

Leserinnen fragen – die Redaktion antwortet!



„Wie benutzt man das Ausrufezeichen heute richtig?“

Mir ist aufgefallen, dass eine neue Kollegin das Ausrufezeichen im internen und externen Schriftwechsel extrem oft verwendet. Dabei geht es meist um ganz banale Sätze, denen keinerlei Nachdruck verliehen werden muss. In meiner Ausbildung vor vielen Jahren habe ich jedoch gelernt, dass man dieses Satzzeichen nur ausnahmsweise nutzen sollte, und zwar dann, wenn man dem Inhalt Nachdruck verleihen möchte. In englischsprachiger Korrespondenz sollte es sogar ganz vermieden werden, denn ausländische Geschäftspartner könnten es als Affront empfinden. Vielleicht ist dieses Wissen aber auch nicht mehr aktuell, weshalb ich gern Ihre Einschätzung dazu hören würde.

Diana S., Halle



Meine Empfehlung: Verwenden Sie das Ausrufezeichen nur, wenn Sie dem Satz einen besonderen Nachdruck verleihen möchten

von Claudia Marbach

Ich verwende fast keine Ausrufezeichen in meinen E-Mails und Briefen. Ausnahme: Wenn ich Freude zum Ausdruck bringen möchte, beispielsweise bei einem „Herzlichen Glückwunsch!“, „Ich freue mich auf euch!“ oder „Vielen Dank für Ihre Hilfe!“ Sie haben also Recht, wenn Sie mit Ausrufezeichen lieber geizig sind, denn sonst nutzt sich ihre Wirkung ab. Außerdem bekommen Texte sonst schnell etwas „Schülerinnenhaftes“. Unterschiede in der deutschen und englischen Korrespondenz in Bezug auf das Ausrufezeichen sind mir nicht bekannt – Regeln dazu auch nicht.



„Was nenne ich in der Anschrift zuerst: Firma oder Ansprechperson?“

Nachdem sich über die Jahre hinweg in unserer Firma die verschiedensten Varianten für Anschriften eingebürgert haben, bin ich gebeten worden, für alle eine Vorlage mit den entsprechenden Feldern, Leerzeilen und so weiter zu entwerfen. Ich bin eine Verfechterin davon, erst die Person und dann die Firma zu nennen. Die meisten Kolleginnen und Kollegen nennen erst das Unternehmen und dann die Person. Gibt es dazu eine DIN oder eine Empfehlung von Ihnen?

Annika R. aus Bremerhaven



Meine Empfehlung: Nennen Sie die Firma zuerst

von Claudia Marbach

Der Grund, warum Sie die Firma zuerst nennen sollten, ist: In vielen Unternehmen geht man davon aus, dass wenn die Person zuerst genannt wird, der Brief persönlich ist. Folglich wird er nicht geöffnet, wenn die Adressatin oder der Adressat nicht da ist. Das ist oft nicht gewollt. Die DIN 5008 sagt dazu nichts.



„Was tun, wenn ein Anruf ungelegen kommt?“

Ich habe einen ziemlich unangenehmen Kunden, der am Telefon immer sehr aufgebracht ist. Außerdem dauern die Telefonate mit ihm in der Regel sehr lange. Was kann ich tun, wenn ich auf dem Display des Telefons sehe, dass er dran ist, ich aber gerade mit Kolleginnen und Kollegen etwas bespreche oder gleich zum Mittagessen verabredet bin? Einfach nicht drangehen? In solchen Momenten kommen seine Anrufe wirklich sehr ungelegen.

Marlies D., Hannover



Meine Empfehlung: Ignorieren ist keine Lösung

von Alexandra Sievers

Den Anruf einfach zu ignorieren, ist keine gute Lösung – es sei denn, Ihre Mailbox schaltet sich automatisch ein. Ansonsten wird der Kunde nur noch mehr verärgert sein, weil er erst in der Leitung hängt und dann auch noch feststellen muss, dass er während der Geschäftszeiten niemanden erreicht. Das wirft kein gutes Licht auf Sie und Ihre Firma.

Nutzen Sie besser diese Tipps:

Für Ruhe sorgen

Bitten Sie zunächst Ihre Kolleginnen und Kollegen um Ruhe, bevor Sie das Telefonat annehmen. Ein Anrufer, der im Hintergrund eine angeregte Unterhaltung hört, ahnt, dass er stört. Infolgedessen kann er schnell befürchten, dass sein Anliegen nicht ernst genommen wird, weil Ihnen im Moment etwas anderes wichtiger ist. Das ist für alle Anrufenden unangenehm – und wird einen Menschen, der ohnehin schon aufgebracht ist, nur noch mehr verärgern. Daher sollten Sie zunächst für Ruhe im Raum sorgen.

