

working@office

MAGAZIN FÜR PROFESSIONELLES
BÜROMANAGEMENT

KONFLIKTMANAGEMENT → 7 Tipps für schwierige Gespräche

HYBRIDE EVENTS → Das müssen Sie bei der Organisation beachten

GESUNDE ERNÄHRUNG → Das steckt hinter dem VegPrep-Prinzip

STELLENPROFIL

Diese Punkte machen eine
gute Job-Description aus

**+
GROSSES INTERVIEW**
mit TV-Moderatorin
Katja Burkard
über gesunde
Ernährung

OFFICE-STAR: Eine datengetriebene Zukunft
lebenswert mitgestalten, das ist die Aufgabe
von Office-Managerin Heike Horch. Ihr spannender
Alltag bei einem Münchner Jungunternehmen.





DIGITAL WISSEN



DER NEUE Video-Wissensdienst für Bürofachkräfte,

die bei der Digitalisierung auf dem
aktuellsten Stand sein wollen!

Die ideale
Ergänzung zu
working@office



Werden Sie zur Vorreiterin bzw. zum Vorreiter ...

- ... wenn es um den effizienten Einsatz von Tools und Anwendungen wie OneNote, Teams und Slack geht.
- ... indem Sie mit Effizienz-Kniffen auch langwierige Aufgaben schnell erledigen.
- ... und geben Sie Ihr Know-how an Kolleginnen und Kollegen weiter.

Testen Sie DIGITALwissen jetzt kostenlos:
lp.workingoffice.de/angebot-digitalwissen/





© Nicole Wahl

„Das gesamte Team arbeitete in den letzten Wochen und Monaten fieberhaft auf diesen einen Tag hin ...“

Das Beste aus beiden Welten

⇒ Dass der ein oder andere Schreibtisch in unseren Büros gerade verwaist ist, liegt nicht nur an unserem gelebten Remote-Modell, sondern auch daran, dass ein paar Kolleginnen nach unserem großen Event Assistants' World am 6. September 2022 in Frankfurt gerade noch im wohlverdienten Urlaub weilen. Das gesamte Team arbeitete in den letzten Wochen und Monaten fieberhaft auf Deutschlands größten Business-Event für Office-Professionals hin – und es hat sich gelohnt! Wir haben unglaubliches Feedback von Ihnen bekommen und ich freue mich riesig, dass unser Plan, eine hybride Veranstaltung nur für Assistenzkräfte aufzusetzen, so gut funktioniert hat. Denn in diesem Jahr konnten Teilnehmende selbst entscheiden, ob sie vor Ort in Frankfurt dabei sein wollten, oder digital von zu Hause oder dem Homeoffice. Und als Veranstaltungsteam konnten wir

wertvolle Erfahrungen im Bereich hybride Events sammeln, um diese in unsere künftigen Kongresse und Weiterbildungsangebote einfließen zu lassen. Apropos künftig: Eine alte Veranstalterweisheit sagt: „Nach dem Event ist vor dem Event“ und so befinden wir uns schon wieder mitten in der Vorbereitung für unsere großen Kongresse im nächsten Jahr: Wir hoffen, dass wir Sie bei unserem Digitalkongress *Hello New Work (23. März 2023)* und/oder an der *Assistants' World (19. September 2023)* in Frankfurt wiedersehen – ganz egal, ob live oder am Bildschirm.

Herzliche Grüße
Annette Rempel

✉ annette@workingoffice.de

fb <https://www.facebook.com/annette-rompel-von-workingoffice>

In 17 außergewöhnlichen Sorten.
Als repräsentatives Geschenk für
Mitarbeiter und Kunden – oder als
kleiner Genussmoment für die
Teeküche im Büro.



**Schmidt schreibt
man mit TEE.**

Vertrauen Sie uns Ihre Weihnachts-
aktion an – wir freuen uns auf Ihre
Kontaktaufnahme.



SERVICE-TELEFON:
0911 / 89 66 430



PER FAX:
0911 / 89 20 844



PER INTERNET:
www.lebkuchen-schmidt.com
info@lebkuchen-schmidt.com

ERFOLG

06 MAGAZIN

08 OFFICE STAR

Bei einem Münchener Data-Science-Unternehmen arbeitet Office-Managerin Heike Horch am Alltag von morgen mit – und steht dennoch mit beiden Beinen fest im Heute.

12 SELBSTSTÄNDIGKEIT

Drei Assistentinnen erzählen, wie ihr Berufsalltag als externe Assistenz aussieht.

16 RECRUITING

Was eine gute Job-Description inhaltlich und formal ausmacht.

19 KOLUMNE

Mein post-pandemischer Kleiderschrank
von Katharina Münk

20 RÜCKBLICK

Die Assistants' World feierte am 6. September Jubiläum.

22 ARBEITSKLIMA

Oft sind es Assistenzen, die bei Konflikten unterstützen können.

SMART OFFICE

24 DATENSICHERHEIT

Die Umsetzung der gesetzlichen Vorschriften ist nicht immer einfach. Wie die Sensibilität für den Schutz der Daten geschärft werden kann ...

WORKING SPACE

27 KOMMUNIKATION

Wie erfolgreiches Netzwerken geht.

28 WERBEMITTEL

Wer denkt jetzt schon an Weihnachtsgeschenke? Wir haben Ideen für Sie, die sich auch kurzfristig umsetzen lassen.

30 CLEVER EINKAUFEN

Das Bestellen von Büromaterial ist zeit- und energieaufwändig. Doch es gibt Lösungen, die die Prozesse automatisieren.

32 PREISGESTALTUNG

Bei der Überlegung, was ein Produkt oder eine Dienstleistung kosten soll, spielen viele Kriterien eine Rolle.

34 FREMDSPRACHEN

Pause machen in Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch.



IN DER HEFTMITTE:

16 SEITEN SPECIAL RUND
UM IHRE EVENT-PLANUNG

© Simone Naumann



Seite 08: Office-Star ist
Heike Horch.

„Eine meiner Kernkompetenzen ist, dass ich nicht so schnell aus der Ruhe zu bringen bin.“

Mit dieser Fähigkeit gelingt es Heike Horch, im stressigen Büroalltag nicht die innere Balance zu verlieren.



EVENT-MANAGEMENT

36 VERANSTALTUNGSPLANUNG

Hybride Events entwickeln sich zum Motor im Veranstaltungsbereich. Um ein Präsenz-Event mit virtueller Zuschaltung zu kombinieren, braucht es eine gute Planung.

39 EVENT-MANAGEMENT NEWS

UNTERWEGS

40 NEW MOBILITY

Immer mehr Firmen finanzieren ihren Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten für beruflich motivierte Strecken. Das kommt gut an und erhöht die Chance auf mehr Nachhaltigkeit.

42 UNTERWEGS NEWS

WOHLFÜHLEN

44 SELBSTFÜRSORGE

Sich um sich selbst zu kümmern wird immer wichtiger. Unterschiedliche Ansätze können dabei helfen, Achtsamkeit und gesunden Widerstand in den Alltag zu integrieren.

47 INTERVIEW

Anna Lena Stegemann und Marie-Sophie Jesko haben gemeinsam mit Katja Burkard das VegPrepPrinzip entwickelt.

Seite 12: Ein selbstständiges Business aufbauen.



© Mary Long/AdobeStock

Seite 44: Einfach mal die innere Stimme besänftigen.



© BillionPhotos.com/AdobeStock

© moodboard/AdobeStock



Seite 22: Konfliktgespräche richtig führen.

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 11 Seminare
- 50 Vorschau/Impressum

WORKINGOFFICE.DE



Folgen Sie uns auch auf Facebook (facebook.com/workingoffice), XING (<https://bit.ly/3t2pqiH>) oder LinkedIn. Dort berichten wir von Spannendem und Aktuellem, eben allem was wichtig ist in Ihrem Arbeitsalltag.



© malp/AdobeStock

GESCHÄFTSREISEBRANCHE

Positionspapier zur Nachhaltigkeit

Jedes Jahr sind Millionen von Europäern geschäftlich unterwegs, die Geschäftsreisebranche erhält Tausende von Arbeitsplätzen in ganz Europa. Die Branche ist überzeugt, dass sie ihren CO₂-Fußabdruck im Einklang mit dem European Green Deal reduzieren muss.

BT4Europe, das europäische Netzwerk der Geschäftsreiseverbände, hat ein Positionspapier zur Nachhaltigkeit im Geschäftsreiseverkehr veröffentlicht. Kernpunkte sind:

- Der CO₂-Fußabdruck für Geschäftsreisen wird genauso wichtig wie der Preis.
- Jeder Geschäftskunde hat ein Anrecht auf kostenfreie CO₂-Berichte für seine Reisedienstleistungen.
- Schaffung eines Standards zur Berechnung von Emissionen auf transparente, allgemeingültige Art und Weise.

In die Forderungen sind die Erfahrungen aus der VDR-Taskforce NxT und dem VDR-Kompetenzteam Nachhaltigkeit eingeflossen. Sie beinhalten die Voraussetzungen, um Business Travel nachhaltiger zu gestalten und sollen damit die Grundlage aller in Europa ansässigen Firmen bilden, die Mitarbeiter auf Reisen schicken. Das VDR-Kompetenzteam Nachhaltigkeit arbeitet weiter an Umsetzungshilfen für Unternehmen, um diese durch die neuen Herausforderungen zu leiten und einheitliche CO₂-Ermittlungsmethoden zu schaffen. ■

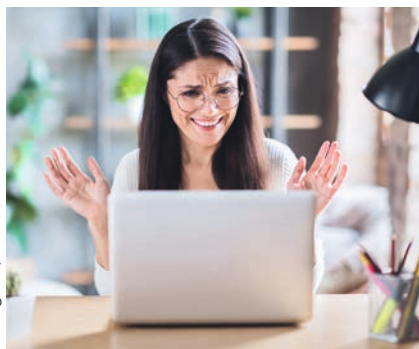
□ www.BT4Europe.com;
www.vdr-service.de

HYBRIDES ARBEITEN

IT-Ausfallzeiten kosten Arbeitstage

Aus der Studie „Leitfaden für erfolgreiche hybride Arbeitsplätze in KMU“ der Dynabook Europe GmbH geht hervor, dass für viele Unternehmen im europäischen Mittelstand die Herausforderungen des hybriden Arbeitens eine große Rolle spielen. Gleichzeitig gaben zwei Drittel der befragten Entscheider (67 Prozent) an, ihre IT-Infrastruktur noch nicht vollständig für das neue Arbeitsmodell optimiert zu haben. Die von Dynabook in Zusammenarbeit mit Walnut Unlimited durchgeführte Studie befragte 1202 IT-Entscheider in KMU (Kleine und mittlere Unternehmen) aus Deutschland, Frankreich, Spanien, Großbritannien, Belgien, Italien und den Niederlanden.

Das Thema IT-Ausfallzeiten erweist sich dabei für 51 Prozent der befragten Unternehmen als ein drängendes Anliegen.



© deagreen/AdobeStock

Fast die Hälfte der europäischen KMU verliert durch IT-Ausfallzeiten mindestens sieben Arbeitsstunden pro Monat und Mitarbeiter. Das entspricht zwölf Arbeitstagen pro Jahr. Lediglich 17 Prozent der Befragten aus Deutschland sind überzeugt, dass sie bereits über ausreichende IT-Ressourcen verfügen, um solche Ausfallzeiten zu vermeiden. Diejenigen, die angaben, über unzureichende Ressourcen zu verfügen, nannten mangelndes Personal am häufigsten. ■

□ <https://de.dynabook.com>



© theLivingCore

BUCHTIPP

The Enjoyable Company

Die Pandemie hat unverhofft Voraussetzungen geschaffen, unsere Organisationen jetzt radikal umzugestalten. Dabei ist das Ziel klar: Arbeit soll „joyful“ sein. „Joy“ lässt sich dabei nicht einfach in „Freude“ oder „Glück“ übersetzen. Vielmehr bedeutet „joyful work“, dass unsere Arbeit wesentlich zu einem gelungenen, sinnstiftenden Leben beiträgt.

Das Buch „The Enjoyable Company: Making Work Work in a Post-Pandemic World“ von theLivingCore ergründet, was „Joy“ bedeutet und welche Schritte Führungskräfte unternehmen können, um es für ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen nutzbar zu machen. The Enjoyable Company beantwortet diese Frage und leitet Führungskräfte durch Übungen und die Vorstellung von Best Practices an, „Joyful Work“ in die Tat umzusetzen. Das Buch richtet sich u. a. an Grüner und Unternehmer, aber auch Mitarbeitende, die ihre Arbeit und ihren Arbeitsplatz für sich selbst und ihre Kollegen und Kolleginnen besser machen wollen.

TheLivingCore ist ein multidisziplinäres Team, bestehend aus Kognitionswissenschaftlern, Psychologen, Unternehmensberatern, Moderatoren und Designern mit 20 Jahren Erfahrung in der Arbeit mit Organisationen aller Art und Größe. ■

□ **The Enjoyable Company: Warum es gerade nach der Pandemie wichtig ist, Arbeit freudvoll zu gestalten, von theLivingCore, 2022, 84 Seiten, 69 Euro**



„Das Zusammentreffen von Ideen bringt den Funken der Wahrheit hervor.“

Australisches Sprichwort

CO-WORKING SPACES

Immer mehr Unternehmen nutzen Hubs

Selbstständige und Existenzgründer sind die Haupt-Nutzergruppe von Co-Working Spaces? Das ändert sich gerade rasant. Immer mehr Unternehmen setzen auf Hubs als zusätzliche Arbeitsorte. Innerhalb nur eines Jahres hat die Zahl von größeren Firmenkunden in den Co-Working Spaces weltweit um 90 Prozent zugenommen (Quelle: WeWork). Die Gründe sind vielfältig und reichen von verkleinerten Büroflächen über die Einbindung des ländlichen Raums bis hin zu mehr Flexibilität und neuen Inspirationsquellen. Im aktuellen Trendpaper „Coworking Spaces: Immer mehr Unternehmen nutzen Hubs“ beleuchtet Durable die Veränderungen im Co-Working-Bereich. Ob in der Stadt oder auf dem Land, für die dauerhafte oder temporäre Nutzung: Die neuen Arbeitsformen benötigen innovatives Equipment. Durable stellt in seinem Trendpaper dazu clevere Ideen und Lösungen vor. II

Das komplette DURABLE Trendpaper kann kostenlos unter www.durable.de/service/downloads/trendpaper.html heruntergeladen werden.



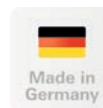
© deagreen/AdobeStock



HSM®

**Gut für die Umwelt,
Gut für Sie!**

Damit auch Datenvernichtung
nachhaltig ist.



www.hsm.eu

Stadt, Land, Zukunft

HEIKE HORCH Ein junges Team, ein spannendes Thema, eine Chefin auf Wellenlänge: Die Office-Managerin und Event-Planerin hat ihre Aufgabe gefunden. Bei dem Münchner Data-Science-Unternehmen Alexander Thamm GmbH arbeitet sie mit am Alltag von morgen – und steht mit beiden Beinen fest im Heute.

⇒ Wenn Heike Horch nach 40 Minuten Autofahrt im Office ankommt und dort mit ihren Aufgaben beginnt, betritt sie eine Welt, die durchaus als Kontrastprogramm zu ihrem privaten Umfeld gelten kann. Der Bürokomplex mitten in München hat elf Stockwerke, im zehnten und elften arbeitet das Team von Alexander Thamm. Der Name des Gründers ist zugleich Firmenname, kurz [at]. In seiner Digitalberatung geht es darum, die (Daten-)Welt von morgen mitzugestalten. Künstliche Intelligenz, Big Data, Data Science, das sind die Begriffe, die hier nicht nur theoretisch, sondern durchaus praxistauglich den Arbeitsalltag bestimmen. Der Blick von der Dachterrasse reicht über ganz München, überall sind Baustellen zu entdecken. Die Großstadt wächst ihrer Zukunft entgegen, gläsern, glitzernd, lärmend.



Alexander Thamm GmbH

Alexander Thamm [at] ist eine führende AI & Data Science Beratung im deutschsprachigen Raum mit Spezialisierung auf Big Data und Predictive Analytics. Das interdisziplinäre Team setzt sich unter anderem aus Statistikern, Informatikern, Ingenieuren und Betriebs- und Volkswirten zusammen, viele der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben einen internationalen Background. Gründer ist der heute 39-jährige Alexander Thamm, der sein Unternehmen im Jahr 2012 startete und schnell zum Branchen-Primus wurde. Die Alexander Thamm GmbH hat ihren Hauptsitz in München und ist außerdem an sechs weiteren Standorten in Deutschland vertreten. Derzeit umfasst das gesamte at-Team rund 250 Kolleginnen und Kollegen, zu den Kunden zählen Unternehmen wie BMW, VW, Deutsche Bahn, Vorwerk und verschiedene städtische Verkehrsbetriebe. Mehr Infos unter www.alexanderthamm.com.

Wenn die Office-Managerin am Abend wieder nach Hause fährt, kehrt sie der City den Rücken. Je näher sie ihrem Zuhause kommt, desto grüner wird es, Felder und Wälder wechseln sich ab, die Anspannung lässt nach, der Tag huscht noch einmal durch ihre Gedanken. „Wenn ich daheim ankomme, ist das für mich immer ein Gefühl wie Urlaub“, sagt die 48-Jährige, die vor viereinhalb Jahren ganz bewusst von der Stadt aufs Land gezogen ist: „So bin ich aufgewachsen, das tut mir einfach gut.“

ORGANISATIONSTALENT – UND GANZ VIEL GEDULD

Dass die zwei Welten für sie bestens zusammenpassen, daran lassen ihre Erzählungen keinen Zweifel. Sie liebt ihren Job in dem jungen und dynamischen urbanen Umfeld, der Altersdurchschnitt des rund 250-köpfigen Teams bei [at] liegt bei etwa 35 Jahren. Heike Horch arbeitet als Senior Office and Event Manager im Strategiekreis „People“ mit, in der Hauptsache für Franziska Schropp, die als Chief People Officer für alle sechs Standorte in Deutschland verantwortlich ist. „Wir haben ein relativ großes HR-Team“, erklärt die Office-Managerin ihr Aufgabengebiet, denn die Firma expandiert, Recruiting und Talent-Management sind an der Tagesordnung. „Ich bin viel unterwegs, auf Schulungen oder an den anderen Standorten, zum Beispiel, um mich dort um die Räumlichkeiten zu kümmern.“ Vom klassischen Sekretariat ist auch bei Heike Horch nicht mehr viel zu finden, administrative Aufgaben bestimmen ihren Tag. Arbeitssicherheit, Mietverträge, Fuhrpark, Event-Management – „es ist genau diese Abwechslung, die mir so gut gefällt an meinem Job.“

„Eine meiner Kernkompetenzen ist sicher“, sagt Heike Horch, „dass ich nicht so schnell aus der Ruhe zu bringen bin.“ Das ist Gold wert in einem Alltag, der übertoll ist mit Anfragen und Angelegenheiten aller Art, die gar nicht immer so einfach zu lösen sind. Es ist diese Geduld, es sind das Organisationstalent und die Verlässlichkeit, die Heike Horchs Chefin an ihrer Mitarbeiterin schätzt: „Sie kann auf meine jahrzehntelange Erfahrung im Office-Management vertrauen, und das tut sie auch“, was wiederum die Office-Managerin sehr an ihrer Chefin schätzt. „Sie lässt mich wirklich machen“, sagt die gelernte



„Ich bin nicht so der Homeoffice-Typ. Ich brauche einfach den direkten Kontakt zum Team, und ich möchte immer sehen, ob alles in Ordnung ist.“

*Heike Horsch, Senior Office and Event Manager
bei der Alexander Thamm GmbH*

workingoffice.de

Groß- und Außenhandelskauffrau. „Micro Management, also übertriebene Detailorientierung, ist zum Glück gar nicht ihr Ding.“ Selbstständigkeit, gegenseitiger Respekt, Verständnis, das zählt Heike Horsch auf, wenn sie von der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Franziska Schropp erzählt, „und natürlich wird bei uns auch gern gelacht. Wir haben einfach eine Wellenlänge.“ Wie wichtig die ist, zeigt sich vor allem an hektischen Tagen, „da fühle ich mich zwar sehr lebendig“, aber es muss eben auch alles auf Zuruf klappen, an dem monatlichen Onboarding-Date zum Beispiel, wenn regelmäßig 15 bis 20 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begrüßt werden. Die ruhigeren Tage weiß sie natürlich auch zu schätzen, „man muss ja auch mal was abarbeiten können“. Von Zuhause arbeiten ist trotzdem keine Option für sie, obwohl das hybride Arbeiten bei [at] mittlerweile sogar vertraglich geregelt ist: „Ich bin nicht so der Homeoffice-Typ. Ich brauche den direkten Kontakt und ich möchte sicher sein, dass vor Ort alles in Ordnung ist.“ Mit ihrer Kollegin am Empfang arbeitet sie eng zusammen, mit der Assistentin des Geschäftsführers hat sie regelmäßige Jour fixe, auch mit ihrer Chefin gibt es wöchentliche Besprechungstermine.

AGILE ARBEITSUMGEBUNGEN

Dass die erfahrene Office-Managerin seit September 2021 zum [at]-Team gehört, hat sie ihrem eigenen Engagement zu verdanken. „Ich habe bewusst nach einer neuen Herausforderung gesucht und mich auf LinkedIn umgeschaut. Die Stelle war ausgeschrieben, ich habe eine Weile beobachtet, was sich bei dem Unternehmen so tut, was gepostet wird, um ein Gefühl für die Kultur dort zu bekommen.“ Sie hatte bald ein gutes Gefühl und bewarb sich, das Gespräch mit ihrer zukünftigen Chefin lief gut, sie wurde Teil des Teams. Das ist jetzt ein gutes Jahr her, seitdem arbeitet sie sich in ein für sie recht neues Thema ein. Regelmäßige Coffee-Calls, auf denen über die einzelnen Projekte berichtet wird, halten das gesamte Team auf dem Laufenden. Für Heike Horsch sind das „mega-spannende“ Termine – „mit einem Bein im Morgen, die Zukunft mitgestalten, da kann ich als Office-Managerin durchaus einiges beitragen.“



**„Ruhe im Sturm ist eine meiner Stärken“,
sagt Heike Horsch. Das Team dankt es.**

Wenn man sie nach ihrem Einstieg in das Office-Management fragt, immerhin ein anderer Bereich als der angestrebte kaufmännische Beruf, kommt sie auf ihre Zeit in Brüssel zu sprechen. „Eine tolle Stadt!“, erzählt sie, „ich bin nach der Ausbildung dort hingegangen, weil damals so viele Freunde ins Ausland gingen, da wollte ich auch etwas von der Welt kennenlernen.“ Sie fand einen Assistenz-Job in einer Kanzlei, ein Zusammenschluss von fünf Großkanzleien aus fünf Ländern. „Eine tolle Zeit war das“, schwärmt sie, „die Internationalität hatte einen sehr besonderen Charme, und mein Englisch hat davon profitiert.“ Nach diesem Quereinstieg blieb sie dem Assistenzberuf treu, einige Jahre noch im juristischen Bereich, dann aber in verschiedenen Start-ups, in Branchen wie Erneuerbare Energien, Digitale Medien, Biotechnologie und jetzt eben Künstliche Intelligenz. Sie schätzt es, wie bei Alexander Thamm mit den Aspekten Datenschutz und Datensicherheit umgegangen wird, „ich muss mich mit dem, was ein Unternehmen tut, identifizieren können.“ Und es macht sie auch ein bisschen stolz, dort mitzuarbeiten: „Unser CCO ist vom Wirtschaftsminister in ein Gremium berufen worden, dass die Digitalisierung mit vorantreiben soll.“

EINE FEIER ZUM ZEHNTEN – ABER BITTE PRÄSENT!

