

Kommunikation

Einfache Regeln für gute Beziehungen

Schnell, digital, anders. Die Geschäftswelt hat sich geändert und damit auch die Art der Kommunikation. Wer dabei einfache Regeln beherzigt, ist im Vorteil und bildet die Basis für erfolgreiche und langfristige Geschäftsbeziehungen.

› Monika Seeger

Wir hinterlassen immer einen Eindruck. Im persönlichen, schriftlichen und telefonischen Kontakt. Daran ändern auch die neuen Möglichkeiten in der digitalen Welt nichts. Nur sind wir uns dessen nicht mehr gleich stark bewusst. Ob dieser Eindruck zu unserem Vor- oder Nachteil ausfällt, liegt allein in unserer Hand. Achtsamkeit, Höflichkeit und Respekt im Umgang mit alten und neu dazugewonnenen Kommunikationsmitteln zahlen sich mehr denn je aus. Sie sind die Grundlage für langfristigen Erfolg.

Stilvoll am Telefon

Je freundlicher und kompetenter uns die Person am anderen Ende der Leitung wahrnimmt, desto besser sind die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Gespräch und eine ebenso erfolgreiche Geschäftsbeziehung. Auch dann, wenn die zu besprechenden Themen einmal von unangenehmerer Natur sein sollten. Damit dies gelingt, ist man gut beraten, ein paar Regeln zu beachten.

Trotz digitaler Hilfsmittel ist das Papier noch nicht in Rente gegangen. Deshalb sollten immer ein Schreibstift und Notizblatt bereitliegen, um den Namen des Gesprächspartners zu notieren sowie Ver-

einbarungen, Termine, Preise oder Konditionen festzuhalten. Hat man den Namen nicht richtig verstanden, darf man ruhig nachfragen und gegebenenfalls darum bitten, ihn zu buchstabieren. Dann gilt es, den Grund des Anrufs zu ermit-

teln, Auskunft zu geben und behilflich zu sein. Beim Weiterverbinden ist darauf zu achten, den Anrufer nicht zu lange warten zu lassen. Das Telefonat wird immer mit einer freundlichen Verabschiedung beendet.

! kurz & bündig

- › Erfordert es die Situation, während eines Meetings per Smartphone auf Empfang zu sein, um einen wichtigen, nicht verschiebbaren Anruf entgegenzunehmen, sollten die anderen Teilnehmenden darüber informiert werden.
- › E-Mail hat heute den Geschäftsbrief grösstenteils abgelöst, was aber keinesfalls bedeutet, dass Inhalt und Stil im E-Mail-Verkehr vernachlässigt werden dürfen.
- › Vor dem Verfassen einer E-Mail sollte man sich fragen, ob sich diese Form der Kommunikation überhaupt eignet. Aus Bequemlichkeit und manchmal auch aus Unsicherheit wählen viele bevorzugt die Mail, obwohl vielleicht ein Telefonat die bessere und effizientere Wahl wäre.

Kein Platz für Multitasking

Klingelt das Telefon, bitte nicht gleich abnehmen. Beim ersten Klingelton ist der Anrufer eben erst fertig mit der Nummernwahl und nicht darauf gefasst, dass sich bereits eine Stimme meldet. Deshalb zwei bis drei Mal klingeln lassen und dann abheben. Mit einem Lächeln im Gesicht. Das weckt unbewusst Sympathien beim Gesprächspartner, da es einen direkten Einfluss auf die Stimme hat und demzufolge auf die akustische Visitenkarte des Unternehmens und die Person insgesamt. Als Begrüssung nennt man zuerst den Namen des Unternehmens und dann den eigenen Vor- und Nachnamen. Wer möchte, fügt ein freundliches «Grüezi» bei und nennt bei interner Verbindung zusätzlich die Abteilung.

Während des Telefonates ist die Aufmerksamkeit ausschliesslich auf das Gespräch gerichtet. Andere Aufgaben müssen warten. Ablenkung durch das Tippen auf der

Tastatur oder andere Aktivitäten werden vom Anrufer wahrgenommen und als störend empfunden. Dasselbe gilt für das Kauen. Ob ein Apfel oder ein Kaugummi ist dabei unwichtig, denn die Leitung transportiert bereits kleinste Geräusche zum Hörenden am anderen Ende. Auch der Durst wird vorteilhaft erst nach Gesprächsende gestillt.

Korrekt auch mobil

Heute ist im Geschäftsalltag fast jeder mit einem Smartphone ausgerüstet. Viele wollen, andere müssen von Berufs wegen fast immer erreichbar sein. Umso empfehlenswerter ist es, weniger aufdringliche Klingeltöne zu wählen und darauf zu achten, dass der Umwelt ein Dauerklingeln erspart wird. Doch nicht nur auffällige Klingeltöne werden vom Umfeld als belastend empfunden. Die Mitmenschen werden sogar dazu gezwungen, Gespräche mitzuhören, die sie weder interessieren noch für ihre Ohren bestimmt sind. Es kommt gar vor, dass Firmennamen und vertrauliche Informationen laut ausgesprochen werden. Es gibt unzählige Beispiele, warum es vorteilhaft ist, sich beim Telefonieren in der Öffentlichkeit an einige Regeln zu halten und an bestimmten Orten das Handy auf lautlos zu stellen oder gar auszuschalten.

