Blogparade: E-Mail der Zukunft

Eine Sammlung von Blogbeiträgen zum Thema E-Mail

von

diversen Autoren

© Copyright Stefan Pfeiffer (Darmstadt, Germany)
Portions Copyright (c) 2011 theWebalyst.com

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV: Stefan Pfeiffer
Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehme ich keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sämtliche Verstöße gegen geltendes Recht, Sitte oder Moral, welche mir zur Kenntnis gelangen, haben sofortige Löschung von Links, Einträgen, Grafiken oder ähnlichem zur Folge.

Bitte keine Abmahnung ohne vorherigen Kontakt
Sollte der Inhalt oder die Gestaltung dieser Seiten fremde Rechte Dritter oder gesetzliche Bestimmungen verletzen, so bitten wir um eine entsprechende Nachricht ohne Kostennote. Die Beseitigung einer möglicherweise von diesen Seiten ausgehenden Schutzrecht-Verletzung durch Schutzrecht-Inhaber/Innen selbst darf nicht ohne unsere Zustimmung stattfinden. Wir garantieren, dass die zu Recht beanstandeten Passagen oder Bilder unverzüglich entfernt werden, ohne dass von Ihrer Seite die Einschaltung eines Rechtsbeistandes erforderlich ist.

Ausgabe/Version 1.0 / August 2014

© Copyright Stefan Pfeiffer (Darmstadt, Germany) sowie die Autoren für ihre Texte
Titelfoto von Flickr - Some rights reserved by Biscarotte
Portions Copyright (c) 2011 theWebalyst.com

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....5

Stefan Pfeiffer: Der tägliche E-Mail-Schmerz und was erwarte ich von Mail der Zukunft? Aufruf zur Blogparade.....7

Bert Oberholz: How to reduce your E-Mail load 17

Jörg Allmann: Domestizieren der Mail-Welle 23

Uwe Hauck: E-Mail ist doof, aber nicht tot...27

Ulrich Kampffmeyer: Der tägliche E-Mail-Schmerz.....29

Martin Meyer-Gossner: Die E-Mail ist ein Kutscher und für Alte.....36

Sebastian Thielke: E-Mail, Social Business und das sture Verhalten.....40

Frank Hamm: Mein E-Mail-Wunschzettel.....44

Peter Schütt: Hat E-Mail noch eine Zukunft? Ja – aber anders als heute.....51

Stefan Pfeiffer: E-Mail regiert die Geschäftswelt – Luft nach oben für die Mail der Zukunft.....55

Jörg Schiemann: Das "Mailprogramm der Zukunft".....59

Herbert Wagger: #MailZukunft = KalenderZukunft = Arbeit 4.0.....67

Vorwort

30 Jahre ist die E-Mail nun alt. In der Welt der IT ist das eine Ewigkeit. Zeit sie zu entrümpeln, fand Stefan Pfeiffer, als er seine Blogparade zur E-Mail der Zukunft in seinem Blog und auf der Plattform ibmexperts.computerwoche.de lostrat.

Aber wer hätte am 3. August 1984 gedacht, dass sich das System so durchsetzen würde? An diesem Tag erhielt Professor Michael Rotert die erste E-Mail über das Internet, die in die Bundesrepublik geschickt wurde. Sie war der Startschuss für den Einzug eines neuartigen Kommunikationsmediums, das sowohl die Arbeitswelt als auch die private Interaktion maßgeblich verändern sollte.

Heute erhält ein durchschnittlicher Arbeitnehmer 30 Mails am Tag, Wissensarbeiter deutlich mehr. Das ist kaum mehr zu bewältigen. Wie könnte eine bessere Form der elektronischen Kommunikation aussehen? Wie sollte ein Mail-System aussehen, das den Nutzer nicht geknechtet sondern unterstützt?

Diese Fragen sind dringend, schließlich versenden laut Bitkom fast vier von fünf Bundesbürgern (78 Prozent) E-Mails. Die private Nutzung der elektronischen Post hat insbesondere in den vergangenen zehn Jahren stark zugelegt. 2003 verschickten oder empfingen 44 Prozent der Deutschen Mails, 2008 waren es bereits 67 Prozent. Zwei Drittel der E-Mail-Nutzer (66 Prozent) können sich nicht mehr vorstellen, kurzfristig auf ihre private E-Mail-Adresse zu verzichten. Dies entspricht 34 Millionen Bundesbürgern.

Wie also kann eine bessere E-Mail aussehen, wie kann sie unser aller Leben

einfacher machen? Mit diesen Fragen im Gepäck startete Pfeiffer im März dieses Jahres seine Blogparade – mit durchschlagendem Erfolg. Mehr als zehn Blogger folgten dem Aufruf und steuerten ihre Gedanken bei, wir haben sie auf der "IBM Experts"-Site gesammelt. Die Ergebnisse haben einerseits etwas morbides, für den Experten Dr. Ulrich Kampffmeyer führt die E-Mail beispielsweise "ein Zombie-Dasein", mein langjähriger lieber Kollege Martin Meyer-Gossner befindet, sie sei zuallererst "für Alte" (und "eine Kutsche", aber das soll er Ihnen selber erläutern).

Damit befinden sich Kampffmeyer und Meyer-Gossner in bester Gesellschaft: Ein gutes Drittel der bundesrepublikanischen Bevölkerung sieht mittelfristig ein Ende der E-Mail. 36 Prozent der Verbraucher geben der E-Mail in einer Umfrage von Aris noch maximal 15 Jahre. 16 Prozent der Verbraucher sehen bereits spätestens in zehn Jahren, drei Prozent sogar schon in fünf Jahren das Ende der E-Mail kommen.

Andererseits haben die Blogbeiträge etwas zuversichtliches, denn die Zukunft der E-Mail zeichnet sich längst ab, da sind sich die Teilnehmer der Blogparade einig. Die "neue" E-Mail geht quasi in Social Media auf. In der einen oder anderen Art und Weise. Wie genau, das schildern Ihnen am besten die verschiedenen Autoren auf ihre ganz eigene Art und Weise selbst.

Viel Vergnügen und neue Einsichten bei der Lektüre der vielen wirklich hervorragenden Blogbeiträge wünscht Ihnen

Dr. Dietmar Müller

Stefan Pfeiffer: Der tägliche E-Mail-Schmerz und was erwarte ich von Mail der Zukunft? Aufruf zur Blogparade

Veröffentlicht am 2. April 2014 auf DigitalNaiv.com

Dieser Tage habe ich mein MacBook neu aufgesetzt und musste natürlich auch meine private E-Mail neu installieren und konfigurieren. Und siehe da, unter einer meiner privaten E-Mail-Adressen hatten sich in den vergangenen Jahren Tausende Mails angesammelt. Ich nutze auf dem Mac für private Mails das Apple Mail-Programm, in dem alle meine privaten Mail-Adressen zusammenlaufen, arbeite also nicht mit den nativen, meist web-basierten Oberflächen von Google, Yahoo oder GMX. Nun hatte ich wohl lange Zeit meine zentrale private Mail nicht so konfiguriert, dass Nachrichten beim Abholen via POP/SMTP gelöscht werden. Und siehe da: Über die Jahre hatten sich zahllose Nachrichten auf dem Server angesammelt. Mit dem Wechsel von SMTP/POP auf IMAP hat sich das dann geändert, aber die Altlasten habe ich einfach mal unbemerkt mitgeschleppt. [Zur Erklärung des Unterschieds von POP und IMAP ist dieser englischsprachige Beitrag sehr nützlich.]

Ok, natürlich ist das ein technisches Konfigurationsversäumnis, aber nicht nur. Zugegebenermaßen bin ich auch ein Informationsjunkie, der viele Informationsquellen anzapft. Mein Job ist zu großen Teilen Kommunikation und vorher und mehr wissen. Doch habe ich einfach einmal diese Gelegenheit der Tausende E-Mails ergriffen, diesen Nachrichtenbestand etwas genauer zu analysieren. Was hatte sich denn da so jenseits des

sinnvollen, zwischenmenschlichen E-Mail-Dialogs angesammelt?

Benachrichtigungen statt Nachrichten

Ein großer Teil meiner Nachrichten waren **Benachrichtigungen**, nicht Nachrichten. Was meine ich damit? Meine Bank schickt mir eine Benachrichtigung, dass eine Transaktion getätigt wurde und ich die Details im Bank-Portal einsehen kann. Twitter informiert mich über neue Follower, Facebook darüber, dass jemand einen meiner Inhalte geteilt hat. Mal sind diese Benachrichtigungen sinnvoll – ich finde es toll, dass meine FritzBox mir Nachrichten schickt, die neu auf meinem Anrufbeantworter sind -, mal sind sie überflüssig und ich kann nur empfehlen, sie dann abzustellen. Oft füllen Sie einen Posteingang nur unnötig. Mein klassisches Beispiel: Xing schickt mir eine Benachrichtigung, dass XYZ einen Beitrag auf meiner Xing-Wall gut findet oder geteilt hat. In der Nachricht steht nicht drin, welcher Link nun gemocht oder geteilt wurde. Eine schwachsinnige Benachrichtigung par excellence, die man nur stornieren kann.

Nützlich fände ich dagegen, würde mich Xing auf einen Kommentar zur Nachricht aufmerksam machen, den Kommentar gleich einblenden und mir im Mail-Client die Möglichkeit zur Antwort geben. Embedded Experience haben wir das in IBM Notes und Connections genannt. Und wie gesagt: es gibt auch aus meiner Sicht viele sinnvolle Benachrichtigungen. Im Job lasse ich mir einmal täglich per Mail eine Zusammenfassung schicken, was in meinem unternehmensinternen sozialen Netzwerk so passiert ist. Eine nützliche, konzentrierte Zusammenfassung, die mir was bringt. Benachrichtigungen können dann ein wichtiges Element des zentralen Posteingangs sein, wenn die Info relevant ist und gar eine direkte Response

möglich ist. Sonst gehören sie abbestellt,

Natürlich bekomme ich auch viele **Sales Promotions**. Amazon ist nur ein Beispiel für diejenigen, die mich regelmäßig mit Angeboten anschreiben. Manchmal empfinde ich diese als nützlich, wenn sie mir als wertvoll empfundene Information geben (z.B. ein neues Buch meines Lieblingsautors ist erschienen). Doch in der Regel bin ich unterdessen der meist marktschreierischen, mit dem Holzhammer verkaufenden Promo-Mails einfach nur müde und bestellte sie jetzt konsequent ab. Hier wären personalisierte, gute Inhalte – Stichwort Content Marketing – gefragt, aber das ist ein anderes Thema.

Leider gibt es auch die Promotionen und damit verbundenen E-Mails, die von sozialen Netzwerken – ich denke bei mir besonders an Xing – den Posteingang fluten. Die Mails, die aus Communities kommen, kann man vergleichsweise einfach abbestellen. Die persönlichen Einladungen, die vor allem zu Veranstaltungen eintrudeln, sind dagegen wohl nur effektiv zu stoppen, indem man die Option "XY darf Ihnen Nachrichten schreiben" für den jeweiligen Kontakt deaktiviert oder den Kontakt entfreundet bzw. entkontaktet.

Und klar, es gibt auch klassischen **SPAM**. Platte Werbebotschaften, die ich ungefragt oder auch gefragt bekomme, die ich aber gar nicht haben will. Bleibt nur auch hier abbestellen oder konsequent als SPAM klassifizieren. Ja, und es gibt auch durchaus die Herausforderung, dass Nachrichten falsch vom E-Mail System als SPAM klassifiziert und einsortiert werden. Man kommt also auch nicht drum herum, sich den SPAM-Ordner hier und da anzusehen und zu verifizieren.

E-Mail-Newsletter oder besser RSS Reader?

Wie erwähnt, bin ich jemand, der Informationen aufsaugt, selektiert und wieder auswirft, meist teilt. In den vergangenen Jahren waren **E-Mail Newsletter** eine meiner bevorzugten Informationsquellen – und sie haben durchaus meinen Posteingang gefüllt. Besonders aufgefallen ist das natürlich dann, wenn man aus dem Urlaub zurückgekommen ist und plötzlich die vielen Newsletter vor sich sah. Ich habe die Zahl meiner Newsletter unterdessen drastisch reduziert und es ist immer noch viel Potenzial vorhanden. Der E-Mail Newsletter, der mir am wertvollsten ist, ist der Relevants-Newsletter von IDG. Das Konzept ist hier, dass die kleinen Ameisen von Relevants aufgrund meines Lese- und Klickverhaltens im Newsletter lernen, was mich interessiert, und mir darauf basierend einen persönlichen Newsletter aus einer Vielzahl von Quellen zusammenstellen. Diesen Newsletter bekomme ich täglich einmal und ich finde doch immer aus 10 bis 15 Abstracts zwischen 2 bis 3 Beiträge, die mich interessieren. Die Quote ist noch nicht exorbitant gut, das System könnte besser lernen, aber immerhin …

Die anderen Newsletter – ob von Handelsblatt, von eMarketer, ob Social Media Today oder Smart Brief for Social Business – sind dagegen weitgehend eher Belastung. In der Flut der dort enthaltenen Informationen fällt es schwer, den 'Nugget' zu finden, der für mich interessant ist. Spätestens an dieser Stelle stellt sich die Frage, wann E-Mail das richtige Transportmedium für Informationen ist und wann andere Werkzeuge wie ein RSS Reader sinnvoller sind. Muss Information zum Empfänger 'gepushed' werden oder holt sich (pull) der Interessent die Antwort wenn notwendig? Für beide Vorgehensweisen gibt es Pros und Contras. Ich neige unterdessen

zum 'Pull'-Prinzip und habe die meisten meiner Infoquellen im Newsreader Feedly abonniert und kategorisiert. Dort hole ich mir jetzt meist die Informationen, wenn ich Lust und Laune habe. Klar scheint mir jedoch, dass eine Benachrichtigung per E-Mail bei vielen Empfängern in der Regel die höhere Aufmerksamkeit erzielt.

