

E-Mail-Management von kleinen und mittelständischen Unternehmen

Organisatorische, technische und rechtliche Anforderungen

www.ecc-handel.de

www.ec-net.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Herausgeber

E-Commerce-Center Handel am Institut für
Handelsforschung, Juli 2009

Mit Unterstützung von der buch.de
internetstores AG

**Grafische Konzeption
und Gestaltung**

Christian Bähr
E-Commerce-Center Handel, Köln

Bildquelle

www.fotolia.de

Stand

Juli 2009

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	4
2	Einleitung	5
3	Organisatorische Anforderungen	6
3.1	Möglichkeiten der Kontaktaufnahme	6
3.2	Reaktion auf E-Mail-Anfragen	6
3.3	Schulung der Mitarbeiter	7
3.4	Interne Arbeitsanweisungen	7
3.5	Klare Anweisungen und Vertretungsregelungen...	8
4	Technische Anforderungen	10
4.1	CRM-/ERM-Systeme	10
4.2	Virenschutz	11
4.3	Spamfilter	12
5	Rechtliche Anforderungen	14
5.1	E-Mail-Signatur	14
5.2	E-Mail-Archivierung	14
5.3	Regelung für die private Nutzung von E-Mails in Unternehmen	16
6	Fazit	17
7	Projektpartner	18
8	Quellen	20
9	Weiterführende Literatur	22

E-Mail-Management von kleinen und mittelständischen Unternehmen

1 Vorwort

Das Internet und in diesem Zusammenhang auch die Kommunikation via E-Mail haben in der Vergangenheit stark an Bedeutung gewonnen. Viele (potenzielle) Kunden nutzen die Möglichkeit, sich im Internet auf der Unternehmenswebsite zu informieren und Kontakt zum Unternehmen aufzunehmen, falls Fragen oder Kritik aufkommen sind.

Um sich im Vergleich zu den direkten Wettbewerbern hervorzuheben, ist der Fokus auf die Etablierung langfristiger Kundenbindungen unumgänglich geworden, sodass vor allem der Kundenservice zunehmend die Rolle eines Erfolgsfaktors einnimmt. Eine ausgereifte E-Mail-Dialogstrategie, qualifizierte Mitarbeiter, der Einsatz von unterstützenden technischen Systemen sowie die Einhaltung rechtlicher Vorschriften sind für ein hochwertiges E-Mail-Management unabdingbar.

Vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) finden in einem professionellen E-Mail-Management und der daraus resultierenden Kundenzufriedenheit die Möglichkeit, sich gegen die großen Marktbegleiter durchzusetzen.

Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) hat es sich zur Aufgabe gemacht, insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen zur Seite zu stehen und diese auch im Bereich des E-Mail-Managements mit geeigneten Informationen praxisnah zu unterstützen.

Im Rahmen des Projekts „KMU-orientiertes E-Mail-Management“ wurde daher dieser Leitfaden entwickelt, der konkrete Handlungsempfehlungen und wichtige Richtlinien kompakt zusammenfasst. Anhand dieses Leitfadens können Unternehmen ihr bisheriges E-Mail-Management genauer beleuchten und gegebenenfalls unterstützende oder sogar notwendige Änderungen implementieren.

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

Jens Grünberg, Ita Mainz
Bernd Heß, IHK Zetis
Dr. Kai Hudetz, ECC Handel
Sonja Rodenkirchen, ECC Handel

Köln, Mainz, Kaiserslautern, im Juli 2009

2 Einleitung

E-Mail-Management ist besonders für kleine und mittelständische Unternehmen ein Thema, bei dem eine große Unsicherheit vorherrscht. Aus diesem Grund hat das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr ein Beratungswerkzeug entwickelt, das es ermöglicht, online und in wenigen Schritten eine kostenlose und neutrale Einstiegsberatung zum professionellen Umgang mit E-Mails zu erhalten. Dieses Online-Tool soll Unternehmen grundlegende Informationen darüber geben, was E-Mail-Management bedeutet und was an Mindeststandards beachtet werden muss. Darüber hinaus soll dieser Leitfaden tiefergehende Informationen zum Thema E-Mail-Management geben, indem die organisatorischen, technischen und rechtlichen Anforderungen beleuchtet und anhand von klaren Checklisten Handlungsempfehlungen ausgesprochen werden.



3 Organisatorische Anforderungen



3.1 Möglichkeiten der Kontaktaufnahme

Zwei Drittel der Deutschen besitzen in der heutigen Zeit eine eigene E-Mail-Adresse. Die WebMonitor-Studie, die im Auftrag des Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) durchgeführt wurde, stellt heraus, dass sich die Nutzung der elektronischen Post dabei durch alle Altersklassen und Bildungsstufen zieht. Hierdurch wird deutlich, dass sich die E-Mail nun endgültig sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld als Kommunikationsform durchgesetzt hat.¹ Bieten Sie daher Ihren Kunden neben den herkömmlichen Kontaktmöglichkeiten per Telefon oder Brief 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

Im E-Mail-Verkehr präsentieren Sie sich und Ihr Unternehmen nach außen. Kunden können ausgesprochen schnell unzufrieden sein, wenn sie das Gefühl haben, vernachlässigt oder vergessen zu werden. Dies kann für Sie und das Unternehmensimage äußerst negative Folgen haben. Zeitliche Flexibilität und Reaktionsschnelligkeit ist einer der ausschlaggebenden Vorteile von elektronischer Post.² Wer das Internet nutzt und seinen Ruf als „schnelles“ Medium kennt, erwartet, dass sein Gegenüber ebenfalls schnell reagiert. In vielen Geschäftsbereichen ist das heute auch unerlässlich.³ Vor allem angekündigte oder erwartete Nachrichten sollten Sie zügig bearbeiten und den Posteingang mehrmals täglich prüfen.

