

working@office

WIR LIEBEN OFFICE-MANAGEMENT

Krisenmanagement

Wie wir lernen, schlimmste Ausnahmesituationen zu bewältigen
SEITE 12

Künstliche Intelligenz

Diese Anwendungsfälle entlasten Office-Professionals am meisten
SEITE 36

Kontrolle

Selbstführung: Das mächtigste Instrument gegen Überforderung
SEITE 64

Role Model Heike Walz

Seit mehr als 20 Jahren arbeitet Heike Walz bei einem Hidden Champion in Baden-Württemberg. Warum sie dort dennoch immer wieder neue Herausforderungen für sich entdeckt, und was ein inspirierendes Chef-Assistenz-Verhältnis ist, beschreibt die engagierte Netzwerkerin ab
SEITE 08



Entdecken Sie die unschlagbaren Vorteile unserer Azubi-Produkte!



Mit unseren maßgeschneiderten Azubi-Produkten unterstützen Sie Ihre Neulinge in den entscheidenden Anfangsphasen ihrer Ausbildung. Wir sorgen dafür, dass sie sich von Beginn an gut aufgehoben fühlen und bereit sind, das Beste für Ihr Unternehmen zu geben.

>> Das bieten wir Ihnen:

● Das Azubi-Start-Paket

Ein echter Knaller! Dieses Paket garantiert einen reibungslosen Start für Ihre Azubis mit 9 verschiedenen Themen, Broschüren, Kalendern und wertvollen Informationen, alles aus einer Hand. Von Stundenplänen über Finanzen bis hin zur Ersten Hilfe und Datenschutz – hier ist alles dabei, was sie benötigen!



● Der Knigge für Berufseinsteiger

Soziale Kompetenz ist essentiell. Dieser Leitfaden bietet übersichtliche Tipps zu Benehmen, Kommunikation, Geschäftskleidung und mehr – unverzichtbar für einen gelungenen Eintritt in die Berufswelt!



● Schubladen-Aufgaben Band 1 & 2

Nutzen Sie jede Minute gezielt! Die Schubladen-Aufgaben sind der Schlüssel, um auch scheinbar „tote“ Zeit sinnvoll zu nutzen. Von Kalkulation bis hin zu Arbeitsrecht – hier wird relevantes Wissen in kurzen und knackigen Lektionen vermittelt.



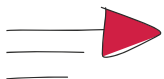
Überzeugen Sie sich selbst: <https://www.azubi-start.de/>





Bei mir stellt sich direkt eine Gänsehaut ein, wenn ich mich gedanklich zu diesem Zeitpunkt zurückdenke.

Ab da war nichts mehr so wie es war ...



Ein geliebter Mensch stirbt – viel zu jung und viel zu früh. Es ist ein Unfall, niemand kann etwas dafür. Wir sind ohnmächtig vor Trauer. Es ist kein Traum, sondern bittere Realität. Es zieht uns den Boden unter den Füßen weg.

Jede und jeder von uns kennt einen solchen oder ähnlichen Moment, der einfach alles im Leben verändert: Man erhält die Nachricht, dass ein geliebter Mensch plötzlich stirbt, wir erleiden oder gestehen uns einen Burnout ein, weil wir einfach nicht mehr können. Oder wir bekommen eine lebensbedrohende Diagnose. Bestimmt haben Sie gerade Ihren ganz eigenen Moment vor Augen. Wie stehen wir so etwas durch? Wie geht es weiter,

wenn das Unvorstellbare eintritt? Viele von uns wissen zum Glück: Es geht weiter und wir werden es schaffen. Persönliche Krisen zu bewältigen fühlt sich im ersten Augenblick wie eine Aufgabe an, die man einfach nicht schaffen kann. Für die aktuelle Ausgabe haben wir mit Expertinnen über genau solche Situationen gesprochen. In gleich zwei Artikeln beleuchten wir persönliche Krisen und solche, die im Berufsleben im Unternehmen auftauchen. Unsere Expertinnen erklären, wann eine Neuorientierung möglich ist, was wir während und nach einer Krise brauchen und wie aus solchen Situationen Wachstum entsteht. Dadurch wird die nächste Krise nicht einfacher. Aber vielleicht gibt es uns in Augenblicken der Ohnmacht das Gefühl, doch eine Option B zu haben.

Herzliche Grüße
Annette Rompel

annette@workingoffice.de

<https://www.linkedin.com/in/annette-rompel/>

workingoffice.de

Zahl des Monats

16

Prozent ihrer Arbeitszeit verbringen laut einer Studie Mitarbeitende im Mittel mit interner Compliance und Bürokratie. Mehr dazu, wie Sie die Bürokratie in Ihrer Firma reduzieren, lesen Sie ab Seite 20.

GROW

06 DASHBOARD

08 ROLE MODEL

Heike Walz ist gelernte Reiseverkehrskauffrau und Europasekretärin. Sie erfindet sich mit jedem Positionswechsel immer wieder neu.

12 KRISEN ÜBERWINDEN

Wie wir mit Krisen umgehen und wie wir uns dadurch verändern.

15 COMMUNITY

16 INTERVIEW

Im Gespräch: Katrin Stigge, Gründerin der ANIMARTES Business School.

18 OFFICE AWARDS, TEIL 1

Anja Dettmann wurde als bestes Role Model ausgezeichnet.

20 BÜROKRATIE ABBAUEN

Trennen Sie sich von Überholtem!

22 NEU IM TEAM

Wie der Onboardingprozess gelingt.

Role Model dieser Ausgabe ist Heike Walz.

Seite 08



LEARN

24 DIGITALER DATENPUTZ

Tipps für mehr Ordnung im Postfach.

26 WERBEPsYCHOLOGIE, TEIL 1

Wie, wann und warum uns Werbung zum Konsum anregt.

28 FREMDSPRACHEN

Entspannt in den Sommerurlaub in Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch.

30 VISIONBOARD

Ein Bild hilft mehr als gute Vorsätze.

33 TOOLS & HACKS

34 DAS PROJEKT, TEIL 5

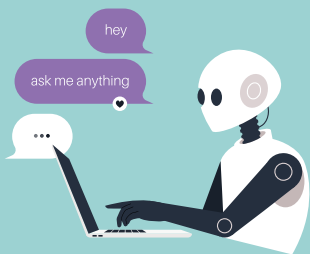
Workation mit Wirkung gestalten.

36 KI PROMPTS

Passende Tools und präzise formulierte Prompts.

Für welche Aufgabe welche KI zu Hilfe nehmen?

Seite 36



Was passiert im Hintergrund, wenn eine Katastrophe eintritt? Wie agieren Assistenzen?

Seite 42



CREATE

38 NEUROÄSTHETIK IM BÜRO

Bürodesign für die Sinne.

41 KOLUMNE

Dumm gelaufen
von Katharina Münk

42 RISIKOMANAGEMENT

Assistenz im Ausnahmezustand.

45 TOOLS & HACKS

46 NOTIZBÜCHER

Achtsam durch analoge Accessoires.

48 SILENT MEETINGS

Das Format hilft, Besprechungen effizienter zu gestalten.

““

Ich bewege mich in sehr breiten Leitplanken. Dieses Vertrauen in der Zusammenarbeit ist mir wichtig.

Heike Walz, Assistentin Divisionsleiter Fabrikautomation bei Pepperl+Fuchs



TOGETHER

50 EVENTORGANISATION

Praktische Tipps für Ihr nachhaltiges Event.

53 TOOLS & HACKS

54 WOW-EFFEKT

Ein unvergessliches Event trotz kleinem Budget.

Nachhaltige Events organisieren
... ein Bericht aus 20 Jahren Erfahrung in der Event-Branche.
Seite 50

Stilvoll, organisiert und nachhaltig reisen.

Seite 56



TRAVELLING

56 TRAVELACCESSOIRES

Entspannt und stilsicher reisen mit dem richtigen Equipment.

59 TOOLS & HACKS

HEALTH

60 ADHS IN DER ASSISTENZ

Die Diagnose ADHS kann eine Herausforderung sein – praxisnahe Tipps für den Arbeitsalltag.

63 TOOLS & HACKS

64 SELBSTFÜHRUNG

Wie uns Selbstführung vor Überforderung schützt.

Zwischen Struktur und Chaos.
Seite 60



RUBRIKEN

03 CHECK-IN

11 SEMINARE

66 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.

VERANSTALTUNGSTIPP

Wie KI Ihre Assistenzroutinen automatisieren kann

Wir springen täglich von Aufgabe zu Aufgabe – ohne Fokus, ohne Pause. Doch das geht auch anders: Mit smarten Tools wie ChatGPT, Gemini oder Co-Pilot automatisieren Sie Routineaufgaben, gewinnen Zeit und werden wieder zur Gestalterin Ihres Alltags. Lernen Sie, wie Sie mit KI 30 Minuten täglich sparen – für das, was wirklich zählt. Im nächsten Office Breakfast Club (kostenlos) am 24.07.2025 zeigt Ihnen Assistenz-Beraterin und working@office Autorin Saskia Hagendorf:

- 3 Prompts, die Ihnen Zeit sparen – sofort einsetzbar und praxiserprobt
- wie Fokuszeiten funktionieren – trotz Führungskraft, Teamanfragen & Co.
- wie Sie bei der Auswahl Ihrer KI-Tools vorgehen

Weitere Informationen und Anmeldung unter:

<https://webinar.workingoffice.de>



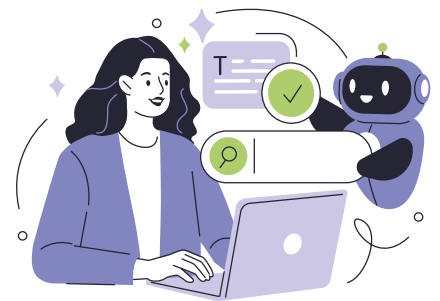
© vladgrin/AdobeStock

KPMG-STUDIE

Zwei Drittel der Deutschen nutzen KI

Bereits 66 Prozent der Deutschen nutzen Künstliche Intelligenz privat, beruflich oder im Studium – gleichzeitig sind nur 32 Prozent bereit, KI-generierten Informationen zu vertrauen. Mangelndes Wissen und fehlende Regeln verstärken die Skepsis. Deutschland liegt damit deutlich unter dem internationalen Mittelwert.