Tief durchatmen

Wenn ein Anruf in einem unpassenden Moment kommt und Sie ihn nur ungern annehmen, kann Ihre Gesprächspartnerin beziehungsweise Ihr Gesprächspartner das an Ihrer Stimme erkennen – umso mehr noch, wenn Sie, wie im beschriebenen Fall, ohnehin eine Aversion gegen den Anrufer haben. Wenn Sie misstrauisch ans Telefon gehen, geben Sie ihm nur noch mehr Zündstoff. Deshalb ist es wichtig, dass Sie sich erst mal selbst „neutralisieren“. Halten Sie dazu einen Moment inne, schließen Sie die Augen und atmen Sie tief durch. Vielleicht nehmen Sie auch einen Stift, als wollten Sie sich Notizen machen. Richten Sie Ihre ganze Konzentration auf das bevorstehende Telefonat und darauf, dass Sie dem Anrufer freundlich begegnen werden.

Das Gespräch vertagen

Wer zur Geschäftszeit in einem Unternehmen anruft, kann erwarten, dass sein Anruf angenommen wird – und sei es nur von der Mailbox, auf der eine Nachricht hinterlassen und um baldigen Rückruf gebeten werden kann. Anrufende können jedoch nicht erwarten, dass die gewünschte Ansprechperson sofort Zeit hat, um sich ausführlich mit ihren Anliegen zu befassen. Schließlich haben Sie auch noch andere Aufgaben. Es ist deshalb durchaus in Ordnung, wenn Sie das Gespräch nur annehmen, um einen günstigeren Gesprächstermin zu vereinbaren. Das wird einen ohnehin schon schlecht gelaunten Anrufer zwar nicht erfreuen, doch davon sollten Sie sich nicht abschrecken lassen.

Den Anrufer entscheiden lassen

Nehmen Sie das Telefonat also an und haken Sie ein, sobald Ihr Gesprächspartner Ihnen den Grund seines Anrufs genannt hat. Dazu können Sie zum Beispiel sagen: *„Herr Miesig, ich habe mir Ihr Anliegen notiert. Ich bin im Moment gerade in einer Besprechung (habe gleich einen Termin). In etwa einer Stunde bin ich wieder zurück und ganz für Sie da. Ist es Ihnen Recht, wenn ich Sie dann zurückrufe? Oder möchten Sie noch mal anrufen?“* Indem Sie den Anrufer zum Schluss vor die Wahl stellen, was ihm lieber ist, lenken Sie seine Konzentration darauf, eine Entscheidung zu treffen – und führen ihn gleichzeitig für einen Moment von seinem Anliegen weg. Das ist wichtig, denn solange er mit seinen Gedanken beim Grund seines Anrufs ist, wird er sich nicht „abspeisen“ lassen, sondern mit Ihnen diskutieren wollen und auf eine sofortige Klärung pochen. Sobald er seine Entscheidung getroffen hat, sagen Sie: *„Gut, dann machen wir es so. Bis später, Herr Miesig.“*

Dadurch, dass Sie dem Anrufer die Entscheidung überlassen, nehmen Sie ihn mit in die Verantwortung und geben ihm das Gefühl, dass er das Sagen hat. Das ist taktisch viel klüger, als wenn Sie ihn mit „Ich rufe Sie in einer Stunde zurück“ vor vollendete Tatsachen stellen würden. Das Gefühl, „abgewimmelt“ zu werden, würde seinen Missmut nur unnötig verstärken.



Profiwissen fürs Telefon

7-Punkte-Plan für verärgerte Kundschaft am Telefon

von Dunja Schenk

Wie gelingt es am besten, eine aufgeheizte Situation am Telefon wieder unter Kontrolle zu bringen und eine verärgerte Kundschaft friedlich zu stimmen?

Ganz einfach: Halten Sie sich an den folgenden 7-Punkte-Plan.

Bewegen Sie sich stets auf der sachlichen Ebene

Der wichtigste Tipp voraus, um den folgenden 7-Punkte-Plan erfolgreich umzusetzen: Bleiben Sie zu jeder Zeit des Gesprächs sachlich. Auch wenn die Person am anderen Ende der Leitung keine guten Umgangsformen kennt und ihrem Ärger freien Lauf lässt, machen Sie es ihr nicht nach. Das führt zu keinem erfolgreichen Telefonat, sondern kann schnell in einem Streitgespräch enden.

Natürlich ist der Umgang mit aggressiven Anrufern eine schwierige und unangenehme Situation für Sie, keine Frage. Bleiben Sie als professionelle Assistentin dennoch stets sachlich und freundlich, aber bestimmt. Auf diese Weise wird es Ihnen am Ende deutlich leichter fallen, zum Beispiel einem verärgerten Kunden den Wind aus den Segeln zu nehmen.