Achtung:

Reagieren Sie auf eine E-Mail am besten innerhalb von 24 Stunden, aber maximal innerhalb von drei Tagen.⁴ Falls dies nicht möglich sein sollte (Urlaub, Termine etc.), dann weisen Sie darauf hin. Aktivieren Sie rechtzeitig einen Autoresponder, der Sie mit Hilfe einer kurzen Abwesenheitsmeldung vertritt, oder schicken Sie einen Zwischenbescheid, in welchem Zeitraum Sie Ihre E-Mails nicht beantworten können.⁵ Dies hilft, Missverständnisse zu vermeiden, die durch ungewöhnlich späte Reaktionen auf E-Mails entstehen können, da diese Meldung automatisch an jeden verschickt wird, der mit Ihnen per E-Mail in Kontakt treten möchte. (Näheres hierzu finden Sie im Kapitel 3.5) Der Grundsatz, sich zu melden, sollte unabhängig von Ihrem Aufenthaltsort eingehalten werden. Da jedes moderne E-Mail-Programm heutzutage über einen automatischen Abwesenheitsassistenten verfügt, ist es besonders verwunderlich, dass viele Kunden nicht nur viel zu lange auf eine Antwort warten, sondern in vielen Fällen erst gar keine bekommen. Wenn Sie mehr Zeit für eine ausführliche Antwort benötigen, teilen Sie dies dem wartenden Empfänger binnen zwei Tagen mit. Hier reicht ein Anruf oder eine kurze Antwort-E-Mail aus, in der Sie am besten zudem mitteilen, bis wann Sie die gewünschten Informationen bereitstellen können.

Neben der Unsicherheit, in welchem Zeitraum auf eine E-Mail reagiert werden soll, taucht auch oft die Frage auf, wann eine E-Mail-Kommunikation beendet ist. Idealerweise erfolgt eine Bestätigungs-E-Mail, dass die gewünschte Information vom Gegenüber 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

3.3 Schulung der Mitarbeiter

Ein ausgereiftes E-Mail-Management schafft freie Kapazitäten, spart Kosten und reduziert Fehler. Mitarbeiter können sich auf ihre Kernaufgaben und wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren, anstatt sich mit der Bearbeitung einer Vielzahl täglich eintreffender E-Mails aufzuhalten. Durch die genaue Kenntnis der inhaltlichen und formalen Anforderungen an die E-Mail-Kommunikation und durch eine gewisse Routine nehmen Stress und Überlastung ab. Da eine unregelmäßige E-Mail-Flut vor allem ein Problem für die Mitarbeiter darstellt, ist es nicht erstaunlich, dass ein großer Teil von E-Mail-Schulungen von den Mitarbeitern selbst angestoßen wird. Warten Sie als Verantwortlicher jedoch nicht auf die Initiative Ihrer Mitarbeiter, sondern handeln Sie eigenverantwortlich und finden Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern eine Lösung, um sich die Arbeit gegenseitig zu erleichtern.

Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter sind überaus wichtig. In Folge eines E-Mail-Schulungs-Projektes steigt die Mitarbeiterzufriedenheit in den meisten Fällen deutlich an und es entwickelt sich eine gemeinsame E-Mail-Kultur. Die E-Mail-Kultur beschreibt dabei die gelebten Verhaltensweisen der Mitarbeiter, die für das Unternehmen eine effiziente, sichere und professionelle Nutzung des Mediums E-Mail sicherstellen. Dazu gehört unter anderem, dass Mitarbeiter die Funktionen ihres E-Mail-Systems kennen und effizient einsetzen können. Die Mitarbeiter müssen bei der Gestaltung der E-Mail-Kultur integriert werden und die Schulungsmaßnahmen speziell auf ihre jeweilige Arbeitsumgebung abgestimmt werden.⁶

3.4 Interne Arbeitsanweisungen

Um Ihren Mitarbeitern den Umgang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr zu erleichtern, sollten Sie schriftliche Arbeitsanweisungen erstellen, wenn Ihre Mitarbeiter eine genaue Arbeitsabfolge sowie eine einheitliche formale und inhaltliche Gestaltung einhalten sollen. Solche Arbeitsanweisungen dienen neuen Mitarbeitern als Einstiegs-hilfe und Leitfaden für ihre Tätigkeit und den bereits eingearbeiteten Mitarbeitern als Nachschlagewerk. Unternehmen sollten daher Regeln für die E-Mail-Kommunikation formulieren, diese ständig aktualisieren und regelmäßig verbreiten, damit alle Mitarbeiter auf einem aktuellen Wissensstand sind.

Ein schriftliches Festhalten der Regelungen alleine reicht jedoch nicht aus, sodass eine Erstunterweisung für die betroffenen Mitarbeiter notwendig ist. In einem ersten Schritt erklären Sie den Mitarbeitern die Arbeitsanweisung im Gesamtzusammenhang, um ihnen den Sinn und Zweck des Arbeitsvorgangs verständlich zu machen. Im Anschluss gehen Sie auf die einzelnen Punkte der Arbeitsanweisung ein, um Missverständnissen vorzubeugen. Kontrollieren Sie zu Beginn sowohl den Arbeitsablauf als auch das Arbeitsergebnis, damit sich keine nachhaltigen Fehler etablieren. Hierfür müssen vor allem Sie selbst ein klares Bild über die Qualität Ihrer E-Mail-Kommunikation im Sinn haben und dieses in Ihren Arbeitsanweisungen möglichst präzise transportieren.⁷ Um die formale und inhaltliche Qualität so hoch wie möglich zu halten und einen ausschließlich sinnvollen und disziplinierten Einsatz des Mediums zu gewährleisten, sind unter anderem folgende Punkte zu formulieren:

- ▶ **Gestaltung einer eindeutigen Betreffzeile:**
Mitarbeiter bekommen nicht selten dutzende E-Mails am Tag. Die Betreffzeile muss daher besonders aussagekräftig und möglichst kurz gehalten sein.
- ▶ **Sparsam mit Formatierungen umgehen:**
Oft funktionieren Formatierungen im HTML-Format nur im internen E-Mail-System. Ein externer Empfänger erhält die E-Mail vielleicht im reinen Textformat.
- ▶ **Höflichkeit und Rechtschreibung beachten:**
Schreiben Sie eine E-Mail nicht anders, als einen Brief in Papierform. Kontrollieren Sie vor dem Versand den Inhalt auf Vollständigkeit und Richtigkeit.
- ▶ **Dateianhänge klein halten (<10MB):**
Viele Firmen begrenzen den Dateianhang, um Ressourcen zu schonen. Erkundigen Sie sich im Zweifelsfall vorher beim Empfänger und nutzen Sie gegebenenfalls eine Komprimierungs-Software.^{4 8}

Weitere sinnvolle Regeln für die E-Mail-Kommunikation entnehmen Sie bitte der Checkliste im Anschluss an dieses Kapitel.