Und natürlich gibt es auch die verschiedenen **Formen der 'normalen' E-Mail'**: Belege, Rechnungen werden per Mail zugestellt und müssen (sollten) aufbewahrt werden. Es gibt den 'normalen' Dialog zwischen Anwendern, leider oft belastet durch Dateianhänge, die besser geteilt denn per Mail gesendet werden sollten. Im privaten Umfeld spielen Dateianhänge mit der Ausnahme von Fotos meist nicht so eine wichtige Rolle, wohl aber gerade im beruflichen Umfeld. Unterschätzen sollte man hier nicht alte Gewohnheiten. Senden ist einfach gewohnter als 'sharen'.

Seit 20 Jahren mehr oder weniger unverändert: der E-Mail Client

Ihnen kommen die beschriebenen Nachrichtentypen bekannt vor? Sie gelten übrigens fast identisch für private und berufliche E-Mail mit leichten Variationen wie beim Thema Dateianhänge. Jenseits der verschiedenen Formen von Benachrichtigungen und Nachrichten und der Möglichkeit, seinen E-Mail-Umgang und die Flut wenigstens etwas einzudämmen, gibt es sicher weiteren Verbesserungsbedarf im Handling von E-Mails. Wenn ich die letzten 20 Jahre zurück blicke, so hat sich die Basisfunktionalität von E-Mail nicht geändert. E-Mails kommen im Posteingang an, werden dort bearbeitet und meist manuell in einem Ordnersystem abgelegt. Auch Google Mail hat das E-Mail-Paradigma aus meiner Sicht nur leicht geändert. Statt in Ordner

abzulegen, werden Etiketten vergeben und das System markiert Mails als wichtig. Wenigstens etwas und mit Google Now gibt es einen interessanten Ansatz, Kontextinformationen beispielsweise zu Terminen bereitzustellen. Ja, man kann auch in fast allen E-Mail-Systemen Regeln definieren, was mit E-Mails passieren soll, aber wer hält das konsequent nach? Wirkliche Innovation, die zur Arbeitserleichterung im Zusammenhang mit E-Mail geführt hat, hat es meiner Ansicht nach nicht gegeben. Und genau das ist aber notwendig, denn E-Mail dominiert noch immer den Arbeitsalltag, wie eine aktuelle Studie belegt.

Wo liegen aus meiner Sicht Verbesserungspotentiale jenseits der oben beschriebenen Wege, durch eigenes Verhalten die E-Mail Flut einzudämmen? Das händische Sortieren von E-Mails ist sicher einer der unproduktivsten Tätigkeiten überhaupt und hier muss sicherlich besser unterstützt werden. Statt selbst zu sortieren, könnte das System automatisch Tags (Schlagworte) vergeben oder dabei mitlernen, wie und wann der Anwender welche Tags eingibt. Über die Tags und eine leistungsfähige Suchfunktion müssen die Informationen dann wieder unkompliziert und zuverlässig auffindbar sein. Und natürlich müssen die Anwender lernen, dieser halb oder ganz automatisierten Form des E-Mail Archivierens zu vertrauen, am besten eben dadurch, dass sie zuverlässig die Infos bekommen, die sie suchen.

Quelle: Studie "Vernetzte Organisation 2013" der Forschungsgruppe Kooperationssysteme der Universtät der Bundeswehr in München

E-Mail der Zukunft: Intelligent Kontext herstellen

Im Finden von Mail liegt ein großes Optimierungspotential. Laut Mc Kinsey verbringen Wissensarbeiter 28% der Arbeitszeit damit, E-Mails zu bearbeiten und zu suchen. Ein großer Fortschritt wäre schon, wenn das System zuverlässig alle Mails zu einer Suche und zu einem Vorgang anzeigen würde. Nehmen wir eine Telefonkonferenz zu einem Projekt, die im Kalender steht. Ein erster wichtiger Schritt wären dabei, die Infos, die im Mail-System liegen, anzuzeigen. Ein noch fortschrittlicherer Schritt wäre es, wenn auch die Informationen aus 'angeschlossenen' Systemen eingeblendet werden könnten: die Besprechungsprotokolle, die in der Dokumentenverwaltung liegen, die Details aller Teilnehmer an der Telco aus dem sozialen Netzwerk oder CRM-System, die letzten Projektinfos aus dem Projektmanagement-System und so weiter.

Ich denke, dass wir generell den Begriff des E-Mail-Klienten überdenken müssen. Der E-Mail-Klient der Zukunft ist nicht mehr nur E-Mail. Es ist eine Informationszentrale, in der neben E-Mails aus vielen anderen Systemen Benachrichtigungen, Informationen und Aufgaben zusammen fließen. **E-Mail der Zukunft ist ein 'System of Engagement'**, mehr als nur eine bloße Nachrichtenzentrale. Die Kombination, Anreicherung und Integration von E-Mail mit sozialen Funktionen macht beispielsweise absolut Sinn. E-Mail ist für viele Einsatzgebiete genau das richtige Kommunikationswerkzeug. Als Wissensspeicher und Kollaborationswerkzeug ist es jedoch nicht geeignet. Hier muss Social Software integriert und eventuell sogar eingebettet (siehe Embedded Experience) werden. Das richtige Werkzeug für den richtigen Zweck heißt das eine Credo. Das andere Credo muss sein, dem Anwender endlich bei der täglichen Arbeit zu helfen, statt ihn mit dem Management

des Posteingangs zu beschäftigen.

Und dafür ist ein Paradigmenwechsel nötig, weg von der dummen E-Mail hin zu einem leistungsfähigen 'System of Engagement' . Was sind also meine 10 Paradigmen für die E-Mail der Zukunft:

1. E-Mail der Zukunft ist kein klassisches E-Mail mehr. Es ist ein persönliches 'System of Engagement', das dabei hilft, die täglich anfallenden Aufgaben effizient zu erledigen.
2. In der Kommunikationszentrale E-Mail fließen Funktionen von Social Software, von Instant Messaging, Audio und Video zusammen.
3. Andere Systeme 'kapern' E-Mail und lassen die Anwender dort direkt Arbeit erledigen, ohne dass der Klient verlassen werden muss. (Embedded Experience).
4. E-Mail manuell sortieren gehört sofort abgeschafft. Das System muss E-Mails verschlagworten (taggen), sortieren und auch (wo notwendig rechtssicher) ablegen. Der Anwender lernt dabei das System maximal an.
5. Manuell eingerichtete Ordnersystems sind out. E-Mails bzw. Vorgänge und Sachverhalte finden muss einfach und zuverlässig funktionieren.
6. Und daran anschließend: E-Mail der Zukunft stellt automatisch Kontext her, blendet zu einem Sachverhalt die vorhandenen, zugehörigen Informationen ein, die im E-Mail-System, aber auch im sozialen Netzwerk oder anderen angedockten Systemen liegen.
7. Kognitive Systeme werden zum Backend von E-Mail der Zukunft und unterstützen dabei, den beschriebenen Kontext herzustellen. Sie unterstützen, erleichtern die Arbeit, nehmen aber nicht die persönliche Entscheidung ab.

8. Ein No-Brainer: E-Mail muss heute mobil und auf allen Endgeräten, von Smart Phone über Tablet bis zum Computer, verfügbar zu sein.
9. Mobile Nutzergewohnheiten führen auch dazu, dass die 'normalen' E-Mail-Klienten einfacher und benutzerfreundlicher werden.
10. Neben allen neuen technologischen Fortschritten ist es auch weiter notwendig, die Flut von E-Mails durch eigenes Verhalten und 'besseres' Arbeiten einzudämmen.

Und gerade den letzten Punkt möchte ich nochmals betonen. Technische Innovationen – ich nenne hier beispielhaft IBM Watson – werden ganz neue Möglichkeiten eröffnen, mit E-Mail, besser mit in der Mail auftauchenden Aufgaben umzugehen. Trotzdem oder gerade deswegen muss der persönliche Umgang mit Mail weiter optimiert werden. Die E-Mail Flut kann nur in Kombination von Technologie und Anwender besser bewältigt werden.

Ich rufe dann mal zur Blogparade zum Thema "E-Mail der Zukunft" auf und würde mich sehr über Ihre/Eure Beiträge vom E-Mail-losen Büro über E-Mail-Auszeiten bis zu Euren konkreten Wünschen an die E-Mail der Zukunft freuen.

Bert Oberholz: How to reduce your E-Mail load

Veröffentlicht am 19. März 2014 auf berts2c.de

A word in the beginning: this post is not about condemning E-Mail and its usage but on how to increase the efficiency of collaboration by utilizing and leveraging all tools and platforms a modern workplace has including Networking, Collaboration, Conferencing, Instant Messaging. For many use cases E-Mail is the tool of choice and for sure it will remain to be for quite a while.

When I started at in my current department I was handed over an ongoing project by a colleague. She went to her mailbox, selected with a few clicks all mails associated to that project and sent me the result as one big E-Mail. I was supposed to read all these historical conversations bottom-up. After trying this for a while I ended up just poking around in this mess using the built in search whenever I needed some information that could be issued in a search query …

E-Mail is a communication form which is now 40 years old (the term "E-Mail" was formed 30 years ago). The only big change to that technology happened when attachments were introduced 20 years ago.

For many of us the E-Mail client has become the tool we open first in the morning and check several times a day. Notifications about incoming E-Mail come in and interrupt our work. The number of unread E-Mails seems to increase steadily.

We misuse our mailbox for our personal Document Management, Knowledge

Management, Project and Task-Management.

Usually no one else has access to the information we collect and if someone would have, she would likely not be able to source the information in it without understanding the structure (if any) in which it was stored.

We assign tasks per E-Mail in a fire-and-forget mode. Since we can always expect an answer, which is an implicit rule in E-Mailing, we can forget requests until the recipients reply / react. When something goes wrong (and always something goes wrong) we can pull the E-Mail out (we usually even don't have to) and say: "I informed you in time that something could go wrong" / "I told you to take care 2 weeks ago" / "I asked but you didn't answer".

We discuss content and send office documents back and forth receiving multiple copies of multiple versions. Discussions are fragmented over several E-Mails, this works more or less as long as there is a sequential discussion. When the discussion branches and several participants reply to different aspects of a discussion it gets time consuming to put the conversation in a sequential order with clear causalities. There is no easy way to include colleagues who joined the conversation later.

In many E-Mails, if we have a look at the net information which is actually included we find that this is only a minor part compared to what is added by headers and footers and the repetition of the complete history of the E-Mail conversation.

What is wrong with E-Mail?

"E-Mail is a ruthless delegation machine & your daily to-do list imposed by

others. (Luis Suarez, @elsua) Just send an action to someone, cc: her Supervisor and it is extremely difficult for that person to not take that action. Asking someone face to take an action is sometimes not as easy."

Information is private (closed team collaboration). Knowledge is hidden. The information contained in E-Mails is restricted by default. People who might need this information have no access and even worse: they sometimes don't even know that it exists. Adding recipients later often leads to the mess described above. Information is not available when colleagues are on vacation, signoff or retire.'

Recipients have to be chosen in advance. As a result: often too few or too many or wrong recipients are chosen. E-Mails and recipient lists once sent are neither updateable nor adaptable later

Attachments blow up mail size and are costly. Multiple copies where it is unclear which is the valid (latest) version

Inefficient for discussions. Sometimes you have to open a series of E-Mails to follow up a discussion. Often you have to scroll a long way down to the end in order rollup the discussion and hope the discussion hasn't branched in between.

Where is E-Mail useful?

When sending E-Mails you can rely on a "Contract". Following an unwritten law the recipient is supposed to either take notice of an information, or to take responsibility for an action (in many cases only to return information). In any other case she is supposed to reply to you stating why she does not handle the mail in the way you expect. In the latter case she will choose to

reply to all.

Since the delivery (at least within the company) is guaranteed, mails often have also a documentary character. Sending an information or task via E-Mail documents the transaction including the content of the mail, the timestamp and the recipient(s) of a mail. At a later point in time the sender can use the copy of the mail in his mailbox as an evidence.

In one-two-one private conversations E-Mail is always a good choice. It is one of the strength of E-Mail to limit the distribution of an E-Mail to a closed circle. If necessary the conversation can even be encrypted.

Calendaring, scheduling meetings and sending/accepting invites is a bonus E-Mail systems offer. For this purpose they are highly specialized and can not easily be replaced by other tools without losing comfort and reliability.

Are you ready to give it a try?

- Do not reply to E-Mail with E-Mail (@elsua). Every reply provokes another reply. Instead inform the sender using a different channel. Talk to her personally, send a reply via chat or post the answer to her or your board or to a common collaboration space, like a community. Doing this reduces the E-Mail traffic and helps our organization to adopt a new way of collaboration step by step. An answer to an E-Mail posted publicly (where applicable) can also be useful to colleagues who were not on the initial scope of the E-Mail
- Move all distribution lists that are not confidential to blogs/communities.
- Between the senders and recipients of information posted, optionally agree upon a common set of tags, that senders attach to each posting

(files, blog entries, bookmarks, …).
This requires some discipline on both adding and subscribing (to) the rights tags. The advantage is that recipients can choose what pieces of information the want to receive (they subscribe to) and to change these subscription over time as their responsibilities, projects or organizational position changes.