Gegründet hat der Unternehmer Alexander Thamm seine Datenschmiede im Jahr 2012, schnell wurde er zum Branchen-Primus. Im Mai dieses Jahres war das Zehnjährige erreicht, das sollte gefeiert werden – „mit einem richtig großen Festival, ein paar Tage Programm nur für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren Familien“, erzählt Heike Horsch. Ihre Fortbildung zur Event-Managerin war die ideale Voraussetzung, die Planung in ihre Hände zu nehmen, „ein gutes halbes Jahr Vorbereitung hat das schon in Anspruch genommen“. Eine Agentur wurde engagiert, jede Menge

Programmpunkte gab es zu besprechen, es wurde verworfen, neu gedacht, Dienstleistungspartner gebucht, alles immer wieder von A bis Z durchgegangen. Schließlich stand das Programm, mit Live-Acts, DJ, Band, Hüpfburg, Karussell und Catering. „Irgendwann konnte auch ich entspannen und mitfeiern“, sagt die Office-Managerin, „als ich sah, das alles lief. Das war schon eine Mammut-Aufgabe ...“ Etwas Wehmut klingt mit, wenn Heike Horsch auf die Zeit der Vorbereitung zurückschaut. Denn wie so häufig, wenn etwas Großes geschafft ist, kam hinterher eine Art Blues, „plötzlich war die aufregende Zeit der Absprachen und vielfältigen Kontakte vorbei, es war ja alles geschafft, alles war bestens gelaufen.“ Und nun? Nein, eine Leere

wird es sicher nicht geben, und überhaupt, nach dem Fest ist vor dem Fest, lacht sie. Ziele hat sie ohnehin genug, sie möchte Schritt halten mit der Expansion des Unternehmens und das eigene Wirkungsfeld entsprechend ausweiten, „dafür baue ich gerade ein kleines Team für das zukünftige Office-Management um mich auf.“

MENTEE IN NEPAL

Ihre Berufserfahrung setzt die gebürtige Ostfilderin nicht nur direkt an ihrem Arbeitsplatz um. Als Mentorin engagiert sie sich bei der Stiftung „Aspire Foundation“, die Frauen in benachteiligten Ländern dabei unterstützt, beruflich Fuß zu fassen und voranzukommen. „Zuletzt hatte ich ein Mentee in Nepal, einmal die Woche haben wir miteinander telefoniert. Sie wollte alles wissen, wie die Wirtschaft hier bei uns läuft, wie man eine Karriere aufbaut. Ich erlebe diese Gespräche sehr positiv, ich unterstütze einfach wahnsinnig gern, und man lernt ja selbst auch immer dabei.“ Auch das Thema Work-Life-Balance spielte eine Rolle, etwas, was Heike Horsch gelernt hat in den vielen Jahren als Office-Managerin. Ihr hilft dabei ein E-Bike, mit dem sie regelmäßig die Natur erkundet, und seit kurzem noch eine ganz besondere Aufgabe, die ziemlich überraschend in ihr Leben kam. „Mit meiner Vermieterin teile ich mir die Betreuung einer Landseer-Hündin, die aus einem Notfall übernommen wurde, sie wiegt über 60 Kilo und hat mit ihrer Ruhe und Gelassenheit geradezu eine therapeutische Wirkung auf mich. Ich bekomme einfach gute Laune, wenn ich sie sehe.“ Ein Fellriese, ein Fahrrad, das Wohnen im Grünen: Heike Horsch hat ihre Work-Life-Balance gefunden – und den Job, den sie braucht, um auch ihre andere Seite, die Freude am Fortschritt, auszuleben. **II**

Kirsten Wolf, Journalistin
Fotos: Simone Naumann



Seminare und Kongresse



Mehr aktuelle Termine finden Sie unter www.workingoffice.de

THEMA	TERMIN	ORT	KOSTEN	VERANSTALTER
Hello New Work – der Zukunftskongress fürs Office-Management	23.3.23	online	€ 249,00	working@office fon 0228 9550-166; fax 0228 3696-091; info@hellonewwork.de; https://hellonewwork.de/2023/
Fokussiert und effizient im Office – Bleiben Sie stets organisiert!	10.11.22	online	€ 49,99	working@office fon 0228 9550-166; fax 0228 3696-091; info@akademie. workingoffice.de; www.akademie.workingoffice.de
Ja, das kann ich! – So machen Sie Ihre eigenen Stärken sichtbar	22.11.22	online	€ 49,99	working@office fon 0228 9550-166; fax 0228 3696-091; info@akademie. workingoffice.de; www.akademie.workingoffice.de
Konflikte lösen – Effektivität optimieren	26.+27.10.22	Ostfildern	€ 1.020,00	TAE – Technische Akademie Esslingen fon 0711 34008-0; fax 0711 34008-24; info@tae.de; www.tae.de
Thinking out of the Box – Kreativitätstechniken für Ideenfindung und Problemlösung	10.+11.11.22	Hamburg	€ 1.320,00	IME Institut für Management-Entwicklung fon 0521 94206-0; fax 0521 94206-20; info@ime-seminare.de; www.ime-seminare.de
MS Teams: Tipps & Tricks	14.11.22	online	€ 245,00	Akademie Herkert fon 08233 381-123; fax 08233 381-9876; service@akademie-herkert.de; www.akademie-herkert.de
Starke Texte = Starke Wirkung: zeitgemäß – modern – wertschätzend	15.11.22	online	€ 490,00	Wbildung Akademie GmbH fon 06166 9338 937; fax 06166 9339 165; info@wbildung.de; https://wbildung.de
Professionelle Assistenz: Mit Know-how und Kreativität den Überblick am Arbeitsplatz behalten	16.+17.11.22	online	€ 490,00	AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH fon 06221 65033-0; fax 06221 65033-29; info@akademie-heidelberg.de; www.akademie-heidelberg.de
Office Management 4.0: digital – hybrid – genial	17.+18.11.22	Stuttgart	€ 1.490,00	Haufe Akademie GmbH & Co. KG fon 0761 8984422; fax 0761 8984423; service@haufe-akademie.de; www.haufe-akademie.de
Kreative Events und Veranstaltungen: Präsenz, hybrid und digital	22.+23.11.22	München	€ 1.275,00	Akademie für Sekretariat und Büromanagement fon 02941 9661-0; fax 02941 9661-09; info@akadsek.de; www.akadsek.de
Assistenz 4.0 – Der Arbeitsplatz im Wandel	29.11.22	Berlin	€ 690,00	DS Seminare fon 06202 58 28 600; fax 06202 76 05 014; assistentin@ds-seminare.de; www.ds-seminare.de
Ablaufpläne für hybride und virtuelle Events entwickeln	29.11.22	online	€ 167,23	Internationale Event- & Congress Akademie fon 0621-4106-140; 0621-4106-80140; info@ieca-mannheim.de; www.ieca-mannheim.de
Durchsetzungsstark im Office: So vertreten Sie souverän die Belange Ihrer Vorgesetzten	8.+9.12.22	online	€ 1.795,00	Management Circle AG fon 06196 4722-800; fax 06196 4722-999; anmeldung@ managementcircle.de; www.managementcircle.de
Der digitale Schreibtisch Ablagestrukturen und E-Mail-Management	8.+9.12.22	Hamburg	€ 1.150,00	train for office fon 07532 8077100; jelassi@train-for-office.de; www.train-for-office.de

Die genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt., *keine MwSt.



Ich mach mein Ding!

GRÜNDEN Externe, oft virtuelle Assistenz, ist für immer mehr Firmen eine Option. Dabei sind die Einsatzmöglichkeiten so vielfältig wie das Angebot der Office-Dienstleistungen. Drei Assistentinnen erzählen, wie sie sich auf die Selbstständigkeit vorbereitet haben und wie ihr Berufsalltag aussieht.

© Mary Long/AdobeStock

⇒ Ob als Urlaubsvertretung, Zusatzkraft bei personellen Engpässen oder generell als Backoffice auf Zuruf: Assistenz-Dienstleistungen werden immer häufiger auf selbstständiger Basis angeboten. Sicher haben die Erfahrungen aus den vergangenen Homeoffice-Phasen dazu beigetragen, dass der Trend von einer wachsenden Zahl von Unternehmen aufgegriffen wird. Doch die Entwicklung weg vom Angestelltendasein hin zur Selbstständigkeit hat wahrscheinlich mehrere Hintergründe. Für die Netzwerkerin Nicole Stigler, Chairman bei IMA Germany (International Management Assistants) ist der Trend zwar „deutlich spürbar“. Doch über die Beweggründe der Kolleginnen, die den Sprung in eine selbstständige Existenz wagen, mag sie bislang nur spekulieren: „Es sind meist hochqualifizierte Kräfte, die diesen Weg gehen, und das in durchaus unsicheren Zeiten. Da fragt man sich natürlich schon, woran das liegt. Erfahren sie bei ihren Arbeitgebern nicht die Wertschätzung, die ihr Einsatz dort eigentlich verdient hätte? Werden sie nicht gut genug bezahlt? Oder füllen die Aufgaben, die man ihnen gibt, die Kolleginnen nicht genügend aus?“

Das alles sind durchaus nachvollziehbare Gründe für die Vorstandsfrau des Netzwerks, das seit mittlerweile fast vier Jahrzehnten für die Aufwertung des Berufsbilds kämpft. „Leider erleben wir am Arbeitsmarkt teilweise sogar eine Art Rückwärtsgang in Richtung Sekretariat, wie es früher üblich war.“ Als „Externe“ habe man dagegen oft ein anderes Standing in den Unternehmen, „da ist man dann die engagierte Fachkraft für ein bestimmtes Projekt, als ‚Support Professional‘, und nicht mehr die sprichwörtliche ‚gute Seele‘ vom Dienst ...“

FRÜHER COACH, HEUTE SUPPORT PROFESSIONAL

Es gab auch früher schon einen Trend zur Selbstständigkeit in ihrem Berufsfeld, sagt Nicole Stigler, „aber eher im Trainings- oder Coaching-Bereich“. Dass mittlerweile die eigentliche Aufgabe der Assistenz, die professionelle Unterstützung des Managements, selbstständig angeboten wird, gibt ihr zu denken. Es sei ja auch nicht ohne Risiko, sich selbstständig zu machen, da habe man dann vielleicht nicht genügend Kunden oder bekomme eben doch nicht die Aufgaben, die man sich wünscht. Andererseits erkennt sie auch die Möglichkeiten: „Natürlich kann es den Berufsstand voranbringen, wenn sich selbstständige Assistenzen ein gutes Standing im Unternehmen erarbeiten und dort hochqualifizierte Aufgaben übernehmen.“ Doch diese Chance habe man in der Regel auch in dem Unternehmen, in dem man angestellt ist. Tatsächlich hat sie auch schon erlebt, dass Kolleginnen nach Jahren der Selbstständigkeit ins Angestelltendasein zurückgekehrt sind. Grundsätzlich reagiere das Netzwerk jedenfalls offen auf Trends im Assistenzbereich und gebe Starthilfe, wo sie nachgefragt wird: „Wenn eine Kollegin auf uns zukommt, die sich selbstständig machen möchte und Hilfe bei der Vermarktung ihres Angebots wünscht, dann machen wir das natürlich.“ Vor allem aber wünscht sie sich für alle Beteiligten – für die selbstständigen Kolleginnen, für IMA und für den Berufsstand insgesamt –, dass man weiterhin an einem Strang zieht: „So ein Netzwerk kann doch gerade auch von Nutzen sein, wenn es mal nicht so gut läuft in der Selbstständigkeit. Und natürlich schätzen wir die Expertise sehr, die die selbstständigen Kolleginnen in unser Netzwerk einbringen können.“



Ursula Wartha

Ursula Wartha arbeitet als Virtual Executive Assistant. Nach mehr als 25 Jahren Management Support auf C-Level in der freien Wirtschaft hat sich die staatlich geprüfte Übersetzerin und Dolmetscherin in diesem Jahr in München selbstständig gemacht und bietet auf internationalem Niveau die gesamte Bandbreite eines Executive Management Supports bis hin zum Event-Management an. Mehr Infos unter www.strictlybusiness.me



© privat

Der Gedanke, ein selbstständiges Business aufzubauen, ist irgendwann in den letzten zwei Jahren bei mir entstanden. Ich war auf der Suche nach einer neuen Herausforderung und habe dabei den Status quo für meine berufliche Karriere hinterfragt: Will ich tatsächlich bis zum offiziellen Rentenalter im Angestelltenverhältnis arbeiten, mit allem, was dazu gehört – oder will ich irgendwann lieber selbstbestimmter arbeiten können? Die Frage hat mich sehr beschäftigt. Eine Option, die sich für mich immer deutlicher manifestierte, war der Schritt in die Selbstständigkeit. Ich habe mich dann tiefer in das Thema eingearbeitet. Irgendwann war für mich klar, dass ich den Weg der Selbstständigkeit gehen werde. Ich habe mein Konzept in einer großen Mindmap zu Papier gebracht und mit den ersten Vorbereitungen begonnen. Nun galt es, alles Weitere Schritt für Schritt abzuarbeiten und vor allem Kunden zu gewinnen. Durch die Vermittlung einer Verbandskollegin hatte ich bald einen ersten Auftrag. Seit Juni baue ich meine Kundenbasis allmählich aus.

Meine Geschäftsidee ist, meine langjährige Erfahrung und meine breit aufgestellten Skills meinen Kunden zur Verfügung zu stellen, um sie bei der Verwaltung und Führung ihres Unternehmens effizient zu unterstützen. Der Mehrwert für die Kunden soll sein, sie von wichtigen, aber zeitraubenden Aufgaben und Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Unternehmensführung zu entlasten. Dann können sie sich auf das konzentrieren, was wirklich zählt: die Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens. Es gibt bereits weitere Ideen, wie ich mein Geschäftsmodell weiterentwickeln möchte. Das ist allerdings Zukunftsmusik. Denn zunächst liegt die Priorität auf dem Aufbau meines Geschäfts, um in einem ersten Schritt mich selbst zu hundert Prozent auszulasten.

Ein Businessplan war für mich die wichtigste Grundlage, um herauszufinden, welchen Preis ich verlangen muss und ob ich

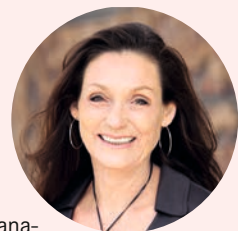
damit dann auch meinen Lebensunterhalt und die Betriebskosten decken kann. Dank meiner Ausbildung und Berufserfahrung wusste ich, wie ich da herangehen muss. Ich habe mir allerdings auch noch Unterstützung bei der IHK gesucht, und ich habe meine beste Freundin und einen meiner ehemaligen Chefs als Sounding Board genutzt. Außerdem habe ich ein großes Netzwerk innerhalb meines Berufsverbandes und aus meiner langjährigen Berufstätigkeit, das für mich eine gute Grundlage für die Akquisition von Kunden darstellt, was tatsächlich auch gut funktioniert. Ich konnte also mit Zuversicht und Selbstvertrauen in die Selbstständigkeit starten: guter Plan, finanzielles Polster und natürlich auch den Willen, mit meinem eigenen Unternehmen erfolgreich zu sein.

Meine Selbstbestimmtheit bereitet mir die meiste Freude. Als Assistentin ist man immer von den Terminen des Chefs ‚getrieben‘. Nun kann ich meinen Tagesablauf selbst bestimmen und so planen, dass ich sowohl die Kundenanforderungen als auch meine eigenen Prioritäten unter einen Hut bekomme. Auch die freie Wahl des Arbeitsortes ist ein entscheidender Vorteil, und das genieße ich sehr. Angst habe ich bisher nicht gefühlt. Es ist allerdings tatsächlich eine Herausforderung, bei sich und seinen Vorstellungen (welche Kunden, welche Aufgaben und zu welchem Preis) zu bleiben. Entscheidend ist dafür ‚Know your Worth‘ und dann das Standing, das gegenüber den potenziellen Kunden zu vertreten. Und man braucht die Geduld und die Zuversicht, dass die richtigen Kunden schon kommen werden.



Diana Haagen

ist seit 2011 als selbstständige Management Assistentin tätig. Die Veranstaltungsfachwirtin (IHK) und Geprüfte Management Assistentin (SAK) hat rund 30 Jahre Berufserfahrung in unterschiedlichen Branchen und bietet neben ihrer Dienstleistung als externes temporäres Back Office auch externes Veranstaltungsmanagement vom Messeauftritt bis hin zu Firmen-Events an. Mehr Infos unter www.ihrerechtehand.de



© Diana Haagen/Ihre rechte Hand

Wiederkehrende Urlaubsvertretung als Assistenz auf Führung- und Leitungsebene – so begann ich 2011 in Hamburg mit meiner Selbstständigkeit. Ich übernahm in verschiedenen Unternehmen die Rolle der externen Assistentin, wenn auf Vorstands-, Geschäftsführungs- oder Bereichsleiterebene

eine Assistentin für eine gewisse Zeit gesucht wurde. Mir hat das gut gefallen, denn ich war zwar extern, aber bei wiederkehrenden Einsätzen fühlte ich mich auch oft als Teil des Unternehmens. Nach sieben Jahren gab es einen persönlichen Umbruch in meinem Leben und ich zog von der Großstadt zurück in meine Heimatstadt Husum. Anfangs bin ich oft für einen Auftrag nach Hamburg gefahren, aber das war keine Dauerlösung. Mit der Implementierung von Microsoft Office 365 in einigen Unternehmen wurde zunehmend Remote-Arbeit bekannt. Ich habe remote für viele international ausgerichtete Unternehmen gearbeitet und meine Dienstleistung in der DACH-Region angeboten. Dann gab es wieder einen Umbruch, dieses Mal von außen – Corona. Mit der Pandemie gewann Homeoffice-Tätigkeit zunehmend an Bekanntheit. Das war einerseits gut, denn remote work wurde für viele Unternehmen eine ernstzunehmende Alternative, andererseits gab es auch einen massiven Einbruch, weil viele Unternehmen Kosten sparen mussten. Nach zwei Jahren Corona-Pandemie hat sich die Auftragslage deutlich erholt und ist besser denn je zuvor, denn auch der Fachkräftemangel ist nun spürbar. Ich konzentriere mich darauf, Aufgaben zu übernehmen, die mir am meisten liegen, und das ist meist weniger das klassische Sekretariat, sondern eher der kaufmännische Assistenzbereich. Als Einzelunternehmerin habe ich mir über die Jahre stetig ein gutes Netzwerk aufgebaut, sodass ich Tätigkeiten, die mir nicht so liegen oder die ich aus Kapazitätsgründen nicht bedienen kann, gerne in mein Netzwerk gebe. Mittlerweile führe ich ein zweigleisiges Geschäftsmodell durch: Ich biete Unternehmen, beispielsweise Seminaranbietern, remote ein permanentes Backup für ihr Office. Das ist eine gute Lösung, wenn zum Beispiel das Aufgabenfeld starken Schwankungen unterliegt. Alternativ springe ich als Interims-Assistenz bis zur Stellenneubesetzung ein. Da halte ich dann so lange die Bälle in der Luft, bis eine neue Kollegin gefunden wird. Oftmals übernehme ich auch noch gleich das Onboarding der neuen Kollegin, das geht zum Beispiel prima über MS Teams.

Freie Zeiteinteilung und mehr Selbstbestimmtheit, das sind für mich die Pluspunkte der Selbstständigkeit. Diese Freiheit muss einem aber auch liegen. Es gibt ja auch Menschen, die lieber nach festen Vorgaben arbeiten und nicht viel Eigenverantwortung übernehmen möchten. Auch dort sollte man unterscheiden: Selbstständige Assistentinnen, die Unternehmen im Tagesgeschäft unterstützen, sind natürlich nicht so flexibel, bei Projektarbeit ist die Flexibilität schon größer. Einige Nachteile gibt es natürlich auch zu bedenken. Man muss immer „funktionieren“. Man kann nicht einfach einen „gelben Schein“ abgeben oder (bezahlen) Urlaub einreichen. In manchen Lebensphasen kann das ganz schön

herausfordernd sein. Wer selbstständig ist, muss in betriebswirtschaftlichen Fragen einfach fit sein, stets vorausschauend denken und für sich selbst sorgen und vorsorgen. Selbstständige finden in der deutschen Wirtschaft leider nur ein sehr schwaches Auffangnetz. Für die Gründerszene und die Selbstständigen müsste Deutschland meines Erachtens mehr tun und vor allem diese Unternehmensform stärken.

Als Selbstständige ist man stets damit beschäftigt, sich weiterzuentwickeln. Zwischen den Anforderungen des Marktes und dem eigenen Angebot gibt es eine ständige Dynamik. Diese Beweglichkeit muss man einfach mitbringen. Zugleich muss man sich immer bewusst sein, dass Selbstständigkeit mit Risiken verbunden ist. Ich würde Kolleginnen, die sich selbstständig machen wollen, raten sich bei den zuständigen Einrichtungen (zum Beispiel IHK) umfassend zu informieren und die entsprechenden Programme wahrzunehmen. Auch mit Gründungszuschuss gilt es dann wenigstens drei Jahre durchzuhalten, bis eine gewisse Festigungsphase erreicht ist. „Einfach mal anfangen“ und dann womöglich wieder vom Markt verschwinden, das finde ich nicht sinnvoll. Schließlich hat man den Auftraggebern gegenüber auch eine Verpflichtung, denn sie erwarten neben der Professionalität auch eine gewisse Kontinuität.



Elisabeth Haupt

Elisabeth Haupt betreut seit 2019 als virtuelle persönliche Assistenz branchenübergreifend Vorstände, Geschäftsführer, aber auch Start-ups mit einem modernen digitalen Backoffice. Zu ihren Leistungen gehören insbesondere die Planung von Vorstands- und Management-Sitzungen, Newsletter-Management, Lektorat, Kundensupport sowie die professionelle Event-Organisation.

Mehr Infos unter www.executive-assistant.de

© Bernhard Haselbeck

Mein Geschäftskonzept hat sich nach nur wenigen Monaten sehr gut entwickelt, besser als ich es mir erträumt hatte. Generell ist die Nachfrage seit Covid größer geworden, in den letzten Monaten hat sie noch einmal deutlich angezogen. Ich erhalte wöchentlich Anfragen von interessierten beziehungsweise potenziellen Kunden. Allerdings kann ich vorläufig keine weiteren Kapazitäten anbieten. Aber ich habe ein Netzwerk von Kolleginnen, die ich in solchen Fällen gern weiterempfehle.



Gut vorbereitet in die Selbstständigkeit zu starten war mir sehr wichtig, um meinen eigenen hohen Ansprüchen gerecht zu werden. So habe ich vorab ein Gründercoaching absolviert und dann über mehrere Wochen einen professionellen Businessplan erarbeitet, mit einer detaillierten Risiko- und Konkurrenzanalyse und einem genauen Kosten- und Finanzplan. Diese Vorbereitung hat mir für den Schritt in die Selbstständigkeit eine gewisse Sicherheit gegeben. Wichtig war mir auch ein professioneller Webauftritt und ein gutes LinkedIn-Profil. Für den finalen Sprung allerdings war mein Freundes- und Familienkreis ausschlaggebend. In diesem Umfeld habe ich erfolgreiche Selbstständigkeit bereits über viele Jahre miterlebt, und ich wurde sehr bestärkt, nach dem Motto „So wie Du es vorhast, wird es richtig gut.“ Diese Unterstützung war sehr wichtig für mich, und ich bin dankbar dafür.

Die Motivation zur Selbstständigkeit war der Wunsch nach selbstbestimmtem Arbeiten und die angenehme Vorstellung,

mir die Menschen auswählen zu können, mit denen ich zusammenarbeite. Tatsächlich kann ich nun jeden Monat selbst entscheiden, wie viel ich arbeiten und somit verdienen möchte. Und ich konnte mir mit der Selbstständigkeit vor kurzem einen meiner größten Lebensträume erfüllen und habe nun einen kleinen Welpen in meinem Leben, für den ich mir den Tagesablauf flexibel einrichten kann. Aber natürlich hat alles seine zwei Seiten. Meine größte Sorge in der Selbstständigkeit ist es, gesundheitlich fit zu bleiben und meine Energie immer voll abrufen zu können. Ein Krankheitsausfall in der Selbstständigkeit ist mit einer klassischen Krankschreibung wie im Angestelltendasein nicht zu vergleichen und hat natürlich direkte monetäre Auswirkungen. Deshalb achte ich sehr darauf, mich nach intensiven Phasen immer wieder zu erholen und neue Energie zu tanken. Dabei unterstützt mich auch mein Hund Rühmann mit Spaziergängen und Wanderungen im schönen bayerischen Alpenvorland.

II

 Kirsten Wolf, Journalistin



Lindt

GESCHÄFTSKUNDEN SERVICE

DER LINDT GESCHENKSERVICE FÜR GESCHÄFTSKUNDEN

Unser Portfolio reicht von beliebten Lindt Klassikern, über exklusive Produkte für Geschäftskunden, bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für jeden Anlass. Erobern Sie das Herz Ihrer Kunden und Mitarbeiter mit einer süßen Aufmerksamkeit für jede Gelegenheit.