3.5 Klare Anweisungen und Vertretungsregelungen

Eine klare Regelung, welcher Mitarbeiter sich um welche Themen der Kundenanfragen kümmert, kann die Bearbeitungszeit erheblich verkürzen und die Qualität der Antwort durch entsprechendes Expertenwissen steigern. Dies kann z. B. durch eine interne Weiterleitung oder auch durch aufgabenbezogene E-Mail-Adressen sichergestellt werden.

Ebenso wie bei jeder anderen Aufgabe ist für die Bearbeitung von E-Mails für jeden Mitarbeiter ein Vertreter zu benennen. Durch diese entsprechenden Regelungen kann für vorhersehbare (Urlaub, Dienstreise) und auch unvorhersehbare Fälle (Krankheit, Unfall, Kündigung) des Personenausfalls die Fortführung der Aufgabenwahrnehmung gewährleistet werden. Vor allem in den Fachbereichen ist dies von besonderer Bedeutung, da hier meist Spezialwissen erforderlich ist und eine kurzfristige Einarbeitung fachfremder Mitarbeiter für den Vertretungsfall nur schwer möglich ist. Bevor ein solcher Fall eintritt, muss geregelt sein, welcher Mitarbeiter mit welchen Kompetenzen, wen und in welchen Angelegenheiten vertritt. Stellen Sie sicher, dass geregelt ist, wie Vertretungsregelungen umgesetzt werden und dass alle Mitarbeiter wissen, wie sie Vertretungsregelungen bei den E-Mail-Programmen aktivieren können. Bei geplanter Abwesenheit sollten für den Vertreter eine E-Mail-Weiterleitung eingerichtet oder der Zugriff auf das jeweilige Postfach freigegeben werden. Viele E-Mail-Clients bieten zudem die Möglichkeit, vor einer längeren Abwesenheit einen Abwesenheitsassistenten zu aktivieren, der dafür sorgt, dass jeder E-Mail-Absender während dieser Zeit darüber informiert wird, dass der Empfänger vorübergehend nicht zu erreichen ist.

Dies hat zum einen oft Vorteile, führt aber zum anderen häufig dazu, 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 alle Betroffenen auf zwei Dinge achten: Teilen Sie so wenig Informationen wie möglich über Interna mit, wie Durchwahlen oder Organisationseinheiten. Zweitens sollten auf jeden Fall für alle längeren Abwesenheitsphasen Vertreter benannt werden und diese am besten auch Externen über einen Abwesenheitsassistenten mitgeteilt werden. So wissen die Absender zumindest, dass die E-Mail angekommen ist und bearbeitet wird. Ein Beispiel für eine solche E-Mail 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. In dringenden Fällen wenden Sie sich bitte an meine(n) Kollegin/Kollegen xxx [E-Mail-Adresse]. Mit freundlichen Grüßen, xxx“

Achtung:

Die meisten Abwesenheitsassistenten bieten die Möglichkeit, die ausgehenden Benachrichtigungen nach Kriterien zu steuern, die die Benutzer selbst festlegen können. Damit kann beispielsweise festgelegt werden, dass interne E-Mail-Absender andere Antworten erhalten als externe.^{9,10}



Checkliste | Organisatorische Anforderungen

- ✓ **Kann Ihr Kunde Sie einfach erreichen?**
Bieten Sie Kunden vielfältige Möglichkeiten, um online Kontakt zu Ihnen aufzunehmen. Schaffen Sie eine Kombination aus Kontaktformular und E-Mail-Adresse.
- ✓ **Antworten Sie schnell auf E-Mails?**
Beantworten Sie eine E-Mail möglichst binnen 24 Stunden bzw. maximal innerhalb von drei Tagen und prüfen Sie Ihren Posteingang mehrmals täglich.
- ✓ **Haben Sie Ihre Abwesenheit kommuniziert?**
Schalten Sie bei Abwesenheit den Auto-Responder ein. Für den Fall eines unvorhersehbaren Personalausfalls müssen Vertretungsregelungen geschaffen werden, die eine Fortführung der Aufgabenwahrnehmung sicherstellen.
- ✓ **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.
- ✓ **Gibt es Regelungen für Eingangsmails?**
Komplexe und spezifische Nachrichten sollten vom jeweiligen Fachbereich oder erst nach Rücksprache beantwortet werden. Schaffen Sie die notwendigen Vorkehrungen, wie z. B. eine genaue themenspezifische Zuordnung oder das Hinterlegen wichtiger Textbausteine in einer Wissens-Datenbank.
- ✓ **Ist die Betreffzeile aussagekräftig?**
Verwenden Sie klare Angaben in der Betreffzeile damit Ihre E-Mail unter vielen nicht untergeht.
- ✓ **Schicken Sie die E-Mail an den richtigen Empfänger?**
Überprüfen Sie vor dem Versand der E-Mail erneut die Empfänger-Liste. Es müssen zwar alle wichtigen Personen enthalten sein, doch vermeiden Sie es, unnötig viele Personen anzuschreiben. Überprüfen Sie die richtige Zuordnung der Empfänger zu der „An“-Zeile (Personen, die tätig werden müssen) und der „Cc“-Zeile (Personen, die diese E-Mail zur Information erhalten sollen).
- ✓ **Haben Sie den Schreib-Stil Ihrer E-Mail kontrolliert?**
Schreiben Sie auf den Punkt formuliert, verständlich und achten Sie auf einen strukturierten Textaufbau sowie eine korrekte Rechtschreibung. Eine richtige Orthografie sowie Grammatik werden als selbstverständlich vorausgesetzt.
- ✓ **Haben Sie die Anlagen geprüft?**
Achten Sie darauf, dass es sich bei der Anlage um ein sicheres Dateiformat handelt und beachten Sie die Dateigröße. Faustregel: spätestens ab 10 MB wird es kritisch. Im Zweifelsfall erkundigen Sie sich vorher beim Empfänger.
- ✓ **Ist der Inhalt Ihrer E-Mail vollständig?**
In der Regel sollten alle W-Fragen (wer, weshalb, wann und wie) beantwortet worden sein.
- ✓ **Enthält Ihre E-Mail einen Abschlussgruß?**
In vielen Unternehmen ist die Abschlussgrußformel Bestandteil der Corporate Identity. Zudem ist eine informative Signatur Ihre elektronische Visitenkarte.
- ✓ **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.
- ✓ **Haben Sie die Absenderadressen kritisch geprüft?**
Sie sollten immer skeptisch sein, wenn Sie eine Mail von einem Ihnen unbekanntem Absender oder eine E-Mail in unbekannter Sprache erhalten.