© Irina Strelnikova/AdobeStock



Das zeigt der deutsche Länderbericht einer globalen KPMG-Studie, die von der australischen „University of Melbourne“ in Kooperation mit KPMG International durchgeführt wurde. Befragt wurden weltweit über 48 000 Personen in 47 Ländern, darunter mehr als 1000 in Deutschland. Trotz zunehmender Nutzung fühlen sich viele nicht ausreichend im Umgang mit der Technologie geschult: Nur 20 Prozent der Deutschen haben bisher eine Schulung oder Weiterbildung zu KI absolviert – weltweit liegt der Wert mit 39 Prozent fast doppelt so hoch. Viele verwenden KI-Tools, ohne die Ergebnisse zu hinterfragen (43 Prozent). Damit landet Deutschland in Sachen KI-Kompetenz („KI-Literacy“) abgeschlagen hinter vielen vergleichbaren Volkswirtschaften auf dem vorletzten Platz der 47 untersuchten Länder.

www.kpmg.com

BUCHHALTUNG

Deutschland stellt auf E-Rechnungen um – aber viele sind noch nicht bereit

Alle reden über E-Rechnungen – aber wer hat eigentlich schon umgestellt? Eine Studie von sevdesk, einem Anbieter für digitale Buchhaltung-Software, blickt hinter die Kulissen: Wie gut sind Selbstständige vorbereitet? 36 Prozent der Selbstständigen haben bisher mindestens eine E-Rechnung erstellt, 64 Prozent haben noch nicht umgestellt – und das obwohl bereits seit Januar die ersten Übergangsfristen gelten. Das zeigt: Während ein Drittel der Selbstständigen bereits im Zeitalter der E-Rechnung angekommen ist, hat die Mehrheit noch Nachholbedarf. Umso wichtiger ist es, jetzt zu handeln – bevor die Übergangsfristen enden und aus offenen Fragen echte Stolpersteine werden. Die Verteilung ist insgesamt erstaunlich homogen – ein deutliches Zeichen dafür, dass das Thema E-Rechnung deutschlandweit gleichermaßen auf der Agenda steht.

Das zeigt der deutsche Länderbericht einer globalen KPMG-Studie, die von der australischen „University of Melbourne“ in Kooperation mit KPMG International durchgeführt wurde. Befragt wurden weltweit über 48 000 Personen in 47 Ländern, darunter mehr als 1000 in Deutschland. Trotz zunehmender Nutzung fühlen sich viele nicht ausreichend im Umgang mit der Technologie geschult: Nur 20 Prozent der Deutschen haben bisher eine Schulung oder Weiterbildung zu KI absolviert – weltweit liegt der Wert mit 39 Prozent fast doppelt so hoch. Viele verwenden KI-Tools, ohne die Ergebnisse zu hinterfragen (43 Prozent). Damit landet Deutschland in Sachen KI-Kompetenz („KI-Literacy“) abgeschlagen hinter vielen vergleichbaren Volkswirtschaften auf dem vorletzten Platz der 47 untersuchten Länder.

www.sevdesk.de



BRÜCKENTAGE 2026

So sichern Sie sich 59 freie Tage

2026 wird kein gutes Jahr für deutsche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, wenn es um Brückentage geht: Zahlreiche Feiertage wie der Tag der Deutschen Einheit, Reformationstag und Allerheiligen fallen aufs Wochenende. Doch mit frühzeitiger und geschickter Urlaubsplanung lassen sich bis zu 59 freie Tage aus nur 28 Urlaubstagen herausholen. Besonders empfehlenswert ist die Zeit rund um Christi Himmelfahrt und Pfingsten: Wer vom 11. bis 13. Mai, am 15. Mai sowie vom 18. bis 22. Mai 2026 Urlaub einreicht, kann mit nur neun Urlaubstagen ganze 17 freie Tage genießen – vom 9. bis 25. Mai 2026. Diese Zeit eignet sich hervorragend für einen Strandurlaub in der Sonne, so entgeht man der Hauptreisezeit und beliebte Urlaubsdestinationen sind weniger überlaufen.

© Oleksii/AdobeStock



Wer zusätzlich noch Fronleichnam (am 4. Juni 2026) einplant, kann sich mit 15 Urlaubstagen sogar 25 Tage am Stück freinehmen – also dreieinhalb Wochen, die sich ideal für einen längeren Urlaub oder eine Fernreise eignen. Möglich ist dies allerdings nur in den Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, NRW, Rheinland-Pfalz und dem Saarland.

www.urlaubs-guru.de



Die eigene Zuverlässigkeit lernt man erst schätzen, wenn man sich auf andere verlassen muss.

Italienisches Sprichwort

WISSENSFORUM STUTTART

Zukunftsstrategien für Ihr Business

Am 17. Oktober 2025 wird die Kongresshalle Böblingen zum Hotspot für Zukunft, Wissen und Innovation: Das neue #nxtKNOWLEDGE Wissensforum Stuttgart bringt über 30 Top-Speaker auf drei Bühnen zusammen. Entscheider, Unternehmer und Visionäre erhalten hier praxisnahe Impulse zu Leadership, Digitalisierung, KI, Vertrieb und Marketing. Mit dabei sind u. a. Dieter Lange, Dr. Julia Shaw und Roger Basler de Roca. Neben spannenden Vorträgen bietet das Event eine inspirierende Expo-Area mit innovativen Unternehmen, Networking-Zonen und echten Austausch auf Entscheider-Niveau. Veranstalter ist Speakers Excellence in Kooperation mit der Kongresshalle Böblingen. Ziel: Menschen vernetzen, Ideen fördern, Zukunft gestalten. Tickets und Infos unter:

www.nxtknowledge-stuttgart.de





Ich erlebe gerade, dass mit den sogenannten Babyboomern, die allmählich in Rente gehen, über Jahrzehnte gewachsene Verbindungen verloren gehen. Umso wichtiger ist es für mich, neue funktionierende Netzwerke aufzubauen.



Heike Walz, Assistentin Divisionsleiter Fabrikautomation bei Pepperl+Fuchs, Mannheim

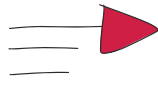


Pepperl+Fuchs

Mit einer „Reparaturwerkstatt für Rundfunkgeräte“ fing alles an: Im Jahr 1945 gründeten der Radiotechniker Walter Pepperl und der Bankkaufmann Ludwig Fuchs ihr kleines Unternehmen. Pepperl+Fuchs, heute eines der weltweit führenden Unternehmen für industrielle Sensorik und Explosionsschutz, steht seit 80 Jahren für Innovation, Präzision und Technologieführerschaft in der Automatisierung. Mit einem leistungsstarken, vielseitigen Portfolio und dem Fokus auf Digitalisierung entwickelt das Unternehmen Lösungen, die Sicherheit, Effizienz und Nachhaltigkeit verbinden. Die Kombination aus fundierter technologischer Expertise, langjähriger Branchenerfahrung und globaler Präsenz ermöglicht es Pepperl+Fuchs, den stetig wachsenden Anforderungen moderner Industrieanwendungen gerecht zu werden und so ein verlässlicher Partner für zukunftsorientierte Automatisierungslösungen in allen Branchen und Ländern zu sein. Das international ausgerichtete Unternehmen hat weltweit rund 6500 Mitarbeitende in mehr als 80 Tochtergesellschaften, neben Deutschland zum Beispiel in USA, Singapur, Ungarn, Indien, Indonesien, Vietnam und Tschechien.

Mehr Infos unter: <https://www.pepperl-fuchs.com>

Reinspringen, ausprobieren – und gewinnen!



HEIKE WALZ Seit mehr als 20 Jahren arbeitet die Reiseverkehrskauffrau und Europasekretärin bei Pepperl+Fuchs, einem weltweit führenden Unternehmen für industrielle Sensorik und Explosionsschutz, am Standort Mannheim. Sie erzählt, wie sie sich mit jedem Positionswechsel immer wieder neu erfindet, und warum sie das Netzwerken zu ihrer Zweitkarriere gemacht hat.

Rot ist ihre Farbe, ohne Zweifel. Das meint man sogar durchs Telefon zu hören, wenn Heike Walz von ihrem Selbstverständnis im Job erzählt und von der Zusammenarbeit mit ihrem Chef: „Wir sind beide Macher, wir arbeiten absolut lösungsorientiert.“ Dass Stefan Albrecht, Divisionsleiter Fabrikautomation bei Pepperl+Fuchs, jemand ist, der entscheiden kann, schätzt sie besonders: „Möglich, dass man den eingeschlagenen Kurs auch mal wieder anpassen muss. Wichtig ist, es geht voran. Anders wäre man ja wie gelähmt.“ Der Diplomingenieur Stefan Albrecht blickt auf insgesamt 24 Jahre bei dem Industrieunternehmen in Baden-Württemberg zurück, seine Assistentin Heike Walz auf 22 Jahre, seit 2015 arbeiten die beiden zusammen. Als Stefan Albrecht Anfang 2023 vom Vertriebschef zum Divisionsleiter des Geschäftsbereichs Fabrikautomation aufstieg, fragte er seine Assistentin, ob sie mit ihm in den Mutterkonzern wechseln wolle. „Das hat mich wahnsinnig gefreut. Es war eine Bestätigung für mich, dass es passt mit uns.“