Halten Sie sich dabei an diese Punkte:

1. Punkt: Geben Sie dem Kunden die Möglichkeit, seinem Frust freien Lauf zu lassen

Wenn Sie den Telefonhörer abheben und einen brüllenden Kunden an der Strippe haben, geben Sie ihm zunächst die Möglichkeit, Dampf abzulassen.

2. Punkt: Schenken Sie dem Kunden Ihre volle Aufmerksamkeit

Blenden Sie alles andere aus, wenn Sie mit einem verärgerten Kunden sprechen. Konzentrieren Sie sich voll und ganz auf Ihr Gegenüber und das Gesagte. Tippen Sie nicht noch schnell die E-Mail fertig oder drehen Sie sich nicht zum Kopierer um, wenn das im Rahmen des Gesprächs nicht nötig ist. Sie verpassen sonst möglicherweise wichtige Argumente.

Außerdem fühlt sich der Kunde von Ihnen weniger ernst genommen, was für den Gesprächsverlauf kontraproduktiv ist.

Tipp: Denken Sie nicht, der Anrufer merke das am Telefon nicht, er könne Sie ja nicht sehen. Seien Sie sich der Tatsache gewiss, dass er sehr genau merkt, ob Sie bei dem Gespräch mit ihm voll auf ihn konzentriert sind!

3. Punkt: Geben Sie eine Rückmeldung

Am Telefon kann ein einfaches „Ja“ oder „Verstehe“ zwischendurch sehr wirkungsvoll sein. Solche kleinen verbalen Signale zeigen dem Kunden, dass Sie auch in einer längeren Unterhaltung noch konzentriert zuhören. Auch ein paar Notizen über das Gesagte signalisieren, dass Sie aufmerksam zuhören und die Beschwerde ernst nehmen.

Damit Ihr Kunde das am Telefon mitbekommt, sagen Sie einfach: *„Ich schreibe gerade die Eckpunkte einmal mit, damit ich das Problem gleich detailliert weitergeben kann.“* So fühlt sich der Kunde wahrgenommen und verstanden und ist dann eher bereit, lösungsorientiert mit Ihnen zu sprechen, anstatt nur seine Beschwerde bei Ihnen abzuladen.

4. Punkt: Zeigen Sie Verständnis und vermeiden Sie Reizwörter

Versetzen Sie sich in die Lage Ihres Kunden. Der Anrufer ist verärgert. Versuchen Sie, die Gefühle widerzuspiegeln. Zeigen Sie Verständnis,

indem Sie den Ärger verbalisieren. Sagen Sie zum Beispiel: *„Sie sind verärgert. Das kann ich gut verstehen.“*

Tip: Vermeiden Sie Reizwörter wie Ärger, Kosten, Problem, nein, schwierig, teuer oder lange. Diese negativen Wörter verstärken die negative Stimmung nur noch.

5. Punkt: Entschuldigen Sie sich

Ein einfacher, aber sehr wichtiger Schritt, um die Beziehung zum Kunden wieder zu kitten, ist eine Entschuldigung. Die sollten Sie unabhängig davon aussprechen, ob Sie persönlich das Problem des Anrufers verursacht haben oder nicht.

Ihre Rolle ist in diesem Moment, Ihr Unternehmen zu vertreten – auch wenn Sie – weil es wirkungsvoller ist – von „ich“ sprechen.

Bedauern Sie, was passiert ist. Sagen Sie: *„Es tut mir leid, dass der Auftrag nicht fristgerecht weitergegeben wurde und Sie nun Unannehmlichkeiten haben.“*

Versprechen Sie dem Kunden, ihm zu helfen und dafür zu sorgen, dass die Sache wieder in Ordnung kommt.

6. Punkt: Stellen Sie Fragen

Gezielte Fragen können Ihnen helfen, die Situation besser zu erfassen, und der Gesprächspartner bekommt noch einmal Gelegenheit, die Details auszuführen. In chaotischen Unterhaltungen hilft auch oft eine konkrete Frage, wie zum Beispiel: *„Wie genau kann ich Ihnen nun helfen, Herr Friedrich?“*

Die Antwort des Kunden wird Ihnen das Problem nochmal verdeutlichen und zeigt gleichzeitig auch schon Lösungswege auf, mit denen er selbst einverstanden sein kann.

7. Punkt: Wiederholen Sie das Gesagte kurz und machen Sie keine vorschnellen Versprechungen

Geben Sie in wenigen Sätzen wieder, was gerade gesagt worden ist, sowohl vom Kunden als auch von Ihnen. So geben Sie dem Kunden zum einen zu verstehen, dass Sie aufmerksam zugehört haben, zum anderen vermeiden Sie weitere Missverständnisse.