4 Technische Anforderungen



4.1 CRM-/ERM-Systeme

Unter Customer Relationship Management (CRM) ist die Pflege bzw. das Management von Kundenbeziehungen zu verstehen. Dabei werden kundenbezogenen Prozesse über alle Unternehmensbereiche, wie z. B. Marketing, Vertrieb und Kundendienst integriert und optimiert. CRM verfolgt das Ziel, wertvolle Kunden zufrieden zu stellen, diese an das Unternehmen zu binden und somit den Kundenwert zu erhöhen. Ein gut funktionierendes CRM bietet kleinen und mittelständischen Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz und ist zentral für den Unternehmenserfolg.¹¹

Fallen in Ihrem Unternehmen eine Vielzahl an E-Mails oder viele repetitive E-Mails an, sollten Sie ein ERMS (auch E-Mail Response Management System genannt) verwenden. Diese datenbankbasierte Anwendung unterstützt eine strukturierte, automatisierte und nachvollziehbare Bearbeitung von großen Mengen eingehender E-Mails. Vorrangige Ziele sind eine beschleunigte Bearbeitung, eine gesteigerte Effizienz und Mitarbeiterleistung, eine erhöhte Antwortkonsistenz sowie eine konsistente Dokumentation des E-Mail-Aufkommens und einzelner Vorgänge. Gemeinsames Endziel dieser Verbesserungen ist die Steigerung der Kundenzufriedenheit. Ein ERMS sollte in eine übergreifende Kommunikationsstrategie des Unternehmens eingebunden sein und ist im Idealfall an ein CRM angebunden.¹²

Ergebnis einer gelungenen ERMS-Einführung:

- ▶ Beschleunigte Bearbeitung der E-Mails,
- ▶ Gesteigerte Effizienz und Mitarbeiterleistung,
- ▶ Erhöhte Konsistenz der Antworten,
- ▶ Steigerung der Kundenzufriedenheit,
- ▶ Möglichkeiten der priorisierten Bearbeitung,
- ▶ Konsistente Dokumentation des E-Mail-Aufkommens und einzelner Vorgänge.¹³

Eine CRM-Lösung ist besonders gut dafür geeignet, Kundenbeziehungen aufzubauen und zu festigen. Mit Hilfe der in der Datenbank gespeicherten Kundeninformationen, wie z. B. Bedürfnisse und Anforderungen an die Serviceleistung, kann dieser individuell betreut werden. Diese Aufmerksamkeit hinterlässt einen engagierten Eindruck bei Ihrem Kunden und kann zu einer steigenden Kundenzufriedenheit führen.¹⁴

Zielanforderungen CRM:

- ▶ Steigerung der Qualität der Kundenbetreuung durch die Zusammenführung sämtlicher Kundeninformationen aus allen Bereichen (Umsatz und Ertrag),
- ▶ Zusammenführung der unterschiedlichen Kommunikationswege (Telefon, Fax, E-Mail, SMS),
- ▶ Messbarer Nutzen für jeden einzelnen Anwender und eine lückenlose Pflege des Systems (nur so erzielt es die oben aufgeführten Effekte),
- ▶ Erhalt der Bindung der Bestandskunden mit maßgeschneiderten (E-Mail-)Aktionen und Umwandlung von Interessenten in Kunden,
- ▶ Angebot von individualisierten und bedürfnisorientierten Leistungen zur Verbesserung der Kundenorientierung,
- ▶ Steigerung der Kundenzufriedenheit und der Kaufhäufigkeit durch die Analyse des Kaufverhaltens in der Datenbank,
- ▶ Steigerung der Ausschöpfung des Kundenpotentials durch einen abgestimmten Einsatz der Marketing-Mix-Instrumente sowie
- ▶ Kostenreduktion durch die zentrale Erfassung der Daten.¹⁵

4.2 Virenschutz

„Ein Computervirus ist eine nicht selbstständige Programmroutine, die sich selbst reproduziert und dadurch nicht kontrollierbare Manipulation in Systembereichen, an anderen Programmen oder deren Umgebung vornimmt.“¹⁶

Ein Schutz vor solchen Computerviren, aber auch vor Würmern und Trojanischen Pferden ist unverzichtbar. Antivirenprogramme und Firewalls schützen Sie vor zahlreichen Attacken aus dem Web. Wieviel Aufwand Sie zum Schutz Ihrer Unternehmens-PC's betreiben möchten, bleibt Ihnen überlassen, es gibt jedoch einige Schutzmaßnahmen, die Sie in jedem Fall treffen sollten. So ist ein Virenschutzprogramm (wie z. B. Antivir, F-Secure), ein Anti-Spyware-Programm (wie z. B. Spy Sweeper, Spyware Doctor) sowie eine Personal Firewall (wie z. B. Avira, ZoneLabs ZoneAlarm) Pflicht. Eine Aktualisierung dieser Programme sollte regelmäßig vorgenommen werden, damit auch neue Viren erkannt werden können.

E-Mails können Dateianhängen enthalten, die Schadprogramme aufweisen und auch unbekanntes Downloads oder Links in Ihren E-Mails sollten Sie kritisch gegenüber stehen. Sie sollten solche Anhänge oder Links nie ungeprüft öffnen, denn sie sind der häufigste Übertragungsweg für Würmer und Viren. Auch Anhänge von Ihnen bekannten E-Mail-Adressen sollten Sie nie zu hundert Prozent vertrauen. Mail-Würmer können bekannte Absender-Adressen fälschen oder verschicken sich an alle Kontakte aus einem infizierten Adressbuch. Fragen Sie im Zweifelsfall lieber noch einmal bei dem Absender nach, was er Ihnen schickt und warum.