Gerne übersenden wir Ihnen unseren Geschäftskunden-Katalog.

Bestellen Sie diesen unverbindlich per Mail:
salesb2b-de@lindt.com



LINDT KLASSIKER



Lieferung der Standardartikel innerhalb von 4 Werktagen

EXKLUSIVE ARTIKEL



Limitierte Auflage und nur solange der Vorrat reicht

KUNDENINDIVIDUELLE LÖSUNGEN



Individuell gestaltete Produkte ab einer Auflage von 1.000 Stück

IHRE ANSPRECHPARTNER



Michael Pawliczek



Daniel Ecken



Julia Breuer



Lena Locker

Tel.: (0241) 88 81 - 566
E-Mail: mpawliczek@lindt.com

Tel.: (0241) 88 81 - 7776
E-Mail: decken@lindt.com

Telefon: (0241) 88 81 - 221
E-Mail: jbreuer@lindt.com

Tel.: (0241) 88 81 - 9548
E-Mail: llocker@lindt.com



Gesucht: Profis mit Profil

JOBDESCHEIBUNG Die Aufgaben von Assistenzkräften werden in Stellenanzeigen sichtbar und sind als Jobprofile bei Personalabteilungen hinterlegt. Was eine gute Job-Description inhaltlich und formal ausmacht, erklären zwei Expertinnen, inklusive Tipps für erfolgreiches Employer Branding.

⇒ Verena Schiffer ist seit über 15 Jahren selbstständige Personalberaterin und Personalvermittlerin. Sie hat sich branchenübergreifend auf die Besetzung von Assistenzpositionen aller Hierarchieebenen spezialisiert. „Dass die Nachfrage auf beiden Seiten ausgewogen ist, habe ich zu keiner Zeit erlebt. Entweder sind es zu viele Kandidaten für zu wenig Jobs oder umgekehrt“, sagt sie. Seit circa einem Jahr beobachtet sie ein starkes Ungleichgewicht: Der Bedarf an Assistenzkräften in Unternehmen übersteige die Zahl der Bewerbenden oder wechselwilligen Assistenzen exorbitant.

Verena Schiffers Schwerpunkt liegt im Raum München, da sie ihr Business 2004 dort gestartet hat und hier gut vernetzt ist. In den letzten Jahren erreichen sie verstärkt überregionale Anfragen. Sie arbeitet mit einer bestehenden Datenbank, Empfehlungen oder kooperierenden Personalvermittlungen, spricht potenzielle Mitarbeitende über digitale Netzwerke an und nimmt natürlich Initiativbewerbungen entgegen. Besonders Wert legt sie darauf, genau die Menschen zusammenzubringen, die fachlich und persönlich am besten zueinander passen. Die Persönlichkeiten von Vorgesetzten und zukünftigen



„Im Bereich der Stellenbeschreibungen gibt es für die Unternehmen sehr viel zu tun. Dennoch gibt es keine Zauberformel.“

Verena Schiffer, Personalvermittlerin, <https://www.vsconsulting.de>



© privat



© mast3r/AdobeStock



tigen Assistenzen sollten sich ideal ergänzen, denn nur ein gut funktionierendes Team sei nachhaltig erfolgreich.

DIE ROLLE IM UNTERNEHMEN DEFINIEREN

Was die Stellenbeschreibungen betrifft, hätten Unternehmen noch einiges zu tun, meint Verena Schiffer, sie seien oft zu allgemein gehalten. Eine Zauberformel gebe es jedoch nicht, denn das Feld der Assistenz sei sehr breit. Die jeweilige Ausgestaltung einer Position hänge zudem stark von der einzelnen Firma, der Unternehmenskultur und der Branche ab. So können sich sowohl Rolle und Positionstitel als auch die Ansprache von beispielsweise Startups und Traditionsunternehmen stark unterscheiden. „Aus meiner Sicht wäre es notwendig, sich erst einmal innerhalb der Unternehmen mit dem Thema Stellenbeschreibungen für Assistenzen auseinanderzusetzen und das Ziel der Rolle konkret herauszuarbeiten“, sagt die Verena Schiffer.

GLOBAL SKILLS MATRIX ZU RATE ZU ZIEHEN

Die Personalberaterin erlebt einerseits immer wieder, dass Führungskräfte nicht im Detail über die Aufgaben der Assistenzen Bescheid wissen. Andererseits beobachtet sie, dass sich die Assistenzen selbst in ihren Organisationen zunehmend mit dem Thema der Stellenbeschreibungen beschäftigen. Verena Schiffer empfiehlt die von der World Administrators Alliance entwickelte Global Skills Matrix zu Rate zu ziehen, nach der der Assistenzberuf in fünf Karrierestufen unterteilt wird. Die Matrix könne dabei helfen, ein einheitliches Verständnis der Rolle und Funktion von Assistenzen zu vermitteln, eine Vergleichbarkeit innerhalb von Organisationen herzustellen, übereinstimmende Einstufungen vorzunehmen und Karrierepfade zu entwickeln. Zudem liefere die Global Skills Matrix eine Vorstellung, wie persönliche Anforderungen und Aufgaben sich mit jedem Level und zunehmender Erfahrung verändern.



Zukunftsskills im Office: So sieht die Global Skills Matrix aus!

Die World Administrators Alliance (WAA) ist ein gemeinnütziger Verband, der Berufsverbände, Netzwerke und Office-Professionals aus aller Welt vertritt. In einem dreijährigen internationalen Projekt wurden Stellenbezeichnungen und Aufgaben von Office-Professionals untersucht. Dabei stellten sich mangelhafte Stellenbeschreibungen als einer der größten Faktoren für Unklarheiten und mangelndes Verständnis hinsichtlich der komplexen Rolle und Funktion von Office-Professionals heraus. Dies führe zu einer Unterschätzung der Office-Professionals innerhalb von Unternehmen, zu einem unklugen Abbau oder der Auslagerung von Verwaltungsfunktionen. Ungenaue Stellenbeschreibungen verhindern zudem, das Potenzial der Mitarbeitenden voll auszuschöpfen, so Helen Monument, Vorsitzende der WAA, im Vorwort des Berichts zur Untersuchung. Die aus dem Projekt entwickelte Global Skills Matrix der WAA will eine Grundlage schaffen, um klarere Stellenbeschreibungen zu ermöglichen. Sie enthält fünf Karrierestufen vom Einstieg bis zum Chief of Staff sowie eine Aufgaben-Matrix und zeigt eine mögliche Laufbahnentwicklung auf. Jede Karrierestufe ist an bestimmte Aufgaben und Anforderungen gekoppelt. **Auch auf Deutsch abrufbar unter: <https://globalskillsmatrix.com>.**

VERÄNDERUNGEN NACH AUSSEN TRANSPORTIEREN

Dass sich die Kernaufgaben von Assistenzen in den letzten Jahren stark gewandelt haben, sieht Verena Schiffer eher nicht so. Vielmehr hätten sich die Arbeitsweisen durch die zunehmende Digitalisierung verändert. Zudem ergeben sich durch die Remote-Arbeit neue Kommunikations- und Abstimmungswege. Hier stehen Fragen im Vordergrund wie: Wie gehe ich mit einer hohen Flut an Information um? Wie organisiere ich meine zahlreichen Aufgaben in Verbindung mit digitalen Tools? Wie kommunizieren wir miteinander und nach welchen Regeln? Auch das Selbstverständnis der Assistenzen habe sich weiter entwickelt und zu mehr Selbstbestimmung sowie Organisation, Austausch und Wissenstransfer in firmeninternen oder externen Netzwerken geführt.

Diese veränderten Rollen und Prozesse werden jedoch oft nicht durch generische Stellenanzeigen nach außen transportiert. Hier werde weiterhin eher die klassische Schnittstellenfunktion betont und Aufgaben wie die Termin- und Reisebuchung oder die Vorbereitung von Präsentationen aufgelistet. „In der aktuell schwierigen Marktsituation locken Standard-



6 Expertinnen-Tipps für eine gute Stellenbeschreibung

Sarah von Nahmen hat Personalmanagement studiert und war viele Jahre in Agenturen für Personalmarketing tätig. Heute arbeitet sie selbstständig als Texterin und Textcoach in München und ist Expertin für Employer Branding. Letzteres umfasst alle Maßnahmen, um Unternehmen als attraktive Arbeitgebende nach außen sichtbar zu machen, wie zum Beispiel die Karriereseiten der Webpräsenz, Social-Media-Aktivitäten, Aktionen auf Messen und natürlich die Stellenbeschreibungen. „Ich beschäftige mich seit über zehn Jahren mit dem Thema, und die Stellenanzeige ist ein Medium, das bleibt. Gerade aufgrund des allgemeinen Arbeitnehmenden- und Fachkräftemangels ist sie für Unternehmen extrem wichtig“, sagt Sarah von Nahmen. Zu ihrem Textangebot bietet sie auch Coachings und Workshops an und gibt hier Tipps, wie eine ansprechende Stellenbeschreibung aussehen kann. Ihre persönliche Empfehlung: „Niemand kann einen Job besser beschreiben als die Person, die ihn tatsächlich ausübt. Für eine Stellenbeschreibung lohnt es sich also, die Person zu fragen, denn eine Nachfolge wird die gleichen Aufgaben haben.“



© Sapna Richter

**Sarah von Nahmen, Texterin,
Textcoach und Expertin
für Employer Branding.**

1. Der Stellentitel

Wählen Sie einen Titel, der zur Stelle passt und gleichzeitig in einer Suchmaschine oder in Jobportalen leicht gefunden werden kann. Im Assistenzbereich bietet es sich an, nicht nur die Position, sondern auch die Branche oder den Themenbereich zu nennen, in dem die Stelle angesiedelt ist. Vermeiden Sie interne Bezeichnungen, die für Außenstehende unverständlich sind.

2. Das Unternehmen

Bei der Darstellung des Unternehmens geht es neben einer kurzen Beschreibung vor allem darum, Firmen als attraktive Arbeitgebende zu präsentieren. Für welche Kultur und für welche Werte steht das Unternehmen? Nicht das Produktportfolio oder die Dienstleistung steht hier im Vordergrund, sondern das Arbeitsumfeld, das potenzielle Mitarbeitende erwartet.

3. Die Aufgaben

Die Aufgabenbeschreibung bildet den Hauptteil der Stellenanzeige. Hier ist es wichtig, zwischen Aufgabe und Tätigkeiten zu unterscheiden. Die Aufgabe wird zuerst genannt, zeigt die Wertschätzung für die Position und benennt die Rolle im Unternehmen. Bereits in der Ansprache können Sie die Wertschätzung für potenzielle Mitarbeitende formulieren. Einzelne Tätigkeiten lassen sich anschließend in Stichpunkten auflisten. Ideal sind hier maximal fünf bis sechs Bulletpoints. Schreiben Sie aktiv, sprechen Sie die Lesenden direkt an und vermeiden Sie den Nominalstil. Verzichten Sie auch hier auf interne Bezeichnungen, die für Außenstehende unklar sind.

4. Das Profil

Auch wenn es sich von selbst versteht: Das Profil muss zu den Aufgaben passen. Das Anforderungsprofil sollte nicht überladen wirken, das heißt, in der Profilbeschreibung sollten nicht mehr Punkte genannt werden als in der Aufgabenbeschreibung. Hier lohnt es sich genau hinzuschauen, welche Anforderungen wirklich notwendig sind. Soft-Skills sind oft überflüssig. Binden Sie spezielle Anforderungen nur begründet ein und verzichten Sie darauf, wenn sie nicht unbedingt sein müssen. Achten Sie darauf, die Anforderungen positiv zu formulieren.

5. Die Benefits

Es ist wichtig zu wissen, welche Benefits branchenüblich sind und nicht etwa Angebote zu nennen, die selbstverständlich sind. Attraktive Benefits wie Gesundheitsförderung, Weiterbildungen und monetäre Anreize sollten unbedingt auftauchen. Hier geht es darum, die eigenen Besonderheiten herauszustellen und sich zu positionieren: Was macht das Unternehmen als Arbeitgebenden attraktiv? Was gibt es nur hier?

6. Call-to-Action

Fordern Sie bei Stellenanzeigen die Bewerbenden zum Abschluss explizit auf. Machen Sie deutlich, dass Sie sich als Arbeitgebende wirklich auf die Bewerbung freuen und nennen Sie eine direkte Ansprechperson.

Mehr auf: <https://sarahvonnahmen.com>.

texte keine Interessenten an“, mahnt Verena Schiffer. Eine Stellenanzeige sollte den Corporate Spirit eines Unternehmens darstellen und kulturelle Themen aus der New-Work-Bewegung wie Werte und Purpose aufgreifen, also die Sinnhaftigkeit des Unternehmens sowie der Arbeit und die Wertschätzung für die beworbene Position herausstellen. Auch im Assistenzbereich sollten hybride Arbeitsmodelle ermöglicht werden. „Der

Anspruch, dass eine Assistenz vor Ort sein muss und die Führungskraft ständig Zugriff hat, ist völlig überholt“, sagt Verena Schiffer. Zudem sollten in Stellenanzeigen tatsächliche Benefits abseits des viel zitierten Obstkorbs benannt werden, wie zum Beispiel die Möglichkeiten für Assistenzen, sich weiterzuentwickeln und neue Aufgaben zu übernehmen. **II**

Kati Sprung, Journalistin



„Wenn wir schon frieren müssen,
dann zumindest mit Stil.“

Mein post-pandemischer Kleiderschrank

⇒ „Auch der Herbst kennt schöne Tage“, pflegt mein Mann zu sagen. Er spielt dabei auf sein Alter an und findet das lustig. Doch machen wir uns nichts vor: Die Tage werden kürzer, und bald werden wir die Sonne vermissen, so erbarmungslos sie auch war. Wir werden uns wortwörtlich warm anziehen müssen. Und schon kommt die Frage aller Fragen: Was ziehe ich an? Bei den sommerlichen Zoom-Konferenzen reichte ein leichtes Leinen-Stehkragen-Blüslein, gepflegt casual. Unterm Schreibtisch dagegen Shorts und weiter unten nackte Füße – Freiheit pur! Ja, etwas Leichtes, Lässiges, ein herrliches Baggersee-Feeling lag über den Konferenzen, auch weil wir uns ziemlich sicher waren, dass die Führungskräfte ähnlich lässig „unten rum“ auf „Audio“ gingen. Mit Flip-Flops an den Füßen fällt auch das Duzen leichter. Aber jetzt die nächste Frage: Wie viel Selbstbewusstsein und/oder Selbstbetrug ist von Nöten, um sich ähnlich cool mit Wollsocken und Fleece-Decke über den Knien zu geben? Dass die meisten Arbeitgeber uns mittlerweile wieder ins Büro gerufen haben, macht die Sache nicht einfacher. Ja, nach dem Sommer haben wir unsere heimischen Sitzbälle und kühlenden Fußbäder verlassen und uns aufgemacht in die cool new work world.

Mal ehrlich: Wann haben Sie sich das letzte Mal so rundum schick gemacht? Zur Familienfeier? Taufe des Patenkindes? Gehaltsverhandlung? Oder einfach nur mal wieder zum Lüften? Was mich angeht, so fristet ein nicht unerheblicher Teil meiner Kleidung ein unbeachtetes Dasein hinter dicken Schranktüren. Ich sortiere aus, aber ich kaufe kaum noch dazu. Es macht einfach keinen Spaß mehr. Ohne Kauf kein Rausch. Ich rede mir ein, dass das nicht mit A wie Alter zu tun hat, sondern mit K bzw. C wie Klima, Krieg, Corona. Was allein an Rohstoffen drauf geht für die Produktion einer einzigen Jeans – mehrere Tausend Liter Wasser! Für eine Regenjacke (Hamburger Standard-Kleidung) sind literweise Erdöl fällig. Da kann einem erst recht die Lust nach einem seidenen Halstuch (Raupen-Mord!) vergehen. Den Männern geht es

nicht anders. Gut, sie hatten noch nie die großen modischen Variationsmöglichkeiten. Doch auch die Krawatte umweht längst ein Hauch von Nostalgie, Reminiszenz an die guten alten, fetten Zeiten. Selbst Nachrichtensprecher tragen sie nicht mehr. Und wenn Robert Habeck seinen schlecht gebundenen Konfirmanden-Schlips tragen muss, dann guckt er noch trauriger als sonst. Seine Krawatte ist vielleicht nicht aus Seide, sondern aus einem ressourcenintensiven, erdöl-verbrauchenden Baumwoll-Polyester-Gemisch – beides gar nicht gut. Und er weiß es. Immerhin darf er in guter alter Tradition weiße Sneakers zum dunklen Anzug tragen. Das konnte sich sonst nur Steve Jobs so überzeugend erlauben, bevor es gefühlte 80 Prozent aller Führungskräfte taten, ob es nun zur eigenen Persönlichkeit passt oder nicht.

Doch was machen wir im Winter, wenn die weißen Sneaker ausgedient haben und es unterm offenen Hemdkragen zieht? Beim Herunterdrehen der Bürotemperatur wird das Halstuch vielleicht doch wieder in Mode kommen, so wie die Manschettenknöpfe bei den Herren zum hermetischen Abriegeln der Körpertemperatur. Wenn wir schon frieren müssen, dann zumindest mit Stil! Ja, ich bin kurz davor, mein altes Tweed-Kostüm wieder nach vorn zu hängen und dem noch nicht aussortierten guten alten Rollkragen-Pullover ein Revival zu gönnen – der Stil-Ikone der neunziger Jahre, wärmend und gender-mäßig ganz vorne! Unsere Chefs werden sich vielleicht auch wieder in ihre Kord-Zweireiher zwängen, um der Welt in Feinstrick-Socken und Rolli mit Öko-Kaschmiranteil zu trotzen! Wir schaffen das! **II**

Katharina Münk alias Petra Balzer ist Personal Coach für Fach- und Führungskräfte sowie Autorin bekannter Sachbücher und Romane.

Ein Geburtstag für das Berufsbild

ASSISTANTS' WORLD Deutschlands größter Business-Event für Assistenzkräfte, der Messekongress Assistants' World, feierte am 6. September 2022 Jubiläum in Frankfurt am Main. Ein Rückblick von Chefredakteurin Annette Rempel.



TV-Moderatorin Katja Burkard stellte sich im VIP-Talk den Fragen von Chefredakteurin Annette Rempel und den Teilnehmenden des Events.



Assistants' World Teilnehmende am Stand von working@office.

⇒ Was braucht man alles für eine richtig gute Geburtstagsparty? Klar: Auf jeden Fall einmal richtig gute Gäste. Die müssen sich gar nicht alle kennen, aber Lust haben, aufgeschlossen sein und gute Gesprächsthemen mitbringen. Musik darf natürlich nicht vergessen werden und die Geburtstagstorte auch nicht. Da wir, das Team der Assistants' World und der Zeitschrift working@office für all das gesorgt hatten, stand dem großen Geburtstag unseres Messekongresses nichts mehr im Wege.

ERSTMALS HYBRID

Während der vergangenen beiden Jahre mussten wir die Veranstaltung mehrfach verschieben und organisierten sie im vergangenen Jahr rein digital. Und so war unsere Sehnsucht noch mehr gestiegen, Teilnehmende, Expertinnen und Experten und ausstellende Unternehmen endlich wieder live zusammenzubringen. Doch die Erfahrungen, die wir in den letzten beiden Jahren als Event-Veranstalter gemacht hatten, wollten wir in das neue Normal integrieren und das Beste aus beiden Welten – analog und hybrid – vereinen. Unsere mehr als 400 Gäste konnten also in diesem Jahr selbst entscheiden, ob sie auf die Assistants' World nach Frankfurt kommen oder von zu Hause aus die Vorträge und Workshops live über eine Plattform verfolgen wollten. Unser rasender Reporter Michael sorgte vor Ort dafür, dass auch die Teil-

nehmenden zu Hause einen Blick hinter die Kulissen werfen konnten und ein bisschen Emotionen aus dem Kongresshaus über den Bildschirm transportiert wurden.

MUT UND INSPIRATION FÜR DIE DIGITALE TRANSFORMATION

Die Teilnehmenden konnten während des gesamten Tages ein spannendes Vortrags- und Workshop-Programm verfolgen. Neben hochkarätigen Speakern wie TV-Moderatorin Katja Burkard, Isabel Grupp und Helen Hain, denen Teilnehmende vor Ort und zu Hause auch direkt über die Event-App Fragen stellen konnten, lebte die Veranstaltung auch von den zahlreichen Networking Optionen: Assistenzkräfte konnten sich vor Ort austauschen, sich gegenseitig über die App bzw. die Plattform kontaktieren, Daten austauschen, Videocalls durchführen und chatten und auch spontan Diskussionsräume eröffnen. Insbesondere für Office-Professionals ist ein breites Netzwerk aus anderen Unternehmen von großer Bedeutung, denn Assistenzkräfte verantworten in Unternehmen oft wichtige Projekte, wie den Role-Out von Programmen, das Professionalisieren von Geschäftsreise- und Event-Strukturen oder HR- und Social-Media-Arbeitsgruppen. Bei all diesen Projekten ist der Austausch von Best Practises aus anderen Unternehmen Gold wert und beschleunigt das Arbeiten massiv.



Die Hotelspezialisten



© VWR

Das Team von working@office feierte 20-jähriges Jubiläum.

TIPPS, TRENDS, WORKFLOW-SOLUTIONS

Ebenso mannigfaltig präsentierten sich die mehr als 45 ausstellenden Unternehmen in der Fachausstellung der Assistants' World. In der Ausstellung konnten sich die Teilnehmenden über vielfältige Event-Locations für die eigenen Veranstaltungsorganisation informieren, sie konnten Programme für sicheren Datenaustausch oder digitale Signatur testen, Produkte für die Kaffeeversorgung oder verzehrbare Werbemittel verkosten, sich über Komplettlösungen für Geschäftsreisemanagement informieren und vieles, vieles mehr. Für besondere Highlights sorgten unter anderem Mr. Piano und die Musiker von Roumbakustik, die mehrfach durch die Gänge zogen. Und mit der aufgestellten Fotobox konnten die Teilnehmenden ihre Erfahrungen auch direkt bildlich festhalten.

Besonders überwältigt hat mich persönlich das Feedback, welches von Teilnehmenden und Ausstellenden im Nachgang zur Assistants' World geteilt wurde. Eine Teilnehmerin schrieb beispielsweise: „Es war eine großartige, inspirierende und spannende Veranstaltung! Ich habe so begeistert berichtet, dass mein Chef nächstes Jahr mit möchte!“ Da kann ich nur sagen: Bring ihn mit, ich freue mich auf Euch! II

Annette Rempel, Redaktion



Die Hotelspezialisten
Anika Kittler



Save the dates 2023

Assistants' World hybrid – Deutschlands größtes Business-Event für Office-Professionals

Die Assistants' World ist DER Treffpunkt für Assistenzkräfte aus ganz Deutschland. Ein vielfältiges Kongressprogramm, Networking, eine riesige Trendschau und viele Highlights machen diesen Event zu einem echt inspirierenden Erlebnis. Weitere Informationen unter <https://assistantsworld.de>.

Hello New Work – der Zukunftskongress fürs Office-Management

Auf unserem Digitalkongress erleben Sie Expert*innen für die digitale Transformation, ausstellende Unternehmen und jede Menge Gleichgesinnte. Hier erfahren Sie mehr und können sich für unverbindliche Informationen rund um diesen Event registrieren: <https://hellonewwork.de/2023/>



Ich finde und buche das passende Hotel und die passende Location für Ihre Veranstaltung weltweit.

www.anikakittler-diehotelspezialisten.de

anika@diehotelspezialisten.de

+49 (0) 171 124 0800



© moodboard/AdobeStock

Wahrnehmen, zuhören, miteinander reden

KONFLIKTGESPRÄCHE Wer in einem Konflikt vermitteln möchte, braucht Kommunikationsfähigkeit und Einfühlungsvermögen. Oft sind es die Assistenzen, die hier wohltuend unterstützen können. Wie das am besten gelingt, erklärt eine Expertin.

⇒ Brigitte Brücke sitzt im Großraumbüro ihrer Firma an ihrem Platz und sortiert sich, bevor sie zu ihrer Vorgesetzten für eine Rücksprache geht. An einem Ende im Büro nimmt sie laute Stimmen wahr und weiß sofort, dass wieder drei ihrer Kollegen und Kolleginnen miteinander streiten. Im Gespräch mit ihrer Führungskraft spricht sie das an. Die Vorgesetzte ist erstaunt, die Ergebnisse stimmen, ihr ist nichts Auffälliges begegnet. Dass es da eine Konfliktsituation geben sollte, ist ihr neu. Brigitte Brücke fragt sich, was sie tun kann.

