert. Denn wenn in einem Unternehmen die private Nutzung von Internet und E-Mail erlaubt ist, wird das Unternehmen zum Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen. Dies hat zur Folge, dass unter anderem das Fernmeldegeheimnis beachtet werden muss. Dies bedeutet, dass private E-Mails nicht eingesehen werden dürfen, der Arbeitgeber grundsätzlich nicht kontrollieren darf, welche Internetseiten der Arbeitnehmer an seinem Arbeitsplatz aufgerufen hat und Kontrollrechte des Unternehmens erheblich eingeschränkt sind. Ist dies also nicht generell verboten, ist eine Vereinbarung darüber sinnvoll, dass E-Mails an Familie, Freunde und Bekannte ausschließlich über einen persönlichen E-Mail-Account geschrieben werden dürfen. Hierdurch können betriebliche und private Daten deutlich besser auseinander gehalten werden.[31]

Doch auch bei einer grundsätzlichen Erlaubnis der Privatnutzung gilt: Es ist lediglich eine „maßvolle“ Privatnutzung erlaubt und zwar nur, wenn die Interessen des Arbeitgebers nicht beeinträchtigt werden. Selbst wenn der Arbeitgeber keine konkreten Angaben bzgl.

der Nutzungsdauer vorgibt, dürfen das Internet und der E-Mail-Dienst nicht in ausschweifendem Maße für private Zwecke genutzt werden.[32] Als Kontrollmechanismus eignet sich beispielsweise ein separater Login für die Privatnutzung (etwa nur per Mobilgerät in einem eigens freigegebenen WLAN), um eine genaue Trennung zwischen privaten und dienstlichen Aktivitäten vornehmen zu können. Die Zeiträume des privaten Logins können ausgewertet und protokolliert werden, um das Einhalten der zeitlichen Vorgaben zu kontrollieren. Durch diese Vorgehensweise werden zudem Rechtseingriffe vermieden.[33]

5.5 CHECKLISTE | Rechtliche Anforderungen

- **Kennen alle Mitarbeiter die rechtlichen Anforderungen?**
  Unternehmen sollten für rechtlich relevante Themen feste Vorschriften hinsichtlich des E-Mail-Verkehrs formulieren. Unabhängig von den Regeln für eine formale oder inhaltliche Gestaltung ist es hier besonders wichtig, dass alle Mitarbeiter ausreichend informiert sind und auf dem Laufenden gehalten werden.

- **Enthält Ihre E-Mail-Signatur alle Pflichtangaben über Ihr Unternehmen?**
  Die Signatur ist vergleichbar mit einer Visitenkarte. Für geschäftsrelevante E-Mails sind zusätzlich gesetzliche Vorgaben zu beachten. Angaben über Rechtsform, Sitz, Registergericht und Geschäftsführung sind vorgeschrieben.

- **Archivieren Sie alle relevanten E-Mails?**
  Geschäftsmails müssen immer geordnet und unveränderbar archiviert werden. Beachten Sie Archivierungs- und gesetzliche Aufbewahrungsfristen und verwenden Sie möglichst ein Archivierungssystem. Diese Systeme garantieren einen sicheren Zugriff auf geschützte Archivdokumente und sind dringend zu empfehlen. Um alle relevanten E-Mails zu archivieren gehen Sie auf Nummer sicher und archivieren Sie einfach alles: Eingehende und ausgehende Mails.

- **Gibt es Vorgaben für eine Trennung von privaten und dienstlichen E-Mails?**
  Sichern Sie immer eine deutliche Trennung von Privatmails und Geschäftsmails. Arbeitgeber sollten den Umgang mit privaten E-Mails im Büro am besten vertraglich regeln und mit Leitlinien Missverständnissen sowie Konflikten vorbeugen.

6 Fazit

Ein professionelles Management der E-Mail-Kommunikation stellt kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) vor eine große Herausforderung, bietet aber bei einer gewissenhaften Umsetzung auch das Potenzial, Wettbewerbsvorteile gegenüber großen Marktteilnehmer zu erzielen.

Um den direkten Wettbewerb mit den Marktriesen zu umgehen, ist es besonders wichtig, einen loyalen Kundenstamm aufzubauen und langfristig zu halten. Die Zufriedenheit mit der Kommunikation eines Unternehmens hat einen direkten Einfluss auf die Kundenbindung. Die Bereitstellung eines hochwertigen E-Mail-Kundenservices stellt daher für Unternehmen ein effektives Instrument dar, um Wechselbarrieren und Loyalität aufzubauen – unabhängig von der Größe des Unternehmens und davon, ob dieser Service von einer Person, von einer Abteilung oder sogar einem externen Callcenter durchgeführt wird.