Achtung:

- ▶ Virenschutzprogramm, Anti-Spyware-Programm und Personal Firewall installiert und aktualisiert?
- ▶ Sicherheitsupdates für Betriebssystem und Software auf dem aktuellen Stand?
- ▶ Sorgfältiger Umgang mit Zugangsdaten: Kennwörter, Benutzernamen, Zugangs-codes unter Verschluss? Wechsel der Passwörter in regelmäßigen Abständen?
- ▶ Vorsicht bei E-Mail-Anhängen. Im Zweifelsfall beim Absender nachfragen.
- ▶ Downloads von Webseiten: ist die Quelle vertrauenswürdig?
- ▶ Wireless LAN (WLAN) verschlüsselt?
- ▶ Sicherungskopien der wichtigsten Dateien auf CD-ROM/DVD oder auf einer externen Festplatte?¹⁷



4.3 Spamfilter

Spam-E-Mails sind weit mehr als nur ein lästiges Übel. Wenn die Mailboxen der Mitarbeiter überquillen, viel Zeit mit dem Lesen und Löschen der "Müllpost" verschwendet wird und die eigene technische Infrastruktur wegen Überlastung lahmgelegt wird, ist dies sowohl zeitintensiv als auch kostenverursachend für Unternehmen.

Im Gegensatz zu einer E-Mail, die einen Virus enthält, sind die meisten Spam-E-Mails zwar nicht gefährlich, aber doch lästig. So können Werbe-E-Mails und Kettenbriefe die Mailbox verstopfen und die Mitarbeiter in einem Unternehmen von deutlich wichtigeren Dingen abhalten.¹⁸

Achtung:

- ▶ Antworten Sie unter keinen Umständen einem Spammer. Die Antwort kann durch einen Web-Roboter gelesen werden, der Ihre Adresse als funktionsfähig einschätzt, und im Anschluss erhalten sie noch mehr Spam.
- ▶ Die effektivste Lösung ist allerdings eine moderne Antispam-Lösung. Hierzu werden auf ihren PC's Antispam-Filter installiert, die etwa 95 bis 99 Prozent des Spams erkennen und Ihr Problem somit deutlich verringern.
- ▶ Die Verbraucherzentrale Bundesverband (vzvb) hat eine Spam-Beschwerdestelle eingerichtet. Die Beschwerdestelle ist Teil eines vom Bundesverbraucherministerium geförderten Projekts zur Bekämpfung von Spam. An beschwerdestelle@spam.vzvb.de können Sie per E-Mail eingetroffenen Spam übermitteln. Voraussetzung für eine Beschwerde ist die Sicherung der Header-Zeilen der Spam-Mail. Die Zeilen informieren u. a. über Absender, Empfänger, Datum und den Verkehrsweg einer E-Mail.¹⁹

Die Entwicklung eines perfekten Anti-Spam-Filters steht noch aus und ob dies jemals gelingt, ist fraglich. Zu trickreich sind die Verfasser, zu verschieden die einzelnen Arten der Spam-E-Mails und zu unterschiedlich sind die Bedürfnisse der Spam-geschädigten Unternehmen. Zudem führt die hohe Komplexität des weltweiten Mail-systems dazu, dass es eine große Anzahl sehr verschiedener Antispam-Maßnahmen gibt. Es fällt daher schwer, die Funktion und Effizienz der unterschiedlichen Verfahren und deren Vor- und Nachteile abzuschätzen.¹⁸

Achtung:

Reduzieren Sie das Spamproblem auf ein erträgliches Maß, indem Sie die Kombination mehrerer technischer Verfahren verwenden. So ist Ihnen Schutz garantiert, ohne dabei den Empfang erwünschter E-Mails zu gefährden. Die Verfahren unterscheiden sich vor allem darin, welche Merkmale sie zur Filterung heranziehen. Ein zentrales Merkmal hierbei ist die IP-Adresse des Absenders, das einzige, was ein Spammer nicht so einfach fälschen kann. Whitelists erfassen die „guten“ IP-Adressen, die in jedem Fall zugelassen werden und Blacklists können die „schlechten“ IP-Adressen herausfiltern und blockieren.

Einen deutlich höheren Aufwand verursachen die inhaltsbasierten Verfahren, da sie erhebliche Rechenzeit erfordern – dafür ist jedoch die Qualität der Filterung meist besser.²⁰



Checkliste | Technische Anforderungen

- ✓ **Verwenden Sie ein CRM-System?**
Mit Hilfe von Customer Relationship Management Systemen können dauerhafte und effektive Kundenbeziehungen generiert werden.
- ✓ **Verwenden Sie, falls notwendig, ein E-Mail Response Management-Werkzeug?**
Automatisierte Bearbeitung von großen Mengen eingehender E-Mails mit dem Ziel erhöhter Kundenzufriedenheit.
- ✓ **Nutzen Sie eine Antiviren-Software?**
Sie sollten in jedem Fall einen Virensch scanner 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.
- ✓ **Sichern Sie regelmäßig wichtige Daten?**
Es ist ungemein wichtig, Daten und wichtige Programme regelmäßig auf anderen Medien zu sichern, denn im Falle eines Falles 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 oder installieren Sie die Service-Packs.
- ✓ **Haben Sie einen Antispam-Filter installiert?**
Die effektivste Lösung um Spam-Mails zu vermeiden. Antworten Sie unter keinen Umständen einem Spammer.
- ✓ **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.
- ✓ **Erhalten sie viel Spam?**
Sie können per E-Mail eingetroffenen Spam an die Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) übermitteln.

5 Rechtliche Anforderungen



5.1 E-Mail-Signatur

Für geschäftliche E-Mails gelten seit dem 1. Januar 2007 die gleichen Vorschriften wie für Geschäftsbriefe. Dies gilt sowohl für Kapitalgesellschaften und ins Handelsregister eingetragene Personengesellschaften als auch für eingetragene Einzelunternehmer, also eingetragene Kaufleute. 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.^{21 22}

Doch die Anforderungen an eine E-Mail-Signatur sind nicht nur rechtlicher Natur. Sie ist gleichsam Ihre elektronische Visitenkarte. Dabei ist es unwichtig, ob Sie angestellt oder selbstständig sind – lassen Sie den Empfänger wissen, wie er sie kontaktieren kann. Wichtig hierbei wären beispielsweise Name, Berufsbezeichnung, Firmenname, Telefon- und Fax-Nummer, E-Mail-Adresse und Homepage.

