



Zeitgemäße Umgangsformen

Mit der Seminarreihe „Fit for Business – Moderne Umgangsformen“ bietet das Institut für soziale Kompetenz, TQU unisono training+consulting, eine Weiterbildung an, die besonders für Juristen karrierefördernd sein kann. Praxisorientiert werden aktuelle Kniggevorschriften im nationalen und internationalen Umfeld sowie wichtige Do's and Don'ts handelt.

Von Daniela Laubmeier, M.A. Soziologin, Öffentlichkeitsarbeit & Vertrieb bei TQU



„Hallo, ich bin Herr Dr. Müller, schön, Sie kennenzulernen.“ Vor Freude strahlend und mit ausgestreckter Hand geht der Mitarbeiter auf den neuen Vorstandsvorsitzenden zu. Dieser dreht sich irritiert zur Seite und schenkt dem Mitarbeiter ein aufgezwungenes Lächeln. Was ist falsch gelaufen? Herr Müller hat alle Begrüßungsregeln missachtet. Erstens stellt Mann oder Frau sich nie mit dem Geschlechtszusatz vor, besser ist es, den Vor- und Zunamen zu nennen. Zweitens werden Titel bei der Selbstvorstellung nicht genannt. Drittens erteilt das „Recht zum Anfassen“ im Geschäftsleben der Ranghöhere. Der Vorstandsvorsitzende muss also zuerst die Hand ausstrecken. Der berühmte „erste Eindruck“ ging für Herrn Müller also gründlich daneben. Das kann sich sogar negativ auf seine Karriere auswirken.

Eine IBM-Studie von 2007 kam zu dem Ergebnis, dass zu 60 Prozent gute Kontakte und zu 30 Prozent ein gutes Auftreten für die Karriere förderlich sind. Nur mit 10 Prozent wird das Fachwissen bewertet. Umgangsformen werden immer wichtiger für Unternehmen. Michael Hartmann, Professor für Soziologie an der TU Darmstadt, stellt fest, dass tadelloser Benimm ein Kriterium für den Aufstieg in die Chefetagen ist. „Da man heute weiß, dass ein guter erster Eindruck mehr wert ist als gute Zeugnisnoten, schulen viele Universitäten und Fachhochschulen ihre Absolventen in Soft Skills“, erklärt Susanne Kind-Friz, eine Referentin der Seminarreihe von TQU unisono training+consulting. Sie ist außerdem Lehrbeauftragte für moderne Umgangsformen an verschiedenen Hochschulen.

Um ihr Unternehmen gewinnbringend repräsentieren zu können, müssen Mitarbeiter Begrüßungsrituale und Dresscodes kennen, sensibilisiert sein im Umgang mit Kunden und Gästen, Geschäftsessen und Veranstaltungen, souverän meistern. Susanne Kind-Friz berichtet: „Oft sitzen Personalverantwortliche bekannter Unternehmen in meinen Veranstaltungen um zu sehen, was den Teilnehmern vermittelt wird, und zu betonen, wie wichtig ihnen diese Kriterien für die Einstellung sind.“

Gerade bei Hochschulabsolventen achten Personaler darauf, ob sie sich auch in dieser Richtung weitergebildet haben. Die Hochschule ist eine Art „geschützter



Raum', Fehler bei den Umgangsformen werden leichter verziehen. In der freien Wirtschaft herrschen andere Regeln, hier entscheidet der erste Eindruck oft über den Verlauf der Geschäftsbeziehungen. Besonders für Juristen, die einen regen Umgang mit Kunden pflegen, sind perfekte Umgangsformen unerlässlich.

Die Seminarreihe von TQU unisono training+consulting zielt darauf ab, Hochschulabsolventen, Fach- und Führungskräfte für diese Anforderungen fit zu machen. Das Training „Repräsentative Umgangsformen“ gibt den Teilnehmern Sicherheit im Umgang mit Geschäftspartnern, unterstützt sie, gekonnt schwierige Alltagssituationen zu meistern und das Unternehmen wirkungsvoll nach außen zu repräsentieren. Begrüßungsrituale, Regeln zum Duzen und Siezen, der stilvolle Einsatz der Visitenkarte, kundenorientiert Telefonieren und Schreiben, Körpersprache, Business-Kleidung und Stil-Fettnäpfchen werden in Rollenspielen und an Beispielen aus dem Arbeitsalltag behandelt.

„Smalltalk – die Kunst des kleinen Gesprächs“ als weiteres Seminar der Reihe vermittelt, wie Gespräche eingeleitet werden, was Tabuthemen sind, wie ein gekonnter Themenwechsel gelingt. Gerade im internationalen Geschäft ist das Beherrschen von Smalltalk eine Grundvoraussetzung für Erfolg. In vielen Kulturen können nur Geschäfte gemacht werden, wenn eine Beziehungsebene aufgebaut wird. Wer hier nicht weiß, was er wann und wo sagen soll, kann nicht punkten.

„Umgang mit internationalen Geschäftspartnern und Kunden“ greift gezielt das Thema internationale Beziehungen und Geschäftskontakte auf. Sitten und Gebräuche, Wertvorstellungen und Verhaltensmuster, Kleiderordnungen, Geschenkvorschriften und Tischsitten unterscheiden sich je nach Kultur erheblich. Wer Umgang mit internationalen Geschäftspartnern und Kunden pflegt, muss interkulturelle Umgangsformen kennen, um erfolgreich zu sein.

Die Seminare können je nach Bedarf einzeln gebucht werden. Die Referenten greifen Beispiele aus dem Arbeitsalltag der Teilnehmer auf, trainieren Umgangsformen in Rollenspielen und geben branchenspezifische Tipps. Die Business-Kleidung wird bewertet, und auf Wunsch findet ein Menü-Workshop statt. Die Qualität der Veranstaltungen ist gewährleistet durch die jahrelange Erfahrung der Referenten, die Mitglied im Arbeitskreis Etikette Trainer International (ETI) sind.

LEGUM MAGISTER IN UNTERNEHMENS- RESTRUKTURIERUNG (LL.M. CORP. RESTRUC.)

Beginn: fortlaufend

Dauer und Preis:

- Repräsentative Umgangsformen, 2 Tage, 890 Euro zzgl. MwSt.
- Smalltalk – Die Kunst des kleinen Gesprächs, 1 Tag, 450 Euro zzgl. MwSt.
- Umgang mit internationalen Geschäftspartnern und Kunden, 2 Tage, 890 Euro zzgl. MwSt.

Literatur:

- Anke Quittschau, Christina Tabernig: Business-Knigge - die 100 wichtigsten Benimmregeln. Haufe 2007. ISBN 978-3448079845. 6,90 Euro.
- Silke Schneider-Flaig, Leonhard Büttner: Knigge heute: Gutes Benehmen und richtige Umgangsformen. Compact 2008. ISBN 978-3817464630. 6,95 Euro.



Weitere Informationen zu dem Studiengang finden Sie unter www.tqu-unisono.com