

Neue Hilfe-Funktion integriert Suche

Ab sofort steht Ihnen unser neues Hilfesystem zur Verfügung. Das Hilfesystem erklärt, wie Sie Handelsblatt.net verwenden und so den größten Nutzen aus Ihrem Premium-Club ziehen. Die häufigsten Fragen rund um Handelsblatt.net bilden eine eigene Rubrik. Sollten Sie dennoch nicht fündig werden, können Sie auch die in die Hilfefunktion integrierte Suche verwenden.

Die neue Hilfe-Funktion

www.handelsblatt.net/cgi-bin/help.fpl

ANZEIGE

FÜNF TESTER FÜR BIOMETRISCHE FINGERPRINTERKENNUNG GESUCHT

Die netcommunic GmbH bietet im Zeitraum bis Ende November Interessenten eine Testerstellung für biometrische Fingerprinkerennung im Wert von 289 Euro an.

Die Stückzahl ist auf 5 beschränkt. Es handelt sich um den Biosecure in Verbindung mit der Software Authention. Die Software ist aus dem Internet herunterzuladen und läuft in der Testversion nach 30 Tagen aus.

Weitere Details auf Anfrage, weitere Infos unter:

www.netcommunic.de/biosecure.htm
www.netcommunic.de/authention.htm

Jetzt Kontakt aufnehmen:

www.handelsblatt.net/hp/Ralf_Larisch

Handelsblatt
.net - CLUBMAGAZIN

IMPRESSUM

© Alle Rechte vorbehalten. Das Magazin darf vielfältig werden. Kein Teil dieses Magazins darf ohne schriftliche Genehmigung verändert werden.

Redaktion:

Roland Schweins (verantw.)
Layout: Anna Galinski
Internet: www.handelsblatt.net
Email: hb.net@vhb.de
Tel.: +49 (0) 211 - 887-1086

Verlag und Anzeigen:

Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf
Anzeigen: GWP online marketing
Carsten Schwecke (verantw.)
Internet: www.gwp-online.de

Aus dem Forum: Visitenkarten-Knigge

Von Karin H. Schleines

Sie sind klein, handlich, können gediegen oder aber auch dynamisch wirken. Sie sind eines der ersten Aushängeschilder einer Person und eines Unternehmens: die Visitenkarten!

Die kleinen Besucherkärtchen sind nicht nur heute aktuell. In früheren Zeiten haben z.B. die Damen und Herren der „besseren Gesellschaft“ im viktorianischen England die Karten erst dem Butler gegeben, der die Gäste dadurch angemeldet hat, dass er die Visitenkärtchen - auf einem Tablett drapiert - seiner Herrschaft übergab.

Wegen dieser Tradition ist es vor allem im Geschäftsleben immer noch so, dass die Visitenkarten zu Beginn eines Besuchs ausgetauscht werden. Meist überreicht der Gast die Karte zuerst. In Gruppen erhält zuerst der Ranghöhere die Karte. Bei der Übergabe gilt es, dem Gegenüber in die Augen zu sehen und die Karte nicht ungelesen wegzustecken. Die Besucherkärtchen sollten auch nicht quer über den Besprechungstisch hinweg verteilt werden.

Visitenkarten erleichtern die gegenseitige Ansprache im Verlauf eines Gesprächs. Auch für Small-Talk eignen sie sich als

Einstieg. Die kleinen Kärtchen sollten stets makellos aussehen. Handschriftlich korrigierte Karten oder Eselsohren wirken unprofessionell. Schön sieht es aus, wenn die eigenen Visitenkarten aus einem entsprechenden Etui gezückt werden. Die Etuis gibt es in jeder Preiskategorie und sehr schön anmutenden Varianten.

Zweisprachige Visitenkarten sind für Menschen, die oft geschäftlich im Ausland zu tun haben, sinnvoll. Beim Übergeben der Karte zeigt die Seite mit dem für uns fremdsprachigen Text nach oben. Im asiatischen Raum werden Visitenkarten gerne und oft ausgetauscht. Keine greifbar zu haben gilt fast schon als Fauxpas.

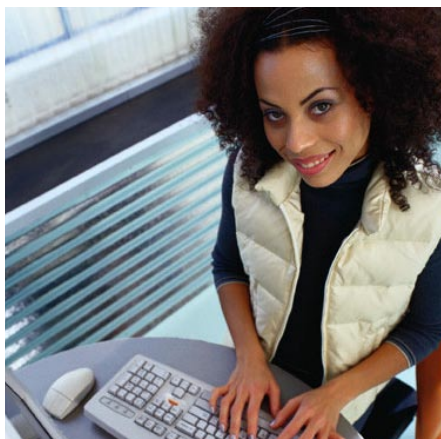
Etwas Besonderes gilt in Japan zu beachten: Jüngere oder hierarchisch tiefer gestellte Mitarbeiter machen den Anfang bei der Übergabe der so genannten „Meishi“. Die Meishi werden mit beiden Händen überreicht und auch empfangen, die Partner verbeugen sich, um Respekt zu zollen. Pluspunkte erhält man, wenn man die erhaltenen Meishi sofort nach Erhalt ausgiebig liest.

Sie finden die Autorin unter:

www.handelsblatt.net/hp/KarinH_Schleines

Junge Studierende pfeifen auf Jobsicherheit

Junge Akademiker achten bei der Wahl des Arbeitgebers wieder stärker auf Karriere-möglichkeiten und Aufstiegschancen. Aspekte wie Zeit fürs Privatleben und Jobsicherheit sind dagegen weniger wichtig als noch vor zwei Jahren. Das berichtet das Job- und Wirtschaftsmagazin „karriere“ unter Berufung auf eine exklusive Studie des Personal-dienstleisters Access. Für die Untersuchung wurden 2.876 Akademiker mit maximal sieben Jahren Berufserfahrung befragt. Vor allem junge Kaufleute und Ökonomen legen im Vergleich zu 2003 wieder mehr Wert auf leistungsbezogene Faktoren: Danach gaben 64 Prozent der befragten Kaufleute auf die Frage, was einen Arbeitgeber attraktiv macht, eine „vielseitige Aufgabenstellung“ an, fast 16 Prozentpunkte mehr als bei der gleichen Untersuchung vor zwei Jahren. Auch Faktoren wie Aufstiegschancen und Weiterbildungsangebote stiegen in der Bedeutung. Aspekte wie Work-Life-Balance, gutes Arbeitsklima und Jobsicherheit verlieren dagegen an Bedeutung und sind zwischen drei und knapp neun Prozentpunkten gefallen.



Diskutieren Sie im Karriere-Forum:

www.handelsblatt.net/net/karriere-news/