[Die Tippfehler in E-Mails sind wichtiger, als Sie Denken]

written by Christian Hafner | 12 Mai, 2022

Riskmanagement & IKS News

Leadership

Die Tippfehler in E-Mails sind wichtiger, als Sie Denken

Leser interpretierten E-Mails mit Tippfehlern als emotionalere Nachrichten als fehlerfreie E-Mails mit ansonsten identischem Inhalt.

In sechs Studien interpretierten Teilnehmer, die E-Mails mit ein paar Tippfehlern lasen, diese Nachrichten als emotionaler als fehlerfreie, aber ansonsten identische E-Mails.

Beispielsweise lasen 598 Teilnehmer eine Nachricht von einem Manager, in der ein Mitarbeiter zurechtgewiesen wurde, weil er einen Bericht nicht fristgerecht eingereicht hatte.

Die von einer Gruppe von Teilnehmern gelesene Version enthielt drei Tippfehler. Die von einer zweiten Gruppe gelesene Version war fehlerfrei. Diejenigen Teilnehmer, die die E-Mail mit den Fehlern lasen, bewerteten die Führungskraft als deutlich wütender als diejenigen, die die fehlerfreie Nachricht lasen.

Ein anschliessendes Experiment zeigte, dass dieses Muster auch zutraf, wenn die E-Mail ein freudiges Ereignis betraf: In diesem Fall steigerten die Tippfehler

die Wahrnehmung der Freude des Verfassers der Nachricht.

Wenn Menschen etwas Unerwartetes beobachten, wie etwa einen Tippfehler, suchen sie nach einem Grund dafür. Wir sind kulturell darauf konditioniert, dass intensive Gefühle oft zu kognitiven Verarbeitungsfehlern führen. Daher wirken Kommunikationsfehler wie ein Verstärker für die wahrgenommene Intensität einer ansonsten ausgedrückten Emotion.

Bei Tippfehlern in einer emotional aufgeladenen Nachricht urteilen die Leser

allerdings weniger streng über den Schreiber als bei einer emotionsneutralen Nachricht und führen die Fehler eher auf ein Übermass an Gefühlen als auf einen Mangel an Intelligenz zurück.

Fazit: Menschen, die sich der emotionalen Signale bewusst sind, die Fehler aussenden können, sind möglicherweise besser in der Lage, effektiv zu kommunizieren.

Quellen: *«Those Typos in Your Emails Matter More Than You May Think» Harvard Business Review September-October 2021. Sie können die PDF-Version des Artikels über folgenden Link downloaden.*