

Pressemeldung

Auch Marke auf Urlaub?

wortwelt® Studie vermisst Positionierung bei Abwesenheitsnotizen

Wien, 17.03.2016. wortwelt® hat Abwesenheitsassistenten von 150 Unternehmen in Österreich analysiert. Fazit: Sie strotzen vor Floskeln und Fehlern. Mangelnde Serviceorientierung, unfreundliche Flapsigkeit, uneinheitliches Erscheinungsbild – gelebte Markenwerte sehen anders aus. Nur in 5 Fällen zeigen Firmen Flagge.

„Hallo, ich bin zurzeit nicht im Büro. Mails bleiben bis Donnerstag unbeantwortet!“ – das war eine der 187 analysierten Abwesenheitsnotizen von 150 Unternehmen, die 2015 in die wortwelt-Mailbox flatterten. Kein Gruß, kein Dankeschön, keine Vertretung, keine Information über die Rückkehr. Ganz zu schweigen von einem positiven Markenerlebnis. Automatische Antworten als Visitenkarte eines Unternehmens? Davon sind Österreichs Firmen noch meilenweit entfernt.

„Abwesenheitsnotizen enttäuschen Erwartungen. Jemand will etwas von dir und du kannst nicht weiterhelfen. Da liegt es doch nahe, wenigstens freundlich zu sein. Im Idealfall zauberst du dem Absender oder der Absenderin ein Lächeln auf die Lippen“, sagt die Studienautorin Monika Kriwan von wortwelt®.

Floskelwüste statt authentischer Alltagssprache

Nach dem wortwelt-Sprachkriterium Sympathie schneiden die Abwesenheitsassistenten besonders schlecht ab. Der Hauptgrund: Sie sind so floskelhaft, dass sie mehr Frust als Lust verursachen. Es sind mehr oder weniger 5 Standardsätze, aus denen die meisten Out-of-office Meldungen geschnitzt werden.

Floskelranking: Die 5 häufigsten Formulierungen in 187 Abwesenheitsnotizen

Rang	Floskel	absolut	%
1.	In dringenden Fällen wenden Sie sich/kontaktieren Sie ...	67	36
2.	Vielen Dank für Ihre Nachricht/E-Mail ...	42	25
3.	Ihr/e E-Mail wird nicht automatisch weitergeleitet ...	30	16
5.	Ich werde Ihre Nachricht nach meiner Rückkehr beantworten/bearbeiten ...	25	13
4.	Ich bin ab xx.xx.xxxx wieder erreichbar, im Haus ...	20	11

Eine No-Go-Abwesenheitsnotiz mit den schönsten Stilblüten der Studie sieht so aus:

Werter Absender,
vielen Dank für Ihre Nachricht. Ihr E-Mail erreicht mich während meiner Abwesenheit. Ihre Nachricht wird nicht automatisch weitergeleitet. Für dringende Anfragen steht Ihnen meine Kollegin Martha.muster@mustermann.at zur Verfügung. Eine telefonische Erreichbarkeit über Handy für besonders dringende Fälle ist gewährleistet. Ab dem xx.xx bin ich wieder regulär erreichbar. Ihre Emails werden baldestmöglich beantwortet!
Mit freundlichen Grüßen

Vom Danke bis zur Vertretung

Auch die Serviceorientierung kommt bei den automatischen Antworten oft zu kurz. 27 Prozent geben keine Vertretung an. 9 Prozent sagen nicht, wann sie wieder erreichbar sind. Und 76 Prozent antworten in nur einer Sprache. Das könnte in unserer globalen Welt nicht alle ansprechen. Ähnlich verhält es sich übrigens beim Gendern – wenn Frauen mit „Sehr geehrter Sender“ adressiert werden.

Sympathisches Service	ja	nein
Bedanken für das Mail	42 %	58 %
Vertretung angeben	73 %	27 %
Zeitpunkt der Rückkehr avisieren	91 %	9 %
Abwesenheitsnotiz zweisprachig schreiben: D/E	24 %	76 %

Abwesenheitsnotiz reine Privatsache?