- Give all project teams a closed group and encourage them to "work out loud".
- Discourage E-Mailing documents. They should all go into a shared space.
- Check the appropriateness / necessity of CCs/BCCs whenever you send an E-Mail or us the "reply all" button. Consider that many recipients due to their load just ignore E-Mails (some of the even by automated rule) that does not contain their names in the to: line.
- Encourage anything that needs a CC to go into a social network blog or discussion board.
- Encourage people to answer questions that they receive through any channel in a blog post.
- For confidential information (and that should be done carefully), for scheduling, for personal notes and for accepting E-Mail from external contacts, some of which should be stored centrally to a collaboration space and link from there.
- Consider setting an autoanswer in your mailbox or an extension to your E-Mail footer hinting (internal) senders how to communicate with you alternatively in order to optimize the collaboration.

- Check which replacements are available in your environment by Use Case.
- Use / stay with specialized tools like Document Management, Knowledge Management, Project and Task-Management.

Any Questions? Just reply to this blog post.

Thoughts which aren't my own are stolen with pride from:

- www.elsua.net/about/
- youtu.be/QIqA_YKeboc
- community-roundtable.com/2012/07/start_with_E-Mail/
- http://community-roundtable.com/2012/07/start_with_E-Mail/

Jörg Allmann: Domestizieren der Mail-Welle

Veröffentlicht am 3. April 2014 auf thinking.holistic-net.de

Eigentlich ist ein Beitrag zum täglichen E-Mail-Schmerz, wie ihn Stefan Pfeiffer heute gepostet hat, schon länger fällig. Nun will ich wenigstens seinem Aufruf zur Blogparade folgen.

Bei allem Geheule über das Thema E-Mail, wir haben z.Zt. keine echte grundsätzliche Alternative. Die Aussage, dass die Jugend schon kein E-Mail mehr benutzt, weil alles über diverse Instant Messenger läuft, ist nicht auf die Geschäftswelt zu übertragen. Die These, dass man E-Mail komplett durch Sharing-Mechanismen ablösen kann, funktioniert nicht im richtigen Leben, weil nicht in allen Situationen die eine, gemeinsame Plattform existiert, auf der man das tun könnte. Außerdem kann man sich genauso zu Tode sharen wie man sich zu Tode mailen kann.

Ich beneide Leute, die mir irgendein total simples Konzept der persönlichen E-Mail-Vermeidung erläutern. "Ich brauche kein E-Mail! Macht alles mein Spamfilter! Ich habe 472 Regeln, die sortieren das! E-Mail ist out!" Ist aber alles proprietärer Bullshit und nicht übertragbar. Wenn ich im hohen Alter in Canada vor meiner Waldhütte oder in der Provence in meinem Weinberg sitze, dann brauche ich auch kein E-Mail mehr.

Also geht´s, wie es Stefan Pfeiffer sehr schön gemacht hat, um eine Analyse der Schmerzfelder und dann um das Optimieren des jetzigen Modells.

Die größte Last sind die E-Mails, die ich gar nicht haben will. Der ganze

Newsletter-Schrott, den man theoretisch loswerden kann, aber entweder nicht diszipliniert genug tut oder bei dem das Unsubscribe den Benutzer erst recht an die Leimrute liefert. Fast jeder Online-Bestellprozess zieht solch einen Kollateralschaden nach sich. Wer dann noch Amazon auf Facebook liked, dem ist nicht zu helfen.

Ein technologisches Übel ist das Faktum, dass Absenderadressen in unserem E-Mail-Universum beliebig manipuliert werden können. Ich wünsche mir langfristig meinen E-Mail-Empfang auf solche reduzieren zu können, deren Signatur ich explizit traue.

Die große Vielfalt an Social Networking Plattformen bringt – im Detail konfigurierbar, aber doch nicht wirklich domestizierbar – eine gigantische Flut von Notifications. In Teilen sind die Notifications in der Content-Darstellung so unübersichtlich (da gehört leider auch das liebe IBM Connections dazu), dass es ein Horror ist, darin den Sachverhalt zu identifizieren. Es ist auch ein Unsinn, das persönliche Agieren auf eine Sharing-Plattform umzustellen und dadurch tonnenweise Notifications zu erzeugen.

Das von Stefan Pfeiffer beschriebene manuelle Sortieren spare ich mir seit 20 Jahren. Ich habe zwar auch ein paar verwahrloste Ordner, aber das beamtische Sortieren in einer Ordnerstruktur mit Schachtelungstiefen, die rechts aus dem Bildschirm rausrutschen, war nie mein Ding. Die Volltextsuche müsste es hergeben. Was die Notes-Volltextsuche leider nicht tut, zumindest für meinen Anspruch nicht.

Nun zu den Lösungsoptionen. Intelligent filtern. Intelligent Kontext herstellen. Klingt gut, ist aber ein enorm anspruchsvolles Thema. Und der

Beweis, ob es funktionieren könnte, ist offen. IBM Mail Next will es können. Microsofts Oslo will es auch können. Wenn wir uns aber doch in den letzten 20 Jahren am Thema Enterprise Search die Zähne ausgebissen haben, wegen Formaten, Zugriffsrechten, Differenzierung von public und privat und ähnlichen Malessen, dann nehmen wir jetzt noch alle öffentlichen Plattformen dazu und das Ganze cross-enterprise und plötzlich funktioniert das. Onkel Watson wird´s richten. Und das sind nur die technischen Probleme.

Natürlich stellt Google unter Beweis, dass sehr viel gefunden werden kann. Aber unsere Erwartungshaltung bei Google ist nie, dass alles gefunden wird, dass das Richtige gefunden wird, dass man sich darauf verlassen kann. Es ist ein Vorschlag, ein Angebot, aber nicht mehr. Im einem Mail-Next liegt die Messlatte höher als bei einer Google Search.

Abschließend noch zu Stefan Pfeiffers 10 Paradigmen:

1. Mail als System of Engagement – Nehm ich auf in meine Buzzwordliste, klingt gut
2. Additiv Social Software, Instant Messaging, Audio und Video – Mit geeigneter Visualisierung natürlich ja.
3. Embedded Experience – Lass uns mal mit einem tauglichen File Format Viewer anfangen, aber im Prinzip natürlich ja.
4. "Automatisch rechtssicher ablegen" – klingt auch gut. Wenn ich dann schreibe: "Bursche, wir haben noch eine Rechnung offen!", dann wird das wegen des Begriffes "Rechnung" rechtssicher abgelegt.
5. Manuelle Ordnersysteme sind out – waren für mich noch nie in

6. Automatische Kontexteinblendung – natürlich ja, wird aber in den Anfängen zu ähnlichen Schoten führen wie Google Translate und birgt die Gefahr des Abschweifens von einem Kontext zum nächsten. Thema: Arbeitsdisziplin
7. Kognitive Systeme im Backend, die uns zum Glück die persönliche Entscheidung nicht abnehmen – ich lasse mich überraschen
8. Auf allen Mobile Devices – na klar
9. Mobile Nutzergewohnheiten führen auch zur Verbesserung der klassischen E-Mail-Clients – da frage ich mich, warum erst ein Mobile Device um die Ecke kommen muss, damit klassische Clients besser werden.
10. Eigenes Verhalten und Arbeiten verbessern – da kann ja jeder persönlich dran arbeiten. Wer kreatives Chaos braucht, wird das auch in Zukunft haben können. Die Alles-mit-allem-Vernetzung wird noch häufiger dazu führen, dass man sich gelegentlich fragt, was man eigentlich tun wollte als man vor einer Stunde auf den ersten Link geklickt hat.

Nun wirklich abschließend: Ich will nicht hoffen, dass die großen Hersteller, nur weil sie die alten Probleme nicht lösen konnten, einfach mal neue Ziele ausrufen.

Aber alles wird gut.

Uwe Hauck: E-Mail ist doof, aber nicht tot

Veröffentlicht am 6. April 2014 auf livingthefuture.de

Mein Blogger- und Twitterfreund Stefan Pfeiffer ruft auf, sich in einem Blogbeitrag Gedanken zur Zukunft der E-Mail zu machen. Für mich ein spannendes Thema, da es wie so vieles mindestens zwei Seiten hat.

Schon lange wird die E-Mail tot gesagt, aber wir wissen ja, Totgesagt leben länger. Auch ich nutze E-Mail noch intensiv, oft mehr, als mir lieb ist. Noch ist die E-Mail für viele das Medium der Wahl für die elektronische geschäftliche Kommunikation. Während bei mir im privaten Bereich Facebook, Twitter, Google+ und Messenger längst die Mail als primäres Medium abgelöst haben, nutze ich im Büro noch weitestgehend E-Mail für den digitalen Austausch und nur gelegentlich einen Messenger. Ich vergleiche die E-Mail gerne mit dem Brief und den Chat mit dem Telefonat. E-Mail ist nachhaltiger, ist schriftlich und kann offline, dafür umfangreicher verfasst werden.

Ich denke, auch in den kommenden Jahren wird die E-Mail noch ihren Platz haben. Aber sie muss klüger werden. Im Moment ist mein Haupt-E-Mailclient auf dem Smartphone Mailbe.at gerade weil sich hier erste Ansätze für einen intelligenteren Umgang mit E-Mail zeigen.

Während die Filterung von Spam bereits Alltagstechnik ist, warte ich noch auf Systeme, die es mir ermöglichen, meine E-Mails noch vor dem Lesen semantisch und nach Priorität zu filtern. Mit der immer weiter voranschreitenden Spracherkennungstechnologie dürfte sich hier auch die semantische Analyse weiterentwickeln.

Für die Zukunft erwarte ich, dass ein guter Mail Client mir die E-Mail vorsortiert, sie semantisch und zeitlich priorisiert und mit Zusatzinformationen aus Adressbuch, Fotoalben, Terminen und Dokumenten anreichert. Mailbe.at zum Beispiel erkennt, wenn ich in einer Mail etwas über ein Ereignis schreibe, zu dem ich Bilder gemacht habe und bietet diese mir passend dazu an.

Mail ist ein Kommunikationsweg, der sich in meinen Augen deutlich von Social Media unterscheidet, da er sehr viel mehr offline agiert, wie der Brief das vor ihm tat und für manche Themen noch heute tut. Der Abgesang einer Technologie geht doch meist damit einher, dass sie zunächst scheinbar verschwindet, nur um dann in den sinnvollen Nischen stärker und anders als zuvor wieder zu kommen. Intelligente E-Mail Assistenten sind für mich der Schlüssel für ein sinnvolles Fortbestehen. Sie werden für mich Standardmails direkt beantworten, mir eine Auswahl je nach Kontext präsentieren und gegebenenfalls Mails kategorisieren und wenn wichtig archivieren.

Die E-Mail ist für mich noch lange nicht tot, sie muss sich aber weiterentwickeln, denn die jetzigen E-Mail Programme und Werkzeuge wirken im Vergleich zu dem, was auf den sozialen Netzwerken möglich ist, doch recht anachronistisch. Ich sehe hier gegenseitige Möglichkeiten der Interaktion, wenn zum Beispiel E-Mails mit direkten Referenzen auf passende Chats oder Profile in den sozialen Netzwerken angereichert werden. Heutige E-Mail ist dumm, es wird Zeit, ihr etwas Intelligenz zu geben.

Ulrich Kampffmeyer: Der tägliche E-Mail-Schmerz

Veröffentlicht am 23. April 2014 auf project-consult.de

"Der tägliche E-Mail-Schmerz und was erwarte ich von Mail der Zukunft? Aufruf zur Blogparade" - so lautete die Steilvorlage von Stefan Pfeiffer zur Blogparade: http://bit.ly/E-Mail-Schmerz. Eine verspätete Antwort.

In seinem Blog-Beitrag hat Stefan Pfeiffer, IBM, einiges an Informationen zur E-Mail zusammengetragen: Statistiken, Kritik über Nachrichten und Benachrichtigungen, ein Video und 10 Leitsätze für die E-Mail der Zukunft (gibt es ganz unten in Kopie). Stefan sieht sie nicht sterben sondern in einem Social Media Kontext aufgehen. Er sieht hier die E-Mail (im Sinne der AIIM ...) als "System of Engagement". Alles richtig. Aber ...

Eine Reihe von Argumenten zum "Tod der E-Mail" hatte ich schon in meinem Beitrag "E-Mail - Totgesagte leben länger?" ausgeführt. Ja, E-Mail lebt, aber irgendwie führt E-Mail ein Zombie-Dasein. Es ist nicht mehr das, wofür es gedacht war. Stefan hat dies im ersten Teil seines Beitrages sehr schön ausgeführt - Spam, Rundmails, cc: & bcc: Müll, Benachrichtigungen, Links ... die geschäftlichen Inhalte, die wichtige Information, ist immer schwieriger herausfilterbar. Hier versprechen uns die Anbieter seit Jahren Abhilfe - aber die Flut wächst. Wie Stefan sehr treffend feststellt, liegt dies auch daran, dass sich die E-Mail-Clienten kaum gewandelt haben. E-Mail ist und bleibt ein schwer kontrollierbares, asynchrones Mitteilungsmedium. Der Empfänger hat kaum Einfluss darauf was ihm und wie und in welcher Form gesendet wird. E-Mail ist ein klassisches Push-Medium.

