

UMGANGSFORMEN

Gutes Benehmen als „Türöffner“

Ob Small Talk, Visitenkarte oder Stil: Gute Umgangsformen sind sowohl privat als auch geschäftlich nicht mehr wegzudenken. Sie können sogar erfolgsentscheidend sein.

Etikette, Business-Behaviour oder Interkulturelles Business-Training: Diese Begriffe stehen synonym für das „gute Benehmen“. Die so genannten „weichen Faktoren“ oder „Soft-Skills“ wie Teamfähigkeit oder Sozialkompetenz spielen beruflich und privat eine immer größere Rolle. Daher sind ein souveränes Auftreten und gute Umgangsformen genauso wichtig wie die fachliche Qualifikation.

Halten sich Finanzberater an die modernen „Benimm-Regeln“, verschaffen sie sich damit Vertrauen, Sympathie, eine entspannte Atmosphäre und ein positives Image. Business-Etikette und fachliche Kompetenz sollten sich ergänzen: Unternehmen suchen ihre Kandidaten nicht mehr allein auf Basis der Bewerbungsmappe oder des Bewerbungsgesprächs aus. Häufig versuchen sie, sich am Messestand oder bei einem Geschäftsessen einen ersten Eindruck von dem Kandidaten zu verschaffen.

Da oft bereits der erste Eindruck über den Erfolg entscheidet, sollten Sie immer gute Umgangsformen beweisen – sei es per E-Mail, Telefon oder bei ei-

nem persönlichen Gespräch. Ob jemand Umgangsformen als angenehm empfindet, hängt zum einen davon ab, wie Sie sich gegenüber Ihrem Gesprächspartner verhalten. Zum anderen ist es entscheidend, welche Vorstellungen von „Manieren“ der Gesprächspartner hat. Bei den Business-Etiketten ist es wichtig, Fettnäpfchen zu kennen.

Benimm-Regeln als Anregung

■ **Small Talk:** Der „Light Talk“ galt schon immer als „Türöffner“. Hierbei können humorvolle Themen einem ernsthaften Geschäfts- oder Verkaufsgespräch die Schwere nehmen. Auch Themen wie Kunst, Kultur, Sport, Urlaub oder das schön eingerichtete Büro sind smalltalkfähig. Tabu sind Themen, die polarisieren, wie Politik oder Religion.

■ **Visitenkarten:** Die kleinen Kärtchen, die zu Beginn eines Gesprächs überreicht werden, gelten auch als „Eisbrecher“. Das Design der Karte, Vor- und Nachname sowie der Firmensitz oder der Wohnort verraten vieles über den Gesprächspartner.

Wenn Sie eine Visitenkarte erhalten, lesen Sie sie, bevor Sie sie sorgfältig wegstecken. Damit signalisieren Sie Ihrem Gegenüber Aufmerksamkeit und Interesse. Visitenkarten sollten dem Image eines Unternehmens in Aufmachung und Stil entsprechen. Um „Eselsohren“ zu vermeiden, sollten die Kärtchen in hierfür bestimmten Etuis aufbewahrt werden.

■ **Business-Kleidung:** Fast jede Branche hat ihren „Dress-Code“. Im Versicherungsgeschäft sind Kompetenz und Seriosität gefragt. Dies kann durch das Tragen bestimmter Farben unterstrichen werden. Im Finanzbereich sind Sie mit diskreten, gedeckten Farben auf der siche-

ren Seite. Bei Herren darf die farblich abgestimmte Krawatte nicht fehlen.

Ins Fettnäpfchen getreten

Sollten Sie einmal ins Fettnäpfchen treten, setzen Sie Ihr Taktgefühl ein, damit die Situation nicht eskaliert oder peinlich wird. Hilfsbereitschaft, Toleranz und Respekt anderen gegenüber sind die wichtigste Grundlage des Miteinanders – einen kleinen Fauxpas bei Tisch sollten Sie nicht überbewerten.

KARIN SCHLEINES,
UNTERNEHMENSBERATERIN UND
BERATERIN FÜR RISIKO- UND FORDE-
RUNGMANAGEMENT, WIESBADEN



Visitenkarte zum Erfolg: Perfekte Etikette, Stil und Small Talk.