URSACHENFORSCHUNG

Die beschriebene Situation ist häufig in Unternehmen anzutreffen. Immer wieder mal gibt es zwischenmenschliche Auseinandersetzungen, und nicht selten nehmen Führungskräfte das gar nicht wahr, weil sie zu weit vom Geschehen entfernt sind. Der Konflikt an sich ist nicht böse, er ist einfach da. Wie wir mit dem Konflikt umgehen, macht ihn unter Umständen anstrengend, und die tiefere Ursache ist oft versteckt. Erst

wenn die Standpunkte und Hintergründe klar sind, ist es möglich, zu vermitteln.

In Befragungen in unterschiedlichsten Abteilungen in Unternehmen stelle ich oft fest, dass eine Stelle Hintergründe benennen kann und sich des Konfliktes bewusst ist: Das ist die Assistenz. Nun stellt sich die Frage, wie die Assistenz, die einige Hintergründe bereits kennt, in das Geschehen eingreifen kann.

MITEINANDER REDEN

Die einfachste Methode ist, dass sie mit jedem der Konfliktbeteiligten Einzelgespräche führt. Im Beispiel führt Brigitte Brücke drei Gespräche. Sie benennt dabei klar, um was es ihr geht und was ihr Ziel in den Gesprächen ist: Sie möchte eine gemeinsame Basis finden. Das kostet Zeit, doch ist die Zeitersparnis am Ende der wirkliche Nutzen. Konflikte sind Zeitfresser: Eine angestellte Person verbringt im Durchschnitt 16,5 Prozent der Arbeitszeit mit Konflikten (Quelle: Axel Maluschka, Auswertung des DIW Führungskräftereport



von 2019). Die Gespräche sollten auf jeden Fall in einer Umgebung stattfinden, in der keine Unterbrechungen stattfinden. Ich empfehle dazu ein gemeinsames Mittagessen oder einen Spaziergang, denn das hilft, die Atmosphäre etwas lockerer zu halten. Durchatmen und beginnen, möglichst mit einer Prise Einfühlungsvermögen und interessierter Neugierde.

VERSTÄNDNIS ZEIGEN

Egal in welcher Kommunikation: Sich in die andere Person hineinzuversetzen ist ein wichtiger Pfeiler. Hier beginnt das erste Verständnis – mit der Prämisse, dass keiner deshalb die Handlungen des anderen gut finden muss. Dieser Perspektivwechsel hilft, im Gespräch Fragen zu stellen und Interesse zu zeigen. Hier hilft die Frage: „Was würde ich tun, wenn ich damit konfrontiert worden wäre?“

Es ist faszinierend, wie Menschen sich öffnen, wenn ihnen ein wirklich ernstgemeintes Interesse und Empathie entgegengebracht werden. Es reicht dazu schon zu sagen: „Ich sehe, dass Sie sich sehr dafür einsetzen, ...“. Um das Interesse deutlich zu machen, gibt es eine Schlüsselmethode.

ZUHÖREN

Das interessierte, aufmerksame und gelassene Zuhören kann gar nicht wichtig genug eingeschätzt werden. Zuhören ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe und gleichzeitig eine der wirkungsvollsten Haltungen in Gesprächen. Zuhören, ohne im Kopf schon eine Gegenrede zu formulieren, die bei der Vermittlung in einem Konflikt wenig hilft. Denn es ist wichtig herauszufinden, was die im Konflikt befindliche Person denkt und fühlt und weshalb sie so handelt, wie sie es tut. Gefühle und Wünsche werden gerade in solchen Momenten mitgeteilt. Im Zuhören steckt also die größte Kraft in der Vermittlung bei Streitereien: Die Hintergründe werden klarer.

In unserem Beispiel hat Brigitte Brücke allen drei am Konflikt beteiligten Personen zugehört. Sie hat ein Bild vom Geschehen und kann das als Grundlage für die weitere Vermittlung verwenden. Und sie kennt die Standpunkte der einzelnen Personen.

VERMITTELN

Nun kann Brigitte Brücke auf die anderen involvierten Kolleginnen und Kollegen zugehen, entweder wieder in Einzelgesprächen oder in einer Vierer-Runde. Es ist beides in Ordnung und beides führt in den meisten Fällen zu Momenten des Innehaltens.

Mittlerweile kommt es in dem Konflikt zu einem Wandel: Brigitte Brücke erklärt, was sie von wem verstanden hat. In unserem Beispiel könnten alle drei beispielsweise das Ziel haben, den Businessplan für das kommende Jahr rechtzeitig an die Shareholder zu senden. Doch in der Art, wie das Ziel erreicht werden soll, sind sie sich uneins. Es könnten folgen-



7 Tipps zur Vorbereitung und Durchführung eines Konfliktgesprächs

1. Überlegen Sie, wo das Gespräch stattfinden soll. Unterstützend wirken ruhige Räume, zwischen Tür und Angel eignet sich dafür nicht.
2. Schreiben Sie sich auf, was Sie beobachtet haben und nehmen Sie das mit ins Gespräch.
3. Überlegen Sie sich Fragen zu den Punkten, die Sie wissen wollen. Nutzen Sie W-Fragen, doch lassen Sie das „Warum“ links liegen.
Beispiele: „Welches Ziel verfolgen Sie...?“
„Was erhoffen Sie sich von ...?“
4. Legen Sie für sich ein Ziel fest. Beispiel: „Ich will die Hintergründe verstehen.“
5. Laden Sie die Konfliktbeteiligten zu Gesprächen ein. Ich empfehle, zu Beginn Einzelgespräche zu führen, das ist wie eine sogenannte Shuttle-Mediation.
6. Bedanken Sie sich für die Bereitschaft, ein Gespräch mit Ihnen zu führen. Das öffnet Türen.
7. Fragen Sie nach, wenn Sie etwas nicht verstanden haben. Diese Formulierungen helfen: „Habe ich Sie richtig verstanden, dass ...?“ oder „Was genau meinen Sie mit ...?“ oder „Könnten Sie mir das bitte nochmal erläutern? Ich habe es nicht verstanden.“

de Bedürfnisse und Gefühle dahinterstecken: Die Angst, den Job zu verlieren, der Wunsch nach Anerkennung.

Brigitte erzählt nun mit ihren Worten, was sie vernommen hat und auch, dass es ein gemeinsames Ziel gibt: Der Businessplan soll eingereicht werden. Jedoch hat sie von allen drei Beteiligten unterschiedliche Wege gehört, wie dieses Ziel erreicht werden soll.

Sie kann nun laut überlegen, welche Mittel zu Verfügung stehen und ob sich die drei einig werden können. Das ist bei Konfliktparteien ein Aha-Moment: Sie realisieren, dass sie Ähnliches wollen, dass Gefühle und Bedürfnisse dahinterstecken. Das öffnet den Weg für die am Konflikt Beteiligten, nach gemeinsamen Lösungen zu suchen.

Brigitte Brücke eignet sich deshalb, da sie zwar im gleichen Unternehmen, jedoch kein Teil des Konfliktes ist. Zusätzlich hat sie bereits eine Weile beobachtet, dass es zu Ungereimtheiten gekommen ist und kann zielgerichtet eingreifen. II

 Sabine Kupfer, Lizenzierte Mediatorin BM®, zertifizierte Mediatorin gemäß § 2 ZmediatAusV, <https://sk-mediation.de/>

Schützen gehört nun mal zum Job

DSGVO Der Datenschutz wird dauerhaft auf unserer Agenda bleiben, digital und analog. Doch die Umsetzung der gesetzlichen Vorschriften ist nicht immer einfach und auch noch nicht an allen Arbeitsplätzen angekommen. Wie die Sensibilität für den Schutz der Daten geschärft werden kann.

⇒ Seit mehr als vier Jahren gilt die Datenschutz-Grundverordnung DSGVO. Die EU hat damit den Schutz der persönlichen Daten weltweit zu einer Art Leuchtturmprojekt gemacht. Allerdings auch zu einer Mammut-Aufgabe, weil sich in der Praxis so einige Hürden auftun. „Insbesondere kleinere Unternehmen brauchen bei der Umsetzung der DSGVO mehr und bessere Unterstützung“, erklärte Susanne Dehmel, Geschäftsleiterin des Digitalverbands Bitkom der Presse.

Vier von zehn Unternehmen gaben im vergangenen Herbst bei der Umfrage des Digitalverbandes an, seit der DSGVO-Einführung mehr Aufwand zu haben – und dies werde auch künftig so bleiben. Ein weiteres Drittel geht sogar davon aus, dass der Aufwand noch weiter steigen werde. Denn alle Vorgänge, Arbeitsprozesse und Handlungen rund um personenbezogene Daten müssen aufgezeichnet werden (Dokumentationspflicht).

TO-DO-PAKET AUF DAUER

Im Kern geht es um nichts weniger als um die individuellen Rechte. Ohne Pflichten ist der Schutz persönlicher Daten vor Verbreitung oder Missbrauch einfach nicht zu haben. Es kann gravierende Folgen haben, wenn beispielsweise private E-Mail-Adressen und Chat-Verläufe in Umlauf geraten, oder wenn sensible Bankdaten und Krankengeschichten für jeden zugänglich sind. Wer schludert, dem drohen deshalb saftige Bußgelder. So hat Medienberichten zufolge das Großherzogtum Luxemburg den Online-Riesen Amazon im Juli 2021 zu einem Rekordbußgeld in Höhe von 746 Millionen Euro verdonnert, nachdem sich zuvor eine europäische Bürgerrechtsorganisation über die Verarbeitung persönlicher Daten beschwert hatte.

KERNELEMENTE DER DSGVO

Weil bei Geschäften, im Beruf und im Privatleben naturgemäß aber kaum etwas ohne irgendwelche Informationsschnipsel zur Person abläuft, dreht es sich vor allem um den sorgfältigen und gezielten Umgang mit ihnen. Konkret geht es deshalb in der DSGVO um das Erfassen, Speichern und Nutzen von personenbezogenen Daten. Das sind alle Daten, die einen Rückschluss auf eine bestimmte Person erlauben (Art. 4 der DSGVO), wie Name, Adresse, Telefonnummern, Kfz-Kennzeichen, Bank- oder Gesundheitsdaten, Mitarbeiter- oder Kundendaten, Lieferverträge, Bewerbungsunterlagen und auch Bilder.

Alles das sind Daten, die typischerweise auch in Office-Prozessen anfallen, egal ob im Travel- oder Event-Management, in der Lohnbuchhaltung, Personalabteilung, beim Versand von Newslettern oder Angeboten, der Veröffentlichung von Fotos oder Clips auf einer Webseite, dem Kopieren von Akten oder bei der Ablage von Dokumenten, digital und ana-



© Fellowes

Wichtige Helfer beim Datenschutz sind Aktenvernichter wie der LX50 von Fellowes.

**Der Premium AutoM120 von Hama
mit praktischem Autofeed.**



log. Die DSGVO gilt selbstverständlich nicht nur in der digitalen Welt, sondern greift bei jedem Hängeordner oder Zettelkasten, auch zu Hause.

Das ist eine sehr große Bandbreite von Orten und Gelegenheiten, wo man Daten zu schützen hat. Doch längst nicht alle Menschen, die mit Daten arbeiten, sind „sattelfest“ in der Umsetzung der Datenschutzrichtlinien. „Nur 57 Prozent sagen, dass sie mit der DSGVO vertraut sind“, heißt es in einer aktuellen Studie von Fellowes, die Nutzerinnen und Nutzer von Aktenvernichtern befragt haben, also eine Zielgruppe mit Büro-Jobs, die per se mitten im Thema ist.

VIELE OFFENE FRAGEN IM TAGESGESCHÄFT

Dürfen Visitenkarten gesammelt und bei Gelegenheit irgendwann einmal benützt werden? Genaugenommen müssten alle, die eine Visitenkarte annehmen und vorhaben, die Daten zu speichern und zu verwerten, dem Gegenüber gleich beim Austausch erklären, was mit den Daten geschehen soll. „Praxisfern“ nannte dies Rebekka Weiß als Leiterin Vertrauen und Sicherheit im Digitalverband Bitkom gegenüber *working@office* einmal in einem Interview. „Die Visitenkarte wird ja übergeben, weil das Gegenüber kontaktiert werden will.“ Experten sehen bei der DSGVO auch noch Anpassungsbedarf. Rebekka Weiß: „Die wichtigste Aufgabe ist, dass alle Mitarbeiter ein Gespür für personenbezogene Daten bekommen, also in den alltäglichen Praxisabläufen eine Sensibilität entwickeln können.“

DIE GRUNDSÄTZE KENNEN

Eine gute Orientierung geben die in der DSGVO verankerten Grundsätze zur Datenverarbeitung. Dazu zählt Datensparsamkeit, das heißt, es sollen nur so viele Daten verarbeitet werden wie notwendig; die Speicherbegrenzung, es soll also nur so lange wie notwendig aufbewahrt werden; die Zweckbindung – auf gut Glück Kontaktdaten horten ist danach nicht in Ordnung. Auch müssen die verarbeiteten Daten korrekt sein (Richtigkeit). Grob skizziert ist die Verarbeitung sämtlicher personenbezogener Daten nur rechtmäßig, wenn die betroffene Person eingewilligt hat. Und die Verarbeitung muss erforderlich sein, etwa zur Erfüllung von rechtlichen Verpflichtungen, Verträgen, zum Schutz lebenswichtiger Interessen oder zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten. Berechtigtes Interesse ist dabei ein Schlüsselbegriff. Das kann zum Beispiel für Direktwerbung ebenso bestehen wie für eine Personalakte. Allerdings müssen die personenbezogenen Daten spätestens

dann gelöscht werden, wenn sie für die Zwecke, für die sie erhoben oder verarbeitet wurden, nicht mehr notwendig sind (Speicherbegrenzung), beispielsweise nach der Kündigung.

DATENSCHUTZFALLEN LAUERN ÜBERALL

Allerdings lauern in Büros und Homeoffices Datenschutzfallen, die etlichen auf Anhieb nicht bewusst sein dürften. Auch, weil man beispielsweise Ausrüstung und Einrichtung oft längst ausgeblendet hat. Glastüren oder gläserne Türstreifen etwa, durch die man im Vorbeigehen mitbekommen könnte, wer sich dort mit wem trifft, nennt datenschutz-praxis.de eine Stolperfalle. Auch ein vertrauliches Treffen zwischen Mitarbeiter und Betriebsrat fällt unter den Datenschutz. Ebenso müssen Homeworkerinnen ihre virtuellen Meetings so führen, dass weder Nachbarn noch Familie vertrauliche Inhalte mitbekommen können, keine offenen Fenster also. Stichwort Telefon: Viele speichern Anruferlisten. Auch der freie Blick auf Whiteboards, Pinnwände oder Bildschirme ist kritisch. Tipp: Bildschirm sperren, wenn man geht, mit der Tastenkombi „Windows + L“. Kehrt man an den Bildschirm zurück, wird automatisch die Eingabe des Kennworts verlangt.



So lassen sich Datenschutzpannen vermeiden

- Schützenswerte Daten sind alle Dokumente mit personenbezogenen Daten und Geschäftsunterlagen.
- Jedes Land hat seine eigenen Aufbewahrungsfristen.
- Quittungen, Einzahlungsbelege und Bankauszüge können normalerweise geschreddert werden, wenn die Konten abgeglichen sind.
- Personalunterlagen müssen regelmäßig geprüft werden, ob sie die gesetzliche Ablaufrist erreicht haben.
- Daten in Papierform sicher aufbewahren: Checken, ob Ausdruck in Printform erforderlich ist, regelmäßig schreddern, was nicht mehr gebraucht wird, Unterlagen nie unbeaufsichtigt liegen lassen, im Besitz befindliche Daten regelmäßig prüfen, nach Möglichkeit anonymisieren.
- Mit Schulungen und Richtlinien up-to-date bleiben: Schulungsmodule aktualisieren, an Schulungen teilnehmen, Teammitglieder mitnehmen, sich mit den sechs Grundsätzen des Datenschutzes vertraut machen, bewährte Praktiken teilen, auf Phishing-Angriffe etc. aufmerksam machen, Datensicherheit in Quartalsberichte einbeziehen.

SO GEHT DATENSCHUTZ IN DER PRAXIS

Praktizierter Datenschutz setzt eine durchdachte Organisation, die richtigen Tools und ein gutes Daten-Management-System voraus. Bei den sogenannten technischen und organisatorischen Maßnahmen (TOM) geht es um die Datensicherheit durch verschiedene Arten der Kontrolle, zum Beispiel die Zugangskontrolle am Empfang, die Kontrolle von Weitergabe und Eingabe der Daten, Zugriffsrechte oder auch die Trennung von Daten unterschiedlicher Zwecke. Hier ist vor allem der Arbeitgeber in der Pflicht. Er muss gegebenenfalls Sicherheitspersonal einstellen, für Tresore oder verschließbare Aktenschränke sorgen, transparente Regeln aufstellen, die auch im Homeoffice funktionieren, die Mitarbeitenden einweisen und generell die Infrastruktur so gestalten, dass die Daten sicher sind – physikalisch und in der IT.

Das berührt zahlreiche Aspekte. Zum Beispiel Firmenausweise, Organigramme für Berechtigungen und Verantwortlichkeiten sowie Guidelines für den Umgang mit Daten, als brauchbare Orientierung möglichst spezifisch auf die firmentypischen Prozesse abgestimmt. Manche Firmen pflegen etwa die Clean-Desk-Politik für Urlaub oder Feierabend.

BÜROAUSSTATTUNG FÜR DEN EXTRA-SCHUTZ

Und auch die Gestaltung der Arbeitsplätze ist heute eine Datenschutzfrage. Großraumbüros gelten bisweilen erst mit Zusatz-Maßnahmen als DSGVO-verträglich, zum Beispiel mit Telefonboxen oder Akustik-Paneelen, die das Mithören verhindern. Viele Büromöbel-Hersteller haben längst auch Sichtschutz-Lösungen im Programm. Damit können Besucher oder Kollegen im Vorbeigehen keine sensiblen Infos mehr erhaschen. Sitzt das Team beim Brainstormen enger beieinander? Blickschutzfilter für Monitor oder Display schützen vor dem seitlichen Blick, auch unterwegs auf Reisen.

Arbeitgeber müssen auch technisch dafür sorgen, dass PCs, Firmen-Handy und mobile Datenträger sicher beziehungsweise verschlüsselt sind – nicht nur mit Antiviren-Software und Firewall. Auch die Prozesse sind bei Security-Konzepten zu bedenken. So sollten Speichervorgänge auch im Homeoffice per Fernzugriff auf das Unternehmen gesichert werden, etwa über ein VPN (Virtuelles Privates Netzwerk).

PAPIERE NICHT VERGESSEN

Zwar liegt beim Thema Datenschutz der Fokus meist auf der digitalen Welt. Tatsächlich ist das

**Das Modell Dahle PaperSAFE
260 fürs Homeoffice.**



**Den Securio P44i von HSM gibt es
in diversen Schnittvarianten.**

papierlose Büro vielfach aber noch Zukunftsmusik. Dabei ist das datenschutzkonforme Archivieren, Bearbeiten und Löschen von analogen Dokumenten oft noch komplexer. Die Löschung der Daten ist explizit geregelt. Die Vorschrift besagt, dass jedes Papier mit Daten vernichtet werden muss. Und zwar ungefragt, wenn der Zweck erfüllt ist, und auf Wunsch des Betroffenen, der ein Recht auf Löschung seiner personenbezogenen Daten hat.

DATEN PROFESSIONELL VERNICHTEN

Wichtige Helfer beim Datenschutz sind Aktenvernichter. Denn Dokumente, gleich in welcher Form sie vorliegen, einfach in den Papierkorb zu entsorgen, das genügt der DSGVO eben nicht. Papierdokumente, Fehldrucke aus dem Kopierer, Speichermedien wie USB-Sticks und CDs müssen zerkleinert werden. Wie klein, das regelt die DIN 66399. Modelle gibt es für jeden Bedarf, auch für die kleine Nische im Home-office.

Fellowes positioniert die neue Generation der LX-Serie als „fortschrittlichste Aktenvernichter aller Zeiten“ mit Modellen für Büro und Homeoffice. Zu den Features zählt die patentierte SafeSense-Technologie, die das Gerät automatisch bei Berührung des Papiereinzugs stoppt. Das Sortiment umfasst Mikro- und Minischnitt sowie Partikelschnitt. Letzteres entspricht 300 Partikeln pro A4-Blatt, die Mikro-Version schreddert A4 in 2000 Partikel.

Auch Dahle bietet mit der Serie PaperSAFE eine breite Produktpalette an Aktenvernichtern. Das Modell Dahle PaperSAFE 260 richtet sich an Homeoffice-Worker, die mit der Sicherheitsstufe P-4 und einer Leistung von 1-12 Blatt so auch zu Hause vertrauliche Akten vernichten können. Praktisch beim Premium AutoM120 von Hama ist der Auto-feed: Einfach Papierstapel in den Einzug legen, und er zerlegt die vertraulichen Unterlagen in kleinste Schnipsel (P4). Die Schneidwalzen starten und stoppen automatisch.

HSM wiederum bietet seinen Aktenvernichter Securio P44i in diversen Schnittvarianten von Sicherheitsstufe P-2 bis P-7 und ist optional auch mit einem CD-Laufwerk erhältlich, das CDS, DVDs, USB-Sticks, Kredit- und Kundenkarten

zerkleinert. Mit einem separaten Auffangbehälter lassen sich die Partikel anschließend sortenrein entsorgen. Das Modell HSM Securio P44i hat ein hohes Auffangvolumen und eignet sich deshalb laut Hersteller auch für große Arbeitsgruppen bis zu 15 Personen. **II**

Karin Pfeiffer, Journalistin





© melita / AdobeStock

So geht erfolgreiches Networking

KOMMUNIKATION Um beruflich voranzukommen oder Ziele zu erreichen, ist Netzwerken unabdingbar – working@office gibt Ihnen die 3 wichtigsten Tipps an die Hand, damit sich Kontaktpflege auszahlt.

⇒ Es mag angenehm sein, sich mit Gleichgesinnten zu treffen. Es hilft Ihnen aber nicht unbedingt dabei, einen neuen Kunden zu gewinnen oder sich beruflich weiterzuentwickeln.

1. GEZIELT VORGEHEN

Seien Sie mutig und aufgeschlossen, und überlegen Sie: Wen möchten Sie gezielt kennenlernen? Wer könnte Ihnen bei der Realisierung Ihrer Vorhaben behilflich sein? Besuchen Sie ausgewählte (Online-)Veranstaltungen, bei denen der entsprechende Personenkreis zusammenkommt. Lassen Sie sich – wenn möglich – auch auf Messen, Konferenzen und Jahres-

treffen sehen, um neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Bekanntschaften zu pflegen.

Wichtig: Bauen Sie auf Sympathie! Wenn Sie jemanden nicht mögen, wird daraus sehr wahrscheinlich kein tragfähiger Kontakt werden. Die Chemie muss stimmen! Es kostet Sie zu viel Überwindung und damit auch Energie, die Gunst eines Menschen zu gewinnen, den Sie nicht sympathisch finden. Networking sollte keine lästige Pflicht für Sie sein.

2. KEINE ZEIT VERSTREICHEN LASSEN

Haben Sie einen Menschen kennengelernt, der für Sie interessant ist? Dann sollten Sie schnell – innerhalb der nächsten zwei, drei Tage – handeln, denn so lange ist die Erinnerung noch frisch. Je länger Sie warten, desto schwieriger wird es, den Kontakt aufrechtzuerhalten.

Wichtig: Warten Sie nicht bis zu dem Zeitpunkt, zu dem Sie etwas von dem anderen benötigen! Dadurch verliert der Kontaktaufbau seine Lockerheit, und der andere könnte das Gefühl haben, dass Sie einseitig von der Bekanntschaft profitieren möchten. Beide Seiten sollten den neuen Kontakt als Bereicherung empfinden.

3. GEEIGNETE AUFHÄNGER SUCHEN

Rufen Sie an oder senden Sie eine kurze E-Mail, um sich für das nette Gespräch/den interessanten Austausch zu bedanken. Vermitteln Sie Adressen, die für den anderen nützlich sein könnten. Schicken Sie ihm Informationen zu, etwa einen Zeitschriftenartikel, einen Link oder eine Buchempfehlung.