Die E-Mail-Flut wächst und ist daher auch eines der wesentlichen Problemkinder des Informationsmanagements im Unternehmen wie auch im Privathaushalt. Die Texte werden schlechter - einerseits schwülstiges, Aufmerksamkeit erheischendes Marketing-Gebabbel, andererseits leidet die Rechtschreibfähigkeit der Absender und gebiert dauernd neue Kürzel und Floskeln. Klassische, mit Sorgfalt erstellt individuelle Briefe sind E-Mails nun wahrlich nicht. Und hat man sich Mühe mit Inhalt, Schrift, Satz, Typografie und Erscheinungsbild gegeben, dann killt der Empfänger-Client mit seinen Einstellungen alle Wohlgestalt. Dennoch, die E-Mail ist - noch nicht - aus unserem täglichen Leben wegzudenken.

In Deutschland schaffen wir es sogar, neue Formen der E-Mail zu erfinden, besonders sicher, besonders rechtssicher. Da haben wir die De-Mail, per De-Mail- und E-Government-Gesetz allen Behörden und den Bürgern per Ordre de Mufti verordnet. Ein Kropf, der keine Verbesserung der Kommunikation mit sich bringt, sondern die Probleme der E-Mail multipliziert. Aber immerhin per Bundestagsbeschluss als "sicher" anerkannt. Da haben wir den E-Post-Brief der Bundespost. Er hat es leider nicht geschafft auch De-Mail-konform zu werden, da es sein Sicherheitskonzept und hybride Kommunikationswege nicht aufgeben wollte. So gibt es nun zwei konkurrierende "sichere" E-Mail-Systeme in Deutschland. Und die deutschen Betreiber von E-Mail-Portalen legen im Nachgang zum NSA-Skandal nach. Nun wird auch in Deutschland die E-Mail-Übertragung verschlüsselt. Welch Fortschritt, besonders wenn man sich die gleich darauf erscheinende Mitteilung von Millionen geknackter E-Mail-Accounts nebst Passwort und die Erkenntnis, dass auch offenen Standards wie openSSL ihre Lücken haben, vor Augen hält.

Ist dies die Zukunft der E-Mail? Deutsche Sonderlocken? Verschlimmbesserung veralteter Konzepte? Ich hoffe nicht.

Wo verändert sich E-Mail? Man wird zwischen Unternehmen wie auch zwischen Personen E-Mail derzeit nicht abschaffen können. Dazu hat man sich an das Verfahren zu sehr gewöhnt. Aber es gibt drei Felder, wo sich Veränderungen abzeichnen.

- Der interne Kahlschlag
  Wenn man schon nicht den Mail-Austausch mit den Kommunikationspartnern außerhalb des Unternehmens abschaffen kann, dann wenigstens innerhalb. Mit dem klassischen Intranet haben diese Lösungen nur noch wenig zu tun. IBM Connections ebenso wie Yammer von Microsoft bringen eine neue, deutlich direktere Form der Kommunikation in die Unternehmen. Die interne Kommunikation wird über gemeinsame Projekträume, Workflows, Social-Media-Werkzeuge bis hin zum hausinternen Twitter umgestellt. Jedoch häufig mit dem Nachteil, dass nun noch mehr Informationskanäle beim Mitarbeiter aufschlagen. Der einheitliche Posteingangskorb mag zwar auf dem Smartphone ansatzweise (nach langem konfigurieren, wenn man Stefan Glauben schenken will) funktionieren, in der Softwarewelt der meisten Unternehmen steckt er noch in den Kinderschuhen. Selbst wenn man intern umstellt, muss man die Vielzahl der Kanäle von außen auffangen.
- Du denkst, Du schreibst ne Mail
  Portale und Social-Media-Plattformen gaukeln uns vor, wir würden eine E-Mail schreiben. Setzt man eine Reklamation bei einem großen

Handelsunternehmen ab, sei es nun eines mit A oder eines mit O, dann sieht das Formular aus wie eine E-Mail: Betreffzeile, Textkörper, Versendebutton. Man bekommt auch per E-Mail noch seine Bestätigung, was man gesendet hat, wenn man diese Option anwählt. Was aber im Unternehmen landet, ist keine E-Mail sondern ein Datenbank-Eintrag triggert einen internen Workflow. Aus der vermeintlichen E-Mail ist ein handhaberes Informationsobjekt im Geschäftsprozess geworden. Genauso funktioniert es auch auf Social-Media-Plattformen. Denkt man, man erhielte eine PN Persönliche Nachricht auf XING, auf Stayfriends, auf Facebook, wo auch immer, so ist dies immer nur ein Datenbankeintrag, zum dem ich benachrichtigt werden. Ich öffne keine eigenständige Nachricht mehr sondern blicke auf für mich bestimmte Dateninhalte eines geschlossenen Systems. Auch immer mehr Großunternehmen wie Banken bieten solche interne, sichere E-Mail-Kommunikation über Web-Interfaces.

- Alles Social, mein Freund

  Sind wir also beim Anliegen von Stefan angelegt - Social Media als Ergänzung, als Anreicherung, vielleicht zukünftig als Ersatz von E-Mail. Die Vielfalt der Kommunikations-Möglichkeiten in dieser schönen bunten Welt ist schier unendlich. Täglich komme neue Ideen hinzu. Twitter, Whatsup und Instagram gelten heute schon als veraltete Konzepte. Sprache und Bewegtbild, Mikrophone und Kameras allerorten, das ständig herumgetragene Positionsdaten-sendete private Abhörgerät - als dies verändert die Kommunikation immer schneller und einschneidender. Was an Information transportiert wird, wird dabei immer belangloser. Und im Gegensatz zu E-Mail, sowie den

obigen Varianten 1 und 2, widersetzen sich die neuen Kommunikationsmedien der Nachvollziehbarkeit, Integrität, Authentizität und Dokumentierbarkeit. Damit sind sie leider schlecht für geschäftliche Transaktionen geeignet - meint unsere Generation. Diese Form von Kommunikation wird sich von der traditionellen Schriftlichkeit immer weiter wegbewegen. Sprache und Bild, Diktieren und vorlesen lassen, automatisch übersetzen und verknüpfen lassen, den Gesamtkontext einbeziehen, alles einbeziehen - dies wird eine neue Dimension der Kommunikation bringen, die E-Mail in die Museen verdrängen wird. Ach ja, es ist noch nicht Social, wenn aus einer Social-Media-Plattform das Foto und das verlinkte Profil meines Kommunikationspartners in meinem E-Mail-Clienten erscheint.

Blickt man auf die heutige E-Mail, so wird die Weiterentwicklung von verschiedenen Seiten getrieben. Und Stefan hat hier Recht, einer der Treiber ist die Kombination mit Social Media. Aber ich sehe hier noch drei andere sehr wichtige Treiber:

- E-Mail & CRM
  Die Zusammenführung von E-Mail und CRM ist eigentlich so etwas von augenfällig, dass es mir überhaupt nicht in den Sinn kommt, warum man nicht längst diese System-Kategorien zusammengeführt hat. Das CRM bietet den Kontext zum Kommunikationspartner, zusätzliche Kontext-Informationen, Historie und vieles mehr. Es macht wenig Sinn E-Mail (mit seinen immanenten architektonischen Lasten) zum CRM aufzubohren - aber umgekehrt ist der Weg vorgezeichnet.

- E-Mail & Automatisierung

  Beim Thema Automatisierung wird es bald passieren, dass sich automatisierte E-Mail-Management-Systeme untereinander "unterhalten". E-Mails im Geschäftsverkehr werden zunehmend automatisch auf Grund von Attributen aus Textbausteinen zusammengesetzt. OK, die eine Seite der Automatisierung. Die andere ist die Klassifikation und semantische Erschließung von E-Mail, ausgehend wie eingehend, intern wie extern. Hiermit soll einerseits der Flaschenhals der manuellen Zuordnung und Klassifikation überwunden werden und andererseits gleich die E-Mail in ihren Sachzusammenhang - außerhalb des E-Mail-Systems in einen unternehmensweiten Information-Management-System - bereitgestellt werden. Ab in die elektronische Akte, ist die Devise.

- E-Mail & Pull

  E-Mail wandelt sich ebenso wie Kurznachrichten zum Übermittler von Verlinkungen zu eigentlich Inhalt. Single-Instancing und De-Duplication sind längst Features von E-Mail-Management-Systemen. Übermittelt wird nur ein Kurztext, erläuternd Metadaten zur automatischen Verarbeitung, ein Stub und dann der Link zum gesicherten und kontrollierten Speicherort des eigentlichen Inhalts. Pull spart nicht nur Speicherplatz und schafft Eindeutigkeit, es erlaubt auch das Nachvollziehen, ob und wann der Inhalt abgerufen wurde. E-Mail wird hier zu einem Benachrichtigungsmedium neben SMS und Collaborationssystemen, nicht mehr selbst zum inhaltlichen Träger. Dies macht auch die Bereitstellung und Sicherung auf mobilen Geräten einfacher.

E-Mail wird noch eine Reihe von Veränderungen durchlaufen, die die oben aufgeführten 3 + 3 Beispiele oder aber die nachstehenden Paradigmen von Stefan Pfeiffer touchieren. Aber sie wird in jedem Fall und irgendwie einen Ausweg aus dem derzeitigen Zombie-Kommunikationsdasein finden. Dieser Ausweg wird weniger technisch sein, sondern durch unser Verhalten geprägt werden müssen. Nennen wir es "Informationshygiene", den vernünftigen Umgang mit Information in der Kommunikation. Der psychische Druck überquellender E-Mail-Postkörbe mit dem nahezu zwanghaften Trieb sofort - und ohne Nachzudenken - zu antworten, ist Bestandteil des generellen "Communication & Information Overflow" unserer Generation. "Overflow" führt zu Überforderung, Überforderung zu Fehlentscheidungen, Ärger, Aggression, Unwohlsein, Peinlichkeiten, Missverständnissen und letztlich zu Krankheit. Nur angemessene, gute und wichtige Nachrichten sollen uns erreichen, Spam und Negatives soll uns verschonen. Soll oder sollte. Sonst werden die Filter der großen Internet-Firmen und unser behördlicher Abschirmer dies für uns richten, was wir versäumen, in Kindergärten und in der Schule zu lehren.

Also - die E-Mail ist tot, es lebe die E-Mail!

Und abschließend - in einem Tweet schrieb Stefan an mein Team, ich solle doch was über E-Mail 2.0 schreiben [mit :)] . 2.0, das ist sowas von doof, E-Mail 2.0, neh (Stefan, hör Dir noch mal Deine eigenen Statements in Goodbye2null an). ZweiNull (auch "00" geschrieben), so etwas pinnen sich doch nur Telekom, GMX, 1x1 & Co. vor den Bauch. Was wir brauchen ist E-Mail 42.0, kontrollierte Gedankenübertragung mit druck- und archivierbarem Gedächtnisprotokoll. :)

Martin Meyer-Gossner: Die E-Mail ist ein Kutscher und für Alte

Veröffentlicht am 25. April 2014 auf digitalstrategie.com

Mein langjähriger IT- und Blogger-Weggefährte Stefan Pfeiffer motiviert mich mal wieder, bei einer Blogparade zur Zukunft der E-Mail mitzumachen.

Seit Monaten und Jahren stelle ich die E-Mail in Frage. In Seminaren. In Vorträgen. Im Blog. In der Twitter-Kneipe. Wo auch immer.

Im Business (und oft auch privat) ist die E-Mail wie ein Kutscher (Absender), der seinen Wagen mit vielen Leuten (Adressaten) und Koffern (Attachments) belädt, sich auf einen viel zu langen Weg macht (CC-Mentalität), nach und nach einen Teil oder Mensch abwirft, in der Hoffnung (Ignoranz der Vier-Augen Prinzipienreiter), um irgendwann mal das Ziel zu erreichen (Delete- und/oder Archivierung-Button). Der Wert der E-Mail ist für mich ungefähr vergleichbar dort angekommen, wo der Notar und Anwälte noch fleißig mit Aktenordnern das Papier hoch halten. Es ist was für die Alten, oder die alten Branchen? Den Postkutschen-Vergleich schein ich zu lieben, fällt mir ein. Wie auch immer.

Was möglicherweise despektierlich oder überheblich klingen mag, will ich aber gerne in ein rechtes Licht rücken.

Vor zweieinhalb Jahren habe ich einen Post geschrieben, welcher eine Infografik mit einigen Erkenntnissen zum besten Versand-Zeitpunkt der E-

Mail (bzw. des Newsletters) beinhaltete. Da mir klar war, dass Newsletter immer noch eine große Rolle in Unternehmen spielen, sah ich es als eine gute Idee, den Inhalt zu teilen. Unser eigner Newsletter mit diesem Inhalt wurde daraufhin mit spöttischen Kommentaren an mich weitergeleitet: "Zurück zur Steinzeit???" und "Martin, bitte nicht solche Inhalte!". Auf Twitter antwortete den geteilten Link man mit "RT Unsubscribe! – (Text und Link)". Offensichtlich war der Post nicht gut angekommen. Ich ließ es in Zukunft. Wann auch immer.