Erfordert es die Situation, auch während einer Sitzung auf Empfang zu sein, um einen wichtigen, nicht verschiebbaren Anruf entgegenzunehmen, sollten die anderen Teilnehmenden gleich zu Beginn darüber informiert werden. In allen anderen Fällen gilt, das Telefon auf lautlos zu schalten, damit das Meeting ohne Unterbrüche und konzentriert durchgeführt werden kann. Davon profitieren am Schluss alle und es hinterlässt einen bleibenden, positiven Eindruck.

In der Öffentlichkeit

Nimmt man einen Anruf in der Öffentlichkeit an, sollten sich die Mitmenschen nicht belästigt fühlen. Das heisst, man entfernt sich ein paar Schritte oder geht

Grundregeln im E-Mail-Verkehr

Das sollte in geschäftlichen E-Mails unbedingt vermieden werden:

- Nur Kleinschreibung oder nur Grossbuchstaben
- Abkürzungen «mfg», «fyi», «thx», «asap»
- Smileys und andere Emoticons
- Informelle Anreden wie «Hallo», «Liebe/r»
- Lange Inhalte, Romane oder kommentarloses Weiterleiten
- Signatur weglassen
- Verwendung mehrerer oder schlecht lesbarer Schriftarten und Schriftfarben oder grafische Hintergründe.
- Zu grosse oder nicht aktuelle Fotos in der Signatur

Wichtig zu wissen

- Nachrichten nicht kommentarlos weiterleiten. Ein paar Stichworte oder spezielle Anmerkungen gehören dazu. Das vermittelt Sicherheit und Wertschätzung.
- Vorsicht bei vertraulichen Informationen. Beim Weiterleiten von E-Mails darauf achten, ob jeglicher Inhalt für den Empfänger bestimmt ist und weitergeleitet werden darf. Eventuell Originalinformationen, die bereits weitergeleitet wurden, vor dem Versenden löschen. Damit ist auch sichergestellt, dass E-Mails kurz bleiben und vertrauliche Informationen nicht in falsche Hände gelangen.

- Das Geschäfts-E-Mail-Konto so einrichten, dass man E-Mails täglich, innert 24 Stunden bearbeiten kann. Dank mobiler Lösungen ist dies möglich. Nutzer eines schnellen Mediums erwarten auch eine schnelle Antwort. Eine E-Mail sollte spätestens nach zwei Tagen eine Reaktion auslösen. Das heisst, man sendet eine Antwort oder einen Zwischenbescheid. Ist man nicht in der Lage, seine Mails innert 24 Stunden zu prüfen, aktiviert man die Abwesenheitsmeldung mit Verweis auf Erreichbarkeit, Rückkehr oder Stellvertretung.

Umgang mit den Adressfeldern: «An», «Cc» oder «Bcc»

- In das Feld «An» einer E-Mail kommen nur Empfänger, die direkt betroffen sind oder mit dem Inhalt für eine Aktivität aufgefordert werden.
- In das Feld «Cc» (Carbon Copy, Kopie) werden Empfänger eingetragen, welche die E-Mail nur zur Information erhalten und von denen keine Aktivität erwartet wird.
- Das Feld «Bcc» (Blind Carbon Copy, Blindkopie) wird genutzt, wenn E-Mails an Gruppen versandt werden und nicht jeder die Adressen der anderen Empfänger sehen soll. «Bcc» als Überwachungstool im Geschäftsleben einzusetzen ist fragwürdig.

in einen Nebenraum, um das Gespräch zu führen. Manchmal klingelt das Telefon auch in höchst ungünstigen Situationen. In solchen Fällen entschuldigt man sich beim Anrufer und sagt ihm, dass es zurzeit ungünstig ist und man ihn innert einer bestimmten Frist zurückruft.

Sieht man anhand der Nummer, dass der Anruf möglicherweise gar nicht dringend ist, kann man auch den Anrufbeantworter

einsetzen oder die Rückrufnachricht aktivieren.

Eine kleine Anmerkung zum Versenden von Textnachrichten in Gesellschaft. Dies wird nach wie vor als störend, wenn nicht gar unhöflich empfunden. Während des Schreibens oder Lesens ist die Aufmerksamkeit nicht beim Gegenüber. Ein längerer Blick auf den Bildschirm des Smartphones signalisiert unter anderem, dass

die Gesellschaft langweilig und uninteressant ist. Zudem gibt es Angelegenheiten, die man persönlich und nicht mit einer SMS erledigen sollte.