Sagen Sie beispielsweise: *„Wenn ich Sie richtig verstanden habe, Herr Friedrich, dann möchten Sie, dass wir den Auftrag bis Ende der Woche ausführen. Herr Wagner wird Sie dazu heute nochmal um 15 Uhr anrufen, um die Details zu klären.“*

Sagen Sie dem Anrufer, dass Sie sein Anliegen prüfen und sich dann schnellstmöglich bei ihm melden werden.

Geben Sie dem Kunden ein konkretes Zeitfenster an, bis wann Sie ihm eine Rückmeldung oder einen Zwischenbescheid geben möchten, und halten Sie sich daran. Etwa so: *„Herr Friedrich, wir kümmern uns umgehend um Ihr Anliegen. Sie erhalten im Laufe der kommenden Woche dazu ein Feedback.“*

Fazit:

- Wenn der Kunde sich verstanden fühlt, schwindet sein Ärger schnell.
- Hören Sie Ihrem Kunden aktiv zu und gehen Sie bestmöglich auf sein Problem ein.
- Zeigen Sie Verständnis für seine Gefühle.
- Wenn der Kunde sich in einer aufgebrachtten Stimmung gehört und verstanden fühlt, können Sie das Gespräch zielorientiert fortführen und das Problem konstruktiv lösen.



Zeitgemäße Umgangsformen

Schnell-Check: „Buffet“ – die 5 wichtigsten Regeln

von Alexandra Sievers

Beim Sommerfest Ihres Unternehmens gibt es ein Buffet? Bei einem üppigen Buffet reiht sich eine Versuchung an die nächste. Die Qual der Wahl ist groß – und das Risiko, einen Benimm-Fauxpas zu begehen, auch.

Doch wenn Sie diese Regeln beachten, können Sie das Speisenangebot nach Herzenslust genießen und dabei alles richtig machen.

1. Kleine Portionen

Es macht keinen guten Eindruck, wenn jemand (womöglich aus Angst, zu kurz zu kommen?) den Teller randvoll füllt. Nehmen Sie nur kleine Portionen von Speisen, die geschmacklich zueinander passen, auf Ihren Teller. Der Vorteil eines Buffets ist, dass Sie sich jederzeit noch mal bedienen können.

2. Bei jedem Gang ein neuer Teller

Aus hygienischen Gründen gilt: Nehmen Sie Ihren schmutzigen Teller nicht mit ans Buffet, sondern holen Sie sich bei jedem Gang einen neuen. Das gilt auch für das Besteck. Aufmerksame Servicekräfte werden sowohl Ihren benutzten Teller als auch das Besteck zwischenzeitlich abräumen.

3. Keine Alleingänge

Da nicht am Tisch bedient wird, müssen Sie sich zwischen den Gängen von der Tafel erheben und Ihre Tischgesellschaft dadurch zwangsläufig stören. Passen Sie Ihren Gang zum Buffet deshalb nach Möglichkeit so ab, dass Sie gemeinsam mit jemand anderem aufstehen. So bleibt die Atmosphäre während des Essens kommunikativ und ohne Hektik.

4. Die Serviette richtig platzieren

Die Serviette gehört auf den Schoß, sobald Sie mit dem Essen beginnen. Wenn Sie sich vom Tisch erheben, wird Sie links neben Ihrem Teller „geparkt“. Das hat zwei Vorteile: Wenn Sie vom Buffet zurück an den Tisch kommen, ist sofort klar, wem welche Serviette gehört. Die linke Seite ist zudem sicherer: Da rechts die Gläser stehen, könnte sie dort ein Malheur verursachen.

5. Möglichst keine Essensreste

Berge von Speiseresten sind weder für Ihre Tischgesellschaft noch für den Service ein appetitlicher Anblick. Zudem lassen nicht leer gegessene Teller Verschwendung und Gier vermuten. Wenn Ihnen etwas überhaupt nicht schmeckt, können Sie es natürlich auf dem Teller liegen lassen.



Selbstmanagement

Wie Sie mit „Achtsamkeit“ ein effektives Gegengewicht zu einem beschleunigten Arbeitsalltag bekommen

von Susanne Roth

Zu den positiven Wirkungen von Achtsamkeit gehören Stressresistenz, erhöhte Konzentration, Klarheit und Steuerung von Emotionen. Sie werden gelassener, konzentrierter und klarer.

Wer mit Achtsamkeit im Arbeitsalltag agiert, beugt einem Burnout vor, kommuniziert konstruktiver, hat einen besseren Draht zu seinen Kolleginnen und Kollegen und trifft in Ruhe richtige Entscheidungen, bestätigt Angelika von der Assen, Trainerin für ein Google-internes Achtsamkeitsprogramm in der Schweiz. Firmen wie Apple, McKinsey, Ford sowie Procter & Gamble bieten ihren Führungskräften seit Jahren Achtsamkeitstrainings an – mit großem Erfolg.