In Aufträgen mit diversen Anbietern von Projekt-Management Lösungen sowie Unternehmen, die Dropbox, Safesync oder sonstige Cloud-Lösungen einsetzten, erlebte ich dann aber die Kehrseite der Medaille. Wurde die Kommunikation für das Unternehmen wichtig, musste eine E-Mail geschickt werden. Dass dieselben Inhalte irgendwo in der Cloud zeit- und wortgleich liefen, zählte nicht. Vorgesetzte antworteten nicht auf Twitter und Facebook. Schrieb man eine E-Mail mit einem Hinweis auf eine der Netzwerk-Gespräche, ließ das Status-Update und der Retweet nicht lange auf sich warten. Ein Gründer einer Projekt-Management SOftware Firma schickte mir sogar eine Mail als Antwort auf einen Tweet. Wieso auch immer.

Manche reagieren ja auch nicht auf XING oder LinkedIn. Sagt man ihnen, dass es eine Erinnerungsfunktion per E-Mail gibt, läuft das Networking auf einmal wie geschmiert. Ohne Kutscher kommen manche eben nicht ans Ziel. Auch wenn der Rennwagen neben dran steht und man den Schlüssel in der Hand hält.

Leider gibt es nur zu viele Romantiker in Unternehmen, für die die E-Mail

schon ein Rennwagen ist, der sich kaum aufhalten lässt. Lässt er sich aber. Er lässt einen sogar ruhiger fahren mit ordentlichen Filter-Funktionalitäten, die semantisch organisieren und nach Priorität unterscheiden können, also mit Katalysator, Spracherkennung und Intelligent Driving Systemen. Vor allem aber mit einem System, dass alle Facetten der Kommunikationsoptionen in Einklang und auf eine Plattform bringt. Was Google Buzz mal versucht hat, aber daran scheiterte.

Dabei ist die E-Mail der Zukunft längst da. Sie findet nur nicht mehr in der Inbox statt. Sie ist in so manchem Handy, in so manchem Netzwerk, auf so mancher App, oder in so mancher Community. Sie ist auch Kommunikation in Projekt-Management Software in der Cloud oder in Communities. Sie ist schneller, chronologisch sortiert und man überblickt effizienter, was wann wo und wie besprochen wurde, wer sich engagiert und wer sich eher fahren lässt.

Das Problem? Sie ist mal hier, mal da, mal dort. Aber nie an einem Ort. Die E-Mail-Form ist facettenreich, rasend schnell und so mancher Mensch leider weder organisatorisch, noch technisch und manche auch (noch) nicht Willens, grundsätzlich zwischen Facebook, Google+, Skype, WhatsApp oder eben auch nur der Inbox hin und her zu wechseln.

Was es also brauchen würde, wäre ein Communication-Dashboard, das nicht unterscheidet, wo ich kommuniziere (E-Mail, Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, Google+ usw.), sondern mir sagt, wo es wichtig und dringend ist zu kommunizieren (und das selbst lernt), wer zukünftig auf die Rücksitzbank, sprich die zweite Reihe meiner Aufmerksamkeit rutschen darf und wann es sich lohnt, das Gaspedal voll durchzudrücken.

Es braucht also nicht viel. Ein paar APIs. Ein wenig mehr Offenheit. Ein wenig mehr Datenvertrauen. Weniger Monopolismus-Denke. Und vor allem einen Nutzen für den Nutzer. Und falls wir das alles nicht hinbekommen, vielleicht kehren wir ja zum guten alten Brief zurück.

PS: Mein Vater fragt immer wieder, ob ich ihm nicht ein paar Infos oder ein Bild per Mail schicken will, was er ausdrucken und mitnehmen kann. Natürlich sage ich "Ja" und mache es oft nicht, weil mein Verständnis von Kommunikation und Erlebnissen in einer anderen Welt spielt. Und dann fällt mir ein, ich könnte ihm ja nur meinen Link zur Facebook-Seite schicken. Oder zu Twitter, oder sonstigen Accounts. Er würde so viel mehr an meinem Leben teilhaben, ob mit oder ohne E-Mail-Kutsche.

Sebastian Thielke: E-Mail, Social Business und das sture Verhalten

Veröffentlicht am 25. April 2014 von Sebastian Thielke auf Cloudprise.com

Gleich mal vorweg: Ja, ich hasse E-Mails und ja, ich brauche sie. Auch ich habe damals große Hoffnung geschöpft, als es hieß: Die E-Mail wird sterben. Ich habe mich sogar bemüht einen Hashtag dafür einzuführen. #Death2E-Mail Hat leider nichts genützt. Die E-Mail ist immer noch da und das obwohl ich mich nun schon seit 2008 mit den Neuerungen und Errungenschaften der neueren digitalen Kommunikationsinstrumente beschäftige und eingesetzt habe. Es ist irgendwie verzwickt mit der E-Mail. Wir erinnern uns gerne an die Kampagne von Atos zur "No more E-Mail" Policy im eigenen Haus. Auch da wussten wir, dass das Abschaffen der E-Mail ein ehrbares Ziel ist aber sehr schwer in der Umsetzung wird. Wo stehen wir heute? Bei einem Ausblick zur Zukunft der E-Mail, einem Blogstöckchen, das mir Stephan Pfeiffer zugeworfen hat.

Die E-Mail als Newsstream

Ich bin mittlerweile der Überzeugung, dass wir mit der E-Mail nur das Instrument verteufeln und nicht unseren Umgang damit. Wenn wir unser Verhalten, unsere Anpassung und unsere Möglichkeiten hinsichtlich der Social Media Kanäle betrachten, dann haben wir, ich spreche hier bewusst von einem sehr kleinem wir, es zumindest ansatzweise geschafft, dass die Informationsflut uns nicht ertrinken lässt. Es werden entsprechende Tools genutzt, es werden Filter geschaltet und wir nutzen das Skimming für das

Lesen. Wie wäre es denn, die E-Mail auch als Stream anzusehen? Wir könnten diesen Stream in unsere Instrumente, in unsere Verhalten sowie den Umgang damit einfließen lassen. Und hier wage ich eine steile These: Der Begriff der E-Mail muss sich weiterentwickeln. Er muss vom starren und zentralisierten Kommunikationskanal in der gewohnten Umgebung genauso zum Stream werden, wie Facebook, Twitter und Co.

Veränderung

Das E-Mail Verhalten ist uns mittlerweile in Fleisch und Blut übergegangen. Wir bekommen eine Mail, antworten, warten auf die Antwort und leiten weiter. Dazu kommt das schlechte Gewissen, dass die E-Mail im Arbeitsprozess ja auch wichtig für jemanden anderen sein kann. Wir setzen also CC und BCC. Und dann sind wir unsere Schuld los. Es entsteht aber so die allbekannte CC/BCC Kultur – keiner will es gewesen sein und alle haben es gelesen.

Die Wurzel dieses Übels liegt im Versuch zu kontrollieren, zu sichern und Verantwortung abzulegen. Dies ist der Punkt, der die erste Veränderung braucht. Führungskräfte, Management und Vorbilder müssen sich eher einem Verhalten öffnen, dass Mitarbeiter ermuntert selbstverantwortlich, eigenständig und frei zu entscheiden. Es bedarf einer gut etablierten Fehlerkultur und offenem Dialog. Und schon sind wir im Bereich der Schlagwörter für Veränderungsmanagement, Transparenz und Miteinander.

Teufelsinstrument in Engelshänden und eine kleine Maus

Was die Zukunft der E-Mail anbelangt, ist noch lange nicht Schluss. Ja es gibt viele prominente Beispiele, wo sich Personen vom Zwang der E-Mail

gelöst haben und besser arbeiten, weniger belastet sind sowie mehr Zeit haben. ABER diese Personen haben sich bewusst dafür entschieden, weil sie erkannt haben, dass die E-Mail im jetzigen Nutzungsverhalten an die Grenzen stößt.

Der Großteil der Menschen wird sich die Frage nie stellen, ob weniger oder gar keine E-Mail ihr Leben verbessern würde. Die E-Mail ist Alltag im Arbeitsleben und ein gewohntes Instrument. Es ist eher viel passender die Wahrnehmung der E-Mail, das E-Mail-Verhalten und die Nutzung Schritt für Schritt zu ändern.

In diesem Zusammenhang des Wandels fällt mir immer das Beispiel der Trojanischen Maus ein: Wir können einen großen Wandel nicht durch ein einziges riesiges Event vom Zaun brechen. Es ist hilfreicher, wenn der Wandel in kleinen kaum wahrnehmbaren Schritten passiert. Wir schieben also nicht das Trojanische Pferd vor die Mauern der E-Mail Kultur, sondern schicken den Wandel portionsweise durch die Mauern hindurch als kleine Mäuse.

Loslösen von zentraler Instanz

Für mich wäre eine dieser Mäuse, der optische wie auch prozessuale Bruch mit der Plattform "E-Mail Postfach". Schafft solche Monster wie Outlook, Notes usw. einfach ab und löst den Stream der E-Mail aus dieser zentralen Position. Bettet die E-Mail in ein Streaming System ein. Lasst es Teil eines Newsfeeds werden und behandelt es wie Social Media.

Diese kleine Usability Stellschraube kann eine Menge bewirken. Natürlich muss das Heer der Mäuse entsprechend groß und andauernd gestaltet sein. Wir müssen die kleinen Veränderungen in der Führung, im Verhalten und

der Anwendung einfließen lassen. Wie das würde diesen Rahmen sprengen. Änderung ist jedoch notwendig. Vielleicht ist diese Änderung eine kleine Maus mit einem Megafon auf dem Rücken.

Frank Hamm: Mein E-Mail-Wunschzettel

Veröffentlicht am 27. April 2014 auf Injela.com

Seit über 20 Jahren benutze ich E-Mail. Streng genommen sogar noch um einiges länger, wenn ich die Compuserve- oder Fidonet-Nachrichten mitrechne. Damals bereits handelte es sich um "Elektronische Post", nur dass die Übermittlung und Speicherung der elektronischen Post auf proprietären Formaten basierten. Seit Jahrzehnten also konnten sich Menschen daran gewöhnen, ein Werkzeug in allen (un)möglichen Variationen zu benutzen. Und sie tun es ausgiebig. Ich tue es. Und trotz allen Schwächen mag ich E-Mail. Manchmal zumindest.

E-Mail besteht im Wesentlichen aus den Protokollen Simple Mail Transfer Protocol (SMTP) zum Versenden von Nachrichten sowie Post Office Protocol (POP) und Internet Message Access Protocol (IMAP) zum Abrufen von Nachrichten. Mehr ist E-Mail nicht. Im Grunde ein minimalistisches System.

E-Mail ist leider jedoch so simpel, dass jeder es benutzen kann. Mit, ohne oder mit bescheuertem Betreff. Mit, ohne oder mit bescheuerten CC-Empfängern (okay, eigentlich ist der Absender dann bescheuert). Mit, ohne oder mit bescheuertem Inhalt. Mit, ohne oder mit bescheuerten Anhängen. Mit, ohne oder mit bescheuerter Signatur mit teilweise mehr als 40 Zeilen, davon 30 für Disclaimer, die rechtlich und nach gesundem Menschenverstand alle total bescheuert und rechtlich unwirksam sind. Als Ersatz für synchrones Messaging. Als Problemablademedium. Privat oder beruflich. Ich hasse E-Mail sehr oft in dem meist vergeblichen Versuch, die Abneigung vor dem Verhalten des Absenders auf das Medium zu

transferieren. Und das Allerschlimmste ist, dass ich mich manchmal beim Bescheuertsein-Mitmachen ertappe.

Aber E-Mail ist halt so einfach, dass es sogar am Strand funktioniert. Selbst wenn ich keinen Empfang habe, so wird die Nachricht später automatisch versendet. Ich hätte diesen Artikel bis auf das Titelfoto eben an diesem Strand auf Maui in Hawai'i als E-Mail erstellen und an mein Blog versenden können (anstelle abends auf der Couch in der Bed & Breakfast-Unterkunft). Ich kann mit einer E-Mail Aufgaben in allen möglichen Task Management Suites wie Asana oder Podio erzeugen. Ich kann eine Notiz in Systemen wie Evernote erzeugen. Umgekehrt können mir Social Software, ERP-Systeme oder Collaboration Software Nachrichten schicken. E-Mail hat jeder, E-Mail funktioniert einfach. Das ist bei vielen anderen Systemen nicht der Fall. Und nicht jeder hat Asana oder Podio oder Azendoo oder Facebook oder Whatsapp – auch wenn sich das irgendwann ändern könnte. E-Mail funktioniert deswegen, weil es aus offenen Standards besteht. Sogar das Empfangen und Versenden verschlüsselter Nachrichten funktioniert damit – zumindest theoretisch.

Muss also das Rad neu erfunden werden?

Wie funktioniert E-Mail bei mir?

- Ich habe seit längerem einen Google Business Account. Dort landen alle E-Mails, die an meine E-Mailadressen gesendet werden (entweder durch Umleitung oder durch automatische Abholung durch Google Mail). Damit bräuchte ich eigentlich nur ein Mailsystem zu benutzen.
- In Google Mail kann ich Nachrichten mehreren "Labels" zuordnen. Die Labels können beispielsweise die Bedeutung verschiedener

Prioritäten, Kunden, Aufträge, Projekte haben. Somit könnte ich einen Nachrichtenstrang einem Projekt und mehreren Kunden (bei einem Gemeinschaftsprojekt) zuordnen. Damit bin ich nicht an eine hierarchische Ordnerstruktur gebunden.