Automatische Antworten von ein und derselben Firma berücksichtigte die Studienautorin nur dann, wenn sie unterschiedlich ausfielen. Das ist bei immerhin 18 Firmen der Fall. Noch drastischer: Annähernd 30 Prozent aller Abwesenheitsassistenten enthalten Rechtschreib- oder Grammatikfehler. Monika Kriwan: „Hier liegt der Schluss nahe, dass es keine verpflichtende Firmenvorlage gibt, sondern Abwesenheitsmails noch als Privatsache gesehen werden.“

Lichtblicke strahlen besonders hell

Wirklich anders und erfrischend markentypisch waren insgesamt nur 6 Abwesenheitsnotizen, zwei davon von ein- und derselben Firma. „Das sind gerade einmal 3 Prozent. Hier wird gewaltiges Markenpotenzial verschenkt, zumal Firmen mit diesen kurzen Texten richtig authentisch Flagge zeigen könnten.“, ist die Studienautorin überzeugt. „Im Vergleich zu Werbung und PR sind die Kosten für markengerechte Alltagskommunikation vernachlässigbar. Die Chancen, sich glaubwürdig zu positionieren, dafür umso höher.“

Ein paar wortwelt® Tipps für den großen Firmenauftritt via Abwesenheitsnotiz:

- Weniger ist mehr: Wenn Sie Ihre Marke textfrisch und serviceorientiert rüberbringen, dürfen auch Anrede oder Dankesworte fehlen. Ein Abschiedsgruß muss aber sein.
- Für Unternehmensvorlagen gilt: Es darf auch ein bisschen mehr sein. Geben Sie Ihrem Team mindestens 4-5 Vorlagen zur Auswahl. Nichts ist langweiliger, als immer nur das Gleiche zu lesen.
- Mitmachen ist Muss: Marke ist und bleibt ein Unternehmensprojekt, stümperhafte Abwesenheitsnotizen färben auch auf den Arbeitgeber ab.
- Vergessen Sie nicht auf das Rundherum: Wann braucht es überhaupt Abwesenheitsnotizen, ab einem Tag oder erst ab drei? Richtlinien können hier nicht schaden.
- Machen Sie Lust auf die etwas andere Notiz: Hier ist die interne Kommunikation gefragt. Vielleicht wollen Sie ja einen firmeninternen Wettbewerb ausrufen?

Positive Texthäppchen aus der Studie

Austrian Airlines	Servus and welcome to my personal mailbox! ... Best regards, xx who flew to Barcelona with a smile
Sonnentor	Schön, dass Sie sich melden. Heut' geht die Sonne für Sie auf, auch wenn Sie mich erst am 21.9.2015 wieder erreichen. Gerne ist bis dahin mein Kollege xx für Sie da. Das SONNENTOR ist für Sie auch im Internet unter www.sonnentor.com geöffnet. Sonnige Grüße
Happy&Ness	Und diese wunderbare, mir selbst geschenkte Zeit nutze ich jetzt intensiv für Entspannung, aber auch fürs Umdenken, Querdenken und Nachdenken. Meine Emails checke ich deswegen von mäßig bis unregelmäßig, sicher aber nicht übermäßig.

Und zum Schluss noch, wie wir Wortwerkerinnen und Wortwerker unseren Urlaub verkünden:

Wer nicht erholt ist macht Fehl.
Deswegen bin ich jetzt im Urlaub.
Ab 2. Novembär bin ich wieder da.
In neuer Frische!

In dringenden Fällen wenden Sie sich
bitte an xx oder an Ihren Arzt oder Apotheker.

wortwelt® ist die Nummer 1 für Textfrische und seit 2001 am Werk. Acht Wortwerkerinnen und Wortwerker analysieren Texte nach Image- und Verständlichkeitskriterien, entwickeln eine marken- und serviceorientierte Schreibkultur und erwecken sie mit Trainings zum Leben. Über 150 Wording-Projekte für Handels- und Dienstleistungsunternehmen, Industrie, Telekommunikation und öffentliche Verwaltungen haben wir bis jetzt erfolgreich umgesetzt.



Bildtext:
Studienautorin Monika Kriwan von wortwelt®: „Abwesenheitsnotizen sind Marken-Stiefkinder.“

Inhaltliche Fragen?

Mag. Monika Kriwan
monika.kriwan@wortwelt.at
+ 43 664 356 06 25
www.wortwelt.at

Pressekontakt:

Dr. Karin Krobath
karin.krobath@wortwelt.at
+43 699 1077 6611
www.wortwelt.at