E-Mail-Verkehr

Die E-Mail hat den Geschäftsbrief grösstenteils abgelöst. Das bedeutet aber nicht, dass Inhalt und Stil im E-Mail-Verkehr vernachlässigt werden dürfen. Im Gegenteil. Sie erfordern mehr Aufmerksamkeit, da durch die schnelle Abwicklung leichter Missverständnisse und mögliche Fehlinterpretationen entstehen. Zudem werden E-Mails oft nur überflogen, sodass der Inhalt verständlich und dennoch höflich abgefasst werden muss. Zu Bedenken ist auch, dass die elektronische Nachricht teils ausgedruckt wird. Zum Beispiel, wenn darin enthaltene Konditionen und Ähnliches an Sitzungen mit anderen Geschäftsmitgliedern besprochen werden müssen. Auch die E-Mail-Korrespondenz hat einen direkten Einfluss auf das Image und braucht Stil in Tonalität und Rechtschreibung.

Da ist der gute, alte Brief etwas besser gestellt. Er wird, wenn fertig geschrieben, sorgfältig nochmals durchgelesen und je nach Wichtigkeit von einer zweiten Person geprüft. Kaum jemand versendet fehlerhafte Briefe, denn dies könnte das eigene Image und das der Unternehmung schädigen. Dieses Bewusstsein ist bei der elektronischen Korrespondenz leider in den Hintergrund gerückt. Die Nachrichten werden meist salopper formuliert und die Rechtschreibung wird dem Autokorrekturprogramm überlassen. Dieses kann jedoch nicht alle Fehler korrekt erkennen. Und da es schnell gehen muss, kommt es ab und zu auch vor, dass eine Nachricht gar unvollendet, mit Schreibfehlern und/oder ohne Grussformel beziehungsweise Signatur abgeschickt wird.

Gefahr lauert auch im elektronischen Adressbuch. Es kommt immer wieder vor, dass aus dem Adressbuch falsche Personen mit gleichen oder ähnlichen Namen einkopiert werden. Deshalb nebst Stil,

Rechtschreibung und Tonalität immer auch die Adressaten genau kontrollieren, um Peinlichkeiten zu vermeiden.

Bevor man eine E-Mail schreibt, sollte man sich bewusst fragen, welches Medium sich in der aktuellen Situation eignet. Aus Bequemlichkeit oder auch aus Unsicherheit wählen viele zu schnell die E-Mail als bevorzugte Variante. Diese Kommunikationsform ist ideal, wenn beispielsweise Dateien als Hintergrundinformation zu Vorgängen mitgeschickt, Vereinbarungen oder Termine festgehalten oder Informationen von Dritten inhaltlich korrekt weitergegeben werden müssen. Für persönliche Einladungen, für Glückwünsche oder Entschuldigungen ist eine Karte oder ein Brief nach wie vor stilvoller. Auch sollte man sich überlegen, ob sich gewisse Abklärungen nicht einfacher, besser und schneller telefonisch erledigen lassen.

Grundregeln bei E-Mails

Aussagekräftig, verständlich und schnell auf den Punkt gebracht: Diese Attribute gehören zur E-Mail-Korrespondenz. Deshalb ist es wichtig, sich kurz und klar auszudrücken, sodass der Empfänger genau weiss, worum es geht und welche oder ob Reaktionen erwartet werden. Das gilt auch für die Betreffzeile; je klarer, desto

hilfreicher für den Empfänger, der so auf Anhieb sieht, worum es geht.

Die E-Mail beginnt immer mit einer formellen Anrede. Analog zum Brief. Beispielsweise «Sehr geehrter Herr Bodmer», «Guten Tag» oder «Grüezi». Einfach nur «Hallo» ist unfreundlich und eine Anrede mit «Lieber Herr Meier» ist zu persönlich und wirkt privat. Beim Inhalt soll darauf geachtet werden, dass der Text in Absätze unterteilt wird. Er lässt sich besser lesen und das Auge kann sich an «Marken» festhalten. Das gilt vor allem dann, wenn Abgabetermine, Rückmeldungen, Vereinbarungen oder Aktionen erwartet werden. Zudem ist dies hilfreich für jene Geschäftspartner, die E-Mails via Smartphone empfangen.

Gross- und Kleinschreibung werden auch in der E-Mail-Korrespondenz beibehalten und eine fehlerfreie Rechtschreibung ist Pflicht. Bei umfangreicheren Informationen hängt man diese als Datei an oder verweist auf einen Web-Link. Den Abschluss bildet immer die Signatur inklusive Firmenname, Adresse, Telefon, E-Mail- und Web-Adresse. So weiss der Empfänger, wie man sonst noch erreichbar ist und er oder sie kann gegebenenfalls die Kontaktdaten direkt in sein Adressbuch kopieren. <<



Porträt



Monika Seeger

Beraterin, Coach

Monika Seeger ist dipl. Imageberaterin, Business Coach und Geschäftsführerin der Imagenow GmbH. Als Expertin für moderne Umgangsformen und Kommunikation berät und begleitet sie sowohl Unternehmen jeglicher Branchen als auch Einzelpersonen in Sachen Auftrittskompetenz, stilsicherem Auftreten und Imagepflege.



Kontakt

monika.seeger@imagenow.ch
www.imagenow.ch