- Tatsächlich benutze ich die Labels in Google Mail fast nur für ein minimalistisches Aufgabenmanagement. Wenn ich eine Nachricht direkt nach Abarbeitung meines Eingangsfaches oder im Laufe des Tages bearbeiten will, dann nehme ich ein bestimmtes Label dafür (z.B. "!Action").
- E-Mail benutze ich nicht für ein Aufgabenmanagement. Dafür habe ich Tools wie Asana, Podio, Toodledo, Todoist (beispielsweise weil ein Kunde es benutzt). Beispielsweise leite ich eine E-Mail an ein Aufgabenmanagement-Tool weiter. Die Bearbeitung und Erledigung erfolgt dann im Aufgaben-Tool. Manchmal schicke ich die E-Mail an Evernote und füge den Notizlink in meinem Aufgaben-Tool zur Aufgabe hinzu.
- Wenn ich eine Nachricht benötige, dann suche ich danach. Mit Ordnern arbeite ich gar nicht mehr, mit Labels nur selten. Ich will Nachrichten nicht organisieren sondern finden. Die Suche in Google Mail ist nach wie vor sehr schnell und funktioniert sehr gut zum Finden von Nachrichten. Der Nachteil: Im Browser muss ich immer online sein.
- Abonnements versuche ich in meinem RSS-Reader zu halten. Allerdings gibt es einige Abonnements (beispielsweise Newsletter), die es nicht als RSS gibt. Die filtere ich mit Regeln und verpasse ihnen ein "Newsletter"-Label. Die Newsletter landen erst gar nicht im

Posteingang und werden von mir nur gelegentlich überflogen. Newsletter von diversen Diensten kündige ich normalerweise umgehend ("We are thrilled/excited to announce our new product!").

- Manchmal lassen sich Newsletter, Sales Promotions irgendwie nicht abstellen. Warum sollte ich beispielsweise einen ungewollten und nicht bestellten Newsletter mit einer E-Mail an eine andere Adresse mit einem bestimmten Betreff abbestellen versuchen zu wollen. Meistens klappt das sowieso nicht. Inzwischen bin ich auch in unzähligen "Presseverteilern" und erhalte zahlreiche Pressemitteilungen. Die lassen sich grundsätzlich nicht abbestellen außer durch eine persönliche E-Mail oder einen Anruf. Das k***t mich an. Ich sehe nicht ein, dass ich den Aufwand haben soll, damit mich andere nicht mehr von mir ungewollt anschreien. In diesen Fällen kommt mittlerweile ein rigoroser Löschfilter zum Einsatz.
- Newsletter haben sowieso nur selten einen Nutzen für mich. Wenn eine Information einen Nutzen für mich hat, dann finde ich sie durch meine Suchabfragen, die per RSS in meinem RSS-Reader landen, oder ich finde sie (z.B. durch Tools) in meinem Social Graph.
- Benachrichtigungen (beispielsweise von Facebook, Twitter) landen via Filter ebenfalls außerhalb des Posteingangs in einem Label. Dabei versuche ich grundsätzlich, möglichst viele Benachrichtigungen abzustellen. So wie die meisten von Xing, die mich eh nur in den Browser nach Xing zwingen wollen und erst einmal fast keinen Informationsgehalt haben.
- Überhaupt arbeite ich ausgiebig mit Filterregeln in Google Mail. Das Schöne dabei ist unter anderem, dass die Filter alle serverbasiert und

unabhängig vom Client oder Browser angewendet werden.

- Außer Benachrichtigungs-E-Mails lösche keine E-Mails. Warum sollte ich jedes Mal nachdenken, ob oder ob nicht ich die Nachricht noch einmal benötige? Im Zweifelsfall habe ich sie dann gelöscht und brauche sie nach ein paar Wochen oder Monaten doch noch.
- Im Einzelfall bin ich oft auf eine Suche angewiesen, um alle notwendigen Informationen zur Aufgabe zu finden und beispielsweise bei der Erledigung oder bei einem Telefonat zur Verfügung zu haben.
- Wenn ich etwas suche, dann ist es mir möglicherweise nicht klar beziehungsweise weiß ich nicht, wo die Information ist. Deswegen habe ich gerne eine Suche, die verschiedene "Töpfe" nach der Information durchsucht. Also Google Mail, Filesystem, Evernote, Simplenote, Asana, Toodledo, Podio… So eine universelle Suche gibt es nicht. Somit komme ich von den Silos nicht los.
- Alternativ kann ich für E-Mail einen E-Mailclient wie Thunderbird mit IMAP benutzen. Dann kann ich meistens zumindest E-Mail, Filesystem und Kontakte gleichzeitig/universell durchsuchen. Ich habe alle meine E-Mails seit Jahren auf dem Server gespeichert. Speicherplatz spielt auch da keine Rolle mehr. Mit IMAP habe ich einen lokalen "Nachrichten-Cache", der außerdem separat gesichert wird.
- Im Client (und nur da) kann ich PGP-Verschlüsselung benutzen. Dann verliere ich aber Vorteile des "nativen" E-Mailmanagements von Google Mail im Browser.
- Je nach Auftraggeber habe ich dort ebenfalls einen Mailaccount. Damit habe ich weitere Systeme, die ich aufrufen/öffnen muss und gegebenenfalls durchsuchen muss. Weitere Silos also. Zusätzlich habe

ich inzwischen beim Auftraggeber manchmal ein weiteres Collaborationtool. Weitere Silos. In denen findet dann auch die Kommunikation statt – leider dann auch wieder oft nur teilweise, so dass weitere Teile wieder in der E-Mail landen. Natürlich abwechselnd im Account beim Auftraggeber und in meinem eigenen Account.

Funktioniert E-Mail dann überhaupt?

Ja, E-Mail funktioniert. Aber ich muss Zeit aufwenden, um E-Mail einigermaßen effizient einzusetzen. Manche Schwachstellen wie die nicht vorhandene universelle Suche ist manchmal nur lästig, manchmal kostet sie richtig viel Zeit. Seit letztem Jahr bin ich selbstständig und arbeite ich mit verschiedenen Auftraggebern. Das wird dann so richtig aufwändig, weil ich unter Umständen zwischen verschiedenen E-Maildiensten oder Clients hin- und herschwenken muss.

Ich muss die Arbeit leisten, die gar nicht der eigentlichen Arbeit entspricht.

Mein E-Mail-Wunschzettel

Das Rad muss nicht neu erfunden werden. Aber einige Punkte könnten rund um E-Mail uns die E-Mail leichter machen.

Ich wünsche mir, dass E-Maildienste eine Such-API anbieten. Ich würde mir wiederum einen Suchanbieter auswählen, der alle meine Dienste durchsuchen kann. Außerdem wünsche ich mir einen Meta-Collaboration-Dienst, der bestimmte Grundfunktionen anderer Collaborationdienste (beispielsweise Asana, Bitrix24) per API einbindet.

Im Idealfall hätte ich dann ein Unified Dashboard, das im Hintergrund auf verschiedene E-Maildienste oder Collaborationdienste zugreift und mir

Nachrichten (E-Mail, Messages) sowie Aufgaben daraus aufbereitet. Bei den Fileservices wie Google Drive, Dropbox, Box funktioniert das bei mancher Collaboration Software schon recht gut. Auch beim Kalender klappt dies manchmal schon recht gut, dann aber meistens beschränkt auf den Google Kalender.

Nachrichten, Aufgaben, Dateien, Kalender gehören auf ein universelles Dashboard. Dazu noch kontextorientierte Informationen zu Personen, Inhalten, Vorgängen aus meinen Inhalten und denen des Webs und denen meines Auftraggebers (mit Berücksichtigung der vergebenen Rechte). Zu den Kontextinformationen gehören die des Social Webs einfach dazu. Für Google Mail beispielsweise gibt es Rapportive, das mir zum Absender einer Mail seine Profile und aktuellen Statusupdates ausweist.

Außerdem wünsche ich mir einen kostengünstigen virtuellen Assistenten, der selbstständig das Filtern, Priorisieren, Verschlagworten und Zuordnen von Nachrichten, Aufgaben, Terminen und Dateien übernimmt. Der Assistent soll mit mir per Text und Audio kommunizieren können und mir selbstständig Vorschläge machen ("Es dürfte wieder Zeit für einen Haarschnitt sein. Soll ich für Freitagnachmittag um 15 Uhr einen Termin vereinbaren?").

Ob ich keine Angst habe, dass mein virtueller Assistent etwas übersieht? Sicherlich, aber das ist ein Grundproblem beim Führen und Delegieren. Unabhängig davon, ob der virtuelle Assistent ein Mensch, ein Dr. Watson (von IBM) oder ein Andrew Martin ist. Doch realistisch gesehen, ist der Mensch mit solchen Aufgaben zukünftig unterfordert und vor Allem nicht wettbewerbsfähig.

Peter Schütt: Hat E-Mail noch eine Zukunft? Ja - aber anders als heute

Veröffentlicht am 3. Juni 2014 auf ibmexperts.computerwoche.de

Vielen Unkenrufen zum Trotz ist E-Mail heute das Arbeitswerkzeug der Wissensarbeiter schlechthin. Laut einer Studie der Radicati Group bekommt jeder von ihnen im Schnitt 72 E-Mails pro Arbeitstag – Tendenz steigend. Tendenz steigend? Eigentlich sollte die Zahl der E-Mails mit der zunehmenden Einführung anderer, sozialer Kommunikationsmedien doch fallen? Tatsächlich werden jeden Tag 183 Milliarden geschäftliche E-Mails verschickt, aber nur etwa 10 Milliarden Posts auf Facebook eingestellt – und letztere sind zudem überwiegend privater Natur.

E-Mail wurde in den letzten Jahren mehr und mehr missbraucht. Spätestens seitdem man Anhänge an E-Mails hängen kann ist E-Mail zum allgemeinen Speicherplatz für alles geworden, nicht selten auch zum allgemeinen Mülleimer, denn im Punkt E-Mail ist die Zahl der Messies deutlich höher als auf dem Wohnungsmarkt. Aber sind nicht diese E-Mail Messies vielleicht sogar die Vorreiter der Zukunft?

In der Vergangenheit war Speicherplatz teuer und damit knapp. Es gab und gibt "Mail Quotas", also Obergrenzen, die nicht überschritten werden durften, weil ansonsten Sanktionen eingeschaltet werden, etwa, dass man selbst am stetigen Strom der Mails nicht mehr mitmachen darf – die ultimative Strafe für einen begeisterten Mailer. Kommt man in die Nähe der Obergrenze wird entweder alles Ältere archiviert oder gelöscht, also

letztlich mehr oder weniger aufgeräumt. Das ändert sich jetzt. Cloudanbieter offerieren 25 GB Postkörbe oder auch unbegrenzt viel Platz, wobei sie natürlich wissen, dass kaum jemand diese Datenmengen heute nutzt.

Der Punkt ist aber ein ganz anderer: Es geht um das Vergessen. Ist es noch gewünscht oder ist die Idee vielmehr einfach wie bei Facebook und Co. alles aufzubewahren, weil sich dann eher Profile erstellen lassen? Unternehmen haben durchaus ein differenziertes Verhalten zu dem Thema. Einerseits möchte man für eventuelle Fälle juristischer Auseinandersetzungen gewappnet sein und lässt deshalb alle E-Mails nach juristisch festgelegten Aufbewahrungsfristen löschen. Andererseits hat man bei fachlichen Diskussionen durchaus das Bedürfnis teilweise auch sehr alte, aber noch gültige Informationen in aktuelle Diskussionen einbringen zu können, also "nicht löschen". Verlässt ein Mitarbeiter das Unternehmen sind persönliche Daten zu entfernen, was in der Regel bedeutet, dass der gesamte Mail-Account gelöscht wird – mit einem, neben dem Abgang des Mitarbeiters weiteren Verlust an intellektuellem Kapital des Unternehmens.

An dieser Stelle kommen intern genutzte, soziale Medien ins Spiel. Sie bieten den Vorteil, dass sie anders als E-Mail nicht dem persönlichen Datenschutz unterliegen, zumindest solange dort keine persönlichen Daten, sondern nur Fachinformationen gespeichert werden. Das ist attraktiv, weil sich die Daten in sozialen Medien hochgradig vernetzen lassen und als Ausgangsbasis für die anstehende Welle des "congnitive Computings" (Computer, die Mitdenken, ähnlich wie Navigationssysteme heute schon) unabdingbar sind.

Aber nicht nur die sozialen Medien, sondern auch geschäftsprozessorientierte Anwendungen sorgen für eine Aushöhlung der E-Mail. Längst sind die Zeiten vorbei, in der der fleißige E-Mail-Sammler in seinen Foldern alles auf einen Blick hatte. Die Folder gibt es zwar immer noch, aber sie repräsentieren nur noch einen immer lückenhafteres, kleiner werdendes Bild der Realität. Damit kann man sich auf die Folder als Repräsentanz eines Zustands nicht mehr verlassen.

Alle am Markt befindlichen E-Mail-Werkzeuge von allen Anbietern leiden heute unter diesem Problem. Der Nutzer hat deshalb einen Zusatzaufwand, weil er neben der Betrachtung der Mail in seinen Foldern immer häufiger weiter Tools abklappern muss, um das Gesamtbild zu erhalten. Bei IBM arbeitet man deshalb intensiv an einer ganz neuen Generation von E-Mail Clients ("IBM Mail next"), dass noch in diesem Jahr verfügbar werden wird. Der Fokus liegt nicht allein darin E-Mail auf neue Formfaktoren der Hardware, also Smartphones und Tablets, zu bringen, sondern in ihrem Kern zu revolutionieren. Eine der Ideen ist von sowieso nicht mehr relevanten, statischen Foldern abzulassen und stattdessen auf dynamische Folder zu setzen, die letztlich Suchergebnisse eines besonders effizienten Suchverfahrens sind. Die Daten dazu kommen dann aus der Inbox, die nicht mehr in Folderstrukturen zerlegt werden muss und stattdessen genauso wie die Timeline in Facebook beliebig wachsen darf, und beliebigen, anderen Quellen, also sozialen Medien und geschäftsprozessorientierten Werkzeugen. Ein Vorteil ist, dass sich ein solcher Folder selbstständig aktualisieren kann, indem die Suche in gewissen Abständen selbstständig wiederholt wird. Dann kann einem auch angezeigt werden, dass es zu einem Folder Updates gibt – ein Novum.