Um den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden, müssen Unternehmen organisatorische Vorkehrungen treffen, wie etwa die Vorgabe fester Richtlinien für eine formale Gestaltung oder einen fest vorgegebenen Antwortzeitraum.

Diese Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität einer Antwort-E-Mail können außerdem durch technische Systeme, wie ein CRM-System, unterstützt werden, um zusätzlich die Effizienz der Bearbeitung zu steigern. Gleichzeitig muss auch die Sicherheit der eigenen IT durch entsprechende Schutzmaßnahmen gewährleistet werden.

Bei allen Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit sind stets auch rechtliche Vorschriften einzuhalten. So muss unter anderem eine lückenlose Archivierung geschäftsrelevanter E-Mails sichergestellt sein. Sie sollten eine rechtssichere Signatur verwenden und die private Nutzung von E-Mails vertraglich regeln.

Die in diesem Leitfaden zusammengestellten Informationen und Handlungsempfehlungen sollen insbesondere (aber nicht nur) für kleine und mittelständische Unternehmen eine Hilfestellung zur Verbesserung ihres E-Mail-Managements darstellen. Die enthaltenen Checklisten unterstützen sie dabei, herauszufinden, ob sie die organisatorischen, technischen und rechtlichen Anforderungen bereits erfüllen oder ob noch Handlungsbedarf besteht.

7 Projektpartner

eBusiness-Lotse Köln

Der eBusiness-Lotse Köln ist Teil der Förderinitiative **„eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“** und informiert Unternehmen neutral und kostenfrei an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis bei Fragen des Online-Vertriebs und Marketings. Er geht aus dem **E-Commerce-Center Köln** am **IFH Köln** hervor, das durch seine Aktivitäten im Rahmen des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr bekannt ist. Aktuelle Fragestellungen des E-Commerce werden seit dem Jahr 1999 in wissenschaftlichen Studien, Informationsmaterialien und Veranstaltungen bearbeitet und Interessenten zur Verfügung gestellt.

Kontakt

eBusiness-Lotse Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401b | D-50858 Köln
Tel.: 0221/ 943607-70
Fax: 0221/ 943607-59
ebusiness-lotse@ifhkoeln.de
www.ebusiness-lotse-koeln.de

eBusiness-Lotse Pfalz

Der eBusiness-Lotse Pfalz ist eine neutrale und unabhängige Anlaufstelle für Unternehmen, die sich über den passgenauen Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) sowie E-Business-Lösungen informieren möchten. Der eBusiness-Lotse Pfalz hilft Unternehmen dabei, IKT-Anwendungen effizienzsteigernd einzusetzen und Geschäftsprozesse durchgehend zu digitalisieren.

Träger ist die IHK Zetis GmbH, die Projekt-Tochtergesellschaft der IHK Pfalz, die bereits seit 1998 dem Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr angehörte. Der Aktionsschwerpunkt liegt in der Pfalz, insbesondere in der Westpfalz.

Kontakt

eBusiness-Lotse Pfalz
Infobüro für Unternehmen
c/o IHK Zetis GmbH
Europaallee 10 | 67657 Kaiserslautern
Tel.: 0631/303-1230
Fax: 0631/303-1249
info@ebusiness-lotse-pfalz.de
www.ebusiness-lotse-pfalz.de

Das eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen

Das „eKompetenz-Netzwerk für Unternehmen“ ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). 38 regionale eBusiness-Lotsen haben die Aufgabe, insbesondere mittelständischen Unternehmen deutschlandweit anbieterneutrale und praxisnahe Informationen für die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und möglichst effiziente eBusiness-Prozesse zur Verfügung zu stellen.

Die Förderinitiative ist Teil des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – IKT-Anwendungen in der Wirtschaft“. Zu „Mittelstand-Digital“ gehören ferner die Förderinitiativen „eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“ und „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“.

Unter www.mittelstand-digital.de können Unternehmen sich über die Aktivitäten der eBusiness-Lotsen informieren, auf die Kontaktadressen der regionalen Ansprechpartner sowie aktuelle Veranstaltungstermine zugreifen oder auch Publikationen einsehen und für sich herunterladen.

8 Quellen

1. ARD/ZDF-Medienkommission (Hrsg.): ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de, Zugriff am 28.02.2014.

2. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): IT-Sicherheitsniveau in kleinen und mittleren Unternehmen, 2012, S. 11 – 15, URL: http://www.bmwi.de/DE/Mediathek/publikationen,did=525400.html, Zugriff am 16.04.2014.

