



Der kleine **Job-Knigge von A bis Z**

Schon der alte Knigge wusste, dass die Art des Auftretens darüber entscheidet, ob und wie sehr wir von anderen akzeptiert werden. Gute Umgangsformen – wir alle brauchen sie täglich: im Beruf, in der Freizeit, auf Reisen, im Restaurant, im Supermarkt, auf der Straße.

Für alle, die klare und verlässliche Antworten suchen, ist der neue Job-Knigge des Deutschen Knigge-Rats eine wertvolle Hilfe. Informieren Sie sich zu über 20 Stichworten: von Anreden bis Grüßen, von Gastgeschenke bis Kleidung, von Körpersprache bis Platzierung, von Pünktlichkeit bis Vorstellen und Bekanntmachen. Bleiben Fragen offen, besuchen Sie uns auf der Internetseite www.knigge-rat.de.

Exklusiv vom Deutschen Knigge-Rat

Der kleine **Job-Knigge**

von A bis Z



Impressum:

„Der kleine Job-Knigge von A bis Z“

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Eingetragen: Amtsgericht Bonn, HRB 8165

Vorstand: Dipl. Kfm. Helmut Graf
Herausgeber: Der Deutsche Knigge-Rat

Herstellung: Sebastian Gerber, Bonn
Herstellungsleitung: Dipl. Ing. Monika Graf, Bonn

Satz: PrintDesign GmbH, Chemnitz
Druck: Zimmermann Druck, Balve

Bezug

über VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Str. 2-4
53177 Bonn
Telefon: 0228-95 50 160
Telefax: 0228-36 96 001

Alle Angaben in „Der kleine Job-Knigge von A bis Z“
wurden mit äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft.

Vervielfältigungen jeder Art sind nur mit Genehmigung
des Verlages gestattet.

© 2007 Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Bonn Berlin Salzburg Zürich Warschau Bukarest
Moskau London Manchester Madrid Johannesburg

Vorwort

Wer im Beruf vorankommen will, der muss mehr mitbringen als reines Fachwissen, denn ohne Sozialkompetenz geht wenig. Auf den Punkt gebracht heißt das: ohne Benehmen keine Karriere. Leider wissen aber zu viele zu wenig über zeitgemäße Umgangsformen. Zudem erschwert die Fülle an Informationen die Orientierung.

Das Experten-Team des Deutschen Knigge-Rates hat es sich seit 2005 zur Aufgabe gemacht, klare, moderne und wertorientierte Empfehlungen herauszugeben, die insbesondere für Berufstätige und Berufseinsteiger geeignet sind. Diese Ratschläge stießen in der Öffentlichkeit bereits auf erfreulich gute Resonanz.

Erstmals veröffentlicht der Deutsche Knigge-Rat nun eine bewusst kurz gefasste Sammlung von A bis Z seiner wichtigsten Empfehlungen zum Thema „gute Umgangsformen“.

Möge Ihnen das kleine Nachschlagewerk ein stets griffbereiter und verlässlicher Ratgeber in unübersichtlichen und heiklen Situationen des beruflichen Alltags sein.

Ihr Team im Deutschen Knigge-Rat

	Seite
Anreden	10
Bewerbungsgespräch (Vorstellungsgespräch)....	12
Brief, E-Mail und SMS	15
Business-Essen	17
Dame und Herr heute	18
Duzen/Siezen	20
Einladungen verfassen	21
Gastgeschenke	22
Grüßen und Begrüßen	24
Kleidung im Beruf allgemein	26
Kleidung im Beruf für SIE	27
Kleidung im Beruf für IHN	29
Körperhaltung/Körpersprache	32
Kontakt aufnehmen, halten und beenden	34
Mobbing – Terror am Arbeitsplatz	36
Platzierung und Sitzordnung	37
Pünktlichkeit	41
Reisen ins Ausland	43
Small Talk	46
Telefonieren/Sprache	47
Tischmanieren/Restaurantbesuch	48
Veranstaltungen organisieren	50
Vorgehen und Begleiten	53
Vorstellen und Bekanntmachen	55

Wir über uns

Der Deutsche Knigge-Rat wurde vom Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG und der „TYP Akademie“ in Limburg als ein Experten-Netzwerk gegründet, innerhalb dessen das Thema „Renaissance der Werte – zeitgemäße Umgangsformen“ praxisbezogen, ideell und kontrovers diskutiert wird.

Die Beiträge dieser Sammlung stammen von Umgangsformen-Experten, die ganz unterschiedliche berufliche und gesellschaftliche Hintergründe mitbringen. Verhaltenstrainer sind ebenso vertreten wie Pädagogen, Repräsentanten der Kirchen, Vertreter der Wirtschaft, der öffentlichen Verwaltung und des Adels sowie Jugendliche.

Die Gründungsmitglieder sind Moritz Freiherr Knigge, ein Nachfahre des berühmten Adolph Freiherr Knigge, Dr. Peter Aschoff (Kirche), Elisabeth Bonneau (Erwachsenenbildung), Jobst von Bomsdorff (Jugend), Alexander Freiherr von Fircks (Politik/Protokoll), Elke Foltin (Erziehung), Gabriele Holly (Veranstaltungsmanagement/PR), Agnes Anna Jarosch (Chefredakteurin „Der große Knigge“), Ulrike Jooß (Rhetorik), Sabine Schwind von Egelstein (Image), Ernst-Peter Korsch (Ausbildung/Industrie), Joachim Müller (Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG) sowie Rainer Wälde und Ilona Dörr-Wälde (TYP Akademie).



Die Ziele des Deutschen Knigge-Rates sind:

- die Entwicklung einheitlicher Empfehlungen und Orientierungshilfen für Trainer, Berater sowie Einzelpersonen
- der Austausch und die Diskussion neuer Trends, Ideen und Fragen sowie den Austausch darüber
- die Weiterbildung durch Gastvorträge/Fachbeiträge
- eine Öffentlichkeitsarbeit, die das Thema „Umgangsformen“ durch regelmäßige Pressemeldungen, Expertentipps/Expertenmeinungen sowie einen umfassenden Internet-Auftritt in den Medien präsent hält..

Initiatoren des Deutschen Knigge-Rates:

- Der Umgangsformen-Ratgeber **„Der große Knigge“**, der allgemein als Referenzwerk für moderne Umgangsformen im deutschsprachigen Raum angesehen wird, erscheint bereits seit 15 Jahren sehr erfolgreich im Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG. „Der große Knigge“ bietet seinen Leserinnen und Lesern praxisbezogenes Know-how zum Thema Umgangsformen, das Orientierung bietet und sofort angewendet werden kann.

www.stil.de

- Die **„TYP Akademie“** in Limburg gehört zu den führenden Seminaranbietern für Stil- und Image-Beratung in Deutschland. Sie wird von Ilona Dörr-Wälde und Rainer Wälde geleitet. Als langjähriger Fernsehjournalist hat Rainer Wälde zahlreiche Bücher veröffentlicht. Er schult große deutsche Konzerne und Unternehmen im Bereich Umgangsformen und Stilberatung und bildet lizenzierte Umgangsformen-Trainer aus.

www.typakademie.de

Die Autoren

Elke Foltin



Elke Foltin ist Realschullehrerin. Sie unterrichtet an der Städtischen Wirtschaftsschule in Ansbach (Mittelfranken) die Fächer Biologie, Sport, Hauswirtschaft, Ethik und Projektarbeit.

Ihren Projektunterricht „Moderne Umgangsformen“ führt sie seit vielen Jahren an der Schule durch und er stößt auf großes Interesse bei der Schülerinnen und Schülern.

Bekanntheit erlangte ihre Arbeit durch Sendungen des regionalen Fernsehsenders „Frankenfenster“ sowie durch Berichte in der örtlichen Presse.

Im Jahr 2005 absolvierte sie an der Typakademie in Limburg erfolgreich ein Trainer-Seminar zum Thema Umgangsformen.

Seit Herbst 2005 ist sie Gründungsmitglied des Deutschen Knigge-Rates.

Alexander Freiherr v. Fircks



Alexander Freiherr von Fircks ist Diplom-Volkswirt und seit vielen Jahren als Seminarleiter und Coach in Fragen des Protokolls und der Veranstaltungorganisation tätig. Er war über zehn Jahre Leiter des Protokolls Inland und Nationale Repräsentation bei der Bundesregierung, bevor er zum Protokollchef der Weltausstellung EXPO 2000 berufen wurde.

Er ist Gründungsmitglied des Deutschen Knigge-Rates sowie Mitglied im Arbeitskreis Umgangsformen International (AUI).

Freiherr v. Fircks gilt als einer der erfahrensten und kenntnisreichsten Protokollfachleute in Deutschland und ist Gründer und Leiter der DAA-Protokollakademie in Hannover. Nähere Informationen unter alexander.v.fircks@arcor.de.

Agnes Anna Jarosch



Agnes Anna Jarosch beantwortet selbst erfahrenen Trainerinnen und Trainern die kniffligsten Etikettefragen. Als Chefredakteurin von „Der große Knigge“ hat sie ein besonders feines Gespür für die Details, die Trends und die Veränderungen im Bereich der modernen Umgangsformen.

Gemeinsam mit Herrn Wälde (TYP Akademie) leitet sie seit 2005 den Deutschen Knigge-Rat, der bereits heute eine viel beachtete Institution ist. Nebenbei arbeitet sie als zertifizierter Coach, Referentin und Trainerin und ist regelmäßig in den Medien (Print, Rundfunk, TV) vertreten.

Momentan lebt die ehemalige Produktmanagerin und diplomierte Expertin mit ihrem Mann überwiegend in Seoul/Südkorea, um ihre eigene interkulturelle Kompetenz zu erweitern.

Nähere Informationen unter www.knigge-kompass.de

Ernst-Peter Korsch



Ernst-Peter Korsch (Ruhestand 04/07) war viele Jahre Leiter der Ausbildung für Piloten und Flugbegleiter im Bereich „Aviation Safety & Servicetraining“ bei der Lufthansa Flight Training GmbH in Frankfurt. Er ist seit drei Jahrzehnten engagierter Vertreter einer kundenorientierten, von Professionalität und guten

Umgangsformen geprägten Dienstleistung. Diesbezüglich arbeitet er in verschiedenen Gremien und vertritt den Themenbereich als Referent in praxisnahen, branchenbezogenen Vorträgen und Seminaren.

Sabine Schwind von Egelstein



Sabine Schwind von Egelstein berät als Image-Designerin Top-Manager und Führungskräfte aus Politik und Wirtschaft im Bezug auf das passende Erscheinungsbild und optimale Auftreten, um einen authentischen Eindruck in der Öffentlichkeit zu schaffen. Darüber hinaus unterstützt sie Unternehmen darin, ihre Unternehmenskultur an die Mitarbeiter zu vermitteln und erklärt, auf welche Weise sie im Büroalltag aktiv umgesetzt werden kann.

Seit 1995 ist sie Image-Beraterin, Gründungsmitglied im deutschen Knigge-Rat und gefragte Rednerin für Personen-Image und moderne Umgangsformen im Business. Sie ist Dozentin an der FH München, der Bayerischen Eliteakademie und der Wirtschaftskammer Tirol.

Ob als Rednerin bei Unternehmensveranstaltungen von Siemens oder der Deutschen Bank, bei Vorträgen, wie bei der Jahrestagung der Akademie für politische Bildung, bei unterhaltsamen Dinner Coachings oder im Rahmen von Kamingesprächen: Sie fasziniert die Teilnehmer mit ihren kultivierten und gleichzeitig unterhaltsam lebendigen Ausführungen.

Ihre Kompetenz in Sachen Personen-Image und Umgangsformen macht sie regelmäßig zur gefragten Gesprächspartnerin vieler populärer Zeitungen und Magazine sowie zum beliebten Gast in diversen TV-Sendungen.

2005 initiierte sie den 75-Minuten-Spielfilm „Aussehen, Auftreten, Ausstrahlung – Imagework“, der als „Bestseller unter den Lehrfilmen“ mit umfangreichem Übungsteil Deutschlands Schüler innovativ auf den Berufseinstieg vorbereitet und mit dem „Comenius-Siegel“, dem ältesten europäischen Medienbildungspreis, sowie dem „Award of Master“ des Wettbewerbs „Corporate Media 2006“ ausgezeichnet wurde.

Seit 2007 ist sie die fachliche Beraterin und Expertin des umfangreichen E-Learning-Produkts „Business Etikette“, das sowohl von Einzelpersonen als auch von Konzernen interaktiv eingesetzt wird.

www.schwindvonegelstein.de

Anreden

Falsche Anreden und Anschriften gehören zu den peinlichsten Fehlritten überhaupt. Viele Menschen reagieren darauf besonders verärgert oder beleidigt. Deshalb zahlen sich Sorgfalt und Korrektheit bei Anrede und Anschrift in jedem Fall aus. Vor allem wenn Sie bei den Angesprochenen etwas erreichen wollen.

Mit folgenden Hinweisen und Tipps vermeiden Sie fünf tückische Anrede-Fehlritte.

1. Hallo Frau Merkel! – Amts- und Berufsbezeichnungen

Sind Ihnen die Amts- oder Berufsbezeichnungen Ihrer Ansprechpersönlichkeiten bekannt, machen Sie davon Gebrauch – jedoch mehr im beruflichen als im privaten Bereich. Die Reaktion auf der Empfängerseite wird stets positiv sein.

Mit der Nennung der Amts- und Berufsbezeichnung bringen Sie dem Ansprechpartner Achtung und Respekt entgegen.

Dies gilt auch für Briefanreden hochrangiger Persönlichkeiten:

Beispiele:

- *Sehr geehrte Frau Bundeskanzlerin,*
- *Sehr geehrter Herr Botschafter,*
- *Sehr geehrte Frau Abgeordnete,*
- *Sehr geehrter Herr Oberkirchenrat,*
- *Sehr geehrte Frau Vorsitzende,*

2. Doktor inklusive – akademische Titel

Die akademischen Grade „Doktor/Doktorin“ und „Professor/Professorin“ gehören unbedingt in die Anrede. Es sei denn, der Titelinhaber macht Ihnen gegenüber deutlich, dass er nur mit seinem Namen angesprochen werden möchte.

Unter Inhabern gleicher akademischer Titel ist es üblich, auf diese zu verzichten. Der Dokortitel wird in der Briefanrede stets abgekürzt, der Professorentitel dagegen ausgeschrieben.

3. Grüß Gott Herr Papst! – kirchliche Würdenträger

Streng genommen führen auch kirchliche Repräsentanten Amtsbezeichnungen. Es ist somit korrekt, sie auch zu verwenden.

Beispiele:

- *Herr Pfarrer*
(Briefanrede auch: *Hochwürden*)
- *Herr Bischof*
(Briefanrede auch: *Exzellenz*)
- *Herr Kardinal*
(Briefanrede auch: *Eminenz*)
- *Eure Heiligkeit/Heiliger Vater*
(Anrede des Papstes)

4. Auf dem diplomatischen Parkett

Botschaften und Konsulate fremder Nationen sind im jeweiligen Gastland die höchsten Repräsentanzen ihrer Länder. Deshalb ist im Umgang mit ihnen besondere Sorgfalt angezeigt, um mögliche diplomatische Verstimmungen zu vermeiden.

Botschafter werden mit „Herr Botschafter“/„Frau Botschafterin“ oder mit „Exzellenz“ angesprochen. Dem übrigen Botschaftspersonal sowie dem konsularischen Korps steht die Titulierung „Exzellenz“ nicht zu.

5. Komplizierte Klientel – Adelsnamen korrekt verwenden

Adelstitel gehören zum Familiennamen und sind bei der Anrede von Adelligen zu nennen.

Beispiele:

- *Baron/ Baron von Mustermann*
Baronin: (oder: Baron Mustermann)
- *Freiherr/ Frau von Mustermann*
Freifrau: (Freiherr/Freifrau fällt in der Anrede weg)
- *Graf/ Graf von Mustermann*
Gräfin: (oder: Graf Mustermann)
- *Fürst/ Fürstin von Mustermann*
Fürstin: (oder: Fürst Mustermann)
- *Prinz/ Prinz von Mustermann*
Prinzessin (oder: Prinz Mustermann)

Beim Adel bilden der Familienname (Mustermann), die Adelszeichen (z. B. von, von der, von und zu) und der Adelstitel (z. B. Baron, Freiherr, Graf) eine Einheit.

Beispiel für einen kompletten Adelsnamen einschließlich Dokortitel:

- *Dr. Alina Gräfin von Mustermann*
- *Dr. Alexander Fürst von Mustermann*

Bewerbungsgespräch (Vorstellungsgespräch)

Der erste Schritt: Die Einladung zum Gespräch

Sie haben eine Einladung zum Bewerbungsgespräch erhalten? Dann sind Sie auf dem Weg zu einem neuen Job einen entscheidenden Schritt weiter.

Ein solches Gespräch findet meistens jeweils mit einem oder mehreren Mitarbeitern aus der Personal- sowie den entsprechenden Fachabteilungen statt. In der Regel bleiben Ihnen ein paar Tage Zeit, um sich auf diesen wichtigen Termin vorzubereiten. Sie sollten diese auch intensiv nutzen.

Basisinformationen über das Unternehmen bereithalten

Folgende wichtige Informationen über das Unternehmen sollten Sie präsent haben:

- Gesellschaftsform
- Anzahl der Beschäftigten
- Übersicht über die Geschäftsfelder
- internationale Aktivitäten
- Umsatzzahlen
- die Marktlage, relevante aktuelle gesellschaftliche/politische Ereignisse

Damit Sie im Gespräch etwas über Ihren zukünftigen Arbeitsplatz äußern können, machen Sie sich ggf. vorher bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) schlau.

Vorbereitung, Spannungsabbau und Auftreten

- Gehen Sie am Vorabend zeitig schlafen, damit Sie ausgeruht sind.
- Sorgen Sie für eine entspannte Anreise: Fahren Sie rechtzeitig los und berücksichtigen Sie mögliche Staus und Verspätungen. Seien Sie pünktlich (ca. 10 – 15 Minuten vor dem Gespräch im Unternehmen).
- Planen Sie ausreichend Zeit für den Termin ein (ein bis zwei Stunden).
- Tragen Sie dezente und gepflegte Kleidung. Je konservativer das Unternehmen ist, desto seriöser sollte auch Ihr Outfit sein.
- In Ihrer Kleidung sollten Sie nicht nur gut aussehen, sondern sich auch wohlfühlen. Wenn Sie z.B. als Frau niemals Röcke tragen, wäre das Vorstellungsgespräch der falsche Zeitpunkt, es auszuprobieren, nur um elegant zu wirken.
- Tragen Sie als Frau besser nicht zu viel Schminke und Schmuck – Sie wollen in erster Linie ja mit Ihrem Wissen und Ihrer Persönlichkeit beeindrucken.
- Warten Sie, bis man Ihnen die Hand reicht. Drücken Sie diese nicht zu fest, aber auch nicht zu lasch. Üben Sie das vorher mit Freunden.

- Nennen Sie bei der Vorstellung Ihren Vor- und Nachnamen, bei jedem Begrüßungspartner erneut.
- Setzen Sie sich erst nach Aufforderung an den Ihnen zugewiesenen Platz. Wenn man Sie stehen lässt, fragen Sie, wo Sie Platz nehmen dürfen.
- Wenn man Ihnen ein Getränk anbietet, nehmen Sie am besten ein Wasser oder einen Saft, auch wenn Sie im Augenblick keinen Durst haben sollten. Im Laufe des Gesprächs wird der Mund meist trocken.
- Lassen Sie Ihr Gegenüber mit dem Gespräch beginnen und lassen Sie es immer ausreden.
- Denken Sie über alle Ihre Antworten immer ein paar Sekunden nach, bevor Sie „losreden“.
- Bleiben Sie sachlich, vermeiden Sie Gefühlsausbrüche und kontrollieren Sie die eigene Ausdrucksweise (keine Szenensprache, keine Kraftausdrücke und keine Fremdwörter, deren Bedeutung Sie nur vage kennen).
- Bauen Sie immer wieder Blickkontakt auf, wenn Sie mit Ihren Gesprächspartnern reden. Schauen Sie nicht nur eine Person an, sondern blicken Sie auch in die Runde.
- Achten Sie auf die eigene Körpersprache: Verschränken Sie Ihre Arme besser nicht und bauen Sie auch keine Barrieren aus Tassen, Gläsern oder einem Schreibblock. Beides wirkt abwehrend.
- Sitzen Sie entspannt, aber nicht breitbeinig, da und schlagen Sie die Füße nicht übereinander. Stellen Sie besser beide Fußsohlen fest auf den Boden und sitzen Sie auf der gesamten Stuhlfläche, also nicht nur auf der Kante. Und auf keinen Fall sollten sie mit dem Stuhl wippen!
- Lassen Sie sich durch provokante Fragen nicht aus der Ruhe bringen. Diese sind meistens ein Test, wie belastbar Sie sind und wie Sie mit Stress umgehen. Sie sind kein Ausdruck von Geringschätzung Ihnen gegenüber.
- Machen Sie sich selbst Notizen für Ihre eigenen abschließenden Fragen.

Extra-Tipp

So ist der Small Talk kein Problem

Lesen Sie auch die Tageszeitung aufmerksam durch, vielfach ist auch das aktuelle Zeitgeschehen Gesprächsthema. Und wenn Sie angeben, gern zu lesen oder ins Kino zu gehen, dann haben Sie besser auch den letzten Buch- oder Kinotitel inklusive Story parat.

Brief, E-Mail und SMS

Welche Kommunikationsform im Geschäftsleben ist wann und wie angemessen? Kurz geantwortet: Ein Brief ist förmlich und repräsentativ, eine E-Mail schnell und praktisch, eine SMS unkonventionell.

Brief, E-Mail und SMS im Überblick

Form	Bewertung
Brief	<ul style="list-style-type: none"> → geeignete Schriftform für förmliche, offizielle Schreiben wie Einladungen, Gratulationen, Kündigungen, Mahnungen, Beileidsbekundungen etc. → hohe Rechtssicherheit durch den Zusatz „<i>Persönlich/Vertraulich</i>“ oder durch die Versendung per Einschreiben → im Vergleich zu einer E-Mail höhere Aufmerksamkeit beim Empfänger
E-Mail	<ul style="list-style-type: none"> → geeignet für die sachliche, alltägliche und schnelle Firmenkommunikation → Die meisten Menschen gehen mit E-Mails zu sorglos um: Auch ein elektronischer Brief ist ein Schriftstück, bei dem es auf eine korrekte Anrede, einen Abschiedsgruß, Groß- und Kleinsowie korrekte Rechtschreibung ankommt.

Brief, E-Mail und SMS im Überblick (Fortsetzung)

Form	Bewertung
E-Mail (Forts.)	→ Da die meisten Berufstätigen mittlerweile zu viele E-Mails bekommen, sollten Sie den Verteiler mit Bedacht wählen und zur Abwechslung auch einmal zum Telefonhörer greifen. E-Mails sind sehr unpersönlich!
SMS	→ im Geschäftsleben eher unüblich, sofern Sie nicht gerade bei einem Mobilfunkbetreiber oder Handy-Hersteller arbeiten. → für Notfälle geeignet, wenn es eilt und der andere gerade anders nicht zu erreichen ist.

Extra-Tipp

„LG“ und „MfG“ – darf man in E-Mails Abkürzungen verwenden?

Jein. Generell sind E-Mails sehr unpersönlich. Und wenn Sie dann noch „Liebe Grüße“ durch einen emotionslosen Buchstabencode ersetzen, bereitet Ihre Post genauso viel Freude wie ein Behördenschreiben. Außerdem wissen Sie nicht, ob Ihr Adressat die Kürzel versteht. Nicht jeder weiß, dass „SgDuH“ „Sehr geehrte Damen und Herren“ heißen soll. Der Empfänger sollte nicht rätseln müssen, nur weil der Versender zu faul ist, die Wörter auszuschreiben.

Lediglich in der betriebsinternen Kommunikation sind bestimmte Abkürzungen erlaubt. Etwa „HKE“ für „Hauptkorrektur-Exemplar“.

Überdenken Sie also kurz den Anlass Ihres Schreibens und wählen Sie die passende Alternative aus.

Business-Essen

Jedes Business-Essen durchläuft

6 Phasen

Phase 1: Begrüßung

Falls Sie Ihre Gäste persönlich abholen, begrüßen Sie sie bereits im Hotel/der Firma/etc. Als Gastgeber ergreifen Sie die Initiative: Reichen Sie – unabhängig vom Geschlecht – zuerst den Ranghöheren und dann den Rangniederen die Hand. Bedenken Sie, dass Partnerinnen und Begleiter denselben Rang haben wie die Person, mit der sie gekommen sind. Nutzen Sie die Begrüßung, um einander unbekannte Gäste miteinander bekannt zu machen und ins Gespräch zu bringen.

Phase 2: Betreten des Lokals

Beim Betreten des Restaurants gehen Sie als Gastgeber vor und halten die Tür für Ihre Gäste auf. Im Lokal übernehmen Sie wieder die Führung und warten auf die Service-Kraft. Weist der Kellner den Weg zum Tisch, lassen Sie Ihre Gäste wieder vorgehen und folgen Sie als Letzte(r). Sofern keine Sitzordnung existiert: Helfen Sie bei der Auswahl der Plätze. Dem ranghöchsten Gast sollten Sie den besten Platz (z.B. mit Blick aus dem Fenster oder in den Raum) zuweisen. Als Gastgeber sollten Sie den Service gut im Blick haben.

Phase 3: Speisen und Getränke sicher wählen

Als Gastgeber lassen Sie Ihrem Gast zwar die freie Wahl, was er speisen möchte, Sie dürfen und sollten jedoch beraten. Welche Empfehlung können Sie aussprechen? Was ist die Spezialität des Hauses? Durch kleine Hinweise wie *„Die gefüllten Süßkartoffeln als Zwischengericht scheinen mir sehr verlockend“* signalisieren Sie unauffällig, wie viele Gänge Ihre Gäste wählen können. Wichtig: Suchen Sie bereits im Vorfeld das Restaurant (und somit die Preiskategorie) mit Bedacht aus. Prinzipiell sollten Ihre Gäste auch das teuerste Menü bestellen können, ohne dass es für Sie problematisch wird.

Phase 4: Bringen Sie das Gespräch in Schwung

Führen Sie als Gastgeber auch bei den Gesprächen unauf-

fällig Regie. Besonders geeignet für eine entspannte Konversation sind Themen, zu denen Ihr Geschäftspartner viel zu sagen hat. Reagieren Sie, wenn jemand bei den Gesprächen außen vor bleibt, und binden Sie ihn wieder ein: „*Wo wir beim Thema Asien sind: Sie waren doch erst vor Kurzem in Tokio, Herr Meyer?*“

Phase 5: Essen und genießen

In einem guten Restaurant dürfen Sie erwarten, dass alle Speisen eines Gangs etwa zur gleichen Zeit serviert werden. Warten Sie, bis alle versorgt sind. Bei einem Gastgeberpaar ist es Aufgabe der Frau, als Erste zum Besteck zu greifen und somit das Zeichen zum Essensbeginn zu geben. Sind Sie allein, übernehmen Sie diesen Part auch als Mann. Wenn nicht schon längst geschehen: Erheben Sie das Glas, prosten Sie Ihren Gästen zu, und geben Sie damit die Getränke frei. (Sind Sie allein, übernehmen Sie diesen Part auch als Frau.)

Phase 6: Schließen Sie einen gelungenen Abend stilvoll ab

Circa 20 Minuten nach Beendigung des Kaffees gilt die Tafel als beendet. Bedanken Sie sich bei Ihren Gästen und fragen Sie, wem Sie ein Taxi bestellen sollen. Zahlen Sie die Rechnung möglichst diskret am Tisch oder an der Theke; ca. fünf bis zehn Prozent Trinkgeld sind angemessen. Falls Sie möchten, können Sie auch noch einen gemeinsamen Ortswechsel in eine Vinothek oder eine gemütliche Bar vorschlagen.

Dame und Herr heute

Im Geschäftlichen zählen nicht das Geschlecht, sondern das Wissen, die Erfahrung und die Kompetenz. Mann und Frau richten sich gleichermaßen nach der Hierarchie. Ob Managerin, Abteilungsleiterin oder Sekretärin: Geschlechtsspezifische Sonderbehandlungen, also Bevorzungen oder Benachteiligungen, sind „out“.

Position und Status beachten

Wichtiger als das Geschlecht sind die Rolle, die Position und der Status, den eine Person innehat, sowie die üblichen Gebote der Höflichkeit:

- Der Chef wird vor der Sekretärin begrüßt, weil er ranghöher ist.
- Die Abteilungsleiterin betritt beim Geschäftsessen als Erste das Restaurant, weil sie die Gastgeberin ist.
- Die Marketing-Assistentin schenkt zuerst dem Web-Designer eine Tasse Kaffee ein, weil er der Kunde und Gast ist.
- Die Auszubildende hält dem Auszubildenden die Tür auf, der gerade eine Kiste mit Ordnern in den Armen hält.

Lediglich wenn es keine Hierarchie-Unterschiede gibt, ist es nett, der Dame den Vorzug zu geben.

Ein Beispiel: Sie treffen eine Projektleiterin und fünf Projektleiter. In diesem Fall ist es höflich, zuerst die Dame zu begrüßen und ihr somit den Vorzug zu geben.

Extra-Tipp

Jeder steht für jeden auf

Früher durften Damen bei der Begrüßung sitzen bleiben. Bei gesellschaftlichen Anlässen waren Damen oft in lange Ballkleider mit Korsagen und zahlreichen Unterröcken gehüllt. In dieser Kleidung war es schwierig bis unmöglich, sich ohne fremde Hilfe vom Stuhl zu erheben. Heute spricht nichts mehr dagegen, dass auch Frauen zur Begrüßung aufstehen. Im Gegenteil! Es ist ein Zeichen der Wertschätzung, dass Menschen sich füreinander erheben. Außerdem ist es gerade im Business ein großer Vorteil, sich „auf einer Augenhöhe“ zu begegnen.

Duzen/Siezen

Beachten Sie bestehende Regeln

Es ist klar geregelt, wer wem im Geschäftlichen das Du anbietet:

- **Der Ranghöhere dem Rangniedereren.** Beispiel: Der Vorgesetzte bietet dem Mitarbeiter nach der Probezeit das Du an.
- **Der Dienstältere dem Neuling:** Das Projekt-Team schlägt dem neuen Kollegen beim Mittagessen das Du vor.
- **Die wesentlich ältere Kollegin der jüngeren:** Im Sekretariat bietet die 40-jährige Assistentin ihrer 10 Jahre jüngeren Kollegin das Du an.

Behandeln Sie Damen und Herren gleich

Das Geschlecht spielt keine Rolle mehr: Gibt es keine Hierarchie-Unterschiede, darf sowohl der Mann als auch die Frau den Wunsch nach einem Du äußern. Früher oblag es dem Mann, sich dem Risiko einer möglichen Abfuhr auszusetzen.

Wie bieten Sie das Du an?

- **Bedenken Sie:** Einmal Du, immer Du. Der Weg zurück zum Sie ist nur schwer möglich, zumindest aber sehr folgenschwer.
- **Lassen Sie sich deswegen Zeit.** Wenn Sie etwas länger beim Sie bleiben, wirken Sie vielleicht etwas förmlich. Das ist im Zweifelsfall im Geschäftsleben jedoch ratsamer, als zu kumpelhaft aufzutreten.
- **Bieten Sie auf Firmenfesten das Du nicht aus einer Bierlaune heraus an.** Man sollte keinen Zweifel an der Ernsthaftigkeit Ihres Angebots haben müssen. Eine Vier-Augen-Besprechung oder ein gemeinsames Mittagessen sind günstige Gelegenheiten, um das Du zu offerieren.

Extra-Tipp

Keine Vetternwirtschaft mit Duz-Kumpels

Wenn Sie als Chef einen Teil des Teams duzen (weil Sie z. B. einige Personen noch von früher kennen) und einen anderen Teil siezen, sollten Sie aufpassen, dass Sie Ihre Duz-Kumpels nicht bevorzugt behandeln. Machen Sie durch Ihren Führungsstil und Ihre Entscheidungen deutlich, dass die Du-Anrede kein Sympathie-Bonus darstellt.

Auch als Sekretärin, Auszubildender oder Mitarbeiter sollten Sie darauf achten, zu Duz- und Siez-Kollegen gleichermaßen sachlich und herzlich zu sein.

Einladungen verfassen

Eine geschäftliche Einladung und ein Werbeschreiben haben einiges gemeinsam. Ein gutes Werbeschreiben motiviert zum Bestellen. Eine gute Einladung weckt beim Adressanten den Wunsch zuzusagen. Um dies zu gewährleisten, sollte sie nicht nur alle nötigen Angaben enthalten, sondern auch stilistisch auf die bevorstehende Feier einstimmen und dem Image der Firma entsprechen.

Checkliste

Diese Informationen gehören in Ihre Einladung

- Wer lädt ein (Firma, Abteilung, Vorstand, Geschäftsführer etc.)?
- Zu welchem Anlass (Jubiläumsfeier, Tag der offenen Tür, Weihnachtsfeier etc.)?
- An welchem Tag?
- Zu welcher Uhrzeit (ggf. Dauer/Ende der Veranstaltung)?
- Wo?
- Wird bewirtet und ggf. wie?
- Bis wann wird um Antwort gebeten?
- ggf. Bekleidungsanweisung
- ggf. Antwortkarte
- ggf. Hinweis auf empfehlenswerte Hotels/Übernachtungsmöglichkeiten
- ggf. Anfahrtsskizze

Bei größeren Veranstaltungen ist eine Antwortkarte sinnvoll. So behalten Sie die Übersicht, wer ab- oder zugesagt hat, wer mit wie vielen Personen kommt und wer zum Beispiel eine Übernachtungsmöglichkeit benötigt:

<p>Antwortkarte</p> <p>Um Antwort wird bis zum 1. August per Post oder per Fax gebeten.</p> <p>Faxnummer: (0 12 24) 55 66 77</p> <p>Name: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Ich komme allein</p> <p><input type="checkbox"/> Ich komme mit ____ weiteren Personen. Namen der Personen (für Tischkärtchen): _____</p> <p><input type="checkbox"/> Ich benötige eine Liste mit Übernachtungsmöglichkeiten.</p> <p><input type="checkbox"/> Ich kann leider nicht teilnehmen.</p>

Gastgeschenke

Lassen Sie sich die exzellente Gelegenheit nicht entgehen, Ihre Geschäftspartner mit der Geste des Schenkens positiv zu stimmen.

Die wichtigsten Anlässe für offizielle Gastgeschenke:

- Geschäftsbesuche
- Konferenzen und Tagungen
- Essenseinladungen

Beachten Sie stets die

9 Grundregeln zur perfekten Gastgeschenkepraxis

1. Verschenken Sie Präsente nicht nur als Gast, sondern auch als Gastgeber, um an die Begegnung zu erinnern.

2. Ziehen Sie als Entscheidungshilfe für den Wert Ihres Geschenks Anlass, persönliche Beziehung, eigene Position, Position und Interessen des Empfängers in Betracht.
3. Ihre Präsente sollten nie zu üppig oder übertrieben wirken. Der Eindruck der Aufdringlichkeit, Anbiederung oder Verpflichtung muss vermieden werden. Der Wert eines Geschenks liegt nicht im Kaufpreis oder in der Größe, sondern im gedanklichen und persönlichen Einsatz bei der richtigen Auswahl.
4. Beachten Sie die Wertgrenzen des Gastgeschenks, damit es juristisch gesehen nicht zu einer Vorteilsannahme oder Bestechung kommen kann.
5. Bedenken Sie, dass Geschenke, die zu persönlich sind, zu einer Peinlichkeit ausarten können, vor allem wenn die beschenkte Person das Präsent coram publico auspackt.
6. Berücksichtigen Sie bei Ihren Geschenküberlegungen auch Abneigungen und Eigenarten der oder des Beschenkten. Sie sollten ebenfalls auf religiöse, nationale sowie traditionelle Besonderheiten achten, genauso wie auf abergläubische Überlieferungen. Das betrifft etwa bestimmte Blumensorten, aber auch das Schenken von Scheren und Messern.
7. Denken Sie bei Delegationsbesuchen daran, für jedes Mitglied der Delegation ein Geschenk einzuplanen. Stimmen Sie Zeitpunkt und Ritual der Geschenkübergabe rechtzeitig mit dem Delegationsleiter ab.
8. Halten Sie in Ihrem Unternehmen einen attraktiven, gut sortierten Gastgeschenke-Fundus bereit, den Sie Ihrem Budget anpassen. So können Sie kurzfristig auf die wichtigsten Anlässe reagieren.
9. Führen Sie eine Geschenkdatei, sodass Sie immer nachvollziehen können, wem Sie was geschenkt haben. So kann es Ihnen auch nicht passieren, einmal etwas doppelt zu schenken.

Grüßen und Begrüßen

Der Gruß und das Begrüßen sind wesentlich für den ersten Eindruck – und das überall auf der Welt. Ein korrekter Gruß signalisiert sowohl Höflichkeit als auch Respekt sowie Selbstbewusstsein, Offenheit und Freundlichkeit.

Das Grüßen: Oft locker und spontan

Gehen Sie an einer Person vorbei, so verläuft das Grüßen oft spontan. Es gilt immer öfter: Wer den anderen zuerst sieht, grüßt auch zuerst. Unabhängig von Alter, Geschlecht und Hierarchie. Dennoch ist es gut, die althergebrachten Knigge-Regeln fürs Grüßen zu kennen:

Die traditionellen Regeln

Ein Gruß – „Guten Tag“, „Hallo“ oder „Grüß Gott“ – erfolgt ohne Körperkontakt. Unabhängig von Alter, Rang oder Geschlecht grüßt derjenige zuerst, der hinzukommt, einen Raum betritt oder an Personen, die bereits anwesend sind, vorbeigeht.

Generell grüßt zuerst:

- der Einzelne die Gruppe
- der Ankommende den Anwesenden

Im Privaten grüßt zuerst:

- der Herr die Dame
- der Jüngere den Älteren

Im beruflichen Umfeld grüßt zuerst:

- der Mitarbeiter den Vorgesetzten
- der Mitarbeiter den Kunden, wenn der beim Hinzukommen nicht begrüßt hat

Doch wie gesagt: Heutzutage geht es beim Grüßen mittlerweile oft locker zu. Auch der Chef darf der Sekretärin zuerst einen guten Morgen wünschen, ohne dass ihm dabei ein „Zacken aus der Krone bricht“.

Begrüßen: Die Regeln

Die ranghöhere Person entscheidet, ob eine Berührung stattfindet oder nicht. Deswegen gilt: Der Rangniedere wartet, ob ihm die Hand zur Begrüßung gereicht wird oder ob man es bei einem Gruß ohne Handschlag belässt.

Generell reicht die Hand zuerst:

- Der Gastgeber dem Gast

Im Beruflichen reicht die Hand zuerst:

- der Vorgesetzte der Mitarbeiterin
- der Dienstälteste dem Neuling
- der Chef (in Gastgeber-Rolle) dem Kunden
- der Kunde (in Gastgeber-Rolle) dem Chef

Im Privaten reicht die Hand zuerst:

- der Ältere dem Jüngeren
- die Dame dem Herrn

Beispiele:

- *Der Jüngere geht auf den Älteren zu und grüßt, der Ältere grüßt zurück und reicht die Hand.*
- *Der Herr grüßt die Dame, die Dame grüßt zurück und reicht die Hand.*
- *Der Vorgesetzte tritt auf zwei Mitarbeiter zu, grüßt und reicht in diesem Fall beiden die Hand.*

Extra-Tipp

Der perfekte Handschlag

- weder zu lasch („toter Fisch“) noch zu fest („Schraubstock“)
- kurz (wenige Sekunden)
- kein „Schütteln“: hektische Auf- und Abbewegungen beim Handschlag sind unangenehm
- mit Blickkontakt

Kleidung im Beruf – Allgemeine Empfehlungen für SIE und IHN

Die Business-Kleidung orientiert sich am klassischen Stil, der im Berufsleben den persönlichen Stil-Mix deutlich prägen sollte.

Orientierungen

Orientieren Sie sich für Ihr eigenes Büro-Outfit am Stil des Unternehmens und der Art der Branche, in der Sie arbeiten. Dabei gilt:

- Je kreativer die Branche ist, desto weiter dürfen Sie sich vom klassischen Dresscode entfernen.
- Je höher Sie in der Betriebshierarchie stehen, desto strenger ist der Business-Dresscode.

Fragen Sie sich stets:

- Welche Erwartungen hat mein Gegenüber an mich? Soll ich seriös (Finanzberater), kreativ (Trendforscher) oder hygienisch (Koch) etc. wirken?
- Gibt es Bekleidungsregeln im Unternehmen? Wie kleiden sich Kollegen und der Vorgesetzte?
- In der Regel sollten Sie nicht besser angezogen sein als Ihr Chef!

Die wichtigsten Business-Dresscodes im Überblick

Business	Anzug, Hemd, Krawatte/Hosenanzug, Kostüm
Business Casual oder Smart Casual	Anzug oder Kombination mit Hemd ohne Krawatte, Polo-Shirt, Rolli/Kombinationen mit Jacke in dezenten Farben und Materialien (üblich in den Medien, im Einzelhandel, in vielen freien Berufen). Für sie: Kombination aus Rock, Bluse, Blazer, Twin-Set
Casual	kann ohne Jacke sein, farblich lebhafter, selbst Jeans (Markenjeans, nicht abgetragen, nicht zu eng geschnitten) sind erlaubt

Absolute Fehlgriffe sind: kurze Hosen, weiße Socken, Jeans und Krawatte, Sandalen, viel nackte Haut.

Allgemeines

- Sie sollten Markenaufnäher und Preisschilder entfernen.
- Achten Sie darauf, dass keine Aufhängeschlaufen sichtbar sind.
- Grundsätzlich sollte die Kleidung gepflegt, gebügelt und fleckenlos und nicht abgetragen sein.
- Tragen Sie die hochwertigsten Schuhe, die Sie sich leisten können, und achten Sie immer auf einen gepflegten Zustand.

Extra-Tipp

Zur Muster- und Farbwahl

Etwas Kontrast ist notwendig, um eine gewisse Spannung im Aussehen zu schaffen. Je dunkler und glatter Ihr Outfit ist, desto formeller und autoritärer die Wirkung auf den Betrachter. Vermeiden Sie zu stark gemusterte Stoffe und kombinieren Sie keine zwei Muster miteinander, die beide groß und unruhig sind.

Kleidung im Beruf: für SIE

Die berufliche Kleidung soll der Art der Tätigkeit angepasst sein. Die weiblichen Reize stehen nicht im Vordergrund.

Bevorzugen Sie

- Kostüm
- Hosenanzug
- Kleider in dezenten Farben und Mustern – z.B. Etuikleid mit Blazer

- Hose oder Rock mit Blazer oder Jacke
- dazu elegante Bodies und T-Shirts, schlichte Blusen, Twinsets

Passform

- Rocklänge: Knie umspielend, nicht kürzer als eine Handbreit über dem Knie
- Ärmellänge: maximal bis zum Handgelenk
- Körpermah, aber nicht zu eng
- nicht zu tief dekolletiert

Schuhe

- farblich passend – nicht knallrot
- geschlossene Schuhe – am besten Pumps
- Absatz in mittlerer Höhe
- gepflegt, kein abgelaufener Absatz

Strümpfe

- farblich passend
- dunkle Strümpfe nicht zu hellen Schuhen
- keine Muster, tagsüber nicht zu glänzend
- keine Kniestrümpfe zu Röcken

Achtung: Söckchen sind im Business untragbar!

- keine Laufmaschen in den Strümpfen oder der Strumpfhose – Reservepaar mitführen!
- zu klassischen Kostümen immer Strumpfhosen tragen

Achtung: Im konservativen Umfeld sind Feinstrumpfhosen auch bei 30 Grad Pflicht!

Handtasche

- farblich zu den Schuhen passend
- Stil/Größe zu Outfit und Person passend
- keine sportlichen Rucksäcke

Schmuck

- dezent – denn weniger ist mehr
- keine üppigen Hängeohrringe – sie lenken ab
- maximal 5 bis 7 edle Schmuckstücke (Eye-Catcher), z.B. Ehering, Ohrringe, Brille, Uhr, Kette mit Anhänger
- Beim Schmuck gilt: Weniger ist mehr

Dont's für die Business-Frau

- üppige Glitzerstoffe, Rüschen und Muster
- Leggings, Schlabberlook
- Superminiröcke, kurze Hosen
- Spaghettiträger, trägerlose, schulter- oder rückenfreie Oberteile
- zu lange Schlitzte, große und zu tiefe Dekolletees
- hautenge Kleidung
- unordentlicher Rocksaum
- raushängendes Futter
- schiefe oder zu hohe Absätze, Metallpins
- knallfarbene Highheels, Sandalen, Pantoletten, Clogs, grobe Stiefel, Turnschuhe, Plateauschuhe, Schuhe mit Krepptsohlen
- ungeputzte Schuhe
- überlange dekorierte Fingernägel
- zu viel Schmuck, Fußkettchen
- billig wirkende Accessoires
- sichtbare Tattoos und Piercings

Kleidung im Beruf für IHN

Allgemein gilt:

Die berufliche Kleidung soll der Art der Tätigkeit angepasst sein. Meist ist es ein gedeckter Anzug oder eine dezente Kombination, die durch ein Langarm-Oberhemd mit Kragen und Manschetten ergänzt wird. Das Hemd sollte im Zweifel weiß, uni oder pastellfarben sein. Als legerere Variante sind auch Stoffhose mit Polo, Rolli oder Hemd möglich.

Anzug

- zwei- oder dreiteilig. Achtung: Bei der Weste bleibt der unterste Knopf immer offen!
- dezente Farben und Muster – Grautöne, Schwarz, Marineblau, Braun
- klassische Schnitte
- gute Passform: körpermah, aber trotzdem großzügig. Die Ärmellänge sollte so bemessen sein, dass die Manschetten noch ca. zwei Zentimeter sichtbar sind.

- Hosenlänge ca. fünf Millimeter über Beginn des Absatzes, schmale Hosen leicht aufstehen lassen

Hemd

- dezente Farben und geometrische Muster zum Anzug
- dezente Knöpfe aus Perlmutter
- Kragenweite so wählen, dass noch ein Finger Platz hat

Achtung:

- Button-down-Kragen nicht mit Krawatte tragen
- Tab-Kragen nicht ohne Krawatte tragen
- Haifischkragen zum Jackett nicht ohne Krawatte tragen
- Kent-/Standardkragen passen immer

Krawatte

- dezente Farben und Muster, auf Anzug, Hemd und Typ abgestimmt, keine Gag-Motive
- Krawatte immer aus Seide
- richtige Länge: Krawattenspitze überdeckt genau den Knopf des Hosenbundes
- der Krawattenknoten sollte das Dreieck des Hemdkragens ausfüllen
- nach dem Tragen Knoten vorsichtig öffnen und ca. 36 Stunden hängend ruhen lassen.

Achtung:

Ein Einstecktuch im gleichen Stoff wie die Krawatte zeugt von wenig Stilgefühl!

Schuhe

- Dunkle Schuhe aus Glattleder mit Ledersohle, abends sind nur schwarze Schuhe gesellschaftlich korrekt
- Klassisch sind Schnürschuhe
- Sie sollten gepflegt, sauber und nicht abgetragen wirken, nach dem Tragen Schuhspanner verwenden

Strümpfe, Socken

- sie sollten dunkler als die Hose sein, auf keinen Fall weiße Socken
- am besten einfarbig
- lang genug, damit auch beim Sitzen kein nacktes Bein sichtbar ist

Gürtel

- zu den Schuhen passend
- dezente, elegante Gürtelschnalle zum Anzug
- sportliche Schnalle zu Jeans

Hosenträger

- Sie sind vorteilhaft für etwas korpulentere Männer
- Wichtig sind dezente Muster und Farben – keine Mickey-Maus-Muster oder Ähnliches

Schmuck

- maximal fünf edle Schmuckstücke, zum Beispiel Manschettenknöpfe, Brille, Ehering
- Uhr: keine Imitationen oder zu sportliche Modelle tragen
- keine sichtbaren Ketten, Armbänder, Ohringe, Piercings, Tätowierungen

Achtung:

- Manschettenknöpfe wirken edel
- Krawattennadeln sind „out“

Dont's für den Business-Mann

- keine Fliege im Berufsleben
- Wollpullover oder Pullunder unterm Anzug
- Gürtelschlaufen ohne Gürtel
- Krawatten oder Socken mit Gag-Motiven
- Krawatten aus Leder, Strick, Plastik, Holz und Fertiggebundene mit Gummiband
- offener Hemdknopf unter der Krawatte
- offene, ungeputzte oder Sportschuhe
- sichtbare Tattoos und Piercings

Accessoires

Achtung Brille:

- Gläser entspiegelt, nicht getönt
- Gläser ohne Fingerabdrücke

Achtung Schreibgeräte:

- keine billigen Werbekugelschreiber
- wählen Sie einen hochwertigen Stift mit edlem Design

Körpersprache

Die Körpersprache besteht aus der Haltung, dem Gang sowie der Gestik und der Mimik.

Auftritt: Der erste Eindruck entscheidet

Ihr persönlicher Erfolg hängt sehr davon ab, wie Ihr Gegenüber Sie wahrnimmt. 25 Sekunden entscheiden im Durchschnitt, ob Ihnen Wohlwollen entgegengebracht wird oder ob man Sie eher kritisch beäugt. Ihre optische Erscheinung spielt dabei eine ganz wesentliche Rolle – und damit auch Ihre Körpersprache.

Haltung

Im Berufsleben sollten Sie im wahrsten Sinne des Wortes „Haltung einnehmen“:

- Aufrechter Oberkörper
- Lockere Schultern (nicht anspannen, nicht verkrampfen)
- Kontrollierte Bewegungen von Armen und Beinen (kein schlaksiges Herunterhängen)
- Sichtbare Hände – sie sollten nicht in den Hosentaschen vergraben werden.
- Gerader Kopf (kein Aufstützen)
- Gerader Sitz (weder bei Männern noch bei Frauen breitbeinig)

Gang

Ihr Gang verrät viel über Ihre Persönlichkeit:

- Ihr Gang sollte dynamisch und nicht schleppend sein.
- Die Arme sollten beim Gehen locker vor- und zurückschwingen, die Schultern sollten dabei entspannt sein.

Gestik

Bewegungen mit den Armen und Händen werden mit dem Begriff Gestik bezeichnet.

- Um Ihre Aussagen zu unterstreichen, können Sie die Arme oberhalb der Gürtellinie bewegen.
- Ihre Handflächen sollten für eine positive Wirkung nach oben weisen.
- Nie mit dem Finger auf Personen zeigen.

Mimik

Mit Ihrer Mimik können Sie z. B. den Grad Ihrer Aufmerksamkeit und Ihres Wohlwollens deutlich machen.

- Halten Sie Blickkontakt mit Ihren Gesprächspartnern.
- Vergessen Sie nicht zu lächeln, denn eine positive Grundstimmung wirkt ansteckend.

Distanzzonen

Zu einer positiven nonverbalen Kommunikation gehört, Distanzzonen zu respektieren. Der Abstand, den Sie zu Ihren Mitmenschen halten sollten, ist von Kultur zu Kultur unterschiedlich. In Deutschland gelten zwischen zwei oder mehreren Personen folgende Richtlinien:

- 1. Der Raum bis zu 50 Zentimeter um eine Person herum nennt man „intime Distanzzone“. Vermeiden Sie, ungefragt in diesen persönlichen Raum einer fremden Person einzudringen. Eine Entschuldigung oder ein kurzer Gruß ist angebracht. Wenn es eng wird (z.B. im Aufzug) gilt: Wahren Sie die emotionale Distanz und bauen Sie keinen Blickkontakt auf. Das wäre zu viel Nähe.
- 2. Der daran anschließende Raum wird „persönliche Distanz“ genannt und ist im Business sowie für ein formelles Zwiegespräch geeignet. In dieser Distanz findet auch der Handschlag statt.
- 3. Die „gesellschaftliche Distanz“ beschreibt die Zone, in der wir uns höchst offiziell und formell auch abwartend begegnen. Die Distanz beträgt ca. ein bis zwei Meter. In dieser Distanz findet der Gruß (ohne Körperberührung) statt.
- 4. Die „öffentliche Distanz“ beträgt mehrere Meter und ist für den persönlichen Kontakt unmöglich. In diesem Abstand steht z.B. der Redner vor seinem Publikum etc.

Kontakt aufnehmen, halten und beenden

Auf Messen, Empfängen und Kongressen haben fast alle Beteiligten ähnliche Ziele. Sie wollen Geschäftskontakte pflegen, neue Geschäftspartner kennenlernen und sich im informellen Rahmen fachlich und persönlich austauschen.

Trauen Sie sich

Haben Sie keine Scheu, bei solchen Anlässen mutig auf andere zuzugehen. Als Gesprächseinstiege sind folgende Formulierungen denkbar.

- bei Stehempfängen: *„Darf ich mich zu Ihnen stellen?“*
- bei Messen: *„Ihr Werbeprospekt gefällt mir sehr gut. Können Sie mir mehr über ... erzählen?“*
- bei Kongressen: *„Kennen Sie zufällig einen der Referenten? Ich bin schon sehr gespannt auf den Vortrag von ...“*

Bei solchen Anlässen ist es wichtig, stets genügend Visitenkarten bei sich zu haben. Sie erleichtern die Selbstvorstellung und die spätere Kontaktaufnahme.

Kontakt halten via E-Mail und Telefon

Lassen Sie per Brief, E-Mail und per Telefon regelmäßig etwas von sich hören

- Gratulieren Sie zum Geburtstag und verschicken Sie Grüße zu Anlässen wie Ostern und Weihnachten.
- Haben Sie einen Zeitungsartikel oder Bericht etc. gelesen, der für Ihren neuen Geschäftspartner interessant sein könnte? Kopieren Sie ihn und senden Sie ihm diesen zu.
- Laden Sie zu einem Abendessen oder Businesslunch oder zu offenen Veranstaltungen Ihrer Firma ein.

Kontakt beenden

- Auf Messen, Kongressen und Empfängen dürfen Sie Unterhaltungen jederzeit unkompliziert beenden. Etwa: *„Bitte entschuldigen Sie, ich habe einen Geschäftspartner von mir entdeckt, den ich gern begrüßen möchte. Vielen Dank für das nette Gespräch.“*
- Geschäftskontakte, die Sie nicht aktiv pflegen, werden schnell von allein zu „Karteileichen“. Will man Sie als neuen Kunden gewinnen und Sie haben kein Interesse, so machen Sie das deutlich. *„Es tut mir leid Herr Bär, doch mittelfristig benötigen wir keinen neuen Internet-Auftritt.“*

Extra

Die Visitenkarte: Ihr wichtigstes Kontaktinstrument

Beachten Sie:

1. Überreichen

Tauschen Sie Visitenkarten im Geschäftlichen zu Beginn eines Treffens aus, allerdings nicht quer über den Besprechungstisch. Geben Sie Ihre Karte jeder Person einzeln in die Hand. Halten Sie diese so, dass der andere die Schrift lesen kann.

2. Angaben lesen

Lesen Sie die Visitenkarte in Ruhe durch und prüfen Sie, ob Sie den Namen Ihres Gesprächspartners richtig verstanden haben. Wenn er einen Dokortitel hat, sprechen Sie ihn damit an. Zeigen Sie Ihr Interesse, indem Sie die eine oder andere Detailfrage stellen, z.B.: *„Kladeunsky – spreche ich das richtig aus?“*

3. Karte sorgfältig behandeln

Stecken Sie die Karte nicht unbedacht weg, schon gar nicht in die Gesäßtasche! Behandeln Sie eine Visitenkarte vielmehr wie ein kleines wertvolles Geschenk. Beschriften Sie sie nicht vor den Augen Ihres Gegenübers, sondern verwahren Sie sie am besten in einem stilvollen Etui oder in Ihrer Brieftasche.

4. Visitenkarten-Etikette international

Wenn Sie oft im Ausland sind, verwenden Sie am besten zweisprachige Visitenkarten. Achten Sie bei der Übergabe darauf, dass die Seite mit dem fremdsprachigen Text oben ist. Im asiatischen Raum gilt es als Fauxpas, keine Visitenkarten zu haben!

Mobbing – Terror am Arbeitsplatz

Achtung: Feinde!

Der Begriff Mobbing kommt aus dem Englischen und bedeutet so viel wie anpöbeln, angreifen, attackieren („to mob“).

Aus arbeitsrechtlicher Sicht versteht man darunter das systematische Anfeinden, Schikanieren und Diskriminieren von Arbeitnehmern durch andere Mitarbeiter oder durch Vorgesetzte („Bossing“). Es ist eine besondere Form der feindlich gesinnten Behandlung einer bestimmten Person, die oft von mehreren Kollegen gemeinsam, von Vorgesetzten oder sogar vom Arbeitgeber selbst ausgeübt wird.

Welche Rechte haben Sie?

Seit Inkrafttreten des AGG (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz) am 18.8.2006 haben sich die rechtlichen Voraussetzungen für Mobbing-Opfer deutlich verbessert. Das AGG verwendet nicht die Bezeichnung „Mobbing“, sondern den Begriff „Belästigung“, und setzt diesen einer Benachteiligung gleich.

Das AGG verbietet grundsätzlich diskriminierende Angriffe gegen

- die Würde einer Person durch
- ein von Einschüchterungen, Anfeindungen, Erniedrigungen, Entwürdigungen, abwertenden Äußerungen oder Beleidigungen gekennzeichnetes Umfeld.

Das Mobbing-Opfer muss den Nachweis erbringen

Der Mitarbeiter, der gemobbt wird (= Mobbing-Opfer), muss das Mobbing beweisen; denn das AGG greift nur, wenn tatsächlich eine Benachteiligung mit Diskriminierungsmerkmalen erfolgt ist.

Arbeitgeber ergreift Gegenmaßnahmen

Ab sofort bietet § 7 Absatz 3 des AGG den Arbeitgebern die rechtliche Voraussetzung, um gegen Mobber vorzugehen, die Arbeitskollegen in einer gegen das AGG verstößenden Weise behandeln.

Das bedeutet, der Arbeitgeber darf

- Schadensersatzansprüche wegen Nichterfüllung der arbeitsvertraglichen Pflichten durchsetzen,
- eine Ermahnung oder Abmahnung wegen Verletzung der arbeitsrechtlichen Pflichten aussprechen oder
- im Wiederholungsfall sowie bei besonders schwerwiegenden Fällen eine ordentliche oder sogar außerordentliche verhaltensbedingte Kündigung aussprechen.

Frühzeitiges Einschreiten

Wehren Sie den Anfängen: Ihr Betriebsrat besteht seit Inkrafttreten der gesetzlichen Bestimmungen schärfer als bisher darauf, dass Sie als Arbeitgeber gegen Mobbing und Bossing vorgehen und das AGG beachten. Denn nach dem AGG liegt bereits dann ein Mobbing oder Bossing vor, wenn ein einmaliges Fehlverhalten erfolgt ist. So sollten Sie schon bei einmaligen Vorkommnissen, die über eine bloße Unhöflichkeit hinausgehen, einschreiten.

Platzierung

Wen setzen Sie neben wen, ohne Unmut und Ärger bei Ihren Gästen zu verursachen? Das ist immer wieder die entscheidende Frage im Hinblick auf Stimmung und Atmosphäre Ihrer Veranstaltungen, wie etwa bei Besprechungen und Konferenzen, Essenseinladungen sowie Festakten.

6 Vorteile des Platzierens

Die Vorteile einer klugen Platzierung für Ihre Sitzord-

nung liegen auf der Hand:

- Sie halten die Rangfolge ein, welche die einzelnen Gäste erwarten.
- Sie unterbinden Grüppchenbildungen.
- Sie trennen Kontrahenten und vermeiden schlechte Stimmung.
- Sie ermöglichen eine gute Kommunikation, indem Sie z. B. Interessen und Sprachbarrieren (bei ausländischen Gästen) bedenken.
- Sie fördern eine bunte und ausgewogene Mischung aus Damen und Herren.
- Sie beugen Unmut, Ärger und unbeabsichtigten Kränkungen vor.

Wenn es förmlich wird, ist die namentliche Platzierung Pflicht. Es wäre fatal, die Sitzordnung dem Zufall zu überlassen. Wenn Sie sich an die folgenden Grundregeln halten, vermeiden Sie peinliche Fehler:

10 Grundregeln für die Sitzordnung

1. Protokollarische Rangfolge

Bei allen Veranstaltungen mit offiziellem Charakter spielt die protokollarische Rangfolge eine zentrale Rolle. Der Gast erwartet die korrekte Einordnung gemäß gesellschaftlichem Status seiner Person. Ordnungsprinzipien für die Rangfolgebildung sind u. a.:

- Dienstränge und Hierarchiestufen in Behörden und Unternehmen
- Mandatsträger vor Amtsträgern (gewählte vor ernannt)
- Bevorzugung von Personen mit diplomatischem Status
- Ausländer vor Inländern
- Damen vor Herren bei Gleichrangigkeit u. a. m.

2. Ranghöchste Plätze

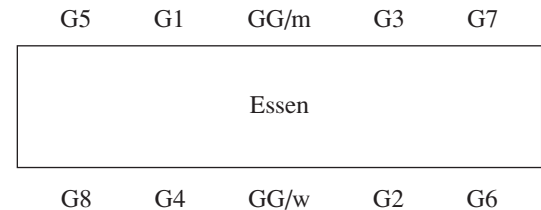
Die ranghöchsten Plätze sind zur Rechten von Gastgeberin und Gastgeber. Zusätzlich gilt der Platz gegen-

über den Gastgebenden als Ehrenplatz. Je niedriger die Rangstufe eines Gastes ist, desto weiter ist sein Platz von den Gastgebenden entfernt.

3. Gastgeberpaar

Lädt ein Paar ein, sitzen sich Gastgeberin und Gastgeber üblicherweise gegenüber, entweder an der Tafelmitte oder an den Stirnseiten.

4. Platzierungssystem



Anmerkung: Die Plätze jeweils rechts vom Gastgeber und der Gastgeberin sind gleichwertige Ehrenplätze. Wenn möglich, sollte jede Dame einen Tischherrn haben.

Erläuterung:

- GG/w = Gastgeber/weiblich
- GG/m = Gastgeber/männlich
- G1 – G 8 = Gäste gemäß ihrer Rangfolge

5. Ehe- und Lebenspartner

Sie können zusammen oder getrennt platziert werden, je nachdem, welche Durchmischung Sie gern wünschen.

6. Randplätze

Sie sollten vermeiden, Damen oder ausländische Gäste am Ende oder an einsamen Stirnseiten einer Tafel zu platzieren.

7. Sprachbarriere

Mangelnde Fremdsprachenkenntnisse können manchen

Gästen die Stimmung erheblich verhaseln. Recherchieren Sie daher bei Gästen verschiedener Nationalitäten die Fremdsprachenkenntnisse und platzieren Sie entsprechend.

8. Kurzfristige Absagen

Bei kurzfristigen Absagen, die eine Änderung Ihrer Tischordnung nicht mehr zulassen, bleibt der Platz des verhinderten Gastes im Allgemeinen unbenutzt. Können Sie die Lücke wegen der daneben platzierten gegebenenfalls hochrangigen Gäste nicht vertreten, bitten Sie einen anderen Ihnen geeignet erscheinenden Gast, den freien Platz einzunehmen.

9. Tischkarten

Die Tischkarte am Platz des Gastes ist bei namentlicher Platzierung Pflicht. Die Tischkarte wird beidseitig beschriftet und trägt den Zunamen des Gastes (davor Frau/Herr) ohne akademische Titel, Amts- oder Funktionsbezeichnungen. Eine andere übliche Variante ist die Beschriftung mit Vor- und Zunamen ohne die Zusätze Frau/Herr. Auf Tischkarten kann auch das Logo des Gastgebers in Druck oder Prägung wiedergegeben werden.

10. Placement oder Sitzspiegel

Stellen oder hängen Sie das Placement mit der Sitzordnung bei der Veranstaltung im Foyer oder am Eingang des Veranstaltungsraumes auf, um den Gästen die Orientierung zu erleichtern.

Günstig ist auch das Auslegen oder Aushängen der Tisch- und Sitzordnung in dem Raum, in dem sich die Gäste zu Beginn sammeln, etwa zum Aperitif. Hier hat jeder Gast Gelegenheit, sich über seinen Platz und den seiner Tischnachbarn zu informieren.

Pünktlichkeit

Die Eigenschaft einer Person, einen verabredeten Zeitpunkt oder einen Termin präzise einzuhalten, geht in unserer Gesellschaft Hand in Hand mit Verlässlichkeit und Höflichkeit. Wobei bekanntlich kein anderes Volk in Europa als so pünktlich gilt wie die Deutschen.

Pünktlichkeit signalisiert Höflichkeit und Respekt

Auch wer sich selbst oft verspätet, möchte nicht gern auf andere warten.

Pünktlichkeit signalisiert Achtung vor der Planung anderer sowie das Einhalten von Vereinbarungen. Unpünktlichkeit ist dagegen ein Zeichen von schlechter Organisation und Überheblichkeit. Pünktlich sind Sie, wenn Sie fünf Minuten vor der vereinbarten Zeit vor Ort eintreffen!

Was tun, wenn Sie zu spät sind?

Unpünktlichkeit gilt als unhöflich und eine Verspätung, die eine gewisse Toleranzgrenze überschreitet, kann als Beleidigung und Respektlosigkeit wahrgenommen werden.

Die tolerierte Grenze liegt zwischen 5 und 15 Minuten. Jedem kann es einmal passieren, dass er sich verspätet, verschuldet oder unverschuldet. Was dann?

- Verspätungen müssen die Ausnahme und dürfen nicht die Regel sein.
- Sobald Sie absehen können, dass Sie sich verspäten werden, informieren Sie Ihren Terminpartner mit einer Entschuldigung und vereinbaren eine neue Ankunftszeit.
- Wenn der Grund für die Verspätung peinlich oder unhöflich ist (vergessen/verschlafen), nennen Sie besser keinen.

... und wenn Sie zu früh sind?

Wenn Sie, um pünktlich zu sein, einen Zeitpuffer eingeplant aber nicht benötigt haben, kann es sein, dass Sie zu früh am Zielort ankommen. Was dann?

- Im Berufsleben spricht nichts dagegen, wenige Minuten früher einzutreffen, gegebenenfalls müssen Sie eben noch warten.
- Im gesellschaftlichen Leben, besonders in Privathaushalten, ist vorzeitiges Erscheinen – auch wenige Minuten – ein Tabu.

Gäste warten nicht

Wenn Sie sich an einem anderen Ort als Ihrem Haus oder Büro mit einem Gast verabredet haben, dann sollten Sie unbedingt ein paar Minuten früher am verabredeten Ort erscheinen. Das gehört zu Ihren Gastgeberpflichten. Der Gast – ob männlich oder weiblich – sollte auf gar keinen Fall auf Sie warten müssen, das wäre äußerst unhöflich.

Rechtzeitig zum Vorstellungsgespräch

Bei großen Firmen kann es einige Zeit dauern, bis Sie sich beim Pförtner/Empfang angemeldet haben. Auch der Weg von der Pforte zum Büro Ihres Gesprächspartners kann weit sein. Planen Sie deshalb dafür je 10 Minuten Zeit ein. Wenn Sie die Zeit für die Anmeldung beim Pförtner und die Distanz innerhalb des Gebäudes überschätzt haben, bitten Sie den Pförtner, noch ein paar Minuten mit dem Anruf bei Ihrem Gesprächspartner zu warten, damit Sie nicht mehr als 15 Minuten vorher dort eintreffen.

Zeitkürzel

Die Abkürzung c.t. steht für „cum tempore“ und beschreibt das „akademische Viertel“, das Professoren an der Universität eingeräumt wird, um nach einer Vorlesung die Studentenfragen zu beantworten, die Unterlagen zusammenzupacken und den Saal zu wechseln.

Im gesellschaftlichen Leben wurde dieses Kürzel auf Einladungen übernommen, um auszudrücken, dass ein Erscheinen auf die Minute nicht nötig ist.

Die Abkürzung s.t. steht für „sine tempore“ und sagt aus, dass ein auf die Minute pünktliches Erscheinen erwünscht ist.

Schreibweise am Beispiel von 8 Uhr

8 Uhr sine tempore (abgekürzt: 8 Uhr s.t. oder 8h st) = 8:00 Uhr

8 Uhr cum tempore (abgekürzt: 8 Uhr c.t. oder 8h ct) = 8:15 Uhr

Reisen ins Ausland

Mit der Globalisierung und der Ausweitung der internationalen Wirtschaftsbeziehungen erhält der stilvolle Umgang mit ausländischen Geschäftspartnern immer mehr Bedeutung. Überzeugende Produkte in Kombination mit persönlichen Kontakten und guten Umgangsformen erhöhen besonders bei Auslandsgeschäften die Erfolgchancen.

Nachteilig sind Unkenntnis und Vorurteile

Missverständnisse im Umgang können am ehesten entstehen, wenn die Gesprächspartner unterschiedliche Kulturen und Wertvorstellungen haben – bezogen auf Religion, Politik und Geschichte. Denn oft verbauen Vorurteile und Unkenntnis den Weg zu einem offenen, konstruktiven und angstfreien Dialog.

So wenig, wie alle Deutschen pünktlich, organisiert, zuverlässig oder kühl sind, so wenig treffen ähnliche Stereotype auf die Gesamtbevölkerung anderer Nationen zu. Weltweit haben sich Werte entwickelt, deren „Wert“ für andere oft nicht oder nur schwer nachvollziehbar ist. Ob es die Rolle der Frau, der Umgang mit Statussymbolen oder die Strukturierung der Gesellschaft ist:

Zunächst geht jeder davon aus, dass die in der eigenen Kultur erlernten Werte die richtigeren sind. Aber: Offenheit und Interesse für Neues können diese oft hinderliche Sicht relativieren.

Bereiten Sie sich gut vor

Zur Vorbereitung einer Geschäftsreise zu neuen Kunden gehören:

- Beschaffung von Informationen über Land und Leute (Internet, Reiseführer, Kollegen)
- Auseinandersetzung mit der Firma, deren Besuch Sie planen
- Besorgung angemessener und ansprechend verpackter Gastgeschenke
- Bereitstellung einer ausreichenden Anzahl von Visitenkarten
- klare Absprachen zu Treffpunkt und Uhrzeit
- ggf. ergänzende sprachliche Vorbereitung – als Geste des Wohlwollens und des Entgegenkommens

Beachten Sie vor Ort

Vor Ort ist es wichtig, durch Fragen Interesse zu signalisieren und mittels Beobachtung dazuzulernen. Zu vermeiden sind ständige Vergleiche und all das herauszustellen, was in Deutschland vermeintlich besser ist.

Extra-Tipp

Besonderheiten rund um den Globus

- In Deutschland und auch im angelsächsischen Kulturkreis ist der Handschlag üblich. In Japan dagegen begrüßt man sich mit einer Verbeugung – auch wenn viele japanische Geschäftsleute den Handschlag mittlerweile erlernt haben. In Russland erhalten Damen bei der Begrüßung oder bei der Verabschiedung häufig einen Handkuss.

- Visitenkarten sind in asiatischen Ländern von größerer Bedeutung als bei uns, denn sie dienen dort als Grundlage, den Gesprächspartner in die streng hierarchisch aufgebaute Gesellschaft einzuordnen.
- Unabhängig von verschiedenen Sprachen gibt es teilweise große Unterschiede in der nonverbalen Kommunikation. So wird z. B. Zustimmung bei uns durch Kopfnicken ausgedrückt, in Indien dagegen durch eine Seitwärtsbewegung des Kopfes.
- Bei uns ist es üblich, im Gespräch Blickkontakt zu halten. Dies ist Zeichen von Aufmerksamkeit, Interesse und Ehrlichkeit. In verschiedenen afrikanischen Kulturen gilt es als höflich, in einem Gespräch knapp aneinander vorbeizuschauen – ein Mitarbeiter wird dort nicht den Blick seines Vorgesetzten suchen. In arabischen Ländern dagegen schauen sich Männer bei einem geschäftlichen Gespräch wesentlich länger in die Augen als bei uns; wenn allerdings Frauen Blickkontakt zu Männern halten, wird dies als anmaßend empfunden.
- Es existieren völlig unterschiedliche Zeitbegriffe – unter Pünktlichkeit versteht man in Südamerika etwas anderes als in Deutschland. Bei uns gilt Pünktlichkeit als eine der Tugenden, unter Brasilianern ist eine Verspätung von einer Stunde und mehr kaum der Rede wert.
- Während bei uns und in Nordeuropa in geschäftlichen Meetings meist recht schnell auf den Punkt gekommen wird, bedarf es im arabischen Raum sehr viel mehr Zeit, um mit Small Talk eine persönliche Beziehung herzustellen, bevor es zu einem Geschäftsabschluss kommen kann.
- Ca. 45 Prozent aller Menschen essen mit Messer und Gabel. Die Amerikaner ebenso, doch benutzen sie das Messer nur zum Schneiden und legen es dann ab. In China dagegen essen die Menschen mit Stäbchen und hörbare Essensgeräusche gehören zum guten Ton.

Small Talk

Viele Menschen mögen keinen „Small Talk“. Doch warum? Er ist *die* bewährte Methode, um neue Kontakte zu knüpfen und neue (Geschäfts-)Freundschaften zu schließen. Sie müssen ja nicht unbedingt über das Wetter reden. Probieren Sie es stattdessen einmal hiermit:

1. Die Namen-Methode

Werden Sie einander vorgestellt, bietet die Namen-Methode einen guten Einstieg. Klingt ein Name besonders interessant, fragen Sie, woher er kommt. Etwa so: „*Pudelski hört sich wie ein polnischer Name an. Ist das richtig?*“ Oder: „*Ölcücy sieht kompliziert aus. Wie spreche ich Ihren Namen richtig aus?*“

2. Die Anker-Methode

Machen Sie es Ihrem Gegenüber einfach, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen, indem Sie ihm Bilder, Beschreibungen und Fakten zum Einhängen bieten. Sagen Sie zum Beispiel nicht einfach, dass Sie aus Remscheid kommen. Sondern: „*Ich komme aus Remscheid-Lennep, dem Geburtsort von Wilhelm-Conrad Röntgen.*“ Oder: „*Ich komme aus dem Bergischen Land, das für die bergische Kaffeetafel berühmt ist.*“

3. Die Assoziations-Methode

Lenken Sie die Gespräche, indem Sie sich darin üben, Assoziationen herzustellen. Dann ergeben sich Gesprächsthemen von allein. Ein Beispiel für ein solches Vorgehen ist folgende Assoziationskette:

Mailand – Fußball – Real Madrid – Spanien – Mallorca – Urlaub – Thailand – thailändisches Essen – kochen – Rezepte – Wein – Bordeaux – Frankreich

4. Die Fragen-Methode

„*Die besten Antworten erhält der, der seine Fragen richtig stellt.*“ (Eugen Roth) Diese Fragen sollten weder verfänglich, unmoralisch noch zu schwierig oder zu persönlich sein. Wählen Sie für Ihren Small Talk nur solche, die Ihr Gegenüber Ihnen höchstwahrscheinlich leicht und gern beantworten kann:

☹	☺
Was halten Sie davon, dass einige der Gewerkschaftsmitglieder gestern den Streik boykottiert haben?	Ich bin leider erst am Nachmittag angekommen. Was habe ich verpasst?
Das ist aber eine schöne Kette. Die war bestimmt sehr teuer, oder?	Ihr Vortrag hat mir sehr gut gefallen. Wie sind Sie nur auf diese Lösungs-ideen gekommen?

Telefonieren/Sprache

Darauf kommt es an:

1. Ohne lange Leitung

Im Idealfall nehmen Sie spätestens nach dem dritten Klingeln den Hörer ab. Wird der Anruf erst nach dem zügsten Klingeln angenommen, ist es für alle peinlich: Der Anrufer wirkt durch sein hartnäckiges Klingeln stur und aggressiv. Der Empfänger erweckt hingegen den Eindruck, phlegmatisch und desinteressiert zu sein.

2. Klare Ansage

„*Ja, Schmitt*“ – mit so einer Ansage muss man sich im Privaten manchmal noch zufriedengeben. Im Berufsleben

wirkt sie schlichtweg unprofessionell. Der Firmen- sowie der eigene Name und ein Tagesgruß gehören unbedingt dazu, z.B.: „*Meyer Immobilien, Uwe Peters, guten Tag.*“ Out sind dagegen überlange und überfreundliche Ansagen: „*Guten Morgen. Sie sind verbunden mit der Meyer Immobilien AG und sprechen mit Nadine Besonders-freundlich. Was darf ich für Sie tun?*“

3. Professionelle Haltung

Ihr Gesprächspartner spürt Ihre Stimmung, Gestik und Konzentration, auch wenn die jeweilige Person Sie nicht sehen kann. Sammeln Sie sich vor jedem Telefonat kurz und nehmen Sie Haltung an – im wahrsten Sinne des Wortes. Stellen Sie sich dabei vor, Ihr Gesprächspartner würde Ihnen gegenüber sitzen.

4. Kein Multitasking

Auch wenn Sie ein Multitasking-Talent sind und mehrere Dinge gleichzeitig tun können: Verzichten Sie bei wichtigen Telefonaten darauf. Nebengeräusche (Ess-, Trink- und Arbeitsgeräusche) verraten Sie meistens. Aktiv zuzuhören ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe. Sie entscheidet mehr über den Geschäftserfolg, als die meisten Menschen ahnen!

Tischmanieren/Restaurantbesuch

Das Besteck wird von außen nach innen benutzt, die Serviette auf den Schoß gelegt und die Bedienung nicht mit „Fräulein“ angesprochen – das alles ist den meisten bekannt. Hier finden Sie nun eine Schnellübersicht jener Fehler, die im Restaurant tatsächlich am häufigsten vorkommen.

Vorsicht vor diesen 5 Fettnäpfchen

Fettnapf Nr. 1: Zahnstocher und Lippenstift

Wenn Sie das Make-up auffrischen oder einen Zahnstocher benutzen wollen, tun Sie dies nie am Tisch. Besser ist: sich kurz entschuldigen und den Waschraum oder die Toilette aufsuchen. Dort können Sie sich nicht nur in Ruhe davon überzeugen, dass beim Essen nichts zwischen Ihren Zähnen hängen geblieben ist, sondern auch Frisur und ggf. Make-up kontrollieren.

Fettnapf Nr. 2: Nachsalzen

Nachzusalzen, bevor man das Essen probiert hat, gilt als Fauxpas und ist eine Beleidigung für den Koch. Wer weiß: Vielleicht ist die Speise bereits gut genug gewürzt? Nehmen Sie erst einen Bissen und entscheiden Sie dann, ob Sie tatsächlich nachsalzen wollen.

Fettnapf Nr. 3: Gestikulieren mit dem Besteck

Wenn Sie Ihre Hände benötigen, um Ihre Aussagen zu unterstreichen, legen Sie Ihr Besteck am besten kurz ab. Es ist einschüchternd, unangenehm und evtl. sogar gefährlich, wenn mit spitzen Gabeln und scharfen Messern gestikuliert wird.

Fettnapf Nr. 4: Alkohol

Je länger der Abend dauert, desto strenger sollten Sie Ihren Alkoholkonsum kontrollieren. Das gelingt Ihnen, indem Sie sich viel Wasser und nur wenig Wein nachschenken lassen. Das Ziel eines Business-Essens ist, die Basis für eine weitere geschäftliche Zusammenarbeit zu schaffen – und nicht eine allzu vertrauliche Kumpanei aufzubauen.

Fettnapf Nr. 5: Rauchen

Zwischen den Gängen wird nicht geraucht. Verzichten

Sie, wenn irgend möglich, auch auf die Zigarette nach dem Kaffee. Vergewissern Sie sich zumindest, dass niemand am Tisch sich durch das Rauchen gestört fühlt, bevor Sie die Zigarettenschachtel zücken.

Veranstaltungen organisieren

Es hängt geschäftlich oft viel vom Ablauf einer Veranstaltung ab. Erntet man Ablehnung und Enttäuschung oder Akzeptanz und Erfolg? Da Veranstaltungen oft unter hohem Zeitdruck organisiert werden müssen, sind Checklisten deshalb unverzichtbar.

Die erste Checkliste, die Sie zur Hand nehmen sollten und von der die weitere Detailplanung abhängt, ist die Prüfliste für die:

10 Grundsatzentscheidungen zur erfolgreichen Veranstaltungsplanung

1. Anlass und Veranstaltungsform

Sie haben zu entscheiden, welche Veranstaltungsform Sie für einen gegebenen Anlass wählen.

Beispiel:

→ *Der runde Geburtstag eines hochrangigen Mitarbeiters kann sowohl mit einem Empfang als auch mit einem festlichen Abendessen oder mit einer Kombination verschiedener Veranstaltungsformen begangen werden.*

2. Ziel und Gestaltung

Keine Veranstaltung kommt ohne konkrete Zielsetzung aus.

Beispiel:

→ *Möglichkeiten sind die Ehrung einer Persönlichkeit, die Würdigung einer Institution, die Präsentation eines neuen Produkts etc.*

3. Datum

Der sorgfältige Gegencheck mit parallelen oder konkurrierenden Terminen ist unverzichtbare Pflicht bei Ihrer Terminplanung.

Beispiel:

→ *Zu beachten sind insbesondere Messe-, Ferien- und Wahltermine sowie die Daten von Großveranstaltungen im Bereich Sport und Kultur.*

4. Dauer

Das natürliche Bedürfnis des Menschen nach Nahrung und Abwechslung stellt jeden Event-Verantwortlichen vor die Frage: Wie lange dauert meine Veranstaltung?

Beispiel:

→ *Je nach Zeitspanne sollte über ein zusätzliches Speise- und Getränkeangebot, einen Ortswechsel und Raucherpausen nachgedacht werden.*

5. Budget

Keine Frage: Geld allein macht noch keine gute Veranstaltung. Dennoch: Das Budget ist das Maß aller Dinge.

Beispiel:

→ *Wollen Sie einen Stehempfang oder gesetztes Essen, Catering oder Selbsteinkauf? Sollen eigene oder angemietete Räume genutzt werden?*

6. Ort

Mit Ihrer Entscheidung über den Ort der Veranstaltung setzen Sie einen bewussten Akzent Ihres persönlichen Stils und Geschmacks. Er wird bei den Eingeladenen beachtet und bewertet.

Beispiel:

→ *Fällt die Wahl für den Veranstaltungsort auf ein Hotel oder Schloss, ein Restaurant oder eine Kantine, einen Garten oder ein Schiff?*

7. Bewirtung

Gerade bei der Bewirtung kennen viele Gäste kein Pardon, wenn es um die Bewertung einer Veranstaltung geht. Daher ist hier die Gratwanderung zwischen Kostenbewusstsein und Qualität besonders schwierig. Gastronomen, Bankettleiter und Küchenchefs sind dafür die Fachleute. Lassen Sie sich von ihnen im Bedarfsfall fach- und budgetgerechte Empfehlungen unterbreiten.

8. Einladungsverfahren

Das Einladungsschreiben ist die Visitenkarte des Veranstalters. Sie vermittelt den ersten Eindruck, den der Eingeladene von der geplanten Veranstaltung erhält.

Das Einladungsverfahren beginnt mit der Zusammenstellung der Gästeliste und setzt sich mit der textlichen und grafischen Gestaltung der Einladungen sowie der zugehörigen Anlagen (Antwortkarte, Fahrtskizze, Lageplan usw.) fort. Dabei ist für den Versand eine ausreichend bemessene Vorlaufzeit zu berücksichtigen.

9. Ablauf

Lassen Sie sich nicht von eingefahrener Routine und begrenzten Budgets beeindrucken. Verleihen Sie jeder Ihrer Veranstaltungen eine persönliche Handschrift.

Holen Sie sich Ideen zu kreativen Variationen – z. B. per Brainstorming im Veranstaltungs-Team oder durch externe Berater.

10. Medienbegleitung

Tue Gutes und rede darüber!

Diese bewährte PR-Weisheit greift auch und gerade im Veranstaltungssektor. Wenn Sie mit Ihrer Veranstaltung auch eine Botschaft in eine breitere Öffentlichkeit transportieren möchten, denken Sie an den rechtzeitigen Kontakt zu den Medien.

Beispiel:

→ *Üblich sind die Herausgabe einer Pressemitteilung, die Durchführung einer Pressekonferenz und die Kontaktaufnahme zu Fotojournalisten.*

Vorgehen und Begleiten

Ob Bewerber oder Besucher, Dienstleister oder Kunde, weiblich oder männlich: Ein Gast erhält dann einen guten ersten Eindruck von Ihrer Firma, wenn er in „Ihrem Revier“ zuvorkommend, höflich und seinem Status angemessen betreut wird.

Holen Sie den Gast ab

Je höher der Status eines Gastes ist, umso weiter sollten Sie ihm entgegengehen. Holen Sie ihn

- am Flughafen/am Bahnhof.
- am Auto/auf dem Firmenparkplatz.
- an der Rezeption/an der Anmeldung

ab. Lassen Sie ihn nicht allein durch das Gebäude irren, sondern führen Sie ihn zum Besprechungsraum. Kommen Sie ihm im wahrsten Sinne des Wortes entgegen.

Gewähren Sie dem Gast den Vortritt

Als Gastgeber sorgen Sie für Ihren Gast. **Dazu gehört, dass**

→ Sie an seine Sicherheit denken.

Auf dem Fußweg überlassen Sie ihm die sichere Seite, die der Straße abgewandt ist. Gibt es Gefahrenzonen (Produktionshallen etc.), gehen Sie voran und erläutern Sie Ihr Verhalten. „*Wenn Sie einverstanden sind, gehe ich hier voran.*“

→ Sie ihm generell den Vortritt gewähren.

Ein schöner Rücken kann in diesem Fall nicht entzücken. Halten Sie für Ihren Gast die Tür auf, lassen Sie ihn zuerst hindurchschreiten. Es gilt die Regel: Während Sie den Gast begleiten, muss er im Idealfall keinerlei Türklinken selbst berühren.

→ Sie die Etikette kennen.

Die Treppe hinauf gewähren Sie Ihrem Gast wie an der Tür den Vortritt. Die Treppe hinunter gehen Sie vor. Sollte der Gast, der sich nicht so gut auskennt, stolpern, könnten Sie ihn stützen und auffangen, statt nur noch hinterherzu-winken.

→ Sie sich partnerschaftlich zeigen.

Ist der Gang breit genug, gehen Sie nebeneinander, sonst lassen Sie dem Gast wieder den Vortritt.

→ Sie nicht kommandieren.

Ist der Weg sehr kompliziert, ist es am praktischsten, selbst vorzugehen, als dem Gast von hinten Anweisungen zuzurufen. Eine höfliche Frage hilft: „*Gestatten Sie, dass ich bis zum Besprechungszimmer vorgehe?*“

Extra-Tipps

Schnellcheck Fahrstuhl – kennen Sie diese Fettnäpfchen?

1. Sich noch hineinquetschen

Sollte der Fahrstuhl bereits voll sein, schlagen Sie Ihrem Gast vor, eine Runde zu warten. Viele Menschen leiden unter Platzangst oder finden die Enge zumindest unangenehm. Auch wenn Ihnen die Enge nichts ausmachen sollte – hier ist Rücksicht angesagt.

2. Etikette missachten

Als Rangniederer lassen Sie dem Ranghöheren beim Betreten des Fahrstuhls den Vortritt, als Gastgeber dem Gast, im Privaten als Herr der Dame. Beim Verlassen des Aufzugs hat der Ranghöhere wieder den Vortritt. Es sei denn, es ist zu eng; dann verlässt derjenige, der vorne steht, den Fahrstuhl zuerst.

3. Anstarren

Generell wird Blickkontakt in unserer Gesellschaft positiv gewertet. Doch wenn es in kleinen Räumen eng wird, sollten Sie direkten Blickkontakt meiden. Dadurch entsteht in der Regel zu viel Nähe, die meist unangenehm oder sogar bedrohlich wirkt.

4. Ignoranz

Quetschen Sie sich beim Aussteigen nicht an anderen Fahrgästen vorbei, sondern fragen Sie: „*Lassen Sie mich bitte hinaus?*“ Machen Sie ebenfalls etwas Platz, wenn eine andere Person aussteigen oder eine Mutter mit Kinderwagen einsteigen möchte.

Vorstellen und Bekanntmachen

Wann immer Menschen einander das erste Mal begegnen, gehört es zum kultivierten Umgang, die Begrüßung mit dem Vorstellen oder Bekanntmachen zu verbinden. Genau genommen erfolgt nach dem Gruß die Vorstellung oder das Bekanntmachen und dann das Händegeben.

Vorstellen oder Bekanntmachen?

Die Grenze ist heute fließend. Bei wichtigen geschäftlichen oder offiziellen Anlässen wird vorgestellt, während im privaten oder eher informellen geschäftlichen Bereich vom Bekanntmachen geredet wird.

Wichtig ist, dass es in den entsprechenden Situationen geschieht, damit bisher unbekannte Personen Wertschätzung erfahren, integriert werden und gleich zu Beginn Höflichkeit und Freundlichkeit erkennbar sind. Es bedarf allerdings einiger Übung, um das Prozedere entspannt handhaben zu können.

Wer wird wem vorgestellt/wer stellt sich wem vor?

Generell:

- der Ankommende den Anwesenden
- der Einzelne wird der Gruppe vorgestellt
- der Inländer wird dem Ausländer vorgestellt

Privat:

- der Jüngere dem Älteren
- der Herr der Dame
- unabhängig von Beruf, Titeln und Familienstand gilt ansonsten: alle Menschen sind gleichrangig

Beruflich:

- der Mitarbeiter dem Vorgesetzten, dem Kunden
- der Rangniedere dem Ranghöheren
- die Begleitung „erbt“ den Rang der Person an ihrer Seite

Der „Hintergedanke“ bei alten Vorstellungsregeln war dieser:

Es soll einer Person Respekt und Ehre erwiesen werden, indem sie ein Sonderrecht eingeräumt bekommt.

Das ist in diesem Fall: als erste zu erfahren, wer denn da als „Neue/r“ auf sie zukommt. Deshalb die Reihenfolge der Namensnennung. Dieses Denken hat sich auch auf die modernen Empfehlungen erstreckt.

Im Sinne des Satzes „Der Kunde ist König“ (dass eine Kundin Königin ist, versteht sich von selbst) sollte sein „Thron“ auch dadurch gefestigt werden, dass ihm ein/e Chef/in vorgestellt wird.

Grundsätzlich gilt: Machen Sie Menschen miteinander bekannt, so dass diese sich nicht selbst vorstellen müssen. Nennen Sie nicht nur Namen, Titel, Stellung und Aufgabengebiet, sondern geben Sie auch weitere Informationen, die von beidseitigem Interesse sind. Das erleichtert den Small Talk. Zum Beispiel: „*Herr Meyer hat genau wie Sie eine Zeit lang in London gelebt und gearbeitet ...*“

Wie wird vorgestellt?

Das Vorstellen und Bekanntmachen soll respektvoll, aber nicht zu förmlich oder geschraubt klingen. „*Gestatten Sie, dass ich mich vorstelle*“ oder „*Ich würde mich freuen, mich vorstellen zu dürfen*“ wird kaum noch verwendet. Hingegen „*Ich heiße*“, „*Mein Name ist*“ oder bei Älteren „*Ich möchte mich bekannt machen*“ sind heute gebräuchliche Formulierungen.

Als Vorstellender: „*Ich möchte Sie gern bekanntmachen/Ihnen jemanden vorstellen: Herr X, Herr und Frau Y*“ oder einfach „*Frau X, das ist Herr Y, Herr Y ist zuständig für*“.

Extra-Tipp

Achtung, veraltet!

Antworten wie „angenehm“ oder „erfreut“ sind ebenfalls nicht mehr zeitgemäß. Ein Lächeln, der Blickkontakt während des Händegebens oder eine Formulierung wie „*Ich freue mich/Schön, Sie kennen zu lernen*“ sind moderner.

Was tun Sie, wenn Sie beim Vorstellungsritual nicht vorgestellt werden?

Nun kann es Ihnen ja auch passieren, dass Ihre Beglei-

Vorstellen und Bekanntmachen

tung vergisst, Sie vorzustellen. Dann können Sie selber die Initiative ergreifen:

- Sie können die Ihnen unbekannte(n) Person(en) in das Gespräch mit einbeziehen. Etwa: *„Finden Sie das nicht auch erstaunlich? Übrigens, ich bin Elke Peters ...“* (Wichtig: Niemals: Ich bin Frau Elke Peters oder Herr Michael Müller. Die Geschlechtsbezeichnung hat in der Eigenvorstellung nichts zu suchen!)
- Oder etwas humorvoll: *„Diese etwas längere Geschichte erzähle ich Ihnen sofort. Erst einmal soll Ihr Begleiter allerdings wissen, wer Sie von der wohlverdienten Mittagspause abhält ...“*

Das Gleiche geht natürlich auch andersherum: Klinken Sie sich in das Gespräch ein, wenn Sie einmal nicht bekannt gemacht werden sollten.

Zum Beispiel: *„Das ist ein sehr interessanter Aspekt, den Sie da gerade ansprechen. Übrigens: Ich bin Rainer Hagemann und nun seit sechs Monaten beruflich in Deutschland ...“* Schöner und angenehmer ist es für alle Beteiligten allerdings, wenn ein Dritter diesen Part übernimmt.

Extra-Tipp

Grüßen Sie lieber früher und öfter

Ergreifen Sie lieber früher und öfter die Initiative. Damit liegen Sie immer richtig. Grüßen Sie auch Fremde, zum Beispiel in der Kantine oder auf dem Firmengang.

Ein „zu viel Grüßen“ gibt es nicht. Gar nicht zu grüßen hingegen kann da schon eher unangenehme Folgen haben, weil sich andere übersehen und misachtet fühlen und entsprechend gekränkt reagieren können.