Ein weiteres Thema, das es dringend zu adressieren gilt, ist die Nachverfolgung. In der Frühzeit der E-Mail hatte sie so etwas wie einen hochherrschaftlichen Charakter und es galt als Selbstverständlichkeit alle Mails zu beantworten. Insofern konnte man sich als Absender darauf verlassen, dass die Antwort irgendwann zurückkommen würde. In Zeiten allgemeiner E-Mail Überflutung ist das aber längst vorbei. Wenn Antworten nun nicht mehr selbstverständlich kommen geht mehr und mehr verloren und die fehlende Nachverfolgung von Aktionen wird zunehmend zum Problem. Die nächste Generation von Mail muss da Lösungen bringen – sie sind überfällig.

Ein weiteres Themenspektrum ist die Möglichkeit Intelligenz in die Priorisierung des Ganzen zu setzen. Das ist ganz bewusst nicht nur die Inbox, sondern jegliche Inputströme, die heute auf einen Wissensarbeiter einströmen. Die Kriterienfindung ist einfach: Der Kalender sagt was in den nächsten Stunden und Tagen wirklich wichtig ist; Informationen aus dem Projekt, in dem man zurzeit mitarbeitet, sind im Zweifelsfall wichtiger als das übliche Grundrauschen und eine Mail vom Chef (der Berichtsweg ist dem System ja auch bekannt) sollte auch prominent positioniert werden. Dagegen sollte man Mails, die nicht wirklich wichtig sind auch einfach auf "ruhig" stellen können, so wie Musikstücke bei einem MP3-Player.

Es wird sie geben, diese neue Generation von E-Mail, die nicht mehr nur E-Mail ist, sondern der Integrationspunkt am Arbeitsplatz der Zukunft, weil er sich einerseits am wichtigsten Inputstream, der Inbox mit dem Kalender, orientiert, andererseits aber genau die Punkte adressiert, die arbeiten mit E-Mail heute zur Last machen. Sollte es zukünftig wieder Spaß machen mit "E-Mail", wenn man es denn immer noch so nennen will, zu arbeiten? Ja.

Stefan Pfeiffer: E-Mail regiert die Geschäftswelt – Luft nach oben für die Mail der Zukunft

Veröffentlicht am 18. Juni auf DigitalNaiv.com

Wir sind alle E-Mail-Sklaven. Zu diesem Schluss kann man kommen, wenn man sich die Ergebnisse einer aktuellen Studie anschaut, die IDG Business Research Services im Auftrag von IBM durchgeführt hat: Mehr als die Hälfte bekommen täglich 50 bis 100 E-Mails. 17 % erhalten sogar täglich mehr als 100 elektronische Nachrichten. Und die Zahl steigt weiter an, so die Mehrheit. Die Mitarbeiter lassen sich von E-Mails treiben. Ein Viertel der Teilnehmer prüft E-Mails gleich bei ihrem Eintreffen, ein Drittel wirft alle 30 Minuten einen Blick in die Inbox und ein weiteres Viertel checkt den Eingang stündlich. Das kostet natürlich Zeit: bei rund 23 % der Befragten rund eine Stunde, bei 26 % ca. 30 Minuten und bei ca. 36 % nur 15 Minuten. Immerhin knappe 11 % sortieren ihre E-Mails nicht!

Mehrheit will selbst entscheiden, wann sie Nachrichten senden und empfangen

Und E-Mail ist heute allgegenwärtig: 3/4 der Befragten "machen" E-Mail auch unterwegs auf ihrem SmartPhone. Knapp die Hälfte nutzt das Notebook "on the road" für E-Mails und immerhin schon 43 % haben auf Reisen Tablets für E-Mail im Einsatz. Und es wird auf Geschäftsreisen von 81 % der Befragten häufig gemailt. Rund die Hälfte – ca. 48 % der Befragten – sind außerhalb der Arbeitszeit auch am Wochenende "auf Mail". Und 64 % wollen diese Möglichkeit haben und finden, dass E-Mails immer zugestellt

werden sollen und der Empfänger entscheidet, wann er Nachrichten empfängt und sendet. Rund ein Drittel dagegen begrüßt es, wenn die Zustellung von E-Mails außerhalb der Arbeitszeiten unterbunden wird.

Trotz Google Mail und anderer Browser-basierten E-Mail-Klienten im privaten Umfeld dominiert in den deutschen Unternehmen noch immer der klassische "fette" Mail-Klient. Nur 15 % sind am Arbeitsplatz "auf Browser". Bei den mobilen Betriebssystemen, über die Mail genutzt wird, ergibt sich ein heterogenes Bild. Rund 45 % nutzen iOS, also Apple-Geräte, immerhin 22 % Windows, noch 15 % Blackberry und 16 % Android. Android, das privat den Markt aufrollt und hohe Anteile hat, dominiert im geschäftlichen Umfeld demzufolge nicht.

Das Resümee: E-Mail regiert die Geschäftswelt und die Mehrzahl der Befragten kann es sich auch nicht anders vorstellen.

Was wollen Anwender von Mail der Zukunft?

Aber sie wünschen sich, dass "mailen" leichter und komfortabler wird: Über 90 % würden es begrüßen, wenn zeigt der E-Mail-Klient von sich aus relevante, zugehörige Informationen zu einer Nachricht oder einem Termin einblenden würde, also Kontext herstellen würde. 93 % legen Wert auf eine leistungsfähige Suchfunktion in E-Mails und darüber hinaus. Immerhin 70 % finden es sehr wichtig oder wichtig, dass E-Mail Systeme eher aufgabenorientiert organisiert werden und besser bei der Erledigung von Aktivitäten helfen sollen.

Der ideale E-Mail-Client – was müsste er aus Ihrer Sicht bieten? Wie wichtig sind Ihnen die beschriebenen Features?

	sehr wichtig	wichtig	eher wichtig wichtig	eher nicht	nicht wichtig	überhaupt nicht wichtig
... zeigt mir automatisch alle relevanten Informationen an, die zu einer Mail oder einem Termin gehören	52,53 %	40,40 %	4,04 %	3,03 %	0 %	0 %
... erlaubt mir, schnell und einfach in meinen Mails und darüber hinaus zu suchen	63,37 %	29,70 %	3,96 %	1,98 %	0,99 %	0 %
... sortiert und priorisiert meine E-Mails anhand meiner Vorgaben	20,20 %	39,39 %	21,21 %	17,17 %	1,01 %	1,01 %
... dient als Zentrale nicht nur für E-Mails, sondern auch für anders gelagerte Aufgaben	17,17 %	31,31 %	25,25 %	16,16 %	9,09 %	1,01 %
... unterstützt mich bei der Erledigung meiner Aufgaben	30,39 %	40,20 %	19,61 %	7,84 %	1,96 %	0 %
... ist eng mit sozialen Tools, Instant Messaging (Chatten), Telefonie etc, integriert	17,82 %	20,79 %	29,70 %	14,85 %	11,88 %	4,95 %
... ermöglicht es, wichtige Informationen einfach in den Wissensspeicher des Unternehmens zu übergeben	17,65 %	34,31 %	26,47 %	17,65 %	2,94 %	0,98 %
... kann E-Mails so filtern beziehungsweise unwichtige Mail-Stränge ausblenden, dass Handlungen einfach angestoßen bzw. nachverfolgt werden können	17,65 %	44,12 %	26,47 %	8,82 %	1,96 %	0,98 %

n = 103 *Quelle: IDG Business Research Services*

Bei der Frage, welche Werkzeuge Unternehmen zur Kommunikation einsetzen, dominiert E-Mail mit nahezu 100 % klar. Es folgen Instant Messaging, Online Meetings und Videokonferenzen, alle zwischen knappen 60 und 70 %. Nur 28 % der Befragten haben derzeit soziale Netzwerke im Einsatz, gar nur knappe 9 % Microblogging. Also noch viel Luft nach oben und viel Potential für Anbieter von Enterprise Social Networks. Und sicher noch ein Weg zu gehen auf der Reise zum Social Business mit entsprechenden Verhaltensweisen und Geschäftsprozessen.

Im Rahmen einer Online-Erhebung hat IDG Business Research Services im Mai 2014 115 Manager, IT- und Fachbereichsleiter in deutschen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern zur beruflichen E-Mail-Nutzung

in ihrer Organisation sowie zu ihren Wünschen und Erwartungen an den "Mail-Client der Zukunft" befragt. Eine Zusammenfassung der Umfrage können Sie auch in einem Research Brief mit dem Titel "E-Mail ja, aber anders" nachlesen. Den gesamten Berichtsband zur Studie finden Sie unter http://w.idg.de/ibmexperts-mafo.

Jörg Schiemann: Das "Mailprogramm der Zukunft"

Veröffentlicht am 20. Juni 2014 auf http://joerg-schiemann.com/

E-Mails – mittlerweile eine Plage für die meisten von uns, für die es unzählige Strategien und Artikel, wie man nicht von ihnen überrollt wird oder untergeht, gibt. Auch ich habe den Umgang und die Probleme mit E-Mails in diesem Blog schon mehrfach als Thema in meinen Artikeln gehabt, zum Beispiel "In der E-Mail-Flut über Wasser bleiben" und "Was spricht denn eigentlich gegen E-Mail?".

Ausgelöst durch den Aufruf von Stefan Pfeiffer, Marketing Lead Social Business für Europa bei der IBM, zur Blogparade "Der tägliche E-Mailschmerz und was erwarte ich vom Mailclient der Zukunft" habe ich mich – statt wie bisher eher reaktiv zu versuchen das existierende Problem in den Griff zu bekommen – einmal intensiver mit meiner "Traumlösung" für E-Mails, bzw. allgemeiner: "nicht-persönliche Kommunikation", auseinander gesetzt.

Eine(!) Kommunikationszentrale

Wer sich mit dem effektiven Umgang von todo-Listen beschäftigt oder sich mit der Methode GTD ("getting things done") auskennt, für den ist klar, was an erster Stelle stehen sollte, wenn man von der Kommunikationszentrale der Zukunft spricht: es muss eine Zentrale sein und genau eine, in der so viele Kommunikationskanäle wie möglich, im Idealfall: alle, zusammenfließen. Also nicht eine App (oder ein Bildschirm) für SMS, eine für die Anrufe – entgangene wie angenommene – und unter Umständen

sogar mehrere Apps für die Mails von verschiedenen Accounts:

Und so sollten alle für mich eingegangenen Nachrichten jeglicher Medien zunächst einmal einfach untereinander aufgeführt werden:

Traum von Mailprogramm

- Es gibt Mails, sichtbar an dem Briefumschlag rechts oben in der Kopfzeile der Einträge, der sogar noch farblich variiert werden kann: rot für "direkt und nur an mich adressiert", gelb für "direkt an mich, aber als Teil einer umfangreicheren Empfängerliste", weiß als "weniger wichtig, weil nur zur Information" wie zum Beispiel als Teil einer cc-Liste oder, etwas intelligenter gefiltert, weil die Mail mit "FYI" ("for your information") anfängt.
- Mit einer Gruppe von Menschen rechts in der Symbolspalte werden Nachrichten aus Sozialen Netzwerken oder der Social Enterprise

Plattform des Unternehmens, für das ich tätig bin, angezeigt. Zur Verfeinerung sollte es analog der verschiedenfarbigen Mails im letzten Absatz hier ergänzend möglich sein, das Emblem des jeweiligen Netzwerks aus dem der Kommentar / die Nachricht kommt, einzublenden. Damit würde man auch gleich auf einen Blick sehen, ob es sich um eine firmeninterne Nachricht (aus der internen Unternehmensplattform) oder eine aus einem externen Netzwerk handelt.

- Der Telefonhörer in der Kopfzeile rechts oben symbolisiert einen Anruf oder eine Sprachnachricht (auf einer Mailbox). Den Sender zu identifizieren (mindestens wenn er in meinem Adressbuch gespeichert ist) ist kein Problem, wie uns die Visual Voicebox von Apple für das iPhone ja schon zeigt. Und warum sollte nicht unser Rechner in Zukunft im Hintergrund bei einer für unser gespeichertes Adressbuch unbekannten Nummer im Internet (Telefonbücher, Verzeichnisse, Soziale Netzwerke) weitersuchen, bis er irgendwann fündig wird und die "unbekannte Nummer" gegen Informationen über den Anrufer austauschen kann. Als weitere Differenzierungsmöglichkeiten könnten – zumindest heute noch – Festnetz, Handy oder zum Beispiel Skype als Quelle angezeigt werden.