Achtung:

Schreiben Sie nur prägnante und wichtige Informationen in Ihre Signatur – weniger ist manchmal mehr. Außerdem sollten Sie neben dem praktischen Aspekt, eine Grußformel direkt in die Signatur einzubauen, auch berücksichtigen, dass es schnell einen unpersönlichen Eindruck beim Empfänger hinterlässt. Passen Sie daher die Grußformel der Situation an und geben Sie ihr ein individuelles Gesicht. Zudem findet sich oft ein kurzer Hinweis in der Signatur wieder, dass die Inhalte der E-Mail vertraulich zu behandeln sind. Üblicherweise ist die Einrichtung einer Signatur in Ihrem E-Mail-Programm schnell und einfach durchzuführen. Sie installieren diese nur ein einziges Mal, im Anschluss wird sie der E-Mail automatisch hinzugefügt.^{3 5}

5.2 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.^{23 24} Stellen Sie daher stets eine organisierte und unveränderbare Archivierung der Geschäftsmails sicher und gewährleisten Sie jederzeit einen raschen Zugriffs auf alte E-Mails.

Aufbewahrung- und Archivierungspflichten regelt das Handels- und das Steuerrecht. 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-Mail (§257 Abs.2 HGB). Nicht eingeschlossen sind Schreiben, die allgemeine Information, Prospekte und Angebote übermitteln, sofern sie nicht zum Abschluss eines Handelsgeschäftes geführt haben.

Die gesetzlichen Aufbewahrungsfristen in Deutschland sind:

- ▶ Rechnungen, Buchungen, Bilanzen und 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 die genaue Datenspeicherung und -bereitstellung besonders wichtig. Dies setzt voraus, dass aus allen Dateiformaten alle relevante Daten gezielt und schnell zu finden sind.^{25 26}

Unternehmensrelevante E-Mails dürfen außerdem inhaltlich nicht verändert und somit auch keine Daten hinzugefügt werden. Wenn Sie sicher gehen wollen, gehen Sie den „Hundert-Prozent-Ansatz“: Archivieren Sie alle eingehenden und ausgehenden E-Mails. 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 (wie z. B. MailStore Server) 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 kurzfristigen 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 wird. Daher ist es enorm wichtig, dass in Ihrem Unternehmen eine deutliche Trennung von Privat-E-Mails und Geschäfts-E-Mails vorgenommen wird (Nähere Informationen finden Sie in Kapitel 4.3).²³

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.²⁷



5.3 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 dies am besten arbeitsvertraglich geregelt werden. Ist die Privatnutzung laut Arbeitsvertrag generell verboten, so ist die Situation theoretisch einfach: Dann ist das private Surfen und Versenden von privaten E-Mails nicht einmal in den Pausenzeiten erlaubt. In der Praxis ist eine solches Verbot jedoch schwierig durchzusetzen und zu kontrollieren. 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.²⁸

Achtung:

Eine rechtskonforme Archivierung des E-Mail-Aufkommens und eine Sicherstellung der Bearbeitung eingehender E-Mails durch eine Vertretung (z. B. bei unvorhersehbarer Abwesenheit) wird durch die Privatnutzung des betrieblichen E-Mail-Accounts erschwert. Ist dies also nicht generell verboten, ist eine Vereinbarung darüber sinnvoll, dass E-Mails an Familie, Freunde und Bekannte über ein persönliches Webkonto geschrieben werden dürfen. Hierdurch können betriebliche und private Daten deutlich besser auseinander gehalten werden.²⁹ Doch auch hier gilt: Es ist 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, darf das Internet und der E-Mail-Dienst nicht in ausschweifendem Maße für private Zwecke genutzt werden.³⁰ Als Kontrollmechanismus eignet sich beispielsweise ein separater Login für die Privatnutzung, 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.³¹

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?**
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 Ihre E-Mails?**
Geschäftsmails müssen immer geordnet und unveränderbar archiviert werden. Archivierungs- und gesetzliche Aufbewahrungsfristen beachten.
- ✓ **Verwenden Sie ein Archivierungssystem?**
Diese Systeme garantieren einen sicheren Zugriff auf geschützte Archivdokumente und sind dringend zu empfehlen.
- ✓ **Archivieren Sie alle relevanten E-Mails?**
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 Marktbegleitern zu erzielen.

Um den direkten Wettbewerb mit den Marktriesen zu umgehen, ist es besonders wichtig, einen loyalen Kundestamm aufzubauen und langfristig zu halten. Kundenzufriedenheit mit der elektronischen Dienstleistungsqualität eines Unternehmens hat einen direkten Einfluss auf die Kundenbindung. Die Bereitstellung eines hochwertigen E-Mail-Kundenservices kann daher für Unternehmen ein effektives Instrument darstellen, 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 z. B. 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- oder ERM-System unterstützt werden, um zusätzlich die Effizienz der Bearbeitung zu steigern. Gleichzeitig muss auch die Sicherheit der eigenen IT durch entsprechende Schutzsoftware gewährleistet werden.

Neben diesen Vorkehrungen, die KMU zur Steigerung der Kundenzufriedenheit treffen sollten, gilt es auch rechtliche Vorschriften einzuhalten. So muss unter anderem eine lückenlose Archivierung geschäftsrelevanter E-Mails sichergestellt sein.

Die in diesem Leitfaden zusammengestellten Informationen und Handlungsempfehlungen sollen 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 Handlungspotenziale offen sind.



6 Projektpartner

ECC Handel

Das ECC Handel wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere kleine und mittlere Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht. Es wird vom BMWi gefördert und ist in das NEG als Branchenkompetenzzentrum mit Themenfokus Handel eingebunden.



E-Commerce-Center Handel

Kontakt

ECC Handel am Institut für Handelsforschung
Dürener Str. 401 b
50858 Köln

Tel.: +49 221 943607-70

E-Mail: info@ecc-handel.de
Internet: www.ecc-handel.de

IT-Akademie Mainz

Die IT-Akademie Mainz ist eine Projekt- und Bildungseinrichtung, die auf eine langjährige Erfahrung sowohl im Bereich von eBusiness Projekten als auch in der IT-Qualifizierung zurückschauen kann. Ziel der Akademie ist es, durch Projekt- und Bildungsarbeiten eine marktgerechte Verbesserung der Qualifikation von IT-Fachkräften zu erreichen. Die IT-Akademie Mainz sieht sich als Dienstleister und steht im kontinuierlichen Austausch mit Unternehmen, Unternehmerverbänden, Kammern (z. B. IHK, HWK), Arbeitsverwaltungen, Fachverbänden und anderen kompetenten Institutionen. Außerdem ist sie Mitglied der Mittelstandsoffensive coNNect des rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums und berät als aktiver Partner im landesweiten Netzwerk mittelständische Unternehmen zu den Themen IT-Qualifikation und eBusiness.