Wichtig: Hören Sie aufmerksam zu und merken Sie sich, worüber Sie miteinander gesprochen haben! Gehen Sie bei der Kontaktaufnahme auf das ein, was Sie verbindet und ausschlaggebend dafür war, die Adressen auszutauschen. **II**

✍ Alexandra Sievers, Journalistin



Kleine Geschenke erhalten die Beziehung

LAST-MINUTE-WEIHNACHTSGESCHENKE Wer denkt schon gern an Weihnachten, wenn die Temperaturen sommerlich warm sind? Im Herbst heißt es dann wieder schnell sein und Präsente planen. Zum Glück gibt es auch wenige Wochen vor den Festtagen noch gute Ideen, die sich kurzfristig umsetzen lassen.

⇒ Weihnachten ist ein Fest der Emotionen und die Gelegenheit, Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern zu zeigen: Ihr seid uns wichtig. Zum Beispiel mit einer kleinen Aufmerksamkeit, die zum Ausdruck bringt, dass man die Beziehung wertschätzt.



© Richard Dahms GmbH

Personalisierten Wein oder Sekt gibt es u. a. direkt beim Winzer (Weingut Dahms).

HERZLICHE GENUSS-GRÜSSE

Ein Glas Wein zum Fest ist ein Klassiker. Viele freuen sich deshalb über eine gute Flasche Wein als Präsent, und bei Nicht-Gefallen kann es einfach weiterverschenkt werden. Eigenmarketing-fähig ist dieses Präsent auch: Beim lokalen Winzer lässt sich oft noch wenige Wochen vor Weihnachten ein individualisiertes Etikett erstellen. Beispiele, wie so ein personalisierter Wein oder Sekt aussehen kann, findet man zum Beispiel beim Neusperger Hof, bei DeinEigenerWein.de oder beim Weingut Dahms.

Auch Süßes geht fast immer und passt ebenfalls zur Jahreszeit. Außerdem haben essbare Präsente einen unschlagbaren Vorteil: Sie werden verbraucht und stehen oder liegen nicht irgendwo als Staubfänger herum. Wie wäre es mit einer großen Tüte kleiner Ritter-Sport-Tafeln, die man im Büro gut mit den Kollegen teilen kann? Wer nicht bis zur letzten Minute wartet, kann die Schokotafeln individualisieren lassen, zum Beispiel mit einem eigens gedruckten Umschlag für die großen Tafeln, einer bedruckten Geschenkpackung mit sechs kleinen Täfelchen oder einem Logo

oder netten Wünschen auf der Verpackungsfolie der kleinen Täfelchen. Für individualisierte Schoko-Tafeln und -Täfelchen gelten Mindestbestellmengen.



© Lebkuchen Schmidt

Ein echter Weihnachtsklassiker sind Lebkuchen, beispielsweise vom Nürnberger Traditionsunternehmen Lebkuchen-Schmidt. Ob Mini-Elisen-Lebkuchen in der Einzelverpackung oder gleich die ganze Schmuckdose aus Blech, hier gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten, den Weihnachtsklassiker im B2B-Bereich mit individuellen Botschaften versehen zu lassen und direkt an die Adressa-

ten versenden zu lassen. Das funktioniert auch ins Ausland, wo die klassischen Oblaten-Lebkuchen übrigens meist besonders gut ankommen, denn in dieser Form und Fertigung gibt es sie nur aus Nürnberg. Generell sind lokale Leckereien (auch die weniger weihnachtlichen) eine gute Idee zum Jahresende. Der klassische Präsentkorb hat längst nicht ausgedient, passt gut zu Neujahr und eignet sich vor allem dann, wenn man gleich eine ganze Abteilung bedenken will. Liebevoll verpackt macht er gleich nochmal so viel her.

IMMER BELIEBT: DIY

Wenn es besonders weihnachtlich, aber nicht essbar sein soll, sind Plätzchenausstecher in einer schicken Metallbox eine schöne Alternative. Klassische Präsente-Hersteller haben oft ein individualisierbares Angebot. Mindestens genauso interessant sind jedoch Webseiten für Back-Zubehör: Auf den Seiten von „Backfreunde“ und „mein Cupcake“ gibt es beispielsweise eine wirklich große und ausgefallene Auswahl, darunter auch Formen, die überraschen, vom Bagger bis zum Akkuschauber, lokalen Wahr-

Lebkuchen-Schmidt liefert den Weihnachtsklassiker in einer Schmuckdose aus Blech mit individueller Botschaft.



zeichen und anderen Überraschungen. Vielleicht ist ja auch etwas dabei, das gut zur Branche des Schenkenden oder Beschenkten passt?

EIN GUTSCHEIN FÜR DIE MITARBEITER

Für Mitarbeiter im Unternehmen darf es mitunter an Weihnachten auch ein wenig mehr sein. Eher unromantisch, aber garantiert beliebt ist ein Gutschein, der sich überall einlösen lässt. Die SpenditCard ist quasi eine Prepaid-Kreditkarte, auf die die steuerfreien Sachbezüge einfach eingezahlt werden können. Der beschenkte Mitarbeiter kann damit überall bezahlen, wo auch Visa-Kreditkarten akzeptiert werden. Ein individuelles Firmendesign oder eine nette Weihnachtsbotschaft ist ebenfalls möglich.

Ähnlich pragmatisch (und last-minute-tauglich) ist das Prinzip von Digigifts: Über diese Plattform können Firmen per Mail einen Link oder eine Karte mit einem QR-Code an den Empfänger des Geschenks verschicken. Klickt dieser auf den Link oder scannt den Code, wird er auf einer individuellen Landingpage im Firmendesign begrüßt. Von dort gelangt der Empfänger auf eine Seite mit ausgewählten Geschenken, wo er sich seinen Favoriten aussuchen und nach Hause zusenden lassen kann. Alternativ bietet die Seite auch einen digitalen Weihnachtskalender.

Bei allen digitalen Möglichkeiten sollte man eines nicht vergessen: Die Krönung des Weihnachtszaubers ist immer noch die handgeschriebene Karte. In Zeiten, da die Kommunikation zunehmend digital abläuft, hat sie einen ganz besonderen Charme. Gelingt es noch dazu, nette persönliche Worte zu finden, ist der Erfolg garantiert. Vor allem ältere



Lassen sich gut im Büro verteilen: Ritter-Sport-Tafeln.

Kunden und Geschäftspartner freuen sich über dieses Zeichen von Wertschätzung. Vielleicht haben Sie aber auch keine Lust auf das ganze Geschenke-Theater? Absolut nachhaltig ist die Alternative, nette Grüße per E-Mail zu versenden und nebenbei auch noch zu erwähnen, dass man sich anstelle kleiner Präsente für eine Spende an eine wohltätige Organisation entschieden hat. Gutes tun ist schließlich auch ziemlich weihnachtlich.

Franoise Hauser, Journalistin



Anbieter im Web

www.ritter-sport.de/b2b/de
www.neuspergerhof.de/mein-etikett
www.logowein.de/produkte/ (Weingut Dahms)
www.dein-eigener-wein.de
<https://backfreunde.de/ausstechformen>
www.meincupcake.de/shop/Ausstecher-und-Ausstechformen
www.lebkuchen-schmidt.com/de/fuer-firmen
www.niederegger.de
<https://clouberry.com>
<https://digigifts.de>
www.spendit.de

Die Welt schneidet BLAU!



Wer kennt sie nicht, unsere typisch blauen Schneidemaschinen?

In unzähligen Büros, Ateliers und Bastelzimmern rund um den Globus wird bereits seit Jahrzehnten präzise und zuverlässig mit den blauen Werkzeugen geschnitten. Doch die Farbe ist nicht das einzige Wiedererkennungsmerkmal: Unsere Schneidemaschinen zeichnen sich durch ihre hohe Qualität aus und sind dadurch langjährige Begleiter für höchste Ansprüche.

Automatisch besser?

EINKAUF Das Bestellen von Verbrauchsmaterial im Büro ist zeit- und energieaufwändig. Längst gibt es Lösungen, die die Prozesse automatisieren und das Beschaffungswesen vereinfachen. Wer auf die richtige Lösung setzt, spart Zeit, Nerven und Kosten.

⇒ Kollege Meier braucht neue Stifte fürs Flipboard, Kollegin Müller einen Papierkorb und Herr Huber Etiketten. Bürobedarfsartikel sind größtenteils sogenannte „C-Artikel“. Der Beschaffungsaufwand ist, in Relation zum Warenwert der Artikel, meist sehr hoch. Wer das Bestellwesen automatisiert, spart je nach Quelle zwischen 30 und 50 Prozent bei den Prozesskosten. In den verschiedenen Phasen der Beschaffung kommt einiges zusammen, was Arbeitskraft und Arbeitszeit bindet, vom Sammeln der Wünsche über die Bestellfreigabe und die Bestellung bis hin zur Warenannahme,

Rechnungsprüfung und korrekten Buchung. Eine 360-Grad-Beschaffungsplattform hilft dabei, Einkaufsprozesse zu optimieren. Individuell definierte Abläufe von der Bestellung über die Freigabe bis zum Wareneingang und zur Rechnungsverarbeitung können automatisiert und somit zeit- und kostensparend abgewickelt werden. Zudem sorgt die Automatisierung dafür, dass weniger Fehler passieren und Genehmigungen schneller eingeholt sind. Gleichzeitig gewinnt man Transparenz über die unternehmensweiten Ausgaben und erhält Analysemöglichkeiten über Warengruppen.

Beschaffungslösungs-Anbieter

Lösung	Merkmale	Anbieter	Mehr Infos
C-Artikel Management	50 000 Artikel: Ergänzung weiterer Lieferanten, Integration in einen Marktplatz oder ins ERP-System	Buschmann	https://buschmann.de
SHOP IN FACTORY	Warengruppenmanagement, Systemintegration, Lagermanagement, Kommissionierung & Ausgabe, Logistikservices, Reporting & Kostenkontrolle bis hin zu personalisierten Produkten	Möwius	https://www.moewius.de/c-teile-loesung
C-Teile-Management	liefert nahezu alle C-Teile auch in individueller Stückzahl, insbesondere Werkzeuge, Reinigungsmittel, Büroeinrichtung	KSA Gruppe	https://www.ksa-c-teile-management.de
simple system	Lieferanten-Management, Rechte-Management, ERP-Integration, Partnermarktplatz, offener Marktplatz	simple system	https://company.simplesystem.com
SAP Ariba	SAP Ariba Buying, SAP Ariba Invoicing für Procure-to-Pay und SAP Ariba Catalog für Beschaffungsinhalte	SAP	https://www.ariba.com



pen, Lieferanten, Bestellvolumen, Kostenstellen und Standorte. Damit lassen sich Beschaffungsstrategien deutlich einfacher optimieren.

VERSCHIEDENE MODELLE

Grundsätzlich gibt es drei unterschiedliche Ansätze. Lieferantensysteme bieten eine digitale Einkaufsplattform, die die Kunden zum Einkauf ihrer Güter und Dienstleistungen nutzen können. Der Lieferant bestimmt das angebotene Sortiment und legt die Preise fest.

Bei den Beschaffungssystemen legt der Einkäufer Produkte und Konditionen des digitalen Beschaffungsprozesses fest. Er bestimmt den Preis und entscheidet, welche Mengen er dem Lieferanten abnimmt.

Marktplätze sind eine Kombination aus Lieferantensystem und Beschaffungssystem. Die Lieferanten bieten Waren und Güter an. Die Unternehmen geben auf dem Marktplatz Informationen über den Bedarf an. Über Angebot und Nachfrage entwickelt sich ein Preis.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM EINSATZ

Die Bedeutung der Beschaffungsgeschwindigkeit hat einer Studie zufolge zugenommen (ProcureCon und WBR Insights' CPO Study 2021). Bei häufig eingekauften, nicht vertragsgebundenen Produkten können Machine Learning (ML) und Künstliche Intelligenz (KI) automatisch bevorzugte oder ähnliche Produkte identifizieren und helfen, kostengünstige Alternativen zu finden. Um Beschaffungsdaten auszuwerten, mussten Unternehmen bisher in Experten wie Business-Intelligence-Ingenieure, Datenwissenschaftler und IT-Experten investieren, um komplexe Analysemodelle zu erstellen. ML-Technologien können heute große Datenmengen schnell analysieren und Erkenntnisse liefern, die dabei helfen, Potenziale zu erkennen.

BESCHAFFUNG NACH DER PANDEMIE

Die Pandemie hat ihre Spuren ebenfalls im Beschaffungsprozess hinterlassen. Unternehmen stellen sich auf neue, dezentralisierte Arbeitsumgebungen ein, in denen viele Mitarbeiter von zu Hause arbeiten. Das bedeutet unterschiedliche Überlegungen zur Technologiebeschaffung und Büromittelbereitstellung, um die Mitarbeiter entsprechend auszustatten. Unternehmen aller Branchen überdenken derzeit, wie ihre Teams einkaufen.

II



Yvonne Göpfert, Journalistin



Single oder Dual Sourcing?

Es gibt verschiedene Beschaffungsstrategien. In Krisenzeiten bewährt sich zum Beispiel Single Sourcing. Diese Methode ist sinnvoll, um die Einkaufspreise möglichst niedrig zu halten. Pro Bestellung werden mit entsprechenden Mengenrabatten große Mengen geordert. Wenn die Kunden-Lieferanten-Beziehung über viele Jahre besteht, bildet sich eine Vertrauensgrundlage, die gerade in Krisenzeiten Früchte trägt. Wenn es zu Lieferengpässen kommt, erhalten Sie höchstwahrscheinlich aufgrund der guten Kundenbeziehung eine bevorzugte Behandlung. Der Nachteil liegt darin, dass Sie von einem Anbieter abhängig sind. Um dem entgegenzuwirken, nutzen Unternehmen Dual Sourcing, also die Beschaffung aus zwei Quellen. Und dank Internet ziehen Unternehmen immer häufiger auf Marktplätze und holen dort Angebote ein, um großen Bestellmengen günstig einzukaufen. Aktuell geht der Trend jedoch wieder mehr in Richtung lokale Beschaffung. Das macht den Transport in Zeiten hoher Energiepreise günstiger und planbarer.



Checkliste: Das sollten automatisierte Bestellprozesse leisten

- ✓ Große Auswahl an Produkten und Produktkategorien,
- ✓ bequeme Lieferoptionen,
- ✓ Multi-User-Konten,
- ✓ Rechtemanagement zur Einschränkung von Lieferanten und Warengruppen für einzelne User oder Usergruppen,
- ✓ Einsparungen und Rabatte,
- ✓ Kauf auf Rechnung.

Technische Anforderungen

- ✓ Systemintegration in Ihr ERP-System
- ✓ schnelle Anbindung und Updates von Katalogen
- ✓ Einbindung von Marktplätzen/weiteren Lieferanten
- ✓ Abbildung der Compliance-Richtlinien

Analysen

- ✓ Beschaffungsanalysen
- ✓ Ausgabenanalysen

Der Preis als Tool

PREISMANAGEMENT Bei der Überlegung, was ein Produkt oder eine Dienstleistung kosten soll, spielen viele Kriterien eine Rolle. Und es gibt verschiedene Strategien, die Unternehmen anwenden können, um über die Preisgestaltung unterschiedliche Ziele zu erreichen.



⇒ Wie in Unternehmen Büromaterial bestellt oder eine Geschäftsreise gebucht wird, ist meist sehr genau vorgegeben. Doch für die eigenen Produkte oder Services haben rund 70 Prozent der Unternehmen nicht mal eine Preisstrategie. Das zumindest hat vor einigen Jahren eine in der *Wirtschaftswoche* veröffentlichte Studie der Privaten Hochschule Göttingen ergeben. Dabei lassen sie damit nicht nur Gewinne liegen, sondern stolpern auch an Absatzchancen und Zielgruppen vorbei.

Denn der Preis einer Ware repräsentiert mehr als nur den zu zahlenden Betrag. Auch über das Image und die Qualität sagt der Preis etwas aus. Und er lässt sich als Instrument nutzen, etwa im Vertrieb. Einer Preisstrategie liegen deshalb strategische Überlegungen und Entscheidungen eines Unternehmens zugrunde. Wie beispielsweise muss der Preis gestaltet sein, um die gewünschte Zahl an Käufern zu finden oder das gesteckte Umsatzziel zu erreichen? Hochpreisig für ein exklusives Segment oder als Dumping, um den Wettbewerb aus dem Feld zu schlagen? Dazwischen liegen nicht nur viele Preisniveaus, sondern auch verschiedenste Möglichkeiten der Differenzierung und Gestaltung.

IN DEN MARKT DRÜCKEN ODER RAHM ABSCHÖPFEN

Welche Preisstrategie sich anbietet, hängt von verschiedensten Einflussfaktoren ab. Basis der meisten Preisstrategien ist ein Verkaufspreis, der alle Kosten für das Produkt oder die angebotene Dienstleistung deckt. Auf dieser Grundlage spielen dann ergänzend verschiedenste externe und interne Faktoren eine Rolle, zum Beispiel Ziele wie Gewinn, Absatz, Umsatz, Marktanteile oder die gewünschte Positionierung im Markt, auch Qualitätspolitik, Image, Markenaufbau oder Kundenbindung, die Kaufkraft der Kundschaft, Wettbewerb und Nachfrage natürlich auch. Je nach Setting und Zielgrößen bieten sich dann auch sehr unterschiedliche Ansätze an. Bei Produkteinführung-

gen werden zum Beispiel häufig entweder die sogenannte Skimming- oder die gegensätzliche Penetrationsstrategie angewandt. Bei der Skimming-Strategie (skimming, engl. für abschöpfen) steigt ein Unternehmen für ein neues Produkt mit einem hohen Preis in den Markt ein, um ihn dann im Laufe der Zeit zu senken. Das ist vor allem bei technischen Neuheiten wie Smartphones, Flachbildschirmen, Spielekonsolen, Tablets, Haushalts-Roboter & Co. üblich. Hier werden die Technikenthusiasten und Early Birds „abgeschöpft“. Oft korrespondiert das Skimming auch mit der Kostenentwicklung in der Herstellung, die anfangs durch Forschung & Entwicklung und geringe Stückzahlen noch hoch sind und sich dann in der Massenproduktion senken lassen.

Bei der Penetrationsstrategie starten Anbieter im Gegensatz dazu mit niedrigen Preisen in den Markt, um so ihre Ware in den Markt zu „drücken“. Das schafft schnell Marktanteile und gleichzeitig Hürden für Mitbewerber, während man sein neues Produkt positioniert. Üblich ist das beispielsweise bei Elektronikgeräten. Nach dem Knallerpreis zur Einführung wird sukzessive angehoben.

GEZIELT ANPASSEN: DYNAMISCHE PREISGESTALTUNG

Mit den Preisabfolgen sind Skimming und Penetration sogenannte dynamische Preisstrategien, also mit Preisen, die für ein prinzipiell gleiches Produkt variieren. Zu den dynamischen Preisstrategien zählt auch das Yield Management, mit dem beispielsweise Airlines oder Hotels mit unterschiedlichen Preisen für die gleichen Sitzplätze oder Zimmer ihre Auslastung über Kontingente steuern. Bei Preiswettbewerbs-Strategien orientieren sich Unternehmen stark an der Konkurrenz: Als Preiskämpfer zum Beispiel, um sich mit dem niedrigsten Preis von der Konkurrenz abzuheben, womit ein Anbieter meist den Massenmarkt ansprechen will. Oder als Preisfolger, der den Konkurrenten mit dem



Der Big-Mac-Index steht für die Kaufkraft.



© hd3dsh / AdobeStock



höchsten Preis ganz leicht unterbietet. Hochwertige Marken mit geringerer Bekanntheit setzen häufiger auf dieses Konzept. Für den Preisführer selbst sind meist eine hohe Bekanntheit, großer Marktanteil oder entsprechendes Image charakteristisch.

Dass sich Preisfolger und -führer auch gerne abwechseln, um das Preisniveau insgesamt möglichst hoch zu halten, erleben wir bei Tankstellen, die sich gefühlt schon immer an den Preisen der Konkurrenz im näheren Umkreis orientieren. Allerdings lässt sich der Preis nicht beliebig nach oben schrauben, der Absatz steht in direkter Abhängigkeit zum Preis. Die sogenannte Preiselastizität der Nachfrage spiegelt wider, wie stark die Nachfrage auf eine Preisänderungen reagiert.

WETTKAMPFMODUS MIT FESTPREISSTRATEGIE

Bei Festpreisstrategien wiederum legen Unternehmen ihre Preise einmalig fest. Die Höhe hängt sehr von den Zielgruppen ab. Auf welche Zahlungsbereitschaft trifft der Anbieter beispielsweise bei der anvisierten Klientel? Welches Preisniveau verknüpfen Käuferinnen und Käufer mit ihren Qualitätsansprüchen oder bestimmten Image-Faktoren? Jeder Preis wirkt buchstäblich wie ein Signal für die strategische Positionierung im Markt. Ausgesprochen deutlich ist der Unterschied zwischen Niedrig- und Luxuspreisstrategie erkennbar. Ein Discounter positioniert sich mit den immer günstigsten Preisen und wird von der Kundschaft in der Regel auch nur mit relativ niedriger Leistung assoziiert. Im Luxussegment, wo der Preis kaum eine Rolle spielt, schließt die Erwartungshaltung in der Regel fachlich-kompetente Beratung, viel persönliche Aufmerksamkeit, Bequemlichkeit, Services und höchste Qualität mit ein.

Während der Discounter über den Preis konkurriert, versuchen sich Anbieter im Hochpreis- und Luxussegment mit besonderen Alleinstellungsmerkmalen oder einer sehr starken Marke zu behaupten. Mercedes beispielsweise gab kürzlich bekannt, sich künftig voll auf die Luxusklasse zu konzentrieren. Dazwischen liegen noch weitere Preiskorri-

dore. Mittlere Preisstrategien peilen Zielgruppen mit mittlerer Kaufkraft an. Hochpreisstrategien wiederum fischen mit ihrem Preisniveau den Wunsch nach Statussymbolen ab. Neben Automobilherstellern wie BMW gilt Apple hier oft als Beispiel. Das Image eines Technologieführers kann hohe Preise rechtfertigen, Qualität und Leistung müssen das allerdings auch hergeben.

VERSCHIEDENE KRITERIEN FÜR PREISE

Mit Preisdifferenzierungen haben auch Festpreisstrategen Stellschraubchen und größere Hebel zur Verfügung. Preise lassen sich nach verschiedenen Kriterien differenzieren, zum Beispiel nach Menge (Mengen- und Volumenrabatte) oder räumlich. So kosten zum Beispiel nicht nur viele Arzneimittel auf verschiedenen Märkten jeweils unterschiedlich. Auch der Big Mac ist nicht in jedem Land für denselben Preis zu haben. Hier passen sich Anbieter auch an die international unterschiedliche Zahlungskraft an. Tatsächlich gelten die Preise des Big Macs sogar als Indikator für die Kaufkraft verschiedener Währungen. Die britische Zeitschrift *The Economist* hat den Big-Mac-Index in den 1980ern erfunden, seitdem wird er regelmäßig erhoben.

Vor allem Dienstleister wenden gerne das Instrument der zeitlichen Preisdifferenzierung an, zum Beispiel bei saisonalen Produkten wie Reisen oder auch bei Taxifahrten mit Nachzuschlägen. Und auch personell lassen sich Preise für dieselbe Ware oder Leistung auffächern. Studentenrabatte oder Senioren-Vergünstigungen sind ein Beispiel dafür. Mit dieser Strategie werden dann auch die etwas weniger zahlungskräftige Kontingente noch mit abgeschöpft, ohne auf die höhere Marge bei den anderen Zielgruppen zu verzichten. II

 Karin Pfeiffer, Journalistin



Preisstrategien – kurz erklärt

Der Preis einer Leistung oder eines Produkts richtet sich nicht nur nach den Herstellungskosten, sondern nach einer ganzen Reihe von Faktoren, wie den strategischen Zielen des Unternehmens (z. B. Umsatz steigern, neue Kunden oder Marktanteile gewinnen), der Nachfrage, Kaufkraft der Zielgruppen oder Positionierung des Produkts. Es gibt verschiedene Preisstrategien, z. B. dynamische wie Skimming, Penetration oder Yielding, aber auch Festpreisstrategien und viele Differenzierungsmöglichkeiten. Die richtige Preisstrategie gilt als Schlüssel, um die strategischen Ziele zu erreichen.