Wann sind Sie „achtsam“?

Achtsamkeit ist eine innere Haltung, in der Sie bewusst das Hier und Jetzt wahrnehmen, und zwar,

1. **ohne zu werten** – also ohne das Wahrgenommene (Gedanken, Ärger, Nervosität, Verspannung) mit einem Label wie „positiv/negativ“ oder „gut/schlecht“ zu versehen, sondern es so, wie es ist, zu akzeptieren,
2. **ohne es zu hinterfragen** („Warum fühle ich das jetzt, warum tauchen diese Gedanken genau jetzt auf?“), sondern es so, wie es ist, zu akzeptieren,
3. **ohne es ändern zu wollen**, sondern es so, wie es ist, zu akzeptieren.

Die Gefahr: Wir übersehen mit offenen Augen das Wesentliche

Aufmerksam wahrzunehmen, was jetzt gerade ist, ohne es zu beurteilen: Das klingt erst mal nach wenig, ist aber das Gegenteil von unserem Arbeitsalltag, so Angelika von der Assen: *„Wir springen von einem Thema zum anderen und praktizieren Multitasking. Ständig führen wir Selbstgespräche, haben dieses Affen-Geplapper im Kopf. Und meistens geht es hierbei darum, dass Sie sich Gedanken über die Vergangenheit und Sorgen um die Zukunft machen – statt jetzt voll konzentriert zu sein. Dazu kommen Hetze und Termindruck. So kann man mit offenen Augen das Wesentliche übersehen.“*

Die Schneekugel-Metapher: Den Schnee sich setzen lassen

Ein sehr treffendes Bild dafür liefern Schneekugeln. Wenn Sie eine Schneekugel schütteln, können Sie das Objekt, das sich darin befindet, nicht sehen. Wenn Sie die Schneekugel jedoch ruhen lassen, fällt der Schnee nach unten, und Sie erkennen den Inhalt der Kugel. Das passt zum Arbeitsalltag vieler Assistentinnen: Sie sind mit ihrer Aufmerksamkeit gleichzeitig bei unzähligen Aktivitäten, vergangenen und anstehenden, sie produzieren also eine Menge Schneeflocken. Und weil sie nicht zur Ruhe kommen, sehen sie nicht klar, worum es eigentlich geht. Und genau das können Sie durch die Achtsamkeitsverfahren ändern. Sie fokussieren Ihren Blick und sehen wieder ganz klar, was ist: Sie sind in der Lage, Ihren Blick auf die eigentlichen – langfristigen – Ziele zu richten.

3 einfache Übungen: So holen Sie mehr Achtsamkeit in Ihren Alltag

1. **Sich ganz auf das Gegenüber konzentrieren:** Stellen Sie sich vor, dass eine Kollegin eine für sie herausfordernde Situation mit Ihnen besprechen möchte. Achtsamkeit praktizieren heißt hier ganz einfach: Sie nehmen sich Zeit, um präsent und aufmerksam zuzuhören – ohne an etwas anderes zu denken. Sie realisieren, was das, was Sie hören, bei Ihnen auslöst und wie es der Kollegin damit geht. Diese intensive Wahrnehmung macht ganz andere Lösungen möglich.
2. **Den Kopf frei machen für neue Aufgaben:** Oder stellen Sie sich vor, wie Sie zu einem Meeting gehen. Alle Teilnehmenden kommen aus einem anderen Kontext, haben den Kopf noch voll und sind in Gedanken vielleicht auch schon beim nächsten Termin. Nehmen Sie sich ein paar schweigende Achtsamkeitssekunden, um konzentriert in dieses Meeting zu gehen. Das klingt nicht spektakulär, macht jedoch einen großen Unterschied.
3. **Die Moment-Aufnahme:** Wie geht es Ihnen? Der „Bodyscan“ ist eine Achtsamkeitsübung, die Sie mal eben zwischendurch im Alltag praktizieren können.

So funktioniert das:

- Legen oder setzen Sie sich bequem hin, und genießen Sie einige tiefe Atemzüge.
- Wandern Sie nun mit Ihrer Aufmerksamkeit einmal von den Füßen bis zum Scheitel durch Ihren Körper, um festzustellen, wie es Ihnen geht. Wie fühlen sich Ihre Füße an? Wie Ihre Unterschenkel und Knie? Wie die Oberschenkel? Das Becken, der Po? Magen und Bauch? Ihr Kreuz? Brust und Schultern? Arme und Hände? Ihr Hals? Ihr Gesicht? Ihr Kopf? Vielleicht registrieren Sie als Antwort auf diese Fragen eine riesige Müdigkeit, die Sie sonst gar nicht wahrgenommen hätten. Dann sagen Sie sich: „Ich merke, dass ich

verspannt und unkonzentriert bin: Ich brauche eine Pause, ein Glas Wasser – und kurz mal frische Luft!“ Mithilfe des Bodyscans bekommen Sie viel schneller mit, wie es Ihnen geht und was Ihnen hilft, um wieder voll einsatzbereit zu sein.