Kontakt

IT-Akademie Mainz GmbH
Wilhelm-Theodor-Römheld-Str. 34
55130 Mainz

Tel.: +49 6131 972363-2

E-Mail: office@ita-mainz.de
Internet: www.ita-mainz.de

IHK Zetis

Die IHK Zetis GmbH – das Zentrum für Technologie- und Innovationsberatung Südwest – ist die Projekt-Tochtergesellschaft der IHK Pfalz mit Geschäftsstellen in Ludwigshafen und Kaiserslautern.

In eng vernetzten Strukturen agierend, ist die IHK Zetis GmbH Ansprechpartner für kleine und mittelständische Unternehmen und Existenzgründer zu allen Fragen rund um IT/Internet und Innovation. Das Themenspektrum reicht im Event- und Beratungsbereich von der Innovations- und Patentförderung über E-Business-Lösungen bis hin zu Kooperations- sowie Personal- und Bildungsfragen. Die IHK Zetis GmbH ist im Projekt "coNNect - Mittelstand vernetzen" IT-Beratungspartner der Landesregierung und für die Bundesregierung Kompetenzzentrum für den elektronischen Geschäftsverkehr sowie SIGNO-Innovationspartner für Rheinland-Pfalz.



Kontakt

IHK Zetis GmbH
 Europaallee 10
 67657 Kaiserslautern
 Tel.: +49 631 303-1230
 Fax: +49 631 303-1249
 E-Mail: hess@zetis.de
 Internet: www.zetis.de

Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr, in derzeit 29 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert.

Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet www.ec-net.de finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.



**Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr**

Kontakt

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
 Referat Öffentlichkeitsarbeit
 Scharnhorststraße 34-37
 10115 Berlin
 E-Mail: info@bmwi.de
 Internet: ec-net.de

8 Quellen

- ¹ Osusky, Linda: Zwei Drittel der Deutschen nutzen E-Mail, unter: <http://presstext.at/news/070725026/zwei-drittel-der-deutschen-nutzen-e-mail/>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ² Fuchs, Gerhard: Unternehmen im Netz – Umfrage zum Einsatz von Informations- und Kommunikationstechniken in kleinen und mittleren Unternehmen, unter: <http://elib.uni-stuttgart.de/opus/volltexte/2004/1713/pdf/ab154.pdf>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ³ Jobtastic.de (Hrsg.): Geschäftliche Emails korrekt verfassen, unter: <http://www.jobtastic.de/karriereportal/erfolg-im-job/email-knigge.php>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ⁴ Rodenkirchen, Sonja: Kundenerwartungen an die E-Mail-Kommunikation, unter: http://www.ecc-handel.de/kundenerwartungen_an_die_e-mail-kommunikation.php, Zugriff am 24. Juni 2009
- ⁵ Thormann, Heike: Richtig mailen oder der eMail-Knigge, unter: http://kreativesdenken.com/artikel/email_knigge.html, Zugriff am 17. Juni 2009
- ⁶ Dressel, Martina: E-Mail-Knigge: Das Original, WEB GOLD Akademie Dr. Dressel e.K., 3. Überarbeitete Auflage, 2008, S.33-66, 146
- ⁷ Janko, Christian: Qualitätsmanagement – Arbeitsanweisung, unter: <http://www.anleiten.de/qmsysteme/arbeitsanweisung.html#02>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ⁸ Janko, Christian: Email und Co. – moderne Kommunikationsmittel, unter: <http://www.anleiten.de/kommunikation/kommunikationsmittel.html#01>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ⁹ Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (Hrsg.): Vertretungsregelungen bei E-Mail-Nutzung, unter: <http://www.bsi.de/gshb/deutsch/m/m02274.htm>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁰ Leiner, Klaus N.: Vertretungsregelung, unter: <http://www.btb-ni.org/dok/vertretungsregelung.pdf>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹¹ KECoS Schwaben und KEGOM (Hrsg.): CRM-Leitfaden I: Ist-Aufnahme im Unternehmen zur Einführung eines CRM-Systems, unter http://www2.ec-kom.de/ec-net/20090126_crm_leitfaden_1.pdf, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹² Toroman, Vukasin: E-Mail-Response-Management, unter: <http://wiki.computerwoche.de/doku.php/it-management/mail-response-management>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹³ Haseney, Holger: E-Mail Response Management Systeme – Einsatz im webbasierten Kundenservice, unter: http://www.crmmanager.de/magazin/artikel_1573-print_e-mail_response_management_systeme.html, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁴ Philipp, Sabine: CRM als Unternehmensstrategie, unter: http://www.mittelstandswiki.de/Customer_Relationship_Management, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁵ Pfaff, Christian: Migration von mySAP CRM 4.0 –Administration, Customizing und Entwicklungen, unter: <http://www.derpfaffi.de/prakt/Praktikumsarbeit.pdf>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁶ Gabriel, Andreas: Viren, Würmer & Trojaner, unter: http://www.ec-net.de/EC-Net/Redaktion/Pdf/Sicherheit/viren-wuermer-und-trojaner,property=pdf,bereich=ec_net,sprache=de,rwb=true.pdf, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁷ Bundesamt für Sicherheit und Informationstechnik (Hrsg.): BSI für Bürger, unter: http://www.bsi-fuer-buerger.de/schuetzen/07_01.htm, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁸ Bundesamt für Sicherheit und Informationstechnik (Hrsg.): Antispam – Strategien, Unerwünschte E-Mails erkennen und abwehren, unter: <http://www.bsi.de/literat/studien/antispam/antispam.pdf>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ¹⁹ Monastyrsky, Alexey/Sapronov, Konstantin/Mashevsky, Yury: Zehn Ratschläge zur Verringerung von Spam, in: IT-Sicherheit, 2005, Nr. 4, S. 30
- ²⁰ Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (Hrsg.): Hilfsmittel für E-Government, unter: http://www.bsi.bund.de/fachthem/egov/download/6_Studi.pdf, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²¹ Handwerkskammer Hamburg (Hrsg.): Neue Vorschriften für geschäftliche E-Mails, unter: <http://www.hwk-hamburg.de/beratung-service/ratgeber/2007/e-mails-09-03-07.php>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²² Handwerkskammer Düsseldorf (Hrsg.): Neue gesetzliche Formvorschriften für geschäftliche E-Mails, unter: <http://www.hwk-duesseldorf.de/beraten/chefinfo/e-mails.html>, Zugriff am 17. Juni 2009