Take a break!

What assistant hasn't experienced this: the to-do list for the boss is long and a few more items have been added following the **ballot** that has just taken place. Unless something has to be done immediately, then a break is just the right thing to sort out your thoughts. A cup of coffee or tea, or some fresh air for five minutes is exactly what you need now.

But then this: on the way to the **kitchenette**, a colleague comes towards you and calls out something else for you to do. The next person asks whether a particular task has already been completed, the printer needs new toner and your break becomes a distant memory. **Sort out your thoughts?** Not a chance! But what can you do so you can take a short **time-out** at work and then get back to your tasks afterwards with renewed energy? Here is our advice:

Let your colleagues know and log off officially for a short break. Switch your communications tool (e.g., Teams) to offline and set your **loudspeaker** to mute. If you have indicated a duration for your absence then stick to this and be present again in good time. Preferably with a short message to let the colleagues concerned know.

If you are disturbed during your break, remain friendly but firm and let your colleague know that they will have to wait a moment. For example:

"Forgive me, but I want to take a short break. Get back to me in about 10 minutes when I'm back at my desk."

Pay attention to the limits you need to set to get through the day effectively and **calmly**. In this way you can get back to your tasks with full energy and remain **efficient** in the long run. **II**

Gerry Nolan, Dozent für Englisch als Fremdsprache und freiberuflicher Übersetzer

Important terms and vocabulary

Deutsch	English
Abstimmung	ballot
Kaffeeküche	kitchenette
Gedanken sortieren	sort out your thoughts
Auszeit	time-out
Lautsprecher	loudspeaker
gelassen sein	be calm
leistungsfähig	efficient



Faites une pause !

Quel assistant/ quelle assistante n'a jamais connu cela : la liste des tâches à effectuer pour le chef est pleine et quelques tâches supplémentaires ont été ajoutées suite à la **concertation** qui vient d'avoir lieu. Dans la mesure où aucune tâche ne doit être effectuée immédiatement, une pause est justement ce qu'il faut pour mettre de l'ordre dans ses idées. Une tasse de café ou de thé ou cinq minutes à l'air frais sont exactement ce dont vous avez besoin ?

Mais voilà : sur le chemin de la **cafétéria**, un collègue vient à votre rencontre et vous appelle dans le couloir pour une autre tâche à accomplir. Le suivant/ la suivante vous demande si ceci ou cela a déjà été fait, l'imprimante réclame de l'encre, votre pause s'éloigne.

Trier ses pensées - pas question ! Mais que pouvez-vous faire pour prendre un court moment de **répit** au bureau et vous remettre ensuite à vos tâches avec une énergie nouvelle ? Voici notre conseil :

Prévenez vos collègues directs et annoncez officiellement votre absence pour une petite pause, mettez en outre votre outil de communication (par ex. : Teams) en mode absent et mettez le son de votre **haut-parleur** en mode silencieux. Si vous avez indiqué une heure pour votre absence, respectez la pause et soyez à nouveau présent à temps. Si possible avec un petit message pour que les collègues concernés soient informés.

Si vous êtes dérangé pendant votre pause, restez aimable mais ferme et signalez à chaque collègue qu'ils doivent attendre un petit moment, par exemple ainsi :

« Ne m'en veux pas mais je voudrais faire une petite pause. S'il te plaît, viens me voir dans environ 10 minutes quand je serai de nouveau à ma place » .

Soyez également attentif à vos limites afin de passer la journée de manière efficace et **serein/sereine**. Vous pourrez ainsi vous remettre à vos tâches avec toute l'énergie nécessaire et rester **performant/ performante** à long terme. **II**

Isabelle Daguin, freiberufliche Übersetzerin

Termes importants et vocabulaire

Deutsch	Français
Abstimmung	la concertation
Kaffeeküche	la cafétéria
Gedanken sortieren	trier ses pensées
Auszeit	le répit
Lautsprecher	le haut-parleur
gelassen sein	être serein/ sereine
leistungsfähig	performant / performante



In jeder Ausgabe finden Sie einen Text, der von unseren Muttersprachlern bzw. Diplomübersetzern in vier Fremdsprachen übersetzt wurde. So können Sie Ihre Fremdsprachenskills erweitern.

Die deutsche Übersetzung finden Sie unter: <https://premium.vnr.de>



¡Haga una pausa!

Como asistente, seguro que le suena: la lista de tareas para el/la jefe/-a está llena y a ella se le han añadido algunas más que se han decidido en la **votación** que acaba de celebrarse. Siempre y cuando no haya que resolver alguna tarea inmediatamente, es el momento de hacer una pausa para poner en orden sus pensamientos. Una taza de té o café o cinco minutitos al aire libre es justo lo que usted necesita ahora mismo.

Pero entonces pasa esto: de camino a la **cocina** le sale al encuentro un/-a compañero/-a que le encarga otra tarea en el pasillo. Otro/-a le pregunta si esto o aquello ya está listo, la impresora necesita tóner, ... Su pausa se aleja. ¿**Ordenar sus pensamientos**? ¡Imposible! Pero ¿qué puede hacer para que sea posible tomarse un pequeño **descanso** en la oficina de manera que después pueda acometer sus tareas con energías renovadas? Este es nuestro consejo:

Avisé a sus compañeros/-as más cercanos/-as y despídase para hacer una pequeña pausa, cambie además el estatus de su plataforma de comunicación (p. ej. Teams) a "ausente" y ponga sus **altavoces** en modo silencioso. Si ha mencionado cuánto tiempo va a estar ausente, atégase a la pausa indicada y vuelva puntualmente a sus tareas. Puede enviar un mensaje breve para que los/las compañeros/-as a los/las que les concierne estén informados/-as.

Si alguien interrumpe su pausa, sea amable, pero decidido/-a e indíquele a cada compañero o compañera que debe esperar un momento, por ejemplo así:

"No me lo tomes a mal, pero quiero hacer una pequeña pausa. Por favor, ven en 10 minutos cuando esté otra vez en mi puesto de trabajo."

Tenga además en cuenta sus límites para superar el día con eficacia y **calma**. Así podrá retomar sus tareas con plena energía y se mantendrá también a la larga **productivo/-a**. **II**

Noemí Castro Alonso, Fremdsprachenzentristin und freiberufliche Übersetzerin

Términos y frases importantes

Deutsch	Español
Abstimmung	la votación
Kaffeeeküche	cocina para las pausas
Gedanken sortieren	poner en orden sus pensamientos
Auszeit	el descanso, la pausa
Lautsprecher	el altavoz
gelassen sein	estar tranquilo/-a
leistungsfähig	productivo/-a



Concedetevi una pausa!

Quale assistenza non lo conosce: La lista dei compiti da fare per il capo è piena e dal **coordinamento** appena avuto luogo vi si sono aggiunti altri to-do ancora. A meno che non ci sia un compito da evadere immediatamente, la cosa giusta sarebbe fare una pausa proprio in quel momento per schiarirsi le idee. Una tazza di caffè o di tè o uscire per cinque minuti all'aria fresca: è questo quello che vi serve in quel momento?

Ma poi succede che, andando nel **cucinino**, vi viene incontro un collega che nel corridoio vi chiede ad alta voce un ulteriore compito. Il/La prossimo/a chiede se questo o quell'altro sia già stato fatto, la stampante necessita di altro toner, quindi la vostra pausa ritarda sempre di più. **Schiarirsi le idee** – niente affatto! Ma cosa potete fare per potervi prendere un breve **momento di distacco** in modo da affrontare poi nuovamente con nuova energia i vostri compiti? Ecco il nostro consiglio:

Fatelo sapere ai vostri colleghi diretti comunicando in maniera del tutto ufficiale che vi assentate per una breve pausa, impostate inoltre il vostro tool di comunicazione (ad es.: Teams) su "assente" ed il tono del vostro **altoparlante** su "silenzioso". Se avete annunciato la durata della vostra assenza attenetevi alla pausa indicata e tornate puntualmente ad essere presenti. Ben venga anche un breve messaggio in modo che i colleghi siano informati.

Se doveste essere disturbati durante la vostra pausa, rimanete gentili ma decisi e segnalate ad ogni collega che deve attendere un attimino, dicendo ad esempio:

"Senti, non me ne volere, ma voglio fare un po' di pausa. Vieni per favore tra ca. 10 minuti da me quando sarò tornato/a al mio posto."

Fate attenzione anche ai vostri limiti per trascorrere la giornata in maniera efficace e **tranquilla**. Così potrete tornare ai vostri compiti pieni d'energia rimanendo **efficienti** anche a lungo. **II**

Annalisa Riggio, Fachübersetzerin und Dolmetscherin Italienisch

Termini e formule importanti

Deutsch	Italiano
Abstimmung	il coordinamento
Kaffeeeküche	il cucinino
Gedanken sortieren	schiarirsi le idee
Auszeit	un momento di distacco
Lautsprecher	l'altoparlante
gelassen sein	essere tranquilli
leistungsfähig	efficiente

Das Beste aus zwei Welten

GEKONNT PLANEN Hybride Events entwickeln sich zum Motor im Veranstaltungsbereich. Um ein Präsenz-Event mit virtueller Zuschaltung zu kombinieren, braucht es allerdings eine gute Planung. Denn die beiden Veranstaltungsformate gehen nur eine gelungene Verbindung ein, wenn jeweils die Besonderheiten berücksichtigt werden.



⇒ Nach dem starken Knick im Business-Event-Geschäft zeigen sich neu gedachte Event-Formate als der starke Motor im Markt: „Besonders hybride Events kristallisieren sich als einer der zukunftsfähigen Treiber für Business Events heraus“, heißt es im aktuellen Meeting- & Event Barometer 2021/2022“ der drei führenden Verbände GCB German Convention Bureau, Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren. Von allen 68,4 Millionen Menschen, die 2021 ein Business-Event vor Ort besuchten, nahmen 50 Millionen an einer reinen Präsenzveranstaltung teil, 18,4 Millionen an einem hybriden Format. Das sind zehnmal mehr als noch im Jahr 2020 (1,8 Mio.).

Hybride Events, das ist der Mix aus Präsenzveranstaltung und virtuellem Event, die Kombi von Onsite und Online. Ein Teil der Besucher kommt an einem physischen Ort zusammen, der andere wird von überall in Echtzeit virtuell integriert. „Den Begriff des hybriden Events gibt es schon seit einigen Jahren“, erklären Experten auf der Event-Management-Plattform Xing Events. „So richtig Fahrt nahm der virtuelle Part inklusive Interaktion allerdings erst mit der Corona-Pandemie auf.“ Denn bei diesem Format konnte sich eine Handvoll Menschen offline in einer Location versammeln und Hygiene- und Abstandsregeln einhalten, gleichzeitig hatte ein virtuelles Publikum über das Internet Zugang. Unterm Strich blieb die Anzahl der Teilnehmenden oft zumindest gleich.

EINFACH IN HYBRID ÜBERTRAGEN, DAS FUNKTIONIERT NICHT

Und so probierten viele Unternehmen in den vergangenen ein, zwei Jahren das innovative Format auf Messen, für Kongresse und Tagungen, als Workshops, Jahreshauptversammlungen, Pressekonferenzen oder auch im Tagesgeschäft als Abteilungsmeetings aus. Und lernten dabei natürlich häufig

auch einige „Kinderkrankheiten“ der Event-Technologien und Stolpersteine von Kombi-Konzepten kennen.

Manche hatten technisch noch nicht aufgerüstet, da war dann beispielsweise die Netzverbindung für virtuelle Remote-Besuche am 3D-Messestand nicht stabil genug. Oder das früher so erfolgreiche Business-Event-Format wurde einfach eins zu eins auf das Online-Publikum in die Homeoffices übertragen. Das funktioniert nur selten gut, denn die Bedürfnisse der Teilnehmer vor dem Monitor zu Hause sind andere als die vor Ort mit Kaffeepause, Smalltalk & Co. Atmosphäre und Voraussetzungen sind eben völlig unterschiedlich.

VIRTUELL IST NIE ZU WEIT

Denn genau genommen handelt es sich bei einem hybriden Format um zwei Events, die konzeptionell und technisch geschickt verwoben werden. Und genau darin stecken interessante Vorteile, die viele Unternehmen trotz Erstanwender-Pannen nicht mehr missen mögen. „Hybride Formate verbinden die Stärken virtueller Veranstaltungen mit der besonderen Atmosphäre persönlicher Begegnungen“, erklärt Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstands der DZT. „Zugleich kann über digitale Vernetzung der Wirkungsradius von Events vergrößert werden, ohne den CO₂-Fußabdruck durch stetig wachsendes Reiseaufkommen zu erhöhen.“

Weniger Speaker oder Teilnehmende, die einfliegen, geringere Reisekosten – Nachhaltigkeit steht auf der Liste der Vorteile von hybriden Events weit oben. Auch Flexibilität. Nicht nur, weil die Gäste jetzt wählen können, ob sie vor Ort dabei sein möchten oder zwei Stunden virtuelle Teilnahme in ihren randvollen Terminkalender dazwischen schieben. Sondern auch, weil sich hybride Events besser an Widrigkeiten wie gecancelte Flüge, Reisebeschränkungen oder verschobene Branchen-Events, die den Rahmen bieten sollen, anpassen



lassen. Für Online-Gäste muss das Event-Team keine Hotelzimmer stornieren oder umbuchen.

Als Plus gilt die insgesamt realisierbare Teilnehmerzahl. Vor-Ort-Veranstaltungen haben räumliche Obergrenzen, und je nach aktuell gültigen Corona-Bestimmungen auch starke Bestuhlungs-Limits. In puncto Hygiene- und Abstandsregeln sind Veranstalter mit dem virtuellen Publikum auch bei einer neuen Corona-Welle generell auf der sicheren Seite. Gleichzeitig erschließt die elastische Reichweite neue Kreise, all jene zum Beispiel, die bisher aus Zeit- oder Budgetgründen nicht anreisen konnten oder wollten, vielgefragte internationale Top-Speaker aus den USA womöglich oder Kunden aus Asien. Virtuell ist bekanntlich keine Region der Welt mehr fern. Hybride Events brauchen nicht mehr Platz als einen Eintrag im Outlook-Kalender und lassen sich mit wenig Aufwand nutzen.

PLANUNG IST DOPPELT SO WICHTIG

Vorausgesetzt, die komplexe Planung stimmt. Denn so wichtig Vorbereitung und Konzept für eine Firmenveranstaltung ohnehin schon sind, bei hybriden Formaten ist die Planung quasi doppelt wichtig. Dafür können sie dann aber auch ganz unterschiedliche, spannende Formen annehmen. „Das Spektrum reicht von der einfachen, ins Internet gestreamten Vortragsreihe ohne Publikumsbeteiligung bis hin zur mehrtägigen, an mehreren physischen und virtuellen Orten gleichzeitig stattfindenden Fachkonferenz mit online unterstützter Vor- und Nachbereitungsphase“, schreibt das Fachmagazin für Digitales D3 – *so geht digital*.

Eine Kernfrage ist deshalb: Welche Art von Veranstaltung soll es sein – und auf welches Ziel ist sie ausgerichtet? Davon hängt zum Beispiel die notwendige Technik ab. So kann für eine kurze Ansprache als Motivation-Stand-up des Vorstands ein einfacher Livestream mit ein oder zwei Kameras ausreichen. Kommt Interaktion ins Spiel, ist die Zielsetzung bereits eine andere. Hier sind mehrere Blickwinkel einzufangen. Und mit der Schaffung virtueller Räume wie etwa 3D-Messestände skaliert die Komplexität. Die Planung muss buchstäblich verschiedene Dimensionen und Erlebniswelten verbinden – organisatorisch, technisch, inhaltlich und zeitlich. Ein Tag real auf einem Kongress ermüdet anders als acht Stunden vor dem Monitor. Viele steigen gedanklich lange vorher aus. Oder ist die Teilnahme der virtuellen Gäste nur für ein bestimmtes Zeitfenster gedacht? Das befreit die Agenda vielleicht auch von Umräumaktionen oder hilft, verschiedene Zielgruppen gezielt in einen rappenden Programmablauf zu integrieren. Bei hybriden Events sollten Ziele deshalb möglichst noch detaillierter formuliert werden als bei reinen Präsenzveranstaltungen üblich.

INTERAKTIONEN WIRKEN ON- UND OFFLINE ANDERS

Nicht alles, womit Firmen auf ihren etablierten Offline-Events bisher punkteten, wirkt online auf dieselbe Weise. Der Klassen-

11 Tipps für hybride Events

1. Exakte Zieldefinition als Basis für das mehrdimensionale Konzept. Wichtig: Nicht jede Zielsetzung eignet sich für hybrid – konfliktbeladene Treffen z. B. eher nicht.
2. Nicht ein, sondern gedanklich zwei Events planen: Hybrid erfordert die Kunst, zwei Welten zu verknüpfen.
3. Erweiterte Reichweite nutzen: Ohne Reiseaufwand sind vielleicht mehr internationale Speaker und Moderatorinnen verfügbar, ebenso größere Zielgruppen.
4. Konzept auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Online- und Präsenzteilnehmer ausrichten, zum Beispiel den zeitlichen Ablauf an der Aufmerksamkeitsspanne von Zuschauern am Monitor.
5. Interaktions-Elemente wirken online und offline nicht unbedingt gleich, gezielt für reale und virtuelle Gäste einbauen.
6. Hybridfähige Konferenztechnik einsetzen: Event-Software, Streaming-Dienste, Event-Plattform, Software oder Apps für Event-Funktionalitäten wie Networking.
7. Regieplan für beide Event-Versionen: Präsenz- und Online-Erlebnis haben unterschiedliche Perspektiven, Licht-, Bild- und Ton-Anforderungen.
8. Offline-Part: Location nach hybriden Anforderungen aussuchen – Technik, Raumangebot, Kooperationspartner für extra Dienstleistungen.
9. Professionelle Dienstleister ins Boot holen, zum Beispiel Eventmanagement-Agenturen mit Hybrid-Erfahrungen, Anbieter moderner Konferenztechnik, Kongresszentren mit „Alles aus einer Hand“-Services.
10. Das Thema Datenschutz nicht vergessen.
11. Vor dem Live-Gehen unbedingt eine Generalprobe einplanen und immer wieder testen.

treffen-Charakter von jährlichen Kongressen etwa mit informellen Gesprächen, Kaffeepausen und lockeren Aufwärmrunden ist ein Präsenz-Effekt. Umgekehrt lässt sich auch nicht jede Online-Komponente in die Wirklichkeit holen, der Zoom auf das Produkt-Detail zum Beispiel. Online lassen sich Gegenstände schnell mal in die Kamera halten. Oder der parallele Chat zur Übertragung, auch eine rein virtuelle Komponente.

Welche Formen der Interaktionen sind also gewünscht? Und an welcher Stelle sollen die dazu geschalteten Teilnehmer eingebunden werden? Wie lassen sich unterschiedliche Elemente verknüpfen? Fragerunde nach jedem Vortrag mit zwei Moderationen, die sich vor Ort und auf dem Online-Kanal gegenseitig die Bälle zuspielen? Networking-Phasen, Poster-Sessions oder von vornherein ein agiler Barcamp-Ansatz?

Technische Tools und Funktionalitäten gibt es dafür jede Menge, Whiteboards, Mindmaps oder virtuelle Vorlagen für



Voraussetzungen für eine moderne Konferenztechnik:

Hybride Events erfordern in der Regel professionelle Konferenztechnik. Die Anschaffung lohnt sich nicht für jeden. In vielen Regionen haben sich Anbieter für Konferenztechnik bereits auf hybride Events spezialisiert. Die PCS GmbH beispielsweise kann auch Simultandolmetscher live dazuschalten, sie sitzen in den PCS Dolmetscher-Studios. Von diesen Hubs aus kann in Echtzeit in bis zu 32 Sprachen simultan gedolmetscht werden. Weil Online-Gäste sich oft über unterschiedliche Videokonferenzsysteme zuschalten, sind die hybriden Events von PCS nach eigenen Angaben mit allen gängigen Lösungen kompatibel – wie Zoom, Cisco Webex Meetings, Microsoft-Teams, Skype oder GoToMeeting.

Auch etliche traditionelle Kongresszentren und Veranstaltungshäuser haben sich inzwischen auf hybride Events eingestellt. Sie bieten neben klassischen Räumlichkeiten Räume in Studioqualität, modernste Konferenztechnik und Partner für beide Welten. Meet hybrid heißt zum Beispiel das Angebot der Halle Münsterland in Münster, die mit MCC Catering nicht nur kreative Lösungen für die Online-Teilnehmenden anbietet, sondern mit Partnern deutschlandweit auch Studios, sollten etwa Referenten nicht vor Ort erscheinen können.

Design Thinking beispielsweise. Auch lassen sich die Gäste via Link oder QR-Code zum Mitmachen oder Abstimmen einladen, per Matchmaking-App zusammenbringen oder auf digitalen Weltkarten Anknüpfungspunkte fürs Kennenlernen finden. Nicht von ungefähr wird übrigens ein Chat-Kanal auch Emotional-Chat genannt, weil er direkte Reaktionen des Publikums transportieren und Stimmungsbilder einfangen kann.

PAUSENFÜLLER: KOCHBOX STATT GALA-BÜFFET

Was aber machen die virtuellen Gäste, wenn die Teilnehmer vor Ort eine lebendige, abwechslungsreiche Pause haben oder ein Buffet genießen? Vielleicht gibt es für sie per Lieferservice ein Lunchpaket oder als Parallel-Sequenz im Meeting-Design eine virtuelle Kochstunde, Zutatenbox inklusive? Die eigentliche Kunst ist es, beide Welten hybrid im Meeting-Design zusammenzuführen. Eine hilfreiche Überlegung: Welche Welt dominiert? Ist Vor-Ort womöglich nur ein kleines Experten-Team zugegen, das 500 zugeschalteten Interessierten ein Thema näher bringt? Oder ist es eher umgekehrt? Je nachdem wirken Tools unterschiedlich, es entfaltet sich eine andere Dynamik.

Das beste Hybrid-Konzept funktioniert allerdings nicht, wenn die technische Auslegung und Ausrüstung sowie das Drumherum nicht stimmen. Offline zählt dazu beispielsweise

die Location. Schöne, weite und helle Räume können wunderbar sein, möglicherweise aber auch schwer gleichmäßig auszuleuchten. Ecken und Nischen, Baulärm vor der Tür? Knifflig für die Akustik. Immer mehr Firmen haben sich inzwischen eigens hybrid-taugliche Event-Räumlichkeiten eingerichtet, mit Kameras, Mikrofonen, Übertragungstechnik, Akustik-Panels, modularem Mobiliar, Green Screens, in die sich beliebige Hintergründe einspielen lassen und vielem mehr. Der Steckverbinder-Konzern Harting beispielsweise sendet, streamt, moderiert und veranstaltet inzwischen selbst aus dem Harting Forum, einer für hybride Events ausgerüsteten Halle auf dem Werksgelände.

ERFOLGSFAKTOREN: LOCATION UND TECHNIK

Das erforderliche Equipment ist zugleich einer der Nachteile von hybriden Events, denn Technik und räumliche Ausstattung kosten. Welche Ausstattung erforderlich ist, orientiert sich an Konzept und Zielsetzung. So kann der Lichtbedarf für hybride Veranstaltungen ganz unterschiedlich sein. Für Online-Teilnehmer reicht womöglich die Schreibtisch-Lampe, vor Ort kann ein komplexes Beleuchtungssystem erforderlich sein.

Ansteckmikrofone für die Speaker, Studiomikrofone für die Fishbowl oder Fragerunde, und wer soll für wen dabei sichtbar und zu hören sein? Akustisch, visuell oder auch per Chat? Sollen die Social-Media-Kanäle ebenfalls bespielt werden? Und auch der Datenschutz spielt eine wichtige Rolle: Sind alle Teilnehmenden mit Aufnahme von Bild und Ton und der Veröffentlichung einverstanden?