Ungelesene Nachrichten werden – in der dargestellten Skizze oben – übrigens in kursiver Fettschrift zur schnelleren Erkennung dargestellt. Alternativ könnte eine leicht andere Hintergrundfarbe dezent auf neue Nachrichten hinweisen.
Die Kombination beider Varianten wäre idealerweise als neues, zweistufiges Vorgehen denkbar: neue Nachrichten werden mit andersfarbigem

Hintergrund und kursiver Fettschrift dargestellt. Als Nutzer kann ich in einem ersten Schritt mit einem Tastendruck die "neu angekommenen" Mails auf "wahrgenommen" und damit die Hintergrundfarbe auf den Standardhintergrund setzen. Ich sehe also mithilfe der Hintergrundfarbe, ob seit der letzten Betrachtung des Eingangsmailbildschirms weitere neue Mails eingetroffen sind. In kursiver Fettschrift bleiben die Mails jedoch so lange angezeigt, wie ich sie nicht geöffnet und den Inhalt gesehen beziehungsweise gelesen habe.

Realitätsfaktor: Mittel
Tatsächlich gibt es ja bereits seit geraumer Zeit die Möglichkeit, Faxversand und -empfang über Mails zu regeln, zum Beispiel mit dem PC-Fax der Deutschen Telekom, Nachrichten auf der Mailbox werden mit der Visual Voicebox als Stream dargestellt, warum also die verschiedenen Streams nicht zusammenführen – die Konvergenz weiter zu treiben ist also zumindest technisch möglich.

Automatische Filter

Aber – das gibt einen unendlichen Wust an Informationen, wenn wir alle unseren heutigen Nachrichten untereinander so dargestellt bekommen. Man denke neben verschiedenen Rufnummern (Büro, privat, Handy) auch an verschiedene Mailaccounts (privat und dienstlich), die Input liefern würden. Also das Ergebnis wäre so eher eine Verkomplizierung der jetzigen Situation – auch wenn die verschiedenen Kanäle zumindest schon einmal integriert würden.

Es folgt der Wunsch nach einer automatischen Filterung. Allerdings würde ich mir dann eine Lösung vorstellen, die mehr hilft als heute, wo ich

beispielsweise in Microsoft Outlook zwischen verschiedenen Ordnern, in die ich gefilterte Mails jetzt schon automatisch sortieren lasse (vergleiche Blogpost "In der E-Mailflut über Wasser bleiben"), hin und her springen muss. Stattdessen möchte ich – zumindest für die zwei, drei wichtigsten Cluster / Themen, die mich aktuell beschäftigen – auf einen Blick gleichzeitig sehen, wenn und wo neue Informationen gekommen sind.

Das kann mit parallel dargestellten, verschiedenen Spalten realisiert werden – intelligente Filteralgorithmen, die auf Personen, Betreffzeilen und Mailinhalte laufen, erlauben die weitgehend automatische Sortierung der eingegangenen Nachrichten nach den vom Benutzer vordefinierten Streams, im Beispiel "Projekt Buchungssystem", "Vertrieb", "Privat" oder andere inhaltlich zusammenhängende Streams. Technisch könnten selbst Sprach-, also Mailboxnachrichten nach Sprecher (zum Beispiel "Familie=privat") und Inhalt (zum Beispiel "Schlüsselwort=Projekt xy") durchsucht und automatisch dem passenden Stream zugeordnet werden (zu Möglichkeiten der Spracherkennung siehe auch den Blogpost "Spracheingabe zur Komplexitätsreduktion").

Auf dem Desktop sollte das dann so aussehen (ähnlich einer Darstellung des Tools Hootsuite für Soziale Netzwerke):

Stream-Overview Mailprogramm

<u>Realitätsfaktor:</u> Mittel

Wenn wir von einer Art "Widget" ausgehen, das den Eingangsstrom von Nachrichten jeglicher Art untereinander wie in der ersten Abbildung darstellen kann, dann ist eine technische Aufteilung auf verschiedene Streams nebeneinander kein Problem.

Schwieriger, aber nicht unlösbar ist die Aufgabe des Filterns. Mit Regeln wie heute schon in Outlook definierbar, Spracherkennungssoftware à la Siri und einer "lernenden Applikation", die nach und nach mehr Schlüsselwörter zu bestimmten – anfänglich durch den Nutzer definierten – Begriffen für einen Stream identifizieren und somit Nachrichten automatisch zuordnen kann. So eine Filtersoftware wäre anspruchsvoll, aber ich denke nicht utopisch.

Nach einem Artikel in der Zeitschrift c't zum iOS 8, von dem bereits Features auf Apples Entwicklerkonferenz WWDC vorgestellt wurden, kann Apples Nachrichten-App zukünftig sogar die Wortwahl der Textvorschläge passend auf den Empfänger, also zum Beispiel unterschiedlich für den Chef

oder den eigenen Partner, abstimmen und so bereits in diesem Sinne kontextsensitiv "handeln". Ein weiterer Schritt in die besprochene Richtung. Allerdings ist ein dem entgegenstehender Punkt sicher der Datenschutz und die Privatsphäre: will ich wirklich einem Algorithmus und gegebenenfalls seinen Autoren / veröffentlichendem Unternehmen den Zugriff auf diese ausgewerteten Daten zulassen oder kann das als "stand-alone-Application" installiert werden? Und neben den vertraulichen firmeninternen Informationen bringt der Wunsch nach "genau einer Nachrichtenzentrale" natürlich auch eine Vermischung privater und beruflicher Informationen und Daten – in dem Maße jedenfalls, in dem der Nutzer das zulässt.

Mobile / responsive Lösung

Ähnlich der Integration der verschiedenen Kommunikationskanäle in eine Lösung sollte dieser eine Gesamtstream aber durchgängig und konsistent auf verschiedensten Endgeräte beobachtet und "bearbeitet" werden können, also wahlweise auf dem Laptop, dem Tablet oder dem Handy.

Ein weiterer Kanal wäre mir persönlich auch wichtig: Als Pendler verbringe ich viel Zeit im Auto – eine stimmgetriebene Nutzung, wie Apple mit Siri und CarPlay schon anfängt umzusetzen, würde dabei ebenfalls weiterhelfen, Fahrtzeiten zu überbrücken, wichtiger wahrscheinlich noch in der Zukunft: nicht bei der Ankunft am Ziel nach der Fahrt von der Menge an neuen Nachrichten überrollt zu werden.

Realitätsfaktor: Hoch

Technisch bereits von vielen Herstellern realisiert ist die Übertragung auf weitere Endgeräte, zum Beispiel Smartphones, Tablets oder Autos, kein

Thema.

Fazit

Technisch sind die Grundlagen gelegt – ein nur mittelgroßer Schritt in Richtung Konvergenz der verschiedenen Kanäle und wir hätten die beschriebene Lösung.
Allerdings – je intelligenter die Software agieren, filtern und vorsortieren soll, desto mehr gibt es natürlich auch wieder das Spannungsfeld mit dem Datenschutz und dem entstehenden Wissen über den Nutzer in der Software oder beim Hersteller. Das Ziel muss also sein, solche Software / Auswertungen nicht zentral bei einem Anbieter in der Cloud, sondern lokal im eigenen Unternehmen, auf dem eigenen Rechner laufen zu lassen, eine Übersicht über preisgegebene Daten und die Möglichkeit zur Löschung (siehe auch die jüngste Diskussion zur Datenlöschung bei Google) inbegriffen.
Und – eine zugelassene Konvergenz von beruflichem und privatem Leben ist dafür ebenfalls "hilfreich". Doch davon sind wir heute oftmals – Stichwort: berufliches Handy und Laptop dürfen oft nicht für private Zwecke verwendet werden – noch weit entfernt.

Herbert Wagger: #MailZukunft = KalenderZukunft = Arbeit 4.0

Veröffentlicht am 2. Juli 2014 auf www.safebook.info

Mit seinem Beitrag "Der tägliche E-Mail Schmerz..." hat Stefan Pfeiffer (IBM) sein "Blogstöckchen" in die Runde geworfen und zum Thema #Mailzukunft eine #Blogparade gestartet.
Da die Blogparade nur bis Ende Juni vorgesehen war, möchte ich zumindest einen verkürzten Beitrag (war schon vor einigen Wochen vorbereitet) einbringen und meine Sicht über die Zukunft der E-Mail darlegen.

Für mich ist dieses Thema auch deshalb interessant, weil wir selbst seit längerer Zeit an einer Lösung zum allgemeinen E-Mail Problem arbeiten.
In mehreren Blogbeträgen ist schon darauf hingewiesen worden, dass sich die E-Mail in den letzten 20 Jahren kaum verändert hat. Wir haben vor ca. 4 Jahren in unseren Analysen einen noch größeren Innovations-Blocker ausfindig gemacht - den Kalender. Dieser hat sich seit dem Gregorianischen Kalender aus dem 16. Jahrhundert noch weniger verändert, außer dass es statt dem analogen Kalender einen digitalen gibt.
Ich habe damals bereits meine Ideen unter dem Codenamen "Kalender der Zukunft" bzw. "Waggerian Calendar" zusammengefasst. Es hat den Kalender inklusive E-Mail, Nachrichten, Aktivitäten, Social Media und was es sonst noch am Arbeitsplatz gibt, als zentrale Kommunikations- und Arbeitsdrehscheibe gesehen. Das Thema wurde auch wissenschaftlich von der Universität Klagenfurt und einem Doktoranden der Universität Heidelberg begleitet.

Ausgangspunkt und Überlegungen zur #Mailzukunft

Bis vor 2 Jahren habe ich auch noch jedem Kunden gesagt, die E-Mail ist tot. Social Networking ist die einzige Alternative. Von diesen "zero E-Mail" Ansätzen (Atos) bin ich jetzt nicht mehr ganz überzeugt, vielmehr sehe ich eine Verlagerung in der Bedeutung der E-Mail -- E-Mail vs. Social Stream. Das Problem liegt aus meiner Sicht jedoch generell in der Informationsüberflutung, egal ob per E-Mail oder social streams.
Darüber ist ebenfalls schon viel in diversen Beiträgen der Blogparade geschrieben worden, weshalb ich in diesem Beitrag nicht noch einmal darauf eingehe. Zusammengefasst sehe ich in der E-Mail immer mehr ein reines Träger-Medium/Protokoll, das den kleinsten gemeinsamen Nenner aller Kommunikationskanäle darstellt (inkl. Notifications/Benachrichtigungen). Auf der anderen Seite nehmen aber auch "normale" E-Mails und "Nachrichten" ständig zu. Durch die tägliche Informationsüberflutung ist es unmöglich, sich auf das Wesentliche zu fokussieren bzw. nur jene Informationen herauszufiltern, die für uns wichtig sind.
Daher muss die nächste Generation von E-Mail Klienten wesentlich mehr können, als nur Nachrichten anzeigen - sie müssen eingehende Nachrichten automatisch analysieren, bewerten und organisieren können. Der Benutzer soll wichtige E-Mails sofort erkennen, ohne sie zuvor lesen zu müssen.

In einem Innovations- und Forschungsprojekt (mit der Universität Klagenfurt und Projektpartner) haben wir mit Hilfe von Methoden im Bereich **Natural Language Processing (NLP)** versucht, die Inhalte von Nachrichten semantisch zu analysieren um daraus Communication Events und Prioritäten

(Antwort erforderlich, Aktion erforderlich, Erinnerungen, Todos, wichtig/unwichtig, usw.) automatisch zu erkennen und zu verarbeiten. "Noise" wie Newsletter oder Werbung soll genauso ausblendbar sein wie endlose Mail-Konversationen, in denen ich nur als "Beifahrer" in Kopie bin. Durch die Text-Analyse soll gleichzeitig eine Zusammenfassung aller wichtigen Ereignisse am Beginn der mail dargestellt werden, wodurch man wichtiges auf einen Blick sieht..

Die zweite wesentliche Überlegung im Forschungsprojekt war, dass man vom typischen Inbox- und Ordner-Denken wegkommt. Nicht nur das Suchen, schon allein das manuelle Einordnen selbst ist ein großer Zeitfresser. Nachrichten (egal ob E-Mails oder Posts aus internen oder externen sozialen Netzwerken) sollen durch a) semantische Analyse, b) hashtags oder c) user-defined keywords getagged werden und führt damit zu einer **automatischen Kategorisierung und Zuordnung zu Projekten, Diskussionen, Aktivitäten**, usw. Stefan Pfeiffer (@DigitalNaiv) nennt das glaube ich - "alles muss im Kontext gesehen werden".

Für die **Darstellung und Visualisierung** wurde anstelle der klassichen Ordner ein völlig neuer Ansatz gewählt. Mit einem sogenannten "Bubble Explorer" werden Analyseergebnisse, Personen, Tags oder die Zeitachse als Bubbles in unterschiedlichen Farben und unterschiedlichen Größen (aufgrund von Gewichtung/Prioritäten) dargestellt. Über die Bubbles kann ich sofort Muster und in meinen Daten erkennen, kann damit wichtiges von unwichtigen unterscheiden und komme mit ganz wenigen Klicks zu meinem gewünschten (Such)-Ergebnis. Des Weiteren werden die Ergebnisse mittels Algorithmus und errechneten Score-Wert intelligent sortiert. Zukünftig soll über NLP (Natural Language Processing) auf bestimmte Mails automatisch

geantwortet werden können. Beispielsweise soll das System erkennen, dass jemand einen Termin mit mir benötigt, selbst in meinem Kalender nachschaut und die Antwort aufgrund diverser Präferenzen und Parameter sendet.

Weitere Informationen befinden sich in diesem Blog-Beitrag "Semantic Mail. An opportunity to be more productive at Work".

---- Ende der Version 1.0 von **Blogparade "E-Mail der Zukunft"** ---

© Copyright Stefan Pfeiffer (Darmstadt, Germany)

Portions Copyright (c) 2011 theWebalyst.com