- ²³ Bücking, Jens: Leitfaden E-Mail Archivierung, unter: http://www.voi.de/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=4:ccsr-steuern-und-recht&download=30:leitfaden-e-mail-archivierung&Itemid=172, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁴ IHK Aachen (Hrsg.): Steuern: Die "digitale Steuerprüfung" – wie kann man sich vorbereiten?, unter: http://www.aachen.ihk.de/de/recht_steuern/download/kh_174.htm, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁵ IHK Regensburg (Hrsg.): E-Mail-Archivierung – Warum Sie Ihre Mails nicht einfach löschen sollten, unter: <http://www.ihk-regensburg.de/content/300507e>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁶ EBS Rechtsanwälte (Hrsg.): E-Mails und Recht – Welche „Gebote“ sind in betrieblichen Nutzungsrichtlinien (E-Mail-Policy) zu beachten?, unter: <http://www.kanzlei.de/Emailrecht.htm>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁷ Gantner, Maximilian: Gesetzliche Vorschriften machen professionelle E-MAIL-Archivierung notwendig, unter: <http://www.ecm-blogger.de/2008-03-05/archivierung/gesetzliche-vorschriften-machen-professionelle-e-mail-archivierung-notwendig/>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁸ Möller, Reinhard: Internet und E-Mail am Arbeitsplatz, unter: <http://www.bartsch-partner.com/media/docs/rm/privatnutzungteil1pl.pdf>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ²⁹ AnwaltSeiten24 (Hrsg.): Private E-Mail-Nutzung im Büro am besten vertraglich regeln, unter: <http://www.anwaltseiten24.de/rechtsgebiete/arbeitsrecht/infos/news/private-e-mail-nutzung-im-buero-am-besten-vertraglich-regeln.html>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ³⁰ Der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz: Private Internet- und E-Mail-Nutzung, unter: <http://www.datenschutz-bayern.de/technik/orient/privmail.html>, Zugriff am 17. Juni 2009
- ³¹ Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein: Was ist zu beachten, wenn den Mitarbeitern die private Nutzung des dienstlichen Internet-Anschlusses erlaubt werden soll, unter: <https://www.datenschutzzentrum.de/material/themen/divers/ww-wprivat.htm>, Zugriff am 17. Juni 2009

9 Weiterführende Literatur

Organisation

E-Mail-Management im Job: Pocket Business – Informationen effizient organisieren

von Arno Burger, Cornelsen Verlag Scriptor;
Auflage: 2., 141 Seiten, (Februar 2009)

Die E-Mail-Flut bewältigen: E-Mails richtig organisieren – Professionell kommunizieren – Massenaufkommen eindämmen Kommunikationskultur entwickeln

von Gunter Meier, Expert-Verlag;
Auflage: 3., 110 Seiten, (Juni 2008)

E-Mail-Knigge: Das Original

von Martina Dressel, Web Gold Akademie;
Auflage: 3., 192 Seiten, (Dezember 2008)

Technischer Block

Grundlagen des CRM: Konzepte und Gestaltung

von Hajo Hippner, Klaus D. Wilde Gabler;
Auflage: 2., 664 Seiten, (Februar 2006)

Methoden der Spambekämpfung und -vermeidung

von Tobias Eggendorfer, Books on Demand;
Auflage: 1, 300 Seiten, (Juli 2007)

Firewalls im Unternehmenseinsatz: Grundlagen, Betrieb und Produkte

von Jörg Fritsch, Steffen Gundel, Dpunkt Verlag;
Auflage: 2., 358 Seiten, (August 2005)

Rechtlicher Block

Praxis des IT-Rechts: Praktische Rechtsfragen der IT-Sicherheit und Internetnutzung

von Horst Speichert, Stephen Fedtke, Vieweg+Teubner;
Auflage: 2., 368 Seiten, (Juni 2007)

IT-Recht von A - Z: Von Accessprovider bis Zwischenspeicherung

von Michael Schmidl, Beck Juristischer Verlag;
Auflage: 1, 255 Seiten, (Mai 2008)

E-Mail Archivierung: Leitfaden zur Umsetzung und rechtliche Grundlagen für die Schweiz, Deutschland und Österreich

von Pietro Brossi, Maria Winkler, BPX Edition Dalla Vecchia;
Auflage: 1, 80 Seiten, (Mai 2008)

Anmerkungen



- Regionales Kompetenzzentrum
- ▲ Branchen-Kompetenzzentrum
- Externer Netzwerkpartner

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr

E-Business für Mittelstand und Handwerk

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Seit 1998 unterstützt es kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Nutzung von E-Business-Lösungen.

und Interesse an E-Business-Lösungen in Mittelstand und Handwerk bietet die jährliche Studie „Elektronischer Geschäftsverkehr in Mittelstand und Handwerk“.

Das Netzwerk im Internet

Auf www.ec-net.de können Unternehmen neben Veranstaltungsterminen und den Ansprechpartnern in Ihrer Region auch alle Publikationen des NEG einsehen: Handlungsleitfäden, Checklisten, Studien und Praxisbeispiele geben Hilfen für die eigene Umsetzung von E-Business-Lösungen.

Beratung vor Ort

Mit seinen 29 bundesweit verteilten Kompetenzzentren informiert das NEG kostenlos, neutral und praxisorientiert – auch vor Ort im Unternehmen. Es unterstützt Mittelstand und Handwerk durch Beratungen, Informationsveranstaltungen und Publikationen für die Praxis.

Fragen zum Netzwerk und dessen Angeboten beantwortet Markus Ermert, Projektträger im DLR unter 0228/3821-713 oder per E-Mail: markus.ermert@dlr.de.

Das Netzwerk bietet vertiefende Informationen zu Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit, Kaufmännischer Software und RFID sowie E-Billing. Das Projekt Femme digitale fördert zudem die IT-Kompetenz von Frauen im Handwerk. Der NEG Website Award zeichnet jedes Jahr herausragende Internetauftritte von kleinen und mittleren Unternehmen aus. Informationen zu Nutzung

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

www.ec-net.de