Viele Anbieter haben sich auf Veranstaltungs-Software und Streaming-Lösungen spezialisiert. Plattformen haben oft verschiedene Funktionalitäten für hybride Interaktionen oder auch klassische Eventmanagement-Aufgaben wie Registrierungs-Tools integriert. „Die Plattformen haben sich weiterentwickelt und so auch die Möglichkeiten auf einem Online-Event“, erklärt Katrin Taepke vom Portal MICEstems. Im Kern geht es jedoch nach wie vor darum, Inhalte zu streamen und Interaktionen hinzuzufügen. Laut *Computerwoche* gilt es bei Event-Plattformen inzwischen als Standard, dass Veranstaltungen mehrere Bühnen und Räume haben können, zwischen denen die Teilnehmenden gegebenenfalls hin- und herwechseln. Aufzeichnungen ermöglichen es, Verpasstes nachzuholen. Wer auf einem hybriden Event Onsite- und Online-Gäste zusammenbringen will, braucht auf jeden Fall Networking-Features. Als Pflicht im Kriterienkatalog gilt die Stabilität der Plattform, auch ein hoher Besucheransturm sollte möglich sein.

Noch steckt der Markt mit hybriden Events in den Kinderschuhen. Doch Mega-Trends wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und New Work gewinnen derzeit in einem tiefgreifenden Transformationsprozess weiter an Dynamik, prognostizieren GCB und DZT. Im hybriden Mix steckt also viel Zukunftsmusik. ■

Karin Pfeiffer, Journalistin



SOFTWARE-LÖSUNG

Digitalisierung der Guest Journey

In Zusammenarbeit mit der Hotelbird GmbH aus München geht die BWH Hotel Group Central Europe künftig einen weiteren Schritt in ihrer Digitalisierungsstrategie. Über eine zentrale Partnerschaft und die Software-Lösung des Münchener Unternehmens erhalten die individuellen Hotels der Gruppe Unterstützung bei allen digitalisierten Prozessen rund um Check-in und Check-out der Gäste. Dies sorgt in den Hotels für eine schlankere Kostenstruktur und

unterstützt die optimierte Nutzung von Personal-Ressourcen. Darüber hinaus bringt die Hotelbird-Plattform mehr Freiheit, Flexibilität und Sicherheit für die Gäste mit sich und erfüllt deren heutige Anforderungen nach smarten und digitalen Lösungen auf Reisen.

„Über die moderne Software-Lösung von Hotelbird und zentral verhandelte

Konditionen entlasten wir unsere Hotels bei allen Prozessen rund um die digitale Gastreise“, sagt Carmen Dücker, Geschäftsführerin der BWH Hotel Group Central Europe GmbH.

☞ www.bwhhotelgroup.de



AMBERGER CONGRESS CENTRUM

Effektivere Meetings durch Bewegung

Bewegung löst Denkblockaden. Diesen positiven Effekt können Eventplaner für Ihre nächste Tagung nutzen. Beim Amberger Congress Centrum (ACC) zum Beispiel liegt die Natur direkt vor der Tür. Der Blick ins Grüne und die Bewegung tragen zur Entspannung bei, was wiederum die Merkfähigkeit steigert.

Die Tagungspause oder besser noch einen ganzen Tagungsblock können die Gäste im Stadtpark vor dem ACC verbringen. Sie können Arme und Beine im Kneipp-Becken erfrischen und so auch dem Gehirn einen Frische-Kick geben. Entspannung für Körper und Geist findet man bei einer Runde Business-Yoga mit Blick auf die grünen Vilsauen. Das Meeting lässt sich außerdem mit einem Rahmenprogramm im Grünen ergänzen. Vom Lustwandeln im Stadtpark mit Skulpturenweg bis zum Segway-Parcours vor dem ACC ist alles möglich.

☞ <https://www.acc-amberg.de/tagen/erlebnisprogramm>

KULTUR RÄUME GÜTERSLOH

Raum für Feiern.

kultur-raeume-gt.de

Guthaben statt Dienstwagen



MOBILITÄTSBUDGET New Mobility gehört für viele Menschen zu New Work dazu. Immer mehr Firmen ziehen mit und finanzieren ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verschiedenste Möglichkeiten für beruflich motivierte Strecken. Die Wahlfreiheit kommt gut an und erhöht die Chance für mehr Nachhaltigkeit.

⇒ Wenn Unternehmen ihren Mitarbeitenden kein festes dienstlich genutztes Fahrzeug mehr zur Verfügung stellen, sondern ein zuvor festgelegtes Budget, das die Mitarbeitenden zur freien Verfügung nutzen können, spricht man von einem Mobilitätsbudget. Die Empfänger können selbstständig entscheiden, ob sie öffentliche Verkehrsmittel, Carsharing, E-Bikes, Taxis oder anderes für dienstliche Fahr-

ten nutzen möchten. Mobilitätsbudgets umfassen also beispielsweise Jobtickets und Budgets für Sharing-Angebote, genauso gut können aber auch die Monatsbeträge für ein Fahrrad-Leasing, ein Auto-Abo oder der monatliche (umgelegte) Anteil einer BahnCard enthalten sein.

Das Thema Mobilitätsbudget ist nicht neu. Dank der pandemiebedingten Transformationen und der New-Work-Entwicklung hat es jedoch in vielen Unternehmen an Relevanz gewonnen. Wie Menschen arbeiten, hat sich verändert, die Rahmenbedingungen sind flexibler geworden. Homeoffice-Erfahrungen und Veränderungen im Mobilitätsverhalten fordern neue innovative Lösungen und Angebote der Arbeitgeber. Die Themen New Work und New Mobility hängen also eng zusammen.



Zwei Varianten eines digitalen Mobilitätsbudgets:

1. Mobilitätsbudget-App mit Belegerfassung

Bei dieser Variante können Mitarbeitende alle vom Unternehmen freigegebenen Mobilitätsformen wie gewohnt nutzen. Die Mitarbeitenden gehen in Vorleistung, scannen dann die Belege über die jeweilige App ein und der Betrag wird vom Arbeitgeber mit der nächsten Lohnabrechnung erstattet. Die Abwicklung ist steuerkonform und die Firmen erhalten am Monatsende einen Datenexport für das Lohnbuchhaltungssystem.

2. Mobilitätsbudget-App mit Buchung

Hier können Mitarbeitende direkt in der App verschiedene Mobilitätsangebote je nach Anbieter nutzen und buchen. Die Abrechnung erfolgt automatisch im Hintergrund. Alle Ausgaben werden steuerkonform erfasst und an das Buchhaltungssystem des Unternehmens weitergeleitet. Der Vorteil ist, dass alles über eine App läuft und eine nachträgliche Erstattung nicht erforderlich ist. Eine Einschränkung ist, dass nur ausgewählte Anbieter zur Auswahl stehen, sprich die Mitarbeitenden haben weniger Flexibilität.

Um herauszufinden welche digitale Mobilitätsbudget-Variante passt, sollten die Apps und Anwendungen der Anbieter ausführlich getestet werden. Meistens wird eine Demo-Version angeboten. Neben der Benutzerfreundlichkeit sollte insbesondere die Kompatibilität mit dem (Lohn-)Buchhaltungssystem betrachtet werden.

DAS AUTO IST NICHT MEHR STATUSSYMBOL

Das Konsumverhalten vieler Menschen hat sich verändert. Flexibilität in der Nutzung der Mobilität wird zukünftig wichtiger sein als der Besitz: zum täglichen Pendeln das Jobticket und einen E-Scooter, für Dienstfahrten und den Ausflug am Wochenende ein Carsharing-Auto oder das Auto-Abo und für den wöchentlichen Einkauf ein Lastenfahrrad.

Vor allem in den Städten möchten viele Menschen kein eigenes Auto mehr. Parkplatzsuche und ständige Staus kosten Zeit und Nerven. Für die jüngere Generation ist Flexibilität und Freiheit das neue Statussymbol. Ein fester Dienstwagen mit Privatnutzung ist kein Anreiz und wird oftmals sogar abgelehnt. Das Mobilitätsbudget stellt mit seinen flexiblen Einsatzmöglichkeiten hingegen einen attraktiven Benefit für Arbeitnehmer dar und ist damit ein Bestandteil des Employer Branding. Es ermöglicht zudem eine größere Gerechtigkeit innerhalb der Belegschaft. Während Dienstwagen häufig nur Führungskräften vorbehalten sind, kann ein Mobilitätsbudget im Rahmen eines geringeren Beitrags auch für Mitarbeitende niedrigerer Gehaltsgruppen eingesetzt werden. In ihrer Höhe variieren Mobilitätsbudgets in Abhängigkeit von der Zielgruppe im Unternehmen.



Auch der Klimaschutz spielt eine Rolle im Mobility Management. Ein innovatives Konzept ist ein Beitrag zur nachhaltigen Unternehmensstrategie. In Betrieben weit verbreitet sind Fuhrpark- und Reiserichtlinien, die jedoch meist kaum nachhaltigkeitsorientierte Zielsetzungen und entsprechend wirksame Anreize enthalten. Für Firmen aber, die sich Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben haben, gehört eine nachhaltige Mobilität dazu. Das Konzept eignet sich außerdem hervorragend als Baustein einer Corporate Social Responsibility(CSR)-Strategie.

MOBILITY-POLICY ALS NEUE MASSGABE

Weitere Mobilitätsthemen sind oft an anderer Stelle geregelt, zum Beispiel das Firmen- oder Jobticket für Bus und Bahn, die Parkplatznutzung oder ein Fahrradleasing-Angebot. Vor allem in kleinen Unternehmen gibt es hierzu oft keine schriftlich fixierten Regeln. Dort geben eventuell Beschlüsse oder Anweisungen oder einfach die gelebte Praxis vor, wie die betriebliche Mobilität abgewickelt wird. Das ist unübersichtlich und führt häufig dazu, dass die Mitarbeitenden das Thema nicht mittragen. Ein Dokument mit allen Informationen ist dagegen ziel führend. Notwendig ist eine Mobility Policy, in der alle Aspekte



Anbieter auf einen Blick

BONVOYO	www.deutschebahnconnect.com/bonvoyoy
RYDES	www.rydes.com
MOBIKO	https://mobiko.net
MOOVSTER	www.getmoovster.com
FREENOW	www.free-now.com
LOFINO	www.lofino.de/produkte/mobility

geregelt sind, die die Mobilität betreffen. Je mehr Mitarbeitende ein individuelles Budget erhalten und je größer das nutzbare Mobilitätsangebot ist, desto aufwendiger werden Verwaltung, Abrechnung und Versteuerung. Dieses Problem lösen digitale Mobilitätsbudgets, die sich einfach per App abrechnen und mit der Buchhaltung verknüpfen lassen. **II**

Corinna Döpkens, Expertin Travel- & Mobility Management

Die neuen Regeln online lernen!

Professionelle Bürokommunikation mit DIN 5008 – Alle Neuerungen der Norm leicht und verständlich erklärt. Die Online-Weiterbildung für Profis im Büro und alle, die es werden wollen.



Hier informieren und anmelden:
beuth.de/go/din-5008-onlinekurs

*Geben Sie bei Ihrer Bestellung einfach den Code **Herbst2022** im Feld „Bestellbemerkungen angeben“ ein. Der Rabatt wird dann auf der Rechnung abgezogen.

Beuth
publishing DIN

**10 %
Rabatt**
bis 31.10.2022*

**DIN
5008**

HOTELBRANCHE

Wyndham kauft Vienna House



© HR Group

Die weltweit größte Hotel-Franchise-Gruppe Wyndham Hotels & Resorts hat die europäische Hotelmarke Vienna House übernommen. Das Unternehmen erweitert damit sein Hotelangebot im Upscale- und Midscale-Bereich um rund 40 Hotels mit zusammen mehr als 6000 Zimmern. Die bestehenden Vienna-House-Hotels werden im Rahmen langfristiger Franchisevereinbarungen mit Wyndham weiterhin von der HR Group betrieben und verbleiben in Besitz oder Pacht der europäischen Hotelbetreibergesellschaft. II

www.wyndhamhotels.com

AIRPLUS INTERNATIONAL

Sicher zahlen mit iPhone & Co.

AirPlus International bietet ab sofort Apple Pay, eine sichere und vertrauliche Bezahlmethode. Mit Apple Pay müssen Kunden weder ihre Karte noch Bargeld aus der Hand geben oder Tasten berühren. Zum kontaktlosen Bezahlen hält der Kunde sein iPhone oder seine Apple Watch einfach an das Lesegerät. Transaktionen mit Apple Pay sind geschützt, denn sie erfordern neben der Authentifizierung über Face ID, Touch ID oder das Geräte-Passwort auch einen einzigartigen dynamischen Sicherheitscode. II

www.airplus.com/apple-pay/de/de

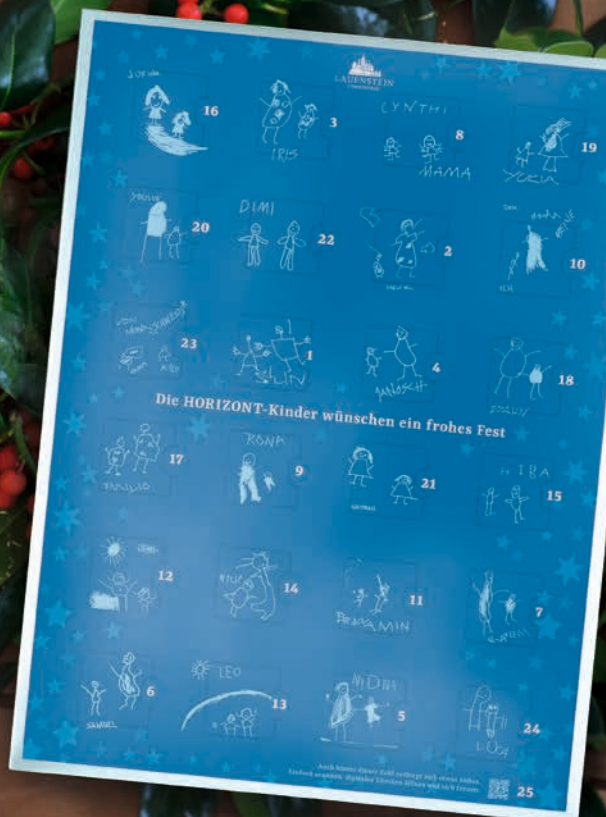
SO MACHT SCHENKEN

freude

HORIZONT
feiert 25 Jahre wirksame
Arbeit für wohnungslose
Mütter und ihre Kinder!

Aus diesem Anlass gibt es in diesem
Jahr einen Jubiläums-Adventskalender,
gestaltet mit Zeichnungen der Horizont-
Kinder.

Beim Kauf eines jeden Adventskalenders
gehen 10% an Horizont e.V.
Wenn es nur immer so einfach wäre,
Gutes zu tun!





Wenn Sinnhaftigkeit zum Erfolgsfaktor wird

Sinnhaftigkeit und Authentizität verschaffen Unternehmen heute die stärksten Wettbewerbsvorteile. Ein Unternehmen, das für soziales Engagement steht, hat eine hohe Relevanz bei Mitarbeitern und Kunden. Mit Losen der Aktion Mensch können Firmen glaubhaft gesellschaftliche Verantwortung zeigen.

Wertschätzung ist mehr als nur ein Geschenk

Anlässe, Danke zu sagen, gibt es viele – auch für Unternehmen. Die Lose der Aktion Mensch sind genau das Richtige, um Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden eine Freude zu bereiten. Sie sagen damit auf eine ganz besondere Weise Danke für den Einsatz und die Treue und stimmen mit zahlreichen attraktiven Gewinnchancen positiv auf das kommende Jahr ein. Gleichzeitig fördern Sie durch den Los-Kauf bundesweit viele soziale Projekte für mehr Inklusion. Denn von jedem verkauften Los gehen 40 % in die Förderung zahlreicher Projekte, um Menschen mit Behinderung ein selbstbestimmtes Leben sowie Chancengleichheit für Kinder und Jugendliche zu ermöglichen. Das stützt Ihr Image als sozial engagiertes Unternehmen und attraktiver Arbeitgeber. Gleichzeitig stärkt es Ihre Marke. Denn gesellschaftliches Engagement wird von 97 % der Beschenkten sehr geschätzt. (Quelle: Aktion Mensch-Umfrage im Nachgang der Los-Gutschein-Aktivierung 2021). Knapp 8000 Unternehmen in Deutschland nutzen das Angebot bereits.

Ein Los – viele Einsatzmöglichkeiten

Ob als klassisches Print-Los oder ganz umweltfreundlich rein digital – Aktion Mensch-Lose gibt es in unterschiedlichen Ausgabeformaten. Dank der verschiedenen Los-Typen und Laufzeiten sind sie flexibel einsetzbar, passend für jedes Budget und somit problemlos kombinierbar mit Ihren Aktivitäten und Produkten. Eine Kündigung ist nicht nötig – mit dem letzten Gültigkeitsdatum endet das Los automatisch. So eignen sich die Lose als Zugabe für Handelspromotions oder als Preis in Gewinnspielen etwa in der Neukundengewinnung ebenso wie als Wechselprämie, Treuebonus oder als Goodie bei Reklamationen in der Kundenbindung. Auch als Geschenk zu Weihnachten, zum Geburtstag oder zum Jubiläum für Mitarbeiter oder Geschäftspartner: Aktion Mensch-Lose sind immer etwas ganz besonderes und Ausdruck der Wertschätzung für das geleistete Engagement. Aufgrund der sehr kurzen Lieferzeiten sind auch kurzfristige Aktionen jederzeit umsetzbar. Ein weiteres schönes Detail: Die klassischen Papier-Lose der Aktion Mensch können individuell gestaltet werden, zum Beispiel mit Grußtext, dem eigenen Firmen-Logo oder auch mit dem Keyvisual Ihrer

Aktion Mensch verbessert seit 1964 die Lebenssituation von Menschen mit Behinderung, Kindern und Jugendlichen.



© Jubeez/Atelier Karlstruhe

Inklusionshotel Villa Stern, Oldenburg



© AWM/Hotel Oldenburg

aktuellen Kampagne. Auch ein kostenloses Musterlos kann zur Ansicht vorab bestellt werden.

Bemerkenswert: Los-Gutscheine mit Videogruß

Mit einem eigenen Videogruß werden Los-Gutscheine zu einem ganz persönlichen Geschenk, das auch das schenkende Unternehmen noch stärker in den Mittelpunkt rückt. Sie haben die Möglichkeit, einen eigenen Gruß mit Logo oder Bild in ein Video zu integrieren. Der Beschenkte sieht das Video, sobald er seinen Los-Gutschein aktiviert und kommt noch einmal mit Ihrem Unternehmen in Berührung. Dadurch wird Ihr Geschenk noch persönlicher und zählt auf Ihre Aktionsziele ein.

Gutes tun – und das auch zeigen

Als Dankeschön dürfen Sie als Geschäftskunde auch Ihr eigenes Image stärken, indem Sie ein Jahr lang das Siegel der Aktion Mensch nutzen und so Ihr Engagement auch nach außen zeigen: „Wir sind engagiert und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung – gerade in diesen außergewöhnlichen Zeiten.“

Klingt interessant?

Weitere Informationen zur Aktion Mensch sowie zu den vielen Möglichkeiten, wie wir uns gemeinsam für eine barrierefreie Gesellschaft einsetzen können, finden Sie unter www.aktion-mensch.de/firmen oder einfach QR-Code scannen und Broschüre herunterladen:



Achtsam durch den Tag

SELBSTFÜRSORGE Sich um sich selbst zu kümmern wird immer wichtiger. Ganz unterschiedliche Ansätze können dabei helfen, Achtsamkeit, Selbstfürsorge und gesunden Widerstand in den Alltag zu integrieren. Inklusive Übungen und Buchtipps.



© BillionPhotos.com/AdobeStock

⇒ Positive Psychologie, Achtsamkeit und Selbstfürsorge sind seit langem Trendthemen. Auch hier entwickeln sich die Konzepte immer weiter und es gibt kritische Stimmen. Expertinnen und Experten bieten unterschiedliche Herangehensweisen im Umgang mit täglichen Herausforderungen an: Vom Glück des Nichtstuns bis zum Bezwingen der inneren Stimme, vom kraftvollen Selbstmitgefühl bis zur Rebellion gegen den Terror des Positiven.

EINFACH MAL NICHTS TUN

Olga Mecking ist Journalistin, Autorin und Übersetzerin. Nachdem sie selbst viel Stress mit der Mehrfachbelastung als Berufstätige und Mutter erlebte, praktiziert sie mittlerweile regelmäßig und bewusst „Niksen“, das ist Niederländisch und heißt „nichts tun“. Ihr Artikel in der New York Times über die niederländische Art, einfach mal nichts zu tun, ging viral. Seither agiert Olga Mecking als Niksen-Botschafterin, gibt Interviews zum Thema und hat das Buch „Niksen - Vom Glück des Nichtstuns“ veröffentlicht. Sie hat diese Art der Erholung über Jahre intensiv untersucht: Auf der Couch zu sitzen,

aus dem Fenster zu schauen und die Gedanken zu schweifen lassen, wirkt sich demnach positiv auf das Gehirn aus, entspannt und macht Studien zufolge kreativ und gesund. Während wir faulenzen, beschert uns das Gehirn originelle Einfälle, sortiert Erinnerungen und verarbeitet Gedanken und Emotionen. In ihrem Buch wendet sich Olga Mecking gegen ständige Selbstoptimierung, Betriebsamkeit und Leistungsdruck und liefert viele Ideen für Pausen im Alltag.

DIE INNERE STIMME BESÄNFTIGEN

Dr. Ethan Kross ist ein international bekannter Experte zum Thema Bewusstsein und Verhaltenssteuerung. Er ist Professor an der University of Michigan und der Ross School of Business sowie Direktor des von ihm gegründeten Labors zur Erforschung von Emotionen. In seinem ersten populärwissenschaftlichen Buch „Chatter - Die Stimme in deinem Kopf“ verschränkt er Ergebnisse aus Verhaltens- und Hirnforschung mit Fallstudien aus der Praxis. Er erklärt, wie die stummen Selbstgespräche, die jeder Mensch täglich hundertfach führt, den Alltag, die Arbeit und die Beziehungen



Zum Weiterlesen



Niksen – Vom Glück des Nichtstuns, von Olga Mecking, Kailash Verlag, 272 Seiten, 16 Euro



Chatter – Die Stimme in deinem Kopf. Wie wir unseren inneren Kritiker in einen inneren Coach verwandeln, von Ethan Kross, BTB Verlag, 304 Seiten, 22 Euro



Ich möchte lieber nicht. Eine Rebellion gegen den Terror des Positiven, von Juliane Marie Schreiber, Piper Verlag, 208 Seiten, 16 Euro



Kraftvolles Selbstmitgefühl für Frauen. Klar für sich selbst einstehen, engagiert handeln und Erfüllung finden, von Kristin Neff, Kailash Verlag, 448 Seiten, 22 Euro

prägen. Demnach können negative und desorientierende Selbstgespräche die Gesundheit belasten, die Stimmung negativ beeinflussen, die sozialen Verbindungen ins Wanken bringen und sogar zu einem psychischen Zusammenbruch führen. Doch laut Ethan Kross ist jeder Mensch bereits mit allen Werkzeugen ausgestattet, um die innere Stimme zu besänftigen, zum Beispiel mit der Fähigkeit zur Selbstdis-

ziplinierung. Sein Buch enthält auch einen Werkzeugkasten mit Tipps, um Denkspiralen der inneren Stimme durch konstruktives Denken zu ersetzen.

KRAFTVOLLES SELBSTMITGEFÜHL ENTWICKELN

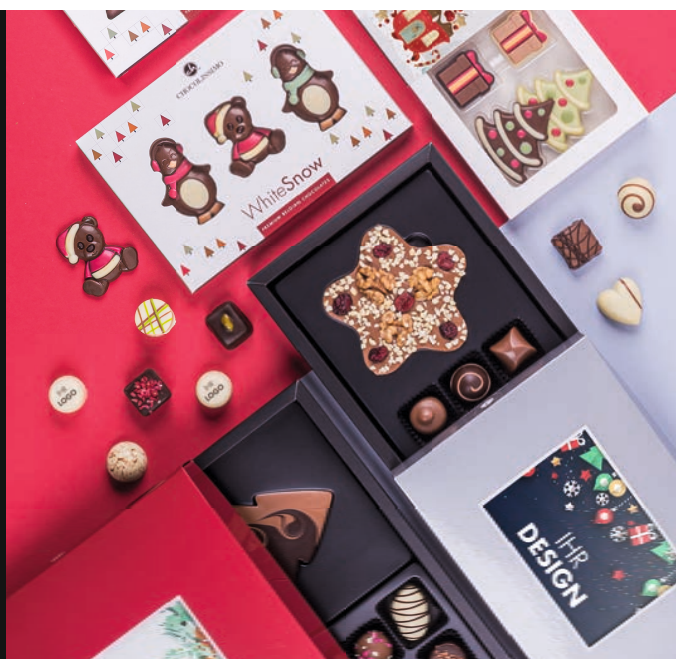
Kristin Neff ist Professorin für Psychologie und Persönlichkeitsentwicklung an der University of Texas in Aus-



CHCOLISSIMO

Werbe- und
Dankesgeschenke
zu Weihnachten
für besondere Momente

*Bedruckbare Pralinen
mit Ihrem individuellen
Wunschmotiv ab 30 Stück*



MM Brown Deutschland GmbH

Eschborner Landstr. 55
60489 Frankfurt
Tel: +49 (0)69 254 271 27
verkauf@chocolissimo.de

www.chocolissimo.de
b2b.chocolissimo.de/kataloge



Achtsames Selbstmitgefühl lässt sich trainieren

Arve Thürmann arbeitet als psychologische Psychotherapeutin für achtsamkeitsbasierte Verhaltenstherapie in Berlin. Sie ist Dozentin und Supervisorin für die Themen Achtsamkeit und Meditation in der Psychotherapie, Ausbilderin in achtsamem Selbstmitgefühl (Mindful Self-Compassion, kurz: MSC) und bietet Kurse und Retreats an. Aus dem Bedürfnis heraus, die Inhalte ihrer verhaltenstherapeutischen Arbeit physisch sichtbar zu machen und diese für den Alltag zur Verfügung zu stellen, entwickelte sie gemeinsam mit dem Illustrator Jörg Brandt Karten mit Achtsamkeits- und Selbstmitgefühlsübungen für den Alltag. Weitere Informationen zu MSC: www.achtsamkeit-verhaltenstherapie.de und www.msc-selbstmitgefuehl.org

1. Übung: Achtsamkeit und der Wandergeist

Die erste Erfahrung in der Achtsamkeitspraxis ist häufig, dass unsere Gedanken abschweifen. Es ist normal, dass unser Geist fortwährend „wandert“. Das Gehirn ist auf unseren Schutz ausgerichtet und hält Ausschau nach Problemen in der Vergangenheit und Zukunft. Das kann dazu führen, dass wir in Ängstlichkeit und Sorgen verfangen sind und die Gegenwart nicht wahrnehmen. Die Achtsamkeitspraxis kann uns langfristig helfen, diesen Prozess zu verändern, indem wir lernen, uns dem gegenwärtigen Moment zu öffnen. Das kann zu Sammlung, Ruhe und Zufriedenheit führen und den Wandergeist besänftigen.

Wenn Sie bemerken, dass Ihr Geist wandert, können Sie sich sanft und freundlich durch die Achtsamkeitspraxis im gegenwärtigen Moment verorten. Dabei kann es zunächst hilfreich sein, sich des Wandergeistes bewusst zu werden und ihn anzuerkennen: „Ah, da sind Gedanken, da ist mein Wandergeist.“ Im zweiten Schritt können Sie sich auf den gegenwärtigen Moment konzentrieren, zum Beispiel auf den Atem oder die Fußsohlen.

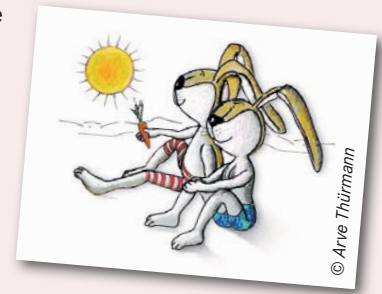


2. Übung: Glück kultivieren

Obwohl unser Gehirn einen „negativity bias“ hat, können wir mit absichtsvollen Praktiken Glück kultivieren. Der Negativitätsbias bezeichnet das Phänomen, dass sich negative Gedanken, Gefühle oder Erlebnisse stärker einprägen als neutrale oder positive.

1. Genießen: Verweilen Sie mindestens 15 Sekunden bei angenehmen Momenten.
2. Dankbarkeit: Wertschätzen Sie die guten Dinge Ihres Lebens.
3. Selbstwertschätzung: Richten Sie Dankbarkeit nach innen und erkennen Sie sich an.

Wenn wir diesen drei Aspekten in unserem täglichen Leben achtsame Aufmerksamkeit schenken, mildert das den „negativity bias“ ab und führt zu mehr Zufriedenheit, unabhängig von den Umständen.



tin. Durch den Buddhismus entdeckte sie das Konzept des Selbstmitgefühls und machte es vor zwanzig Jahren erstmals zum Gegenstand psychologischer Forschung. Gemeinsam mit Christopher Germer entwickelt sie das Acht-Wochen-Programm Mindful Self-Compassion (MSC), das auch in Deutschland in Kursen angeboten wird. „Niemanden behandeln wir so schlecht wie uns selbst“, sagt Kristin Neff. Demnach neigen insbesondere Frauen zu Selbstkritik und Selbstaufgabe, wenn es um das Wohl anderer geht. Daher genüge es nicht, sich selbst eine gute Freundin zu sein. Es erfordere Mut aufzubegehren, Nein zu sagen, um sich vor Ungerechtigkeit und Verletzungen zu schützen und den eigenen Bedürfnissen mehr Raum zu geben. Kristin Neff beschreibt in ihrem Buch „Kraftvolles Selbstmitgefühl für Frauen“, wie Frauen eine Balance finden können zwischen Fürsorge und selbstbestimmter Durchsetzungskraft, um sich authentisch in Beziehungen, im Job und in der Gesellschaft zu verwirklichen.

WIDER DEN ZWANG ZUM GLÜCK

Juliane Marie Schreiber ist Politologin und freie Journalistin. In ihrem Buch „Ich möchte lieber nicht. Eine Rebellion gegen den Terror des Positiven“ plädiert sie dafür, dem gesellschaftlichen Zwang zum Glück Widerstand zu leisten. Demnach belasten die ständigen Aufforderungen der positiven Psychologie, Ratgeberbücher und Werbebotschaften, positiv und glücklich zu sein, und schwächen den Zusammenhalt. Statt kritisch zu bleiben und etwas im Außen zu verbessern, ändert sich nur der Blickwinkel. Nach Juliane Marie Schreiber führt nicht Glück zu Veränderung und Autonomie, sondern Unzufriedenheit und eine Haltung des Nein. Im Kapitel „Schöner Schimpfen“ beschreibt sie die Vorzüge des Fluchens und Schimpfens – anhand von wissenschaftlichen Untersuchungen, kulturellen Traditionen sowie Beispielen in Alltags- und Extremsituationen.

II

Kati Sprung, Journalistin

Gesund durch jeden Tag

INTERVIEW Alltagsheldinnen brauchen volle Nährstoff-Depots, um den täglichen Wahnsinn zu stemmen. Deshalb haben die Ernährungsberaterinnen Anna Lena Stegemann und Marie-Sophie Jesko gemeinsam mit RTL-Moderatorin Katja Burkard das VegPrep-Prinzip entwickelt. Ein Gespräch über das Kochen auf Vorrat.



© VETOX

Marie-Sophie Jesko, Katja Burkard und Anna Lena Stegemann wollen mit ihrem VegPrep-Prinzip das „Vorkochen“ revolutionieren.

⇒ Wer sich gesund ernähren möchte, wird schnell feststellen, dass ausgewogene Mahlzeiten im turbulenten Alltag nahezu unmöglich erscheinen. Neben Termin-Marathons, Endlos-Telefonaten und Kinderbetreuung sieht die Realität oftmals eher so aus: In der Mittagspause schnell ein belegtes Brötchen vom Bäcker, gegen das Nachmittagstief ein Stück Kuchen aus der Büroküche und abends der Einfachheit halber eine Pizza vom Lieferservice.

Drei Frauen, darunter RTL-Moderatorin Katja Burkard, meinen, dass das auch anders geht. Mit dem VegPrep-Prinzip wollen Anna Lena Stegemann, Marie-Sophie Jesko und Katja Burkard das Konzept vom Mealprepping revolutionieren und noch alltagstauglicher und zeitsparender machen. Ihr Credo: Vorkochen lässt sich mit 7 goldenen VegPrep-Regeln auch ohne Extraaufwand in den Alltag integrieren, um jederzeit und überall gesunde Mahlzeiten mit maximaler Nährstoff-



Katja Burkards Lieblingsrezept

Für einen energiegeladenen Start in den Tag



Lila Blaubeeren-Smoothie mit Mango, Zitrone und Kiwi

Zutaten für 1 Portion:

- 180 g gefrorene Heidelbeeren
- 1 Kiwi
- 1 Banane
- 1 EL frische Beeren
(z. B. Heidel- oder Himbeeren)
- 100 ml Milch
- 2 TL Joghurt
- 70 g gefrorene Mango
- 1/2 TL Zitronensaft

Zubereitung (5 Minuten):

Die frischen Heidelbeeren waschen. Kiwi schälen und in grobe Stücke schneiden. Die Banane ebenfalls schälen und grob zerkleinern. Gefrorene Heidelbeeren, Kiwi, Banane, Milch, Joghurt, Mango und Zitronensaft in einen Mixer füllen und solange pürieren, bis ein cremiger Smoothie entsteht. Den Smoothie in Gläser füllen und 1 EL frische Beeren obendrauf verteilen.

Nährwerte für 1 Portion:

263 kcal: 7 g Eiweiß
43 g Kohlenhydrate
7 g Ballaststoffe
5 g Fett

Katjas Tipp

Wer das Ganze mealpreppen möchte: Den Smoothie einfach in größerer Menge zubereiten und einfrieren.

dichte genießen zu können. Das Ergebnis ihrer Zusammenarbeit ist ein Kochbuch, das neben 97 gesunder und leckerer Rezepte und einem 14-Tage-Ernährungsplan auch die besten Tipps für einen produktiven Tag von RTL-Moderatorin Katja Burkard enthält.

w@o: Wie ist die Idee von VETOX entstanden und was genau ist damit gemeint?

Anna Lena Stegemann: Vor ungefähr drei Jahren haben Marie-Sophie und ich es uns zur Mission gemacht, gesunder Ernährung für alle Menschen einfach zu machen. Dieser Wunsch ist daraus entstanden, dass ich nach meinem Berufseinstieg feststellen musste, wie schwer es ist, gesunde Ernährung im stressigen Alltag zwischen Job und berufsbegleitendem Studium umzusetzen. Als ich Marie-Sophie kennenlernte, die diese Herausforderung auch aus der ernährungswissenschaftlichen Perspektive geteilt hat, war klar: Eine Lösung muss her. Und so haben wir VETOX gegründet.

Marie-Sophie Jesko: Bis heute sind über dreizehntausend Menschen Teil unserer Ernährungsbewegung, was uns wahnsinnig stolz macht. Mit dem VegPrep-Prinzip folgen wir dem Wunsch aus unserer Community, eine Lösung zu kreieren für die wenige Zeit im Alltag, die zum eigentlichen Kochen bleibt. In unserem VegPrep-Kochbuch haben wir das Konzept von MealPrep mit unserem bewährten VETOX-Konzept und unseren eigenen Alltagserfahrungen sowie denen von Katja Burkard verbunden. VETOX steht für die Kombination aus vegetarisch-veganer Ernährung mit dem Konzept von Detox.

w@o: Was ist der Vorteil dieses Ernährungskonzepts?

Katja Burkard: Mit unserer Ernährung können wir großen Einfluss auf unsere Gesundheit nehmen. Doch in meinem Alltag ist das so: Ich stehe jeden Tag um 5:30 Uhr auf. Ab 6 Uhr bereite ich mich auf die Sendung vor, bevor ich ab 7 Uhr in der RTL-Redaktion bin. Für mehr als einen Kaffee reicht die Zeit morgens meistens nicht. Und dann stehe ich bis 15 Uhr am Set. Ich habe nur ein paar Minuten Zeit für Essens-Pausen und muss vor der Kamera meine Bestleistung abrufen. Und wie bei allen Working Mums geht nach dem Feierabend der Mama-Alltag los! Ohne gesunde Mahlzeiten komme ich nicht energiegeladen durch den Tag, aber ich habe eben auch keine Zeit, ewig in der Küche zu stehen. Als ich Anfang des Jahres in den sozialen Medien auf VETOX aufmerksam wurde, war ich sofort begeistert. In der Mission, gesunde Ernährung für alle Menschen einfach zu machen, habe ich mich direkt wiedergefunden und die Gründerinnen der Idee zu einem Interview eingeladen. Dabei entstand dann die Idee zum ersten vegetarisch-veganen-MealPrep-Kochbuch.



Über die Autorinnen

Anna Lena Stegemann: Betriebswirtschaftlerin (B. Sc.), Wirtschaftspsychologin (M. Sc.) und Ernährungsberaterin. Als Gründerin von VETOX steht sie vor allem für die psychologische Seite hinter dem Essen: Motivation, emotionales Essen und die Macht der Gewohnheiten.

Marie-Sophie Jesko: Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaftlerin (B. Sc.), Agricultural and Food Economist (M. Sc.) und Ernährungsberaterin. Als Gründerin von VETOX steht sie vor allem für die wissenschaftliche Seite und ist fest von der „ungeheuren Macht der Ernährung“ überzeugt.

Katja Burkard: Die RTL-Moderatorin, Autorin, Journalistin und zweifache Mutter unterstützt in „Das Veg-Prep-Prinzip“ mit ihren besten Tipps und Tricks für einen energiegelassen, produktiven Tag.

w@o: Wie unterscheidet sich „normales“ Meal-Prepping vom Veg-Prep-Prinzip?

Marie-Sophie Jesko: Wer MealPrep umsetzt, konsumiert weniger ungesunde Fertigprodukte und spart zugleich eine Menge Verpackungsmüll ein. Aber das bekannte Konzept ist leider kaum alltagstauglich. Denn es sieht normalerweise vor, dass man an einem Tag in der Woche alle Gerichte vorkocht. Doch wer hat schon die Zeit, einen kompletten Tag nur zu kochen? Und wer will immer die gleichen Gerichte essen? Gerade Alltagstauglichkeit und Einfachheit ist unsere Mission, daher haben wir Mealprep in Verbindung mit unserem VETOX-Konzept neu gedacht.

Katja Burkard: Zusammen mit meinen Erfahrungen, Tipps und Anekdoten aus dem echten turbulenten Alltagsleben haben wir ein alltagstaugliches Konzept für mehr gesunde Ernährung im Alltag geschaffen.

w@o: Warum sollte man Ihrer Meinung nach auf Fleisch verzichten?

Anna Lena Stegemann: Wir waren bis vor ein paar Jahren absolute Fleischesser. Aber ein Besuch auf der Vegmed, Europas größter Fachkonferenz für pflanzenbasierte Ernährung, hat uns 2019 die Augen geöffnet. Die Studienergebnisse über die Nachteile fleischhaltiger Ernährung waren nicht von der Hand zu weisen. Erst letztes Jahr hat eine Metaanalyse der Universität Oxford gezeigt, dass

bereits der Verzehr von 50 Gramm Fleisch pro Tag das Risiko, an einer koronaren Herzkrankheit zu erkranken, um bis zu 18 Prozent erhöht.^{*1}

Marie-Sophie Jesko: Gleichzeitig ist es unglaublich zu sehen, was eine pflanzenbasierte, natürliche Ernährung Großartiges für uns tun kann ...

Anna Lena Stegemann: Warum das so ist, sehen wir sofort, wenn wir uns ansehen, was in Fleisch enthalten ist, nämlich Gifte wie Oxidatives Cholesterin, reaktive Aldehyde, Neu5Gc (entzündungsfördernde Säuren), Endotoxine, TMAO, Karzinogene heterozyklische Amine, Häm-Eisen, Pestizide, Herbizide, Schwermetalle, Hormone und Antibiotika.^{*2} Pflanzliche Lebensmittel hingegen beinhalten all die wertvollen Nährstoffe, die uns vor der Entstehung von Krankheiten schützen: Vitamine, Mineralstoffe, Spurenelemente und sekundäre Pflanzenstoffe.

w@o In dem neuen Kochbuch sind auch Tricks und Anekdoten aus dem Alltag einer Working-Mum enthalten. Was ist ein guter Tipp für einen produktiven Tag?

Katja Burkard: Als meine Sendung von zwei auf drei Stunden verlängert wurde, war ich danach nur noch platt und nicht mehr zu gebrauchen. Jetzt trinke ich jeden Tag zwei Liter Zitronen-Ingwer-Wasser während meiner Sendung und könnte locker weiter machen. Einfach zwei Liter Wasser aufsetzen, bis es 70 Grad hat, 10 cm Ingwer in kleine Scheiben schneiden und zusammen mit dem Saft einer halben Zitrone zum Wasser geben. Ab in die Thermoskanne damit, und der Tag kann starten! **II**

Das Interview führte Annette Rempel.

^{*1} Papier K, Knuppel A, Syam N, Jebb SA, Key TJ. Meat consumption and risk of ischemic heart disease: a systematic review and meta-analysis. *Crit Rev Food Sci Nutr*. Published online July 20, 2021.

^{*2} Vegmed 2019, London



Zum Weiterlesen

Das Veg-Prep-Konzept – vegetarisch/vegan vorkochen, von Anna Lena Stegemann, Marie-Sophie Jesko, Katja Burkard, FID Verlag, 2022, 208 Seiten, 29,95 Euro, ISBN: 978-3-95443-228-8



ERFOLG

Aufgabenmanagement zwischen Führungskraft und Assistenz:

Aufgaben sind heute komplex und vielschichtig. Führungskraft und Assistenz können glücklicherweise auf digitale To-do-Listen und Tools zurückgreifen, in denen beide Aufgaben zuteilen, teilen und bearbeiten können. **working@office** stellt Möglichkeiten dazu vor.

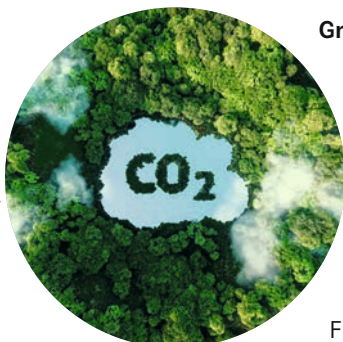


© Gorodenkoff/AdobeStock

WORKING SPACE

Grüner werden: Von kleinen Maßnahmen bis zur Strategie:

Unternehmen erhalten schon längst ein höheres Rating, wenn sie sich nachhaltige Ziele setzen und ihre CO₂-Bilanz aufbessern. Es gibt viele kleine Maßnahmen, mit denen Unternehmen effektiv ihren CO₂-Fußabdruck reduzieren können – **working@office** klärt auf.



© malp/AdobeStock

UNTERWEGS

Bahn, Flug, Auto, Fahrrad?!

Nach zwei Jahren Pandemie haben wir festgestellt: Persönliche Treffen können wir durch Webmeetings nicht vollständig ersetzen. Doch welche Fortbewegungsmittel spielen künftig eine Rolle? **working@office** hat Experten befragt.



© Dominik Neudecker/AdobeStock

**DIE NÄCHSTE AUSGABE VON WORKING@OFFICE
ERSCHEINT AM 28. OKTOBER 2022.**

BEILAGENHINWEIS

Dieser Ausgabe liegen Beilagen der Firmen: Akademie für die Deutsche Wirtschaft GmbH, Lippstadt, Er & Schiers GmbH, Pfaffenhofen a. d. Ilm, bei.

Wir bitten unsere Leserinnen und Leser um Beachtung.

Impressum

working@office

Magazin für professionelles Büromanagement
Ausgabe 10.2022, 23. Jahrgang

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Straße 2 - 4 / 53177 Bonn
www.workingoffice.de / redaktion@workingoffice.de
Amtsgericht Bonn, HRB 8165
USt-IdNr. DE812639372
Vorstand: Richard Rentrop

Redaktion:

Chefredakteurin: Annette Rempel (v. i. S. d. P.)
annette.rempel@workingoffice.de
Textchefin: Kirsten Wolf, München

Redaktionelle Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Noemi Castro Alonso, Isabelle Daguin, Corinna Döpfens, Yvonne Göpfert, Francoise Hauser, Sarah Kröger, Sabine Kupfer, Katharina Münk, Susanne Niemann, Gerry Nolan, Karin Pfeiffer, Malena Riestler, Annalisa Riggio, Alexandra Sievers, Kati Sprung, Kirsten Wolf, Kristina Wolter.

Korrektur: workformedia GbR

Produktmanagement/Marketing:

Ulrike Gehring, ug@vnr.de

Layout/Produktion:

Grafik: Uwe Otte, Brühl;
Drucksteuerung: sieprath GmbH

Anzeigenverkauf:

Elisabeth Massfeller, tel 06132 8995573,
elisabeth.massfeller@workingoffice.de
Nicole Kraus, tel 06135 7035-404, nicole.kraus@workingoffice.de

Anzeigendisposition: Melanie Schmitz, tel 0228 8205-6300
anzeigendisposition@workingoffice.de

Anzeigenpreise: Es gilt die Preisliste Mediadaten Nr. 21, gültig ab 15.10.2019, www.workingoffice.de

Titelbild: © Simone Naumann Titelbild Special: malp/AdobeStock

Abonnementspreise:

Preisgebundenes Jahresabo: Inland: 129 Euro; Jahresvorzugspreis für Mitglieder des bSb (Bundesverband Sekretariat und Büromanagement e. V.) sowie Mitglieder von IMA Germany e. V.: 96,75 Euro; Preis für thematische Sonderausgaben: 38 Euro. Alle Preise verstehen sich inkl. Porto- und Versandkosten. Ausland: 159 Euro (Österreich: unverbindliche Preisempfehlung); Jahresabonnement; Schweiz: CHF 237; Preis für bsb-Mitglieder im Ausland und IMA Austria Mitglieder: 119,25 Euro (unter Angabe der Mitgliedsnummer). Preis für thematische Sonderausgaben: 38 Euro bzw. 48 CHF. Porto- und Versandkosten außerhalb Deutschlands: 3,95 € bzw. 4,30 CHF. Änderungen vorbehalten. Zahlung erst nach Erhalt der Abo-Rechnung. Das Abonnement ist jederzeit zur nächsten erreichbaren Ausgabe kündbar, zuviel gezahlte Beträge für nichtgelieferte Ausgaben werden zurückerstattet (Kündigung schriftlich mit Nennung der Kundennummer). Firmenmehrfachabos auf Anfrage.

Abonnentenverwaltung:

Leserservice **working@office**

Theodor-Heuss-Straße 4 / 53177 Bonn
Telefon: +49 (0)228 9550-163 / Fax: +49 (0)228 3696480
Mo. bis Fr. 8:00 – 18:00 Uhr / kundenservice@workingoffice.de

Die einzelnen Beiträge geben die Meinung der Autoren, nicht notwendigerweise die der Redaktion wieder. Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der abgedruckten Inhalte. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen oder die Gesellschaft verantwortlich.

© VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM und anderen elektronischen Datenträgern.

Die Online-Freischaltung bei Abonnements inkl. Online-Archiv (Print + Online und eOnly) gilt ausschließlich für den einzelnen Empfänger des Abonnements und ist nicht eine Freischaltung für das Unternehmen/Bibliothek/Institution.

Streitbeilegung in Verbrauchersachen (§ 36 VSBG): Die VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG ist zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet.

Druck: Westermann Druck | pva,
Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig
Der Inhalt dieser Ausgabe wird auf 100 % Recyclingpapier gedruckt, welches mit dem „Blauen Engel“ zertifiziert ist.

Printed in Germany.

ISSN: 1438-471X

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Ihre 2 Geheimwaffen fürs Office

Seien Sie bestens gewappnet für die täglichen Herausforderungen im Office, denn: Sie sind damit nicht allein!



Ihre working@office-Kolumnen über den alltäglichen Büro-Wahnsinn sind längst Kult: In „Secret Service – Geschichten aus dem Off(ice)“ schreibt Katharina Münk mit viel Humor über die Hürden von Assistenzkräften in Deutschland.

Fordern Sie jetzt working@office im Abo an und Sie erhalten das Buch als Gratis-Prämie dazu unter

www.workingoffice.de/secret-service



Gute Aussichten!

Mit working@office 30.000
Office Professionals* erreichen

Sie würden hier
gerne eine
Anzeige Ihres
Produkts oder
Ihrer Dienstleistung
sehen?

Dann kontaktieren Sie uns:



Elisabeth Maßfeller
Mediaberatung
Telefon: 06132 8995573
elisabeth.massfeller@workingoffice.de



Nicole Kraus
Mediaberatung
Telefon: 06135 7035404
nicole.kraus@workingoffice.de

Mehr Infos unter: www.workingoffice.de/mediadaten