Auf Distanz zusammenwachsen

von Dunja Schenk und Annette Rompel

Noch vor wenigen Jahren lag es für viele Menschen außerhalb der eigenen Vorstellung, mit einem Team zusammenzuarbeiten, das man noch nie persönlich getroffen hat. Während der Pandemie waren solche Erfahrungen fast an der Tagesordnung: Menschen führten Vorstellungsgespräche digital, sie unterschrieben Arbeitsverträge, ohne die Konzernzentrale jemals betreten zu haben und Teams setzten sich zusammen, ohne sich jemals physisch getroffen zu haben.

Ein hoher Anteil an digitaler Kommunikation und wenig persönlicher Austausch machen insbesondere die Einarbeitung neuer Kolleginnen und Kollegen mitunter schwierig. Mit diesen Tipps gelingt das Onboarding dennoch.

Onboarding mit hohem Homeoffice-Anteil

Auch heute bleibt in vielen Teams und Organisationsteilen der Homeoffice-Anteil weiterhin hoch. Und teilweise wird erst nach und nach spürbar, dass das Onboarding neuer Kolleginnen und Kollegen nicht so gut gelingt, wie man es aus den Jahren vor der Pandemie gewohnt war: Prozesse sind noch nicht eingespielt, man kennt sich noch nicht so gut und weiß möglicherweise auch Reaktionen der jüngsten Teammitglieder noch nicht so gut zu deuten, wie die der langjährigen Mitarbeitenden.

Im schlimmsten Fall baut sich auf beiden Seiten ein Gefühl auf, dass der beziehungsweise die Neue irgendwie nicht ins Team zu passen scheint.

Zurück auf Anfang

In solchen Situationen hilft es manchmal, alles stehen zu lassen und noch einmal ganz von vorne anzufangen. Egal, ob die Führungskraft die Aufgaben im Team nicht optimal verteilt hat oder man neue Kolleginnen oder Kollegen aus Zeitmangel ins kalte Wasser geworfen hat: Sprechen Sie die Problematik an und schlagen Sie vor, noch einmal mit einer anderen Struktur an die Aufgabe heranzugehen. Das kann konkret bedeuten, dass Sie die Aufgaben im Team anders verteilen und manches sogar wiederholen, am Ende aber schneller ein gutes Ergebnis erzielen.

Vertrauen aufbauen mit Mentoring

Um das Onboarding und die Interaktion so positiv wie möglich zu gestalten, sollten neue Teammitglieder möglichst häufig die Möglichkeit haben, sich auszutauschen und Fragen zu stellen – und auch selbst zu erzählen, wie es ihnen geht.

Wenn Ihre Führungskraft oder auch Sie nicht die Zeit dazu finden, selbst regelmäßig nach dem neuen Teammitglied zu schauen, sollte diese wichtige Aufgabe einer anderen Person zugewiesen werden.

Ein guter Weg, Nähe aufzubauen, ist Mentoring: Das neue Teammitglied sucht sich dabei eine Mentorin oder einen Mentor aus dem Team aus, die oder der ihm in allen Fragen als Vertrauensperson zur Seite steht.

Sie selbst übernehmen das Mentoring? Das muss nicht immer heißen, dass Sie auch fachlich aushelfen und tatsächlich beim Abarbeiten der Aufgaben mitwirken. Wenn nicht Sie selbst direkt helfen können, weil Sie die Antwort nicht kennen, reicht es vielleicht, den Kontakt zu einem anderen Teammitglied herzustellen.

Kleine Rituale in den Alltag einbauen

Starterfragen in digitalen Meetings können zusätzlich dabei helfen, Nähe zu allen Teammitgliedern aufzubauen. Beantworten Sie zu Beginn Ihrer

digitalen Teamrunden beispielsweise folgende Fragen, die darauf abzielen, Stimmungen zu äußern oder die anderen Personen abseits der Arbeit etwas besser kennenzulernen:

- Wenn du heute ein Emoji wärst, welches würdest du wählen und warum?
- Wofür könntest du einen Orden bekommen?
- Menschen, die dich gut kennen, mögen an dir vermutlich ...?
- Welches Obst magst du besonders gern und warum?
- Welches Buch liest du aktuell?