Den eigenen Job gestalten

Der neue Aufgabenbereich ist eine Hierarchie-Ebene unter dem Vorstand angesiedelt. In dieser Position muss sich Heike Walz wieder einmal „neu erfinden“, wie sie es nennt: „Ich muss herausfinden, wo ich mich wie einbringen kann und welche Kernaufgaben sich daraus für mich ergeben“. Als Divisionsleiter eines Geschäftsbereichs habe ihr Chef nun vor allem strategische Aufgaben, erzählt sie. „Zum Glück bin ich so ein Wusler. Ich schaue, wo ich Einsatzmöglichkeiten für mich entdecke und was ich von meinen eigenen Erfahrungen und Erkenntnissen einbringen kann.“ Es ist eine kreative Herausforderung und spricht zugleich für eine selbstständige Arbeitsweise, die die Assistentin überaus zu schätzen weiß. Dass ihr Chef ihrer Kompetenz vertraut und auch bereit ist, sich auf Experimente einzulassen, zeigte sich kürzlich, als es

darum ging, eine neue KI-Software auszuprobieren. Im Rahmen ihres externen Netzwerks IMA – International Management Assistants – hatte Heike Walz ein neues Tool kennengelernt, das sie bei einem mehrtägigen Board Meeting ihres Chefs mit elf virtuellen Teilnehmenden erstmals einsetzen wollte, „ohne die Garantie, dass es auf Anhieb reibungslos klappen würde“. Es klappte, die KI-basierte Protokollführung kam mit allen Herausforderungen zurecht, von den Teilnehmenden kam positives Feedback. „Ich fand es toll, dass mein Chef sich darauf eingelassen hat“, sagt Heike Walz, immerhin gebe es das Tool noch nicht einmal zwei Jahre, „und anfangs bedeutet der Einsatz auf jeden Fall mehr Arbeit, das war mir bewusst“. Genau diese Offenheit, Eigeninitiative und lösungsorientierte Haltung seien für die Zusammenarbeit besonders wichtig, sagt Stefan Albrecht: „Mir kommt es in ihrer Funktion auf ihre langjährige Erfahrung, ihre Verlässlichkeit, die enge Zusammenarbeit mit den verschiedenen Abteilungen und Teams sowie auf ihr gut ausgebautes und vertrauensvolles Netzwerk innerhalb von Pepperl+Fuchs an.“

Generation Praktikum

Das Netzwerken hat die gebürtige Baden-Badenerin als Erfolgsfaktor früh erkannt. Jahrgang 1978, startete sie Ende der 1990er-Jahre nach dem Abitur in eine zunehmend globalisierte (Arbeits-)Welt. Ende der 1990er-Jahre absolvierte sie eine Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau, nach einem kurzen Sprachaufenthalt in Schottland schloss sie eine zweieinhalbjährige Qualifikation zur staatlich geprüften Europasekretärin ab. Ihre erste feste Anstellung findet sie schließlich im Juni 2004 bei ihrem heutigen Arbeitgeber Pepperl+Fuchs in Mannheim: „Ich hatte von einem weitläufigen Verwandten den Tipp bekommen, dass das eine tolle Firma mit internationalen Verbindungen sei“. Zunächst sagt man ihr ein Praktikum in einer Niederlassung nahe Paris

Heike Walz und Stefan Albrecht arbeiten seit zehn Jahren zusammen, „eins zu eins“, wie Heike Walz erklärt, „ich arbeite am liebsten so, als Tandem.“



Neue Verbindungen aufbauen

Den Wert von Netzwerken wissen beide zu schätzen, und beide pflegen sie. Für Heike Walz bedeutet das zur Zeit vor allem, neue Verbindungen aufzubauen. „Weil viele der sogenannten Babyboomer allmählich in Rente gehen, brechen Verbindungen weg. Und damit geht auch Wissen.“ Seit 2011 ist sie Professional Member bei IMA Germany, seit Juni letzten Jahres ist sie 1. Vorsitzende des internationalen Assistenznetzwerks in Deutschland. Die weltweite Präsenz von IMA habe sie gereizt, erzählt sie, „ich war schon so viel unterwegs mit den Netzwerk-Kolleginnen, in Luxemburg, Island, Madrid, Helsinki, Stockholm, Barcelona, Paris und natürlich innerhalb Deutschlands“. Der Austausch mit Gleichgesinnten, der Blick über den Tellerrand, die Sichtbarkeit generell, das alles zahle sich im Job voll aus. „Die Welt verändert sich so schnell, das war mir früher nicht so bewusst, aber wir alle spüren das mittlerweile ja fast täglich. Ich glaube, wenn man keinem solchen Netzwerk angehört, ist es schwierig, up-to-date zu bleiben.“

Mut für Veränderungen

Ihr Arbeitgeber zahlt die Mitgliedschaft und auch Weiterbildungen, „ich bin sehr dankbar dafür“. Man könne zwar nicht immer ganz konkret sagen, was das Netzwerken oder eine Weiterbildung bringt. „Doch in Summe zahlt es sich immer aus. Bei IMA beschäftigen wir uns oft schon mit Themen, bevor sie tatsächlich an unserem Arbeitsplatz ankommen, neue Technologien zum Beispiel. Die habe ich dann schon im Vorfeld kennengelernt und kann einschätzen, was für uns sinnvoll sein kann und was eher nicht.“ Es fließe viel Herzblut ins Netzwerken, „es ist ja alles ehrenamtlich. Und es ist richtig viel Arbeit. Ohne den Rückhalt meines Chefs ginge das alles nicht“. Auch der Arbeitgeber hat sein Go gegeben, als Heike Walz überlegte, 1. Vorsitzende bei IMA Germany zu werden. Und woher nahm sie den Mut für eine so wichtige Entscheidung? „Den habe ich von meiner Oma. Wenn es darum ging, etwas Neues anzupacken, hat sie immer gesagt, „spring rein und probiers. Ohne Mut gibt es keine Veränderung.“ Bis jetzt habe sich diese Haltung immer ausgezahlt, sagt die Assistentin. Mit ihrem Vorgesetzten Stefan Albrecht hat sie den richtigen Sparring-Partner dafür an ihrer Seite. Sein Wunsch für die gemeinsame berufliche Perspektive lautet: „Was wir gemeinsam und die Organisation um uns herum noch weiterentwickeln können, ist der Mut, die gewohnten Pepperl+Fuchs-Wege zu verlassen und Dinge auch mal bewusst neu zu denken.“ Für Heike Walz bedeutet das wohl vor allem: Die Zukunft kann kommen.

zu, „ich wollte damals unbedingt für eine gewisse Zeit nach Frankreich“. Im Januar 2004 soll es losgehen. „Bis dahin waren es aber noch zwei Monate“, erzählt sie, „da habe ich gefragt, ob ich so lange ein Praktikum in Mannheim machen könnte“. Für November und Dezember 2003 bietet man ihr ein Praktikum am Stammsitz der Firma an, im Sekretariat des Vertriebs. Als sie gerade bei Pepperl+Fuchs in Frankreich ist, wird im Vertriebssekretariat in Mannheim eine Stelle frei, sie fährt zum Bewerbungsgespräch. „Das Praktikum vor dem eigentlichen Praktikum war quasi der Dooropener“, sagt sie, „man kannte mich in Mannheim bereits von der Zusammenarbeit und so habe ich die Stelle tatsächlich bekommen“. Kein Zufall also, aber ein Glücksfall, freut sie sich, und beginnt im Juni 2004 als Sekretärin im internationalen Vertrieb.

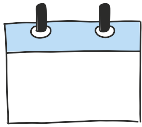
Auch mal kurz ohne Chef

Seitdem hat sie den Arbeitgeber nicht wieder gewechselt, wohl aber die Positionen. Das bedeutete auch eine Weiterentwicklung innerhalb kürzester Zeit von der Sekretärin zur Assistentin. „In fünf Jahren hatte ich drei Chefs, das war schon eine Herausforderung“, erzählt sie rückblickend, „denn bei der engen Zusammenarbeit zwischen Assistenz und Vorgesetztem kommt es schließlich sehr darauf an, dass man sich gut versteht“. Als das einmal nicht hundertprozentig der Fall war, konnte sie intern wechseln und fühlte sich in der neuen Position deutlich wohler. Ehrgeizig sei sie durchaus, sagt Heike Walz, aber mehr noch als die Karriere sei ihr das gute Miteinander und eine inhaltliche Zufriedenheit wichtig: „Ich bin schon daran interessiert, weiterzukommen. Aber ich mache das nicht ausschließlich an der jeweiligen Position fest. An der Stelle, wo ich jetzt arbeite, kann ich richtungsweisend mitarbeiten, und ich bewege mich in sehr breiten Leitplanken. Dieses Vertrauen in der Zusammenarbeit, diese Selbstständigkeit sind mir sehr, sehr wichtig.“ Stefan Albrecht wiederum weiß die Fähigkeiten und die Integrität seiner Assistentin zu schätzen: „Heike Walz ist engagiert, denkt proaktiv, übernimmt Verantwortung und bringt eigene Ideen ein. Das bringt unsere gemeinsamen Themen spürbar voran. Wir können uns auf Augenhöhe begegnen, uns aufeinander verlassen und packen Herausforderungen gemeinsam an.“

KIRSTEN WOLF, JOURNALISTIN
FOTOS: GABI MIRGELER



Seminare und Kongresse



Mehr aktuelle Termine finden Sie unter www.workingoffice.de

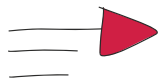
THEMA	TERMIN	ORT	KOSTEN	VERANSTALTER
Assistants' World 2025 – Das größte Business Event für Assistenzkräfte und Office-Professionals	30.09.25	online + Frankfurt am Main	€ 319,00	working@office fon 0228 9550-166; fax 0228 3696-091; info@assistantsworld.de; www.assistantsworld.de
English for Business – Grundlagen	11.08.-15.08.25	online	€ 1.350,00	Institut für Managementberatung GmbH fon 0331 70178-14; fax 0331 70178-23; info@ifm-business.de; www.ifm-business.de
Kommunikationstraining für die Assistenz	28.+29.08.25	online	€ 1.540,00	Haufe Akademie GmbH & Co. KG fon 0761 8984422; fax 0761 8984423; service@haufe-akademie.de; www.haufe-akademie.de
Effizienz im Office mit den digitalen Helfern	03.09.25	online	€ 229,00	Verlag Dashöfer GmbH fon 040 413321-0; fax 040 413321-11; info@dashoefer.de; www.dashoefer.de
Überzeugungskraft und Durchsetzungsvermögen	11.+12.09.25	Leipzig	€ 1.440,00	IME Institut für Management-Entwicklung fon 0521 94206-0; fax 0521 94206-20; info@ime-seminare.de; www.ime-seminare.de
Digitales Aufgabenmanagement mit Outlook, OneNote, Todo & Planner	12.09.25	online	€ 115,00	Akademie Herkert fon 08233 381-123; fax 08233 381-9876; service@akademie-herkert.de; www.akademie-herkert.de
Juristisches Know-how für Assistenz und Sekretariat	12.09.25	Hamburg	€ 675,00	seminare-fuer-sekretaerinnen.de fon 02646 915-9481; fax 02646 915-9496; info@seminare-fuer-sekretaerinnen.de; www.seminare-fuer-sekretaerinnen.de
Gelingendes „Onboarding“ – Fachkräftemangel beheben	15.09.25	Tannenfelde, Aukrug	€ 500,00 zzgl. Tagungs- pauschale von € 79,00	Tannenfelde Bildungs- und Tagungszentrum fon 04873 18-0; fax 04873 18-88; seminare@tannenfelde.de; www.tannenfelde.de
Mitarbeiter halten und neue gewinnen: Social Media Recruiting und Employer Branding	15.+16.09.25	Nürnberg	€ 1.200,00	GRUNDIG AKADEMIE für Wirtschaft und Technik fon 0911 40905-42; fax 0911 40905-44; management@grundig-akademie.de; www.grundig-akademie.de
Assistenz 5.0 im KI-Zeitalter	29.+30.09.25	online	€ 980,00	AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH fon 06221 65033-0; fax 06221 65033-29; info@akademie-heidelberg.de; www.akademie-heidelberg.de
Mit Künstlicher Intelligenz (KI) zum perfekten Schreiben	30.09.25	online	€ 490,00	Wbildung Akademie GmbH fon 06166 9338 937; fax 06166 9339 165; info@wbildung.de; https://wbildung.de
Masterclass Selbstführung: sich selbst effektiv führen und gezielt stärken	22.+23.10.25	online	€ 1.690,00	FORUM Institut für Management GmbH fon 06221 500-500; fax 06221 500-555; service@forum-institut.de; www.forum-institut.de

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

Wenn plötzlich alles anders wird



© елена калиничева / AdobeStock



PERSÖNLICHE KRISEN BEWÄLTIGEN

Schicksalsschläge können jeden treffen. Wie wir mit ihnen umgehen und wie wir uns dadurch verändern, ist ganz individuell. Eine Expertin berichtet aus der Praxis, wie und wann eine Neuorientierung möglich ist.

Sophie Schlömann fand nach einer eigenen beruflichen Krise – mitten in der COVID-19-Pandemie – zu ihrer heutigen Aufgabe. Ursprünglich aus dem Personalbereich kommend, erkannte sie während ihrer damaligen Coachinausbildung, wie stark ihr Bedürfnis war, wieder direkt mit Menschen zu arbeiten – jenseits von Excel-Tabellen und Projektstrukturen. Deshalb entschied sie sich, etwas zu verändern. Seit mittlerweile fünf Jahren arbeitet sie als selbstständige Coach mit Menschen, die in existenziellen Umbruchsituationen stecken. Ihre Coachees stehen thematisch an sehr unterschiedlichen Ausgangspunkten: von diffuser, aber nagender beruflicher Unzufriedenheit über Neuorientierung nach einer Trauerzeit, Krankheitsphase oder Burnout bis hin zu Erfahrungen wie Schwangerschaftsverlust oder Trennung. Gemeinsam mit ihnen entwickelt sie Lösungswege, denn während oder nach einer Krise funktionieren vorherige Bewältigungsstrategien oft nicht mehr. Es braucht neue innere Räume. Ein geschützter äußerer Raum mit einem verständnisvollen Gegenüber kann dabei helfen, sich wieder zu sortieren. „Die Menschen, die zu mir kommen, wissen: Jetzt ist etwas anders. Aber sie



Die Expertin

Sophie Schlömann ist Trauerbegleiterin und Coach für berufliche Neuorientierung und Wiedereinstieg. Ihre erste Karriere startete sie in der Fünf-Sterne Hotellerie. Zudem war sie viele Jahre in unterschiedlichen Unternehmen als Recruiter, HR Specialist und Personalleiterin tätig. Als Coach begleitet sie heute Menschen, die aufgrund persönlicher oder beruflicher Krisen, Trauerzeiten, gesundheitlicher Pausen oder Familienzeiten ihren Weg zurück ins Arbeitsleben finden möchten und dabei Struktur und Orientierung benötigen.

<https://www.schloemann-coaching.com/>



Das Leben nach einer Krise ist nicht unbedingt besser oder schlechter. Es geht weiter, aber anders.

Sophie Schlömann, Trauerbegleiterin und Coach

fragen sich: Wie entwickle ich etwas Neues? Was muss ich verändern?“, erzählt Sophie Schlömann, die wertvolle Erfahrungen als Trauerbegleiterin in ihre Coachingprozesse einbringen kann.

Was ist eine Krise?

Eine Krise unterscheidet sich deutlich von einer stressigen Phase, vor allem in Intensität, Dauer und subjektivem Erleben. Während Stress auch oft mit äußeren Faktoren wie Termindruck oder Konflikten zusammenhängt, ist eine Krise tiefgreifend, emotional hoch belastend und häufig körperlich spürbar. Stresssymptome klingen bestenfalls wieder ab, eine Krise ist dauerhafter, wobei die Zeitspanne individuell ist und sich über Monate oder länger erstrecken kann. Eine Krise entsteht aus einem Schicksalsschlag oder einer massiven Veränderung, zum Beispiel einem Todesfall, einer schweren Krankheit, einer Trennung, einer Kündigung oder dem Eintritt in eine neue Lebensphase wie die Verrentung. Sie bringt das gewohnte Leben durcheinander und uns selbst aus dem Gleichgewicht. Starke Gefühle der Angst können entstehen sowie Ohnmacht, Verzweiflung, und Einsamkeit, begleitet von körperlichen Symptomen wie Schlaflosigkeit oder Erschöpfung. Der Eindruck des Kontrollverlusts ist deutlich stärker als in stressigen Alltagssituationen, ebenso wie das Erleben von Überforderung und Ausweglosigkeit. „Eine Krise wirkt sehr bedrohlich“, sagt Sophie Schlömann. „Oft guckt man zunächst sehr hilflos und ohnmächtig zu.“

Wie wir eine Krise erkennen und wo wir Hilfe finden

Krisen entstehen häufig aus Schicksalsschlägen, die uns unvermutet treffen und die wir nicht beeinflussen können. Das können auch Naturkatastrophen und gesellschaftliche Ereignisse sein. Signale für ein Krisenerleben können sehr

langanhaltende, intensive Gefühle sein, die wir in dieser Form nicht kennen und der Eindruck, dass uns unser Leben entgleitet. Es helfe, sich bewusst zu fragen: Wie viel Kontrolle habe ich noch über das, was ich tue?, empfiehlt die Expertin für Veränderungsprozesse. „Wenn die Antwort auf der Skala nahe null liegt, ist das ein deutliches Zeichen, dass ich in einer Krise stecke.“ Die Menschen, die zu Sophie Schlömann ins Coaching kommen, sind bereits wieder in der Lage, in einen „Lösungsraum“ einzutreten. Es gebe jedoch Zustände, die es nicht zulassen, an Lösungen zu denken. Für diejenigen, bei denen durch eine Krise eine schwere psychische Erkrankung ausgelöst wird, ist psychotherapeutische Unterstützung notwendig. Welche Form der Hilfe Menschen während und nach einer Krise benötigen, ist höchst individuell und unterschiedlich – je nach Vorerfahrungen, Lebenssituation und Persönlichkeit. Sophie Schlömann empfiehlt, so früh wie möglich Hilfe von außen in Anspruch zu nehmen. Denn wenn wir merken, dass wir allein nicht weiterkommen, ist auch das bereits ein aktiver Schritt aus der Krise.



Akute Hilfe bei Krisen

Eine erste Anlaufstelle ist die Allgemeinmedizin, hier kann gegebenenfalls in eine fachärztliche oder psychotherapeutische Praxis überwiesen werden. Ein Angebot für die Ersteinschätzung, ob eine psychische Erkrankung vorliegt, ist die psychotherapeutische Sprechstunde. Bundesweit sind die Terminservicestellen der Kassenärztlichen Vereinigung unter der Telefonnummer **116 117** oder online unter **www.116117-termine.de** erreichbar und unterstützen bei der Vermittlung in Ihrer Region. Die Webseite **www.wege-zur-psychotherapie.org** bietet Informationen für Ratsuchende in Bezug auf Psychotherapie. In einer akuten Krise können Sie sich bundesweit und rund um die Uhr unter den Nummern **0800 111 0 111** oder **0800 111 0 222** melden oder online unter **https://online.telefonseelsorge.de**.

Was wir nach einer Krise brauchen

Gemeinsam mit ihren Coachees erarbeitet Sophie Schlömann passende Strategien für einen Neuanfang. Dabei geht es oft darum, eigene Ressourcen (wieder) zu entdecken und zu nutzen, die Selbstwirksamkeit zu erkennen und zu stärken sowie einen wohlwollenden Blick auf das Erlebte zu entwickeln.

Wichtige Fragen können dabei sein: Was hat mich durch die Krise gebracht? Welche Menschen haben mir geholfen und sind in meinem Leben wichtig? Welche Stärken haben mich gestützt? Wo tanke ich Energie? Welche Ressourcen habe ich gut nutzen können? Welche helfen mir jetzt noch im weiteren Leben? Was hat sich als überhaupt nicht hilfreich erwiesen? Welche Learnings nehme ich mit? Auch schwere Krisen können langfristig zu innerem Wachstum führen. „Es ist kraftvoll zu sehen, wie Menschen in solchen Zeiten neue Wege finden – nicht, weil der Schmerz weg ist, sondern weil sie einen Umgang damit gefunden haben“, sagt Sophie Schlömann. Wichtig ist dabei, weder den Schmerz an sich, noch schwere Erfahrungen zu relativieren oder aus allem etwas Positives



Zum Weiterlesen



Psychotherapie ohne Fachgedöns – Therapiemomente miterleben und für die eigene Entwicklung nutzen, von Nike Hilber, Kösel Verlag, 192 Seiten, 18 Euro, E-Book 12,99 Euro

Psychotherapie für zu Hause – Selbsthilfe bei Lebenskrisen, depressiven Verstimmungen und emotionalen Konflikten, von Birgit Jakobs, Trias Verlag, 200 Seiten, 22 Euro, E-Book 19,99 Euro



Was wirklich zählt – 18 Mal Hoffnung in Krisenzeiten, von C. Juliane Vieregge, Schüren Verlag, 254 Seiten, 28 Euro



6 Reflexionsfragen, um eigene Ressourcen zu aktivieren

Aus ihrer praktischen Arbeit heraus entwickelte Sophie Schlömann Coaching-Fragekarten unter dem Namen „coachingzeugs“ für ihre Klientinnen und andere Coaches. Sie enthalten hilfreiche Fragen, die den Fokus auf konstruktive Dinge lenken und Ressourcen aktivieren:

1. Wobei tankst Du Energie?
2. Was hellt Deine Stimmung auf?
3. Welcher Teil des Lebens läuft gut?
4. Wofür bist Du dankbar?
5. Wer oder was bringt Dich zum Lachen?
6. Worüber könntest Du stundenlang reden?

<https://www.schloemann-coaching.com/coaching-karten/>

ziehen zu wollen. Die Frage „Was war gut daran?“ kann auch unangebracht sein und toxisch positiv sein. Doch wer eine Krise bewältigt und bewusst erlebt, dies geschafft zu haben, stärkt langfristig den eigenen Selbstwert und das Vertrauen, es wieder zu können. Zudem hat es etwas Tröstliches zu wissen, dass auch Krisen endlich sind und wir verändert daraus hervorgehen.

Wie uns eine Krise verändert

Der Wunsch nach Neuorientierung ist oft das Ergebnis eines langen inneren Prozesses. Es gibt unterschiedliche psychologische Modelle, die typische Phasen von Krisen beschreiben: vom Schock über Wut, Verleugnung und Trauer und schließlich Akzeptanz bis hin zur Erneuerung. Diese Phasen sind nicht unbedingt linear, sondern verlaufen oft chaotisch und wechseln sich ab. „Die Veränderungsmodelle zeigen: Erst wenn ich emotional akzeptiert habe, was ist, kann ich auch wirklich etwas Neues beginnen“, erklärt Sophie Schlömann. Es gehe darum, eine wohlwollende Perspektive auf unsere Vergangenheit zu entwickeln und zu akzeptieren, was passiert ist. Das helfe, in Frieden mit schwierigen Erfahrungen leben zu können. Eine Krise verändert demnach nicht nur den äußeren Verlauf des Lebens, sondern vor allem auch unser Selbstbild und unsere Identität: „Das Leben nach einer Krise ist nicht unbedingt besser oder schlechter. Es geht weiter, aber anders.“

KATI SPRUNG, JOURNALISTIN



BUCHTIPP

Chefsache Assistenz

Das Berufsbild Assistenz hat sich durch das hybride Arbeitsmodell weiter verändert. Unabhängigeres Arbeiten bietet nun die Chance, eigenverantwortlich mehr Themen und Projekte zu übernehmen. In dem Buch „Chefsache Assistenz“ erhalten Sie viele Ideen, mit welchen Aufgaben sich die Assistenz weiterentwickeln kann. Sie erhalten wertvolle Tipps, wie Sie als Assistenz die notwendige innere Stärke entwickeln, um selbstbewusst aufzutreten und Führungsverantwortung übernehmen zu können. Lesen Sie u. a., wie Sie als Assistenz im Bewerbermanagement oder als Konfliktmediatorin unterstützen können. Herausgeberin des Buches ist



Trainerin und Coach Dunja Schenk. Die Co-Autorinnen sind im Assistenznetzwerk in Deutschland (ANiD) verbunden und tauschen

sich dort regelmäßig mit anderen Assistenzen aus.

Chefsache Assistenz – Neue Perspektiven und Strategien für die Assistenz im digitalen Wandel, von Dunja Schenk (Hrsg.), 2024, Springer Gabler, 39,99 Euro

Die nächsten Events von ANiD:

- 1. August: ANiD goes Freiburg (Live-Treffen)
- 13. August: ANiD goes Wolfenbüttel (Besichtigung Mast-Jägermeister SE)
- 27. August: ANiD goes Bonn (Hotelbesichtigung im Kameha Grand Bonn).

<https://www.anid-netzwerk.de>

IMA GERMANY

Veranstaltungen bis Oktober



© IMA

30.08.2025, Frankfurt City Hilton: Kommunikation & Konflikte meistern: Selbstwert stärken – souverän wirken. Tagestraining mit Kommunikationsprofi Sabine

Kupfer. Für alle, die im Spagat zwischen Chefetage, Team und Kundschaft klar, sicher und überzeugend kommunizieren möchten. Im Fokus stehen wirkungsvolle Kommunikation in schwierigen Situationen, souveränes Auftreten, strategisches Setzen von Grenzen und der konstruktive Umgang mit emotionalen Gesprächspartnern. Für mehr Wirkung und Sicherheit im Berufsalltag. Zum Ausklang: Cocktail-Reception und exklusive Stadttour durch Frankfurts Neue Altstadt – mit überraschenden Einblicken.

17.10.2025 in Hasselt, Belgien: Leadership beginnt im Alltag – IMA International Annual Conference 2025, Wenn Assistenz mehr bedeutet als Organisation. Das Motto „The Path to Empowering Leadership“ beleuchtet Leadership in all seinen Facetten – ob im Zusammenspiel mit der Geschäftsleitung, im internationalen Kontext oder im Umgang mit Wandel und neuen Technologien. Internationale Speaker wie Lucy Brazier OBE, Ann Caluwaerts, Marc Lammers liefern Impulse, die sich direkt in den Berufsalltag übersetzen lassen. Das Rahmenprogramm mit Welcome Dinner, Stadtführung und Galaveranstaltung schafft Raum für echten Austausch.

ima-network.org/germany-events

BUNDESVERBAND BUSINESS PROFESSIONALS E. V.

Online-Event nach der Sommerpause

Der Bundesverband Business Professionals e. V. (bSb) ist einer der größten Berufsverbände Europas für Office Professionals. In Zeiten des Wandels und des lebenslangen Lernens bietet der bSb zukunftsweisende und anerkannte bSb-Weiterbildungen, berufsbegleitende Fortbildungen, Fernstudien und Lehrgänge an. Dieses Online-Event (Zoom) erwartet Sie im August:

13. August um 19:00 Uhr (Zoom): Premium Online Abend: Professionelle Assistenzen in der rechtliche Betreuung – oder durch Existenzgründung zum eigenen Betreuungsbüro. Referentin: Evica Martin

In diesem Online-Vortrag zeigt Evica Martin auf, welche beruflichen Perspektiven sich im Feld der rechtlichen Betreuung eröffnen: von der Tätigkeit als Assistentenkraft oder Teil einer Bürogemeinschaft von Betreuer/-innen, bis hin zur eigenen Selbstständigkeit. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten Einblicke in Arbeitsfelder, Anforderungen und Einstiegsmöglichkeiten. Ein Vortrag für alle, die neue Wege in einem sinnstiftenden Berufsfeld suchen.

<https://bsboffice.de/events/>



© sophonk/AdobeStock



Eine Karriere ohne Vorbild

—▶ **INTERVIEW** Katrin Stigge, Gründerin der ANIMARTES Business School, spricht über die Perspektivlosigkeit, die viele Assistenzen heute spüren und über die Möglichkeiten, die daraus erwachsen. Ein Gespräch über Pioniergeist, strategische Klarheit und die Frage: Was wäre, wenn wir nicht länger warten, sondern jetzt anfangen?

w@o: Viele Assistenzen spüren, dass sich ihre Rolle verändert, aber es fehlen klare Perspektiven. Wie erlebst du diese Situation?

Katrin Stigge: Wir stehen an einem Wendepunkt. Die alten Karrierepfade, z. B. von der Assistenz zur Teamleitung oder ins Office-Management, greifen oft nicht mehr. Was stattdessen bleibt, ist ein diffuses Gefühl von „Ich will mehr, aber wohin eigentlich?“. Genau hier liegt die Kraft: Wenn kein Vorbild mehr da ist, wird aus der Suche eine Gestaltung. Karriere ohne Vorbild ist kein Mangel, sondern eine Gelegenheit.

w@o: Was braucht es aus deiner Sicht, um sich als Office-Professional heute neu zu positionieren?

Katrin Stigge: Haltung. Und die Bereitschaft, sich selbst ernst zu nehmen. Viele haben eine beeindruckende Breite an Kompetenzen, aber kein klares Kompetenzprofil. Sie sind wie ein Schweizer Taschenmesser und genau das darf heute sichtbar

werden. Ich arbeite mit den Teilnehmenden meiner Weiterbildungen daran, diese Breite in eine Signatur zu übersetzen. Denn: Wer weiß, wofür sie oder er steht, wird auch als vielseitiger und oder strategischer Partner wahrgenommen.

w@o: Was sind aus deiner Sicht konkrete Anzeichen dafür, dass eine Assistenz sich in eine strategisch wirksame Rolle entwickelt?

Katrin Stigge: Wenn jemand beginnt, nicht mehr nur Aufgaben abzuarbeiten, sondern aktiv mitzudenken: Was braucht das System? Was wäre jetzt der nächste mutige Schritt? Dann wechselt die Energie. Strategische Wirksamkeit beginnt nicht mit einem neuen Titel, sondern mit einem veränderten Selbstverständnis. Executive Business Partner und Chiefs of Staff sind mitverantwortlich für Klarheit, Priorisierung und Umsetzung. Und viele Assistenzen tragen dieses Potenzial bereits in sich.

w@o: Viele wünschen sich Orientierung. Was rätst du jemandem, der spürt: Ich will mehr, aber ich weiß nicht, wie ich anfangen soll?

Katrin Stigge: Starte nicht mit dem, was Dir fehlt. Starte mit dem, was schon da ist. Erfolgslisten, Stärkenprofile, Feedbacks. Das ist keine Selbstbeweihräucherung, das ist Datenarbeit an Dir selbst. Und dann: Mach Dich sichtbar. Nicht laut, sondern klar. Präsenz ist kein Ego-Trip. Sie ist eine Form von Verantwortung. Und dann dranbleiben: Steter Tropfen höhlt den Stein.

w@o: Was braucht es aus deiner Sicht, damit Office-Professionals zukünftig noch wirksamer sein können?

Katrin Stigge: Neue Räume. Neue Lernformen. Neue Rollenbilder. Genau deshalb biete ich in der Business School die Weiterbildung zur Chief of Staff aus der Rolle der Executive Assistant an, weil es diese Strukturen schlicht nicht gab. Ich glaube nicht mehr an klassische Karriereleitern, aber ich glaube an Bewegung und Entscheidungspunkte. Zukunft wird nicht geplant. Sie wird entschieden. Und zwar von denen, die bereit sind, sich innerlich zu bewegen.

w@o: Du wirst auf der Assistants' World gemeinsam mit Inga Berrenrath eine Solution Session zum Thema „Potentialfaltung“ halten. Was erwartet die Teilnehmenden?

Katrin Stigge: Kein Vortrag, kein Methodenfeuerwerk. Sondern ein Perspektivwechsel. Inga und ich bringen den systemischen Blick und den Raum, um Dinge neu zu denken mit. Und wir bringen Erfahrung und Tiefe aus der Praxis mit. Gemeinsam öffnen wir eine Tür: für alle, die sich fragen, ob sie nicht längst bereit sind, den nächsten Schritt zu gehen. Die Antwort ist: Ja. Und wir zeigen, wie. Es geht um den persönlichen Masterplan für die berufliche und persönliche Weiterentwicklung.



Die Expertin

In Zeiten, in denen klassische Karriereleitern bröckeln und neue Rollenbilder noch im Entstehen sind, braucht es Menschen, die vorausgehen. Katrin Stigge ist eine von ihnen. Die Gründerin der ANIMARTES Business School bietet als Erste im deutschsprachigen Raum die Weiterbildung zur Chief of Staff an. Jüngst hat sie ihr Portfolio um transformative Lernformate für Office-Professionals/Assistenzen erweitert. Sie denkt Karriere nicht als Aufstieg, sondern als bewusste Entscheidung für Haltung, Wirksamkeit und Eigenverantwortung.

w@o: Was nimmst du dir persönlich vor für diese Solution Session?

Katrin Stigge: Ich wünsche mir, dass jede Person, die aus dem Raum geht, einen inneren Satz mitnimmt. Vielleicht so etwas wie: „Ich warte nicht mehr. Ich starte.“ Denn alles, was wir brauchen, ist nicht irgendwo da draußen. Es ist längst da. In uns. Und genau damit fangen wir an.

w@o: In diesem Sommer erscheint dein erstes Buch beim Springer Gaber Verlag: „Chief of Staff: Die Schlüsselrolle zur Transformation und Innovation in Unternehmen“. Was war dir dabei besonders wichtig – und kommt da noch mehr?

Katrin Stigge: Ja, das Buch erscheint im Sommer. Und es wäre natürlich großartig, wenn es zur Assistants' World schon da wäre. Das Buch war für mich mehr als ein Schreibprojekt. Zum einen haben wir es zu zweit geschrieben, Natasha Zimmermann und ich. Zum anderen war es die wunderbare Gelegenheit, ein Statement zu platzieren: Die Rolle der Chief of Staff verdient endlich die Sichtbarkeit, Tiefe und Differenzierung, die sie braucht – vor allem im deutschsprachigen Raum, vor allem als Möglichkeit für Executive Assistants bzw. Executive Business Partner. Im Buch gehen wir auf die Rolle der Chief of Staff ein, und wir sprechen klar die Einladung an Unternehmen aus, Unternehmensführung neu zu denken, Führung neu aufzusetzen, nämlich im CEO-Office, bestehend aus CEO, Chief of Staff und Executive Business Partnerin. Und das nächste Buch ist schon in der Pipeline. Es wird dieses Thema weiterführen, aber den Fokus bewusst anders setzen. Ich verrate noch nicht zu viel, aber so viel kann ich sagen: Es wird nicht nur beschreiben, was möglich ist, sondern zeigen, wie wir es in Bewegung bringen.

Die Autorin live erleben



In zwei Workshops gibt Katrin Stigge am 30.9.2025 Tipps, wie Assistentenkräfte sich weiterentwickeln können.

Die Workshops finden auf der Assistants' World statt, Deutschlands größtem Business-Event für Office-Professionals im Kap Europa in Frankfurt am Main. Weitere Informationen unter:

<https://assistantsworld.de>



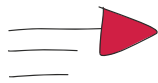
DAS INTERVIEW FÜHRTE ANNETTE ROMPEL





© Frogella.stock/AdobeStock

Die passionierte Problemlöserin



OFFICE AWARDS, TEIL 1 In diesem Jahr wurde Anja Dettmann als bestes Role Model ausgezeichnet. Ihr Weg in den Assistenzberuf führte vom Quereinstieg über Stationen als Office-Managerin, Assistenz der Geschäftsführung und Prokuristin in die Selbstständigkeit. Eine vielseitige Karriere, die Mut macht und inspiriert!

„Ich habe zwei Berufe gelernt“, erzählt Anja Dettmann. Nach der Realschule machte die gebürtige Norddeutsche, Jahrgang 1968, eine Ausbildung als Drogistin. Im Anschluss arbeitete sie in einer Parfümerie in Hamburg, musste diesen Beruf jedoch nach einigen Jahren aus gesundheitlichen Gründen aufgeben. Es folgte eine zweite Ausbildung als Speditionskaufrau. Zehn Jahre war sie für eine alteingesessene Hamburger Import-Export-Firma tätig. Dort zeigte sich schon ihr Interesse an übergeordneten Unternehmensstrukturen, was sich im Laufe ihres Arbeitslebens immer weiter entwickeln sollte. „Ich fand es von Anfang an spannend, alle Prozesse kennenzulernen und die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Abteilungen zu verstehen.“ Zudem bekam sie erstmals Einblick in die Assistenzrolle und ins Office-Management. „Ich habe von den Sekretärinnen dort gelernt“, erinnert sich die 57-Jährige. „Damals wurden sie noch zum Diktat gerufen.“ Sie übernahm in ihrer Position viele Aufgaben abseits von reinen Speditionsthemen, wie zum Beispiel die vorbereitende Buchhaltung oder die Messeorganisation.



© Alexandra Pickartz



Anja Dettmann zeigt eindrucksvoll, dass die Assistenz nicht nur eine unterstützende, sondern eine gestaltende und strategisch bedeutsame Rolle ist.

Laudatorin Heike Walz, National Chair, IMA Germany e. V.



Die drei Gewinnerinnen der Office-Awards in der Kategorie „Bestes Role-Model“ (v. l.): Anja Dettmann (1. Platz), Ulrike Winkler (2. Platz) und Nadine Götz (3. Platz).

Von der Hamburger Speditionskauffrau zur persönlichen Assistenz

Aus privaten Gründen zog sie 2008 mit ihrem kleinen Sohn nach Köln. „Mein Einstieg in die Sushi-Branche“, sagt Anja Dettmann schmunzelnd über ihren Wechsel in den Lebensmittelhandel. Sie startete in Teilzeit in der Auftragsannahme einer Firma in Kerpen. „Das waren 100 Telefonate am Morgen!“ In ihrer Position konnte sie wieder in die verschiedenen Abteilungen von Buchhaltung über IT bis hin zum Einkauf „reinschnuppern“. Sie ahnte damals noch nicht, dass sie das nächste Start-up ihres Chefs bis zur Entwicklung zum Konzern begleiten würde. Ein Jahr später verkaufte er die Kerpener Firma. „Er brauchte jemanden, der die Fäden zusammenhält. Ich sagte: Wenn du mir versprichst, dass ich bis zur Rente arbeiten kann, komme ich mit. Das war mir wichtig, denn ich musste alleine mein Kind versorgen“, erzählt Anja Dettmann. Ein mutiger Schritt, der sich lohnte, auch wenn sich später alles noch einmal ganz anders entwickelte und sie doch nicht bis zur Rente blieb.

Vom Start-up über den Konzern in die Selbstständigkeit

Anja Dettmann begleitete ihren Chef: zunächst als klassische Privatassistentin und Office-Managerin, dann bei der Gründung eines Start-ups – ebenfalls in der Lebensmittelbranche. „Ich war die erste Mitarbeiterin und baute alles mit auf. Heute ist es ein Konzern mit über 1500 Filialen“, fasst Anja Dettmann die beeindruckende Entwicklung zusammen. Zehn Jahre prägte sie das Unternehmen, von der Rolle der persönlichen Assistenz bis hin zur Managementassistentin und Prokuristin. „Ich habe unheimlich viel gelernt und mir viel Wissen durch Learning by Doing angeeignet.“ Sie weiß also, was es heißt, Firmen zu gründen mit allen administrativen und operativen Prozessen. Von der Assistentin im Hintergrund ging sie immer mehr in die Verantwortung und Sichtbarkeit. Mit Mitte 50 entschied sie sich noch einmal zu einer großen Veränderung: „Ich überlegte, was ich in meinen letzten zehn Arbeitsjahren noch machen möchte. Sowohl mein Chef als auch mein Netzwerk unterstützten mich bei der Entscheidung: „Wenn sich jemand selbstständig macht, dann du“, erzählt Anja Dettmann. Als „Business Assistenz bei Anruf“ (www.anja-dettmann.de) unterstützt sie seit 2023 ganz unterschiedliche Unternehmen – vom Handwerksbetrieb über Soloselbstständige bis zum Start-up als Interimsassistentin – deutschlandweit vor Ort oder remote. Ihre Arbeitsorte wech-

Was sind eigentlich die Office Awards?



Zum zweiten Mal verlieh das Magazin working@office im März 2025 die Office Awards an herausragende Persönlichkeiten der Assistenzszene. In drei Kategorien wurden die Preise auf dem Kongress Office Connect übergeben. In dieser Serie stellen wir die Erstplatzierten in den Bereichen Role Model, Young Professional und Netzwerk vor. Bestes Role Model wurden Nadine Götz (3. Platz), Susanne Winkler (2. Platz) und Anja Dettmann (1. Platz).

seln: ein gemieteter Coworking-Space nahe Köln, ein Start-up in Berlin oder ein Betrieb in Frankfurt. „Jetzt gerade bin ich auf Mallorca“, sagt Anja Dettmann im Zoom-Interview. An der Selbstständigkeit schätzt sie die Freiheit, für sich selbst entscheiden zu können, wo sie wann und vor allem wieviel sie arbeitet. Ihr Netzwerk ist für die Akquise Gold wert und bisher gab es – nicht überraschend nach ihrer Karriere – keinerlei Auftragsflauten.

Eine Generalistin mit Profil und Leidenschaft

„Unser Beruf ist so facettenreich. Ich sehe mich als Generalistin und passionierte Problemlöserin“, bilanziert Anja Dettmann. „Mein Weg als Assistenz ist allerdings etwas ungewöhnlich.“ In ihrem großen Netzwerk beobachtet sie oft ungewöhnliche Wege im Assistenzberuf. Sie engagiert sich als Moderatorin im Assistenznetzwerk in Deutschland (ANiD), ist Co-Leitung der Regionalgruppe Rheinland und des deutschlandweiten Netzwerks. Besonders am Herzen liegen ihr die Ermutigung des Nachwuchses und die Wertschätzung des Berufsbilds. „Wir können viel mehr und das sollten wir zeigen.“ Das kann sie heute selbstbewusst sagen, auch wenn sie es früher vorzog, im Hintergrund zu bleiben. Ihren Erfahrungsschatz in der Prozessanalyse und -gestaltung hat sie als Autorin mit einem Beitrag im Buch „Chefsache Assistenz“ für die Assistenzwelt zugänglich gemacht. „Prozesse sind mein Steckenpferd“, stellt sie fest. Die aktuellen KI-Entwicklungen sieht sie folglich gelassen und betrachtet sie vor allem als Arbeitserleichterung. „Anja Dettmann zeigt eindrucksvoll, dass Assistenz nicht nur eine unterstützende, sondern eine gestaltende und strategisch bedeutsame Rolle ist. Denn mit ihrer Unterstützung gewinnen Unternehmen Zeit, Effizienz, Entlastung und auch Wachstumschancen, indem sie maßgeschneiderte Lösungen für individuelle Anforderungen bietet“, lobte Laudatorin Heike Walz, National Chair, IMA Germany e. V., bei der Vergabe des Office Awards. Dem ist nichts hinzuzufügen, außer: Weiter so!

KATI SPRUNG, JOURNALISTIN





© bildquelle

Kill a stupid rule



BÜROKRATIEABBAU Manche Firmen sind ein bürokratischer Alptraum – mit schlimmsten Folgen für das Unternehmen selbst, denn Regeln, die niemand mehr braucht machen langsam und rauben Energie für wichtige Innovation. Dieses Tool kann dabei helfen, sich zügig von Überholtem zu trennen.

Regeln, die längst überholt sind, Rituale, die niemand mehr braucht, Reportings, die eh kein Mensch liest, mühsame Genehmigungsverfahren, vorgestrigte Meetingstrukturen, Prozessbesessenheit: All das ist eine kolossale Verschwendung von Zeit, Geld, Engagement und Talenten, die sich kein Unternehmen länger leisten kann. Eine Menge Althergebrachtes müsste rasch weichen, weil es Ressourcen blockiert, keinerlei Wertschöpfung bringt und Raum für das notwendige Neue versperrt.

Denn je schwerfälliger eine Organisation, desto anfälliger ist sie für Überholmanöver. Von daher ist zunächst eine Transformation in einen fluideren Zustand vonnöten. Um dynamischer, adaptiver, schneller und innovativer zu werden, gilt es

zunächst, zu entrümpeln. Das bedeutet: Alles Überflüssige muss beseitigt, umständliche Prozedere müssen vereinfacht und unzeitgemäße Vorgehensweisen erneuert werden.

„Kill a stupid rule“ heißt: massiv entrümpeln

Rigide Strukturen lockern, Altlasten entsorgen und Hürden entfernen, um flotter laufen zu können: „Kill a stupid rule“ setzt genau an diesem Punkt an. Ursprünglich wurde diese Maßnahme von einem US-Banker namens Vernon Hill entwickelt, der damit an seine Mitarbeitenden appellierte, kundenunfreundliche Abläufe schnellstmöglich aufzuspüren und dann zu eliminieren.

Wir nutzen diese Methode, um lähmenden, demotivierenden und unnötigen Ballast zu identifizieren und durch einfachere, zeitgemäßere Vorgehensweisen zu ersetzen. Was die Mitarbeitenden dazu brauchen, ist eine „Licence to kill“. Die Führung kann dies initiieren – und die Umsetzung des Projekts in die Hände erfahrener Office-Professionals legen. Die Aufgabenstellung klingt so:

„Kill a stupid rule!“ Von welchen untauglichen Standards, Regeln und Verfahren und von welchem administrativen Unsinn sollten wir uns schnellstmöglich trennen?

Damit das Ganze so ergiebig wie möglich wird, nutzt man am besten die „Weisheit der Vielen“ im Rahmen eines Meetings oder Workshops. Dazu laden wir möglichst viele kluge Köpfe zum Entrümpeln ein. Dies kann zunächst in der eigenen Abteilung passieren. Danach sollte ein bereichsübergreifendes Vorgehen in Angriff genommen werden, um im gesamten Unternehmen mal kräftig aufzuräumen.

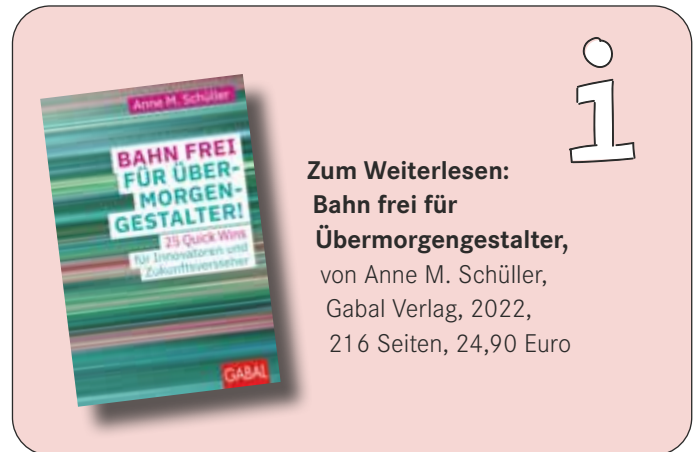
Erfolge feiern, Altvorderes würdig begraben

Bitten Sie die Anwesenden zunächst darum, sich jeweils zu zweit zusammenzusetzen und innerhalb von zehn Minuten so viele „stupid rules“ wie nur möglich zu finden, auf Haftzettel oder Moderatorenkärtchen zu schreiben und an eine Pinnwand zu heften. Sie werden sich wundern, wie auf einmal die Funken sprühen und was so alles zusammenkommt. Ist die Sammlung komplett, wird eine Priorisierung vorgenommen.

Danach machen sich Dreier-Teams an die Arbeit, um „stupid rules“ ganz zu streichen oder durch neue, agilere Vorgehensweisen zu ersetzen. Zum Start fängt man dort an, wo sich am schnellsten etwas bewegen lässt. Erste Erfolgserlebnisse werden via Storytelling gefeiert. Um die volle Energie auf das Neue zu lenken, ist es zudem sinnvoll, sich von einstigem Vorgehen achtsam zu trennen. Das hatte ja auch mal sein Gutes. Dem trauert wer hinterher. Deshalb gilt es, Verfahren, von denen wir Abschied nehmen oder Konzepte, die eingestampft werden müssen, in Würde zu Grabe zu tragen. Bei Google gibt es dafür den „Dia de los Muertos“. So wie die Mexikaner zu Ehren der Verstorbenen feiern, so wird bei Google Abgewähltes mit ausgelassener Freude beerdigt.

Damit Neues erblüht, muss Veraltetes weg

Regeln müssen gebrochen werden, wenn sie sich als veraltet, als hinderlich oder als unsinnig erweisen. Wenn hingegen ein Handbuch zum Gesetzbuch wird und das Management explizit Verfahrenstreue belohnt, kümmern sich die Beschäftigten



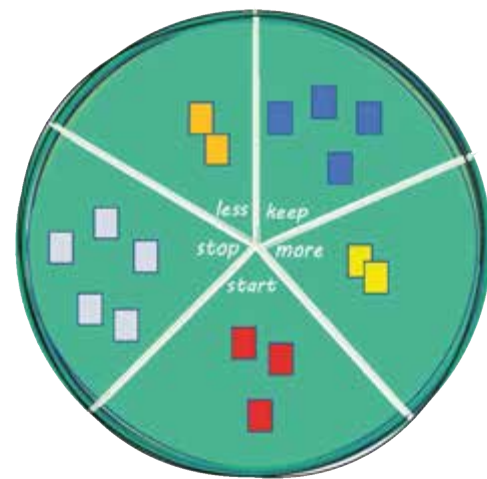
Zum Weiterlesen:
Bahn frei für Übermorgengestalter,
von Anne M. Schüller,
Gabal Verlag, 2022,
216 Seiten, 24,90 Euro

vor allem darum, den vorbestimmten Abläufen akribisch zu folgen, selbst dann, wenn das völliger Blödsinn ist. Bessere Möglichkeiten kommen nicht mal in Betracht.

Um bereichsübergreifend mal gründlich auszumisten, hat sich die **Starfish-Matrix** bewährt. Die Spalten tragen folgende Bezeichnungen:

- **Keep:** Was sollten wir beibehalten, weil es gut funktioniert?
- **More:** Was sollten wir verstärken oder künftig verbessern?
- **Start:** Was sollten wir beginnen, ganz neu oder anders zu tun?
- **Stop:** Wovon sollten wir uns trennen, weil es ineffizient ist?
- **Less:** Was sollten wir verringern, verkürzen oder weniger tun?

Muster einer
Starfish-Matrix
mit Haftzetteln



© Anne M. Schüller

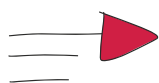
Organisieren Sie dazu einen interdisziplinären Großgruppen-Workshop. Jeder Teilnehmende füllt still zunächst Post-its oder Kärtchen zu den Punkten aus, die die jeweiligen Spalten betreffen. Ist alles angeheftet, werden die einzelnen Aspekte besprochen. Hiernach wird priorisiert. In kleinen Gruppen werden für die so ermittelten dringendsten Punkte Optimierungskonzepte entwickelt. Ein anschließender To-do-Plan bestimmt, was sofort in die Umsetzung geht, damit auch nur ja nichts versandet.

ANNE M. SCHÜLLER, AUTORIN





Vom Kandidaten zum Teammitglied



ONBOARDING Unternehmen investieren tausende Euro in den Bewerbungsprozess und vergessen dann den neuen Mitarbeiter. Dabei entscheidet ein durchdachtes Onboarding oft über den Erfolg oder Misserfolg eines neuen Mitarbeitenden. Welche entscheidende Rolle Office-Professionals in diesem Prozess spielen können.

Mal ehrlich, wer kam schon einmal in ein Unternehmen und keiner wusste Bescheid? Wer musste schon einmal ein paar Tage vor dem Start eines neuen Teammitgliedes alles hastig organisieren, damit der neue Mitarbeitende ab dem ersten Tag überhaupt arbeitsfähig ist? In vielen Unternehmen läuft das Onboarding so oder zumindest ähnlich ab. Und das treibt die Mitarbeiterfluktuation oft in den ersten Wochen in die Höhe. Laut einer Studie des Unternehmens Haufe aus dem Jahr 2023 kündigten 21 Prozent der neu angestellten Mitarbeitenden in der Probezeit, 36 Prozent sogar vor dem ersten Tag. Ein gelungener Onboardingprozess kann dies verhindern. So funktioniert er:

Einsatzfähig ab dem ersten Tag

Onboarding startet ab der mündlichen Zusage, nicht erst am ersten Arbeitstag. Die Assistenz unterstützt häufig bereits den Bewerbungsprozess und kann daher schon als Vertrauensperson den Übergang optimal begleiten. Das Ziel ist klar definiert: Der neue Mitarbeitende soll möglichst schnell vollständig einsatzfähig werden und emotional an das Unterneh-

men gebunden werden. Ein strukturiertes Onboarding führt zu 50 Prozent höherer Produktivität im Vergleich zu unstrukturierten Prozessen. Oftmals ist das auch in der Entlastung der Assistenz zu spüren, da Sie häufig einige Aufgaben der noch unbesetzten Position übernimmt. Ein guter Grund, um das Onboarding direkt zu unterstützen.

Die 3 Phasen des Onboardings

Die Einarbeitung neuer Mitarbeitender lässt sich in drei Hauptphasen unterteilen:

- Preboarding (Vorbereitung),
- Orientierung (Einstieg) und
- Integration (Einarbeitung).

Im Preboarding (Vorbereitung) können Sie als Assistenz besonders stark unterstützen. Unmittelbar nach der Zusage umfasst sie vor allem administrative Maßnahmen, wie die schnelle Vertragszusendung und die Kontakterhaltung. Häufig dauert es drei Monate, bis der neue Kollege bzw. die neue Kollegin

anfangen kann. Auch hier sollte der Kontakt aufrechterhalten werden. LinkedIn-Kontaktanfragen, Einladungen zu Firmenfeiern, Teamevents und Geburtstagsgrüße schaffen schon vor dem Arbeitsalltag Verbindung. Bevor der neue Mitarbeitende beginnt, sollte sichergestellt sein, dass Hardware, Ausweise, Schulungen und der Arbeitsplatz bereit sind. Hier lohnt es sich, frühzeitig die entsprechenden Fachabteilungen einzubeziehen. Viele Unternehmen arbeiten inzwischen mit Onboarding-Apps oder sogenannten Buddy-Programmen. Auch sollten Sie den neuen Mitarbeitenden etwa zwei Wochen vor Beginn über den Ablauf seiner ersten Tage informieren. Schreiben Sie am besten eine E-Mail zum ersten Tag oder bereiten Sie ein Über-

Checkliste: So setzen Sie das Onboarding erfolgreich um



- ✓ Regelmäßigen Kontakt halten
- ✓ Infrastruktur vor dem ersten Tag vorbereiten
- ✓ Nachricht zum ersten Tag versenden
- ✓ Alle Abteilungen in den Prozess einbinden
- ✓ KPIs definieren und messen
- ✓ Regelmäßige Feedback-Gespräche führen

Die Investition in professionelles Onboarding zahlt sich aus – für Unternehmen und Mitarbeiter gleichermaßen.

raschungspaket vor. Dies gibt dem neuen Teammitglied Sicherheit und ein gutes Gefühl vor dem Start. Zusätzlich sollten Sie Kennenlerntermine und Teammeetings, an denen die Person teilnehmen soll, bereits in deren Kalender eingetragen haben. Auch immer schön: Ein Blumenstrauß oder ein „Herzlich Willkommen“ am neuen Arbeitsplatz. Informieren Sie die Abteilung, wer startet, so ist jeder vorbereitet.

Unsicherheiten ausräumen in Phase 2 und 3

Die Orientierungsphase, die während der ersten Wochen ab dem ersten Arbeitstag stattfindet, konzentriert sich auf die schnelle Eingliederung des neuen Mitarbeiters. Besonders sollen die neuen Arbeitsabläufe, die Unternehmenskultur und die Rollen und Verantwortlichkeiten vermittelt werden. Sprechen Sie regelmäßig mit dem neuen Kollegen (Check-ins) und schauen Sie, ob dieser noch weitere Schulungen, Termine etc. benötigt. Besonders am Anfang entstehen häufig kulturelle Unsicherheiten (unsichtbare Regeln). In der Integrationsphase, die in der Regel sechs bis zwölf Monate dauert, werden die fachlichen Kenntnisse vertieft und der neue Mitarbeiter lernt seine Aufgaben und Verantwortlichkeiten selbstständig



6 wichtige Fragen, die Sie in der Begrüßungsmail beantworten könnten:

1. Wann soll die Person anfangen?
2. Bei wem und wo melden?
3. Ist ein Mittagessen organisiert?
4. Muss etwas mitgebracht werden?
5. Ist beispielsweise ein Fototermin am ersten Tag angesetzt?
6. Gibt es einen Dresscode?

Bei Remote-Einarbeitungen: Notfallnummer, an die man sich beispielsweise bei Hardware-Problemen wenden kann.

auszuüben. Sicherlich kommt in dieser Phase die ein oder andere Frage auf Sie zu, die Sie beantworten können. Sie sind der emotionale Anker für neue Kollegen und schaffen durch Ihre menschliche, persönliche Betreuung das Gefühl der Zugehörigkeit.

Die 5 Säulen erfolgreichen Onboardings



Wo die Assistenz den Unterschied macht:

1. **Emotionale Bindung:** Gratulation zu Geburtstagen, regelmäßige Updates „Wir freuen uns auf Sie“, Koordinierung von Buddy-Programmen und Kennenlernterminen
2. **Infrastruktur:** Sorge für Hardware, Arbeitsplatz, Sicherheitsunterweisungen und Rundgang durch das Unternehmen
3. **Kennenlernen:** Vernetzung mit der Geschäftsleitung und allen wichtigen Ansprechpartnern
4. **Integration:** Initiierung virtueller Kaffeepausen, informeller Gespräche und der ersten Mittagspausen
5. **Begleitung:** Regelmäßige Check-ins, um zu erfahren, wie sich der neue Kollege fühlt

Erfolgreiches Onboarding ist messbar

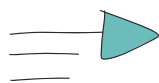
KPIs wie Verbleibsquote nach sechs Monaten, Time-to-Productivity oder Mitarbeiterzufriedenheit geben Aufschluss über die Qualität des Onboardings. Dokumentieren Sie diese Kennzahlen – sie dienen als Argumentationshilfe für zukünftige Verbesserungen.

ANNEKE JAHNS, BEWERBUNGS- UND VERHANDLUNGSEXPERTIN





Vom Suchen und Finden



DIGITALER DATENPUTZ Unordnung führt nicht nur im Analogen zu Ineffizienz. Mit ein bisschen Aufräumen können Sie ganz leicht Zeit, Nerven und CO₂ sparen. Zwei Trainerinnen geben praktische Tipps für mehr Ordnung in Postfach, Kollaboration und Dateien.

Montagsmorgen, 8:57 Uhr: In drei Minuten beginnt das erste Meeting Ihrer Führungskraft, aber das Protokoll der letzten Sitzung ist unauffindbar. Und als Sie es endlich gefunden haben, gibt es mehrere Versionen, aber welche ist die richtige? Im Posteingang unzählige ungelesene E-Mails und in Teams vier Kanäle mit fast identischem Namen. Kommt Ihnen das bekannt vor? Dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt für einen digitalen Großputz.

Platz schaffen im Posteingang

Sie wollen nur kurz eine Information nachsehen und verlieren sich im E-Mail-Dschungel. Um schnell Platz zu gewinnen, sortieren Sie Ihr Postfach zunächst nach Größe. Verwenden Sie dazu im Menü *Ansicht* die Option *Anordnen nach* und wählen dann *Größe*. Für einen genaueren Blick nutzen Sie die Funktion *Postfachbereinigung*. Dort können Sie sich die Größe Ihres Postfachs und einzelner Ordner anzeigen lassen, gezielt nach älteren E-Mails oder besonders großen Nachrichten suchen und diese direkt archivieren oder löschen. So funktioniert's (**Abbildung 1**):

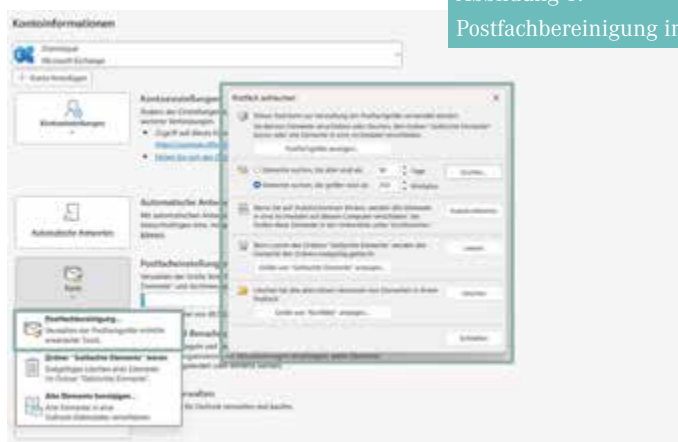


Abbildung 1:
Postfachbereinigung in Outlook

1. Klicken Sie auf die Registerkarte *Datei*.
2. Gehen Sie zu *Tools* und wählen Sie *Postfachbereinigung*.
3. Wählen Sie zwischen den einzelnen Funktionen, um Ihr Postfach aufzuräumen.

Sie können Outlook auch so einstellen, dass der Papierkorb beim Schließen des Programms automatisch geleert wird. Diese Funktion spart Speicherplatz, sollte aber nur aktiviert werden, wenn Sie sicher sind, dass Sie keine gelöschten

E-Mails mehr benötigen. Wählen Sie in den *Optionen* das Menü *Erweitert* und setzen Sie unter dem Abschnitt *Starten und Beenden von Outlook* ein Häkchen bei *Beim Beenden von Outlook den Ordner „Gelöschte Elemente“ leeren*.

Quick Wins für Ihr Postfach und das der Empfangenden:

- **Dateien freigeben und Link teilen statt anhängen:** spart Speicher und verhindert Versionschaos.
- **Große Logos oder Bilder in der E-Mail-Signatur vermeiden:** spart mehr Speicher als Sie denken.
- **E-Mails klar und prägnant formulieren:** am besