

Richtiges Benehmen ist kein alter Hut!

Das richtige Benehmen ist abhängig vom Kontext (beruflich, privat, Anlass etc.) und von der jeweiligen Kultur. Wer die Spielregeln der sozialen Kompetenz im Umgang mit Kollegen und Kunden kennt, kann punkten. »Es reicht heute nicht mehr aus, nur die Umgangsformen zu kennen, nein, heute geht es um die Fähigkeit, ein Gefühl für den Augenblick, für die jeweilige Situation zu entwickeln und sich dann mitmenschlich stimmig zu verhalten. Gerade im Geschäftsleben entscheiden oft Kleinigkeiten darüber, ob ein Geschäft zustande kommt oder nicht«, sagt Elisabeth Motsch (Inhaberin von Image & Outfit).

Ob man Kunden empfängt, zu einem Geschäftsessen einlädt oder eingeladen ist, bei Veranstaltungen im Small Talk brillieren möchte, hier kann viel für den Aufbau von erfolgreichen Geschäftsbeziehungen getan werden, wenn man die Business-Etikette beherrscht.

Der gute Ton und Umgang mit Kunden, Kollegen und Freunden ist nicht allen in

die Wiege gelegt worden. Elisabeth Schügerl-Kiener (CSR Verantwortliche und Knigge-Expertin bei der Berater* Unternehmensberatung): »Die Erfahrung zeigt uns immer wieder, dass es ganz einfach nur um die Herangehensweise und den Umgang im täglichen Miteinander geht. Das hört sich banal an, aber es sind grundlegende Dinge wie Grüßen, Bitte und Danke, Verlässlichkeit, Ehrlichkeit und Toleranz, die manchmal nicht bedacht werden.« Eine Wiederholung und Auffrischung der Business Etikette, des guten Benehmens und sicheren Auftretens in den unterschiedlichsten Situationen stärkt die Persönlichkeit und gibt dadurch in jeder beruflichen Situation Sicherheit.

Ursprünglich & künftig

Die 68er-Generation hat alle Konventionen über den Haufen geworfen. Jetzt – über 40 Jahre später – ist Benimm wieder in. Selbstverständlich spielen Tradition und Kultur eine wichtige Rolle. Gutes

Wer die Business-Etikette beherrscht, ist klar im Vorteil. Warum es keine Selbstverständlichkeit ist, in Business Behaviour sattelfest zu sein, hinterfragte [Eva Selan](#).





Elisabeth Schügerl-Kiener



Barbara Thier



Elisabeth Motsch



Ursula Rettinger

Benehmen im alten Stil macht Eindruck, übertreiben sollte man es jedoch nicht. Die Etikette entwickelt sich aus landesüblichen Gewohnheiten, die von Religion, Familie, Elternhaus geprägt sind. »An diesen landestypischen Gewohnheiten und Werten wird sich wahrscheinlich nichts ändern, aber durch die internationalen Beziehungen werden sich diese Dinge ein bisschen vermischen, es wird sicher die Toleranz größer werden, aber«, so Mag. Ursula Rettinger (Director Sales and Business Development Berlitz Austria), »darauf sollte man sich keinesfalls verlassen, denn wie tief bei einem Gesprächs- oder Verhandlungspartner gewisse Erwartun-

gen verwurzelt sind, kann man vorher nicht absehen.«

»Zukünftig spielen auch neue Entwicklungen vor allem im Bereich Internet und Netikette eine Rolle«, ergänzt Elisabeth Schügerl-Kiener: »Wie nutze ich beispielsweise Plattformen wie Xing oder Facebook und wie sieht gutes Benehmen auf solchen Plattformen aus?« (Vgl. TRAiNiNG 8/08 »E-Moderationen«, S. 36 ff.)

International

Je regionaler ein Unternehmen tätig ist, desto lokaler sind Umgangsformen, je

internationaler, desto globaler sind sie. »Es ist ein Unterschied, ob Kunden zu Ihnen ins Unternehmen kommen, oder ob Sie Kunden im Ausland besuchen. Es gelten immer die Regeln des jeweiligen Landes«, sagt Elisabeth Motsch und ergänzt: »Nehmen Sie auch Rücksicht auf die Eigenheiten internationaler Gäste bei Ihnen im Haus. Erkundigen Sie sich über die jeweiligen Sitten des Gastes, damit Sie diesen nicht vor den Kopf stoßen.«

Es entwickelt sich so etwas wie eine internationale Business Etikette. Und diese setzt voraus, dass man sich bewusst ist, dass gewisse Gebiete mögliche Fallen darstellen. Zu diesen Gebieten zählen Begrüßung, Augenkontakt, Körperkontakt, Pünktlichkeit oder Zuspätkommen, Gastgeschenke, Trinksprüche, Konsum von Alkohol, Übergabe von Visitenkarten usw. »Wenn man sich bewusst ist, dass es sehr große Unterschiede gibt, wird man sein eigenes Verhalten schon einmal sehr bewusst überdenken, vorab Erkundigungen einholen und auch selber ungewohntes Verhalten nicht als falsch oder unangenehm empfinden«, sagt Ursula Rettinger und bringt ein Beispiel: »In Bulgarien etwa ist es ein Muss, bei Essenseinladungen nachzunehmen, sonst signalisiert man, dass es nicht geschmeckt hat.«

Die Zielgruppe von internationalem Business Behaviour ist klar, so Ursula Rettinger: »Menschen, die mit anderen Kulturen arbeiten, für internationale Firmen tätig sind und Manager, die ihr Business in einem oder mehreren Ländern aufbauen wollen, tun sich einfach viel leichter, kommen schneller zu gewünschten Kontakten und zur angestrebten Sympathieebene, wenn sie sich entsprechend über die Business Etikette der anderen Kultur informieren. Viele Geschäftskontakte kommen nur mühsam voran oder scheitern, weil das erste Zusammenkommen nicht gestimmt

Seminare

Image-Solutions – Persönlichkeitsentwicklung, DI Barbara Thier: »Seminare in den Bereichen Etikette und Umgang, Fit for international Business, Firmenimage und Dresscodes, Basics im Business Behaviour etc.« www.image-solutions.at

Image & Outfit, Elisabeth Motsch: »Seminare in den Bereichen Business-Etikette, als Gast und Gastgeber brillieren, individuelles Dinnercoaching, Auftreten am Messstand, Büroknigge und Besucherempfang, Mitarbeiter sind Markenbotschafter durch Auftreten und Kleidung, Corporate Outfit in Unternehmen etc.« www.motsch.at

Berlitz, Mag. Ursula Rettinger: »Internationale Etikette – Professioneller Umgang mit internationalen Kunden und Gästen« vermittelt Bewusstsein für interkulturelle Unterschiede durch Sensibilisieren und Wahrnehmen der eigenen Kultur, länderspezifische Gewohnheiten und Werte, Verständnis aus der Geschichte heraus, aus der politischen Situation, Religion, geographischen Lage usw. Auf Wunsch spezifisch für jedes Zielland – als offenes oder firmeninternes Seminar.« www.berlitz.at

die Berater*, Elisabeth Schügerl-Kiener: »Unsere Trainings wie Business-Knigge, Lehrlings-Knigge und Knigge für junge Erwachsene sind spezifisch auf die Zielgruppe und deren Bedürfnisse abgestimmt. Zu den Inhalten zählen u.a. die korrekte Begrüßung, gute Umgangsformen im Wandel der Zeit, der souveräne Auftritt am Arbeitsplatz und bei öffentlichen Anlässen. Unsere Cross Cultural Trainings bieten Informationen, praktische Tipps und Übungen im Hinblick auf andere Kulturen und länderspezifische Umgangsformen.« www.dieberater.com

ÖPWZ: »Business Etikette«, siehe Seminarbericht S. 38, 19. 11. 2009, € 625,- www.opwz.com

WIFI Wien: »Business Etikette«, 10. 6. 2009, € 650,- www.wifiwien.at

SPC: »Etikette in Wort und Schrift«, 16. 6. 2009, € 440,- www.spc.at

Die Aufzählung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit!

hat.« Natürlich spielt hier auch die Sprache des Geschäftspartners eine Rolle. Idealerweise stoßen die Fremdsprache und das Wissen des länderspezifischen Business Behaviour aufeinander.

Small Talk

Small Talk kann das Eis zum Brechen bringen oder aber die Fronten gleich zu Beginn verhärten – bei internationalen Beziehungen wie auch auf heimischem Parkett. DI Barbara Thier (Management, Image-Solutions – Persönlichkeitsentwicklung): »Themen, bei denen die Meinungen sehr stark auseinander gehen können und eventuell verfänglich sind, sollten wir bei Small Talk unbedingt meiden. Dies sind z. B. Politik, Religion, Sexualität, private Themen, rassistische Inhalte, Finanzen etc. Gute Small Talk Themen sind Hobbys, Sport, Familie, Kultur, Reisen usw.« Das Thema soll beide Gesprächspartner verbinden. Ein Tipp von Elisabeth Motsch: »Halten Sie keine Fachvorträge und schließen Sie andere nicht durch die Wahl des Gesprächsthemas aus.«

Regelkonform

Regeln für »richtige Business Etikette« sind gut, vor allem wenn sie als grobe Richtlinien angesehen werden, doch ein starres Halten an Regeln trübt den Blick auf und das Gefühl für die jeweilige Situation. Barbara Thier: »Bitte bedenken Sie beim Einhalten sämtlicher Vorschriften und Regeln, dass Sie eine eigenständige Persönlichkeit sind!

Deshalb gilt:

- Je authentischer und individueller Sie sich darstellen,
- je selbstsicherer und kompetenter Sie auftreten und
- je klarer und eindeutiger Sie sich ausdrücken,
- desto glaubwürdiger, kompetenter und harmonischer wird Ihr Eindruck auf andere sein,
- desto sicherer werden Sie sich fühlen und
- desto eher werden Sie Ihre Ziele erreichen!«

Zu den Regeln des Business Behaviour zählt natürlich auch die richtige Kleidung. »Sie muss dem Anlass entsprechend gewählt werden«, bestätigt auch Elisabeth Motsch. »Mit angemessener Kleidung zol-

len Sie Ihrem Gegenüber Respekt und Anerkennung und zeigen damit, dass Sie ihm mit Wertschätzung der Person und dem Anlass gegenüber begegnen.«

Falsch gemacht

Meistens sind es die einfachen Dinge, die nicht bedacht oder gewusst werden. Einer der größten Stolpersteine ist sicher die Art und Weise, wie die Beziehungsebene aufgebaut wird, sagt Ursula Rettinger. »Nicht in jeder Kultur kann man ruck zuck zum Geschäft kommen. Ungeduld ist da sehr gefährlich. Aber auch der Umgang mit Hierarchien ist ein Stolperstein, vor allem im asiatischen Raum, aber nicht nur dort.«

Diese Stolpersteine sind keineswegs nur international zu finden. Beispiele von Elisabeth Schügerl-Kiener:

- »Zusammentreffen auf der Toilette: Als Begrüßung ist ein Kopfnicken angebracht,

die Hand sollte man seinem Gegenüber in dieser Situation allerdings nicht entgegenstrecken.

- Verschüttet man bei einem Geschäftsessen sein Glas auf einen Tischnachbarn, ist es ausreichend, sich zu entschuldigen und eine Serviette zu reichen. Man sollte nicht selbst den Gast abtrocknen und versuchen zu reinigen.
- Vorsicht ist auch geboten bei internationalen Treffen. In einigen Kulturen ist ein Händeschütteln aus religiöser und kultureller Sicht nicht angebracht.«

Noch ein Beispiel von Elisabeth Motsch: »Bei Geschäftsessen fühlen sich Gäste oft unsicher. Wenn Gäste ihr Essen frei wählen können, also kein Menü angeboten wird, geben Sie als Gastgeber Empfehlungen oder Sie sagen »Suchen Sie sich aus, was immer Sie möchten!« und einigen Sie sich auf die Anzahl der Gänge. Ihre Gäste werden es Ihnen danken, Sie als gute Gastgeber zu erleben.« □



Die Expertin für
Ihre Performance in
Kleidung und Auftreten
www.motsch.at





www.dieberater.com

PREISTRÄGER DES STAATSPREISES
FÜR ERWACHSENENBILDUNG 2008 

Consulting

- Personal- und Organisationsentwicklung
- Leitbild-, Visions- und Strategieentwicklung
- Generationengerechtes Personalmanagement

- Change Management
- Potenzialanalyse
- Faktor Gesundheit

- Employment Branding
- Corporate Social Responsibility
- Interkulturelles Management