Analoge Teamevents und Teammeetings: durch nichts zu ersetzen

Es ist vorteilhaft, wenn Teammitglieder die Möglichkeit haben, sich in regelmäßigen Abständen physisch zu treffen. Regen Sie beispielsweise eine gemeinsame Mittagspause einmal pro Woche, pro Monat oder pro Quartal an – je nachdem, welcher Abstand für Ihr Team passend ist.

Oder schlagen Sie Teambuilding-Maßnahmen wie gemeinsames Kochen, Wandern, Ausflüge oder Escape Games vor. Das stärkt den Zusammenhalt und fördert Nähe.



Zeitgemäße Korrespondenz

So stellen Sie neue Kolleginnen und Kollegen vor

von Claudia Marbach

„Huch, wer war das denn? Die habe ich ja noch nie gesehen.“ Schon wieder ein neues Gesicht auf dem Flur oder ein neuer Name im E-Mail-Verteiler. Eine Besucherin? Nein, es ist eine neue Kollegin. Leider wurde versäumt, sie den Kolleginnen und Kollegen anzukündigen und vorzustellen. Das sollte nicht passieren.

Informieren Sie per E-Mail, Aushang und im Intranet

Wenn Sie in einem Fünf-Personen-Büro arbeiten, macht man sich persönlich miteinander bekannt. Sobald aber Mitarbeitende auf mehreren Etagen, in Großraumbüros oder im Homeoffice verteilt sind, ist die Information im Intranet der effektivste Weg, über die neue Kollegin oder den neuen Kollegen zu informieren. Zusätzlich können Sie Info-Aushänge an zentralen Stellen machen. Denn die Poststelle, der Empfang/Werkschutz oder die Produktion hat nicht immer Zugriff auf das Intranet.

Direkt betroffene Mitarbeitende – zum Beispiel die Kolleginnen und Kollegen im Bereich oder in der Abteilung – sollten Sie zusätzlich mit Vorlauf per E-Mail informieren.

Guter Zeitpunkt: Eine Woche vor Start

Kündigen Sie die neue Kollegin oder den neuen Kollegen etwa eine Woche vor Arbeitsbeginn an. Dann können Sie davon ausgehen, dass sich noch alle an die Ankündigung erinnern, wenn das „neue Gesicht“ auf dem Flur auftaucht.

Das gehört in Ihre Ankündigung:

- Vor- und Zuname
- Abteilung/Bereich
- Position
- kurze Darstellung der Aufgaben, falls nicht klar
- Foto

Ein paar Angaben mehr erleichtern allen das Kennenlernen

Zum Beispiel: Geburtsdatum und -ort, Werdegang (grob) oder zumindest vorheriger Arbeitgeber, Nachfolger von ..., Expertin für ..., Hobbys.

Wichtig: Klären Sie vorher unbedingt mit der neuen Kollegin oder dem neuen Kollegen, ob sie oder er mit der Weitergabe dieser Informationen einverstanden ist.

Information über neue Kollegin per E-Mail Assistentin → alle im Bereich

An...	bereich@schubertgmbh.de
Cc...	
Betreff:	Neue Kollegin ab 17. Juli 2023

Guten Morgen, zusammen,

am 17. Juli bekommen wir eine neue Kollegin. Corinna Hartmann wird in der Abteilung von Dietmar Schäfer als Sachbearbeiterin anfangen. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit wird die Auftragsabwicklung mit unseren Kunden in der Region Nord sein. Sie unterstützt damit Beate Horstmann.

Corinna ist Bielefelderin, 34 Jahre alt, hat zuvor viele Jahre bei Dr. Oetker gearbeitet und spricht sehr gut Englisch. Mehr über eure neue Kollegin findet ihr bestimmt selbst heraus.

Damit ihr „die Neue“ sofort erkennt, schicke ich euch ein Foto mit.

Mit besten Grüßen

Schubert GmbH

i. A. Barbara Hausmann
Assistentin von Bernd Schnigge

Schubert GmbH
Horst-Waldkötter-Straße 12
12677 Berlin
Telefon: 030 947825573
E-Mail: info@schubertgmbh.de
Internet: www.schubertgmbh.de

! Plus notwendige Angaben für Geschäftsbriefe und E-Mails !

klassisch
& gut



Diesen Mustertext können
Sie direkt herunterladen unter:
www.workingoffice.de/assistentinnen-handbuch

Information im Intranet über neuen Abteilungsleiter Geschäftsführer → alle Mitarbeitenden

Ad...	mitarbeitende@gerd-beimer.de
Cc...	
Betreff:	Neuer Abteilungsleiter Personal

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

ich stelle Ihnen heute den neuen Leiter unserer Personalabteilung vor. Er heißt Jens Rademacher und startet am 1. August. Er bringt mehrere Jahre Erfahrung im Personalwesen eines großen Unternehmens mit.

Wir Geschäftsführer haben mit ihm abgesprochen, dass wir die Schulung unserer Mitarbeitenden zu einem Schwerpunkt seiner Tätigkeit machen werden.

Wir werden ihn dabei und bei allen anderen Plänen unterstützen.

Mit besten Grüßen

Reiner Schwabe
Geschäftsführer

Gerd Beimer GmbH
Am Markt 65
59335 Dortmund
Tel.: 0231 9937-6, Fax: 0231 9937-63
E-Mail: info@gerd-beimer.de
www.gerd-beimer.de

! Plus vollständige Angaben für Geschäftsbriefe und E-Mails !

klassisch
& gut



**Diesen Mustertext können
Sie direkt herunterladen unter:
www.workingoffice.de/assistentinnen-handbuch**



Digitaler Tipp

Setzen Sie Bilder kreativ ein

von Claudia von Wilmsdorff und Daniela Schmidt

Komplizierte Inhalte und wichtige Botschaften können Bilder oft direkter vermitteln als viele Worte. Microsoft Office hält dafür viele Funktionen bereit, auch Windows selbst kann Ihnen dabei helfen. In Word und Excel können Sie oft auf Archivbilder, Diagramme oder Symbole zurückgreifen, PowerPoint enthält Vorlagen für Organigramme und andere Schaubilder, so können Sie auch selbst schnell Grafiken erstellen. Diese Möglichkeiten sind Ihnen wahrscheinlich bekannt. Sie brauchen stattdessen die Darstellung eines Arbeitsablaufs? Sie können dafür einen Screenshot von ihrem Monitor oder nur einzelnen geöffneten Programmen machen, oder sogar eine Schritt-für-Schritt-Aufzeichnung erstellen, um etwa einen Vorgang zu erläutern oder ein technisches Problem aufzuzeigen.

Einen Screenshot erstellen

Am einfachsten erstellen Sie einen Screenshot vom ganzen Monitor, indem Sie gleichzeitig auf die STRG- und DRUCK-Taste drücken. STRG + V fügt den Screenshot ein. Ein Rechts-Klick auf das Bild lässt ein Menü erscheinen, in dem auch ein Zuschneide-Werkzeug ist.

Beachten Sie: das ursprüngliche Bild bleibt erhalten.

In Word können Sie über EINFÜGEN, GRUPPE ILLUSTRATIONEN und dann SCREENSHOT ein einzelnes Programmfenster auswählen, über BILDSCHIRMAUSSCHNITT einen beliebigen Ausschnitt auswählen, der unter Ihrer Office-Anwendung liegt.

Eine weitere Möglichkeit ist das Ausschnitt-Werkzeug von Windows, das Sie mit WIN + UMSCHALT + S aufrufen.

Eine Schritt-für-Schritt-Aufzeichnung erstellen

Um einen einfachen Ablauf festzuhalten, können Sie die Windows-Schrittaufzeichnung einsetzen. Das Werkzeug erstellt kein Video, sondern dokumentiert die Benutzeraktionen als Bild und erläuternden Text. Die Datei kann gespeichert und weitergegeben werden:

- Drücken Sie die **WIN + R**.
- Im folgenden Fenster geben Sie **PSR** ein und drücken **OK**.
- Die Schrittaufzeichnung öffnet sich. Die Aufzeichnung startet, nachdem Sie den **START**-Button gedrückt haben. Ab jetzt wird dokumentiert.
- Zum Beenden klicken Sie auf **SCHRITTAUFZEICHNUNG STOPPEN**.
- Abschließend speichern Sie Ihre Aufzeichnung und teilen sie.

Ein Video erstellen

Komplexere Abläufe können Sie als Video festhalten, beispielsweise als Einführung in ein Programm oder als Erklärung eines Prozesses. Dafür können Sie beispielsweise mehrere Screenshots über den Video-Editor der Windows-Foto-App aneinanderreihen und mit Untertiteln versehen, oder Sie verwenden unter Windows 10 die Tastenkombination **WIN + ALT + R** und nehmen damit Ihren Monitor auf, mit allen Cursorbewegungen und mit Ton, wenn Sie Ihr Mikrofon eingeschaltet haben. Auch das lässt sich dann bearbeiten und teilen.

Tipp: Wenn es zu einem Ablauf öfter Fragen gibt, können Sie sich mit einer einfachen, bebilderten Dokumentation oder einem kurzen Video viel Zeit sparen, da man dies immer wieder ansehen kann, ohne dass Sie es erneut erklären müssen.

Sie haben eine Frage oder brauchen dringend guten Rat?

Schreiben Sie an

redaktion@assistentinnen-handbuch.de.