3. Oldenburg, Lukas: Der E-Mail-Knigge - Sisyphos 2.0 und die E-Mail-Sintflut, URL: http://www.e-fellows.net/KARRIEREWISSEN/Job-Skills/Der-E-Mail-Knigge, Zugriff am 16.04.2014.

4. Orgenda Verlag für persönliche und betriebliche Weiterentwicklung (Hrsg.): E-Mail-Management: 15 ungeschriebene E-Mail-Gesetze, URL: http://www.einfacher-organisiert.de/effektivitaetstipps/einzelansicht/article/e-mail-management-15-ungeschriebene-e-mail-gesetze, Zugriff am 16.04.2014.

5. König, Andrea; Levinson, Meridith: Nie mehr als 12 Zeilen – 8 Regeln der E-Mail-Netiquette, in: CIO DRILLDOWN, URL: http://www.cio.de/strategien/2235164, Artikel vom 18.03.2014, Zugriff am 16.04.2014.

6. Franco, Steve: E-Mail: Fluch und Segen moderner Kommunikation, URL: http://sites.varonis.com/de/2013/04/08/e-mail-fluch-und-segen-moderner-kommunikation, Zugriff am 16.04.2014.

7. Giersch, Thorsten: So bekämpfen Sie die E-Mail-Flut, in: Handelsblatt.de, URL: http://www.handelsblatt.com/unternehmen/buero-special/kampf-gegen-zeitfresser-so-bekaempfen-sie-die-e-mail-flut/6361118.html, Artikel vom 26.03.2012, Zugriff am 16.04.2014.

8. Dörner, Stephan: So entkommen Sie der E-Mail-Flut, in: Handelsblatt.de, URL: http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/effiziente-kommunikation-so-entkommen-sie-der-e-mail-flut/5922444.html, Artikel vom 05.12.2011, Zugriff am 16.04.2014.

9. Robert Half Deutschland GmbH & Co. KG (Hrsg.): Ergebnisse zum Thema E-Mails und Meetings der Studie „Workplace Survey 2013“ von OfficeTeam, in: officeteam.de, URL: http://www.officeteam.de/EMEA/Germany/Press%20Releases/Documents/OfficeTeam_Workplace_Survey_2013_Emails_Meetings.pdf, Zugriff am 16.04.2014.

10. König, Andrea: Zeitverschwendung E-Mail - Manager müssen Umgang mit E-Mails neu lernen, in: CIO DRILLDOWN, URL: http://www.cio.de/email/2929519, Artikel vom 16.09.2013, Zugriff am 16.04.2014.

11. Orgenda Verlag für persönliche und betriebliche Weiterentwicklung (Hrsg.): Schlankes E-Mail-Management: Die 10 wichtigsten Praxis-Tipps, URL: http://www.einfacher-organisiert.de/effektivitaetstipps/einzelansicht/article/schlankes-e-mail-management-die-10-wichtigsten-praxis-tipps, Zugriff am 16.04.2014.

12. Scheidtweiler, Nicolas: Die E-Mail-Signatur als Teil des Unternehmensauftritts, in: scheidtweiler.de, URL: http://www.scheidtweiler-pr.de/praxis-email-signatur, Zugriff am 16.04.2014.

13. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (Hrsg.): IT-Grundschutzkataloge- Maßnahmenkataloge – M 3.76. Einweisung der Benutzer in den Einsatz von Groupware und E-Mail, URL: https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/ITGrundschutz/ITGrundschutzKataloge/Inhalt/_content/m/m03/m03076.html, Zugriff am 16.04.2014.

14. Bödeker, Meik: Zeit und Geld sparen durch richtige e-Mail-Kommunikation: Warum e-Mail-Management?, in: experto.de, URL: http://www.experto.de/b2b/kommunikation/zeit-und-geld-sparen-durch-richtige-e-mail-kommunikation-warum-e-mail-management.html, Zugriff am 16.04.2014.

15. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (Hrsg.): IT-Grundschutz-kataloge- Maßnahmenkataloge – M 2.274. Vertretungsregelungen bei E-Mail-Nutzung, URL: https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/ITGrundschutz/ITGrundschutzKataloge/Inhalt/_content/m/m02/m02274.html, Zugriff am 16.04.2014.

16. Nägler, Wera: E-Mail-Management: Checkliste für die Vertretungsregelung, URL: http://www.experto.de/b2b/organisation/bueroorganisation/e-mail-management-checkliste-vertretungsregelung.html, Zugriff am 16.04.2014.

17. Sicking, Marzena: Die E-Mails der Mitarbeiter - Strenge Datenschutzregeln, in: Heise online, URL: http://www.heise.de/resale/artikel/Die-E-Mails-der-Mitarbeiter-1727580.html, Artikel vom 12.10.2012, Zugriff am 16.04.2014.

18. Technische Hochschule Mittelhessen (THM) (Hrsg.): „Ich bin weg…“ – Abwesenheitsnotiz, URL: http://www.thm.de/site/e-mail/abwesenheitsnotiz.html, Zugriff am 16.04.2014.

19. Heidenberger, Burkhard: Vorlagen für Ihre Abwesenheitsbenachrichtigung (Abwesenheits-notiz), in: zeitblueten.com, URL: http://www.zeitblueten.com/news/abwesenheits-notiz-text/, Zugriff am 16.04.2014.

20. Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH (Hrsg.): Customer Relationship Management (CRM). Kundenorientierung als unternehmerischer Erfolgsfaktor, Köln, 2012.

21. Ec4u Expert Consulting AG: CRM 2.0-Barometer 2013, URL: http://www.ec4u.de/publikationen/studien/, Zugriff am 28.02.2014.

22. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (Hrsg.): Glossar/Begriffe, URL: https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Cyber-Sicherheit/Glossar/cs_Glossar_V.html, Zugriff am 28.02.2014.

23. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) (Hrsg.): Spam (Definition), URL: https://www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/GefahrenImNetz/Spam/spam_node.html, Zugriff am 28.02.2014.

24. AV-Test GmbH (Hrsg.): Spam – gefährlicher denn je, Magdeburg, 2013.

25. Vgl. je nach Rechtsform z. B. § 35a GmbHG, AG § 80 AktG, § 37a HGB.

26. Bücking, Dr. jur. Jens: Leitfaden E-Mail Archivierung, URL: https://www.google.com/url?q=http://www.voi.de/publikationen/category/3-publikationen%3Fdownload%3D48:leitfaden-e-mail-archivierung&sa=U&ei=UDEoU_v5OqX_ygOJhIHABA&ved=0CAoQFjAE&client=internal-uds-cse&usg=AFQjCNEEaRleqcTWUCgCw14o_0LsJssW8w, Zugriff am 18.03.2014.

27. Industrie- und Handelskammer zu Köln: Die „digitale Steuerprüfung" – wie kann man sich vorbereiten?, 2007, URL: http://www.ihk-bonn.de/fileadmin/dokumente/Downloads/Recht_und_Steuern/Abgabenordnung/digitaleSteuerpruefung.pdf, Zugriff am 18.03.2014.

28. Industrie- und Handelskammer Regensburg: E-Mail-Archivierung – Warum Sie Ihre Mails nicht einfach löschen sollten, URL: http://www.ihk-regensburg.de/content/300507e, Zugriff am 18.03.2014.

29. EBS Rechtsanwälte: E-Mails und Recht – Welche „Gebote" sind in betrieblichen Nutzungsrichtlinien (E-Mail-Policy) zu beachten?, URL: http://www.kanzlei.de/Emailrecht.htm, Zugriff am 18.03.2014.

30. Gantner, Maximilian: Gesetzliche Vorschriften machen professionelle E-Mail-Archivierung notwendig, URL: http://www.ecm-blogger.de/2008-03-05/archivierung/gesetzliche-vorschriften-machen-professionelle-e-mail-archivierung-notwendig/, Zugriff am 18.03.2014.

31. AnwaltSeiten24: Private E-Mail-Nutzung im Büro am besten vertraglich regeln, URL: http://www.anwaltseiten24.de/rechtsgebiete/arbeitsrecht/infos/news/private-e-mail-nutzung-im-buero-am-bestenvertraglich-regeln.html, Zugriff am 18.03.2014.

32. Der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz: Private Internet- und E-Mail-Nutzung, URL: http://www.datenschutz-bayern.de/technik/orient/privmail.html, Zugriff am 18.03.2014.

33. Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: Was ist zu beachten, wenn den Mitarbeitern die private Nutzung des dienstlichen Internet-Anschlusses erlaubt werden soll, URL: https://www.datenschutzzentrum.de/material/themen/divers/wwwprivat.htm, Zugriff am 18.03.2014.

eBUSINESSLOTSE

INFOBÜRO FÜR UNTERNEHMEN

KÖLN

Herausgegeben von:

eBusiness-Lotse Köln
c/o IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Str. 401 b | 50858 Köln

ebusiness-lotse@ifhkoeln.de

www.ebusiness-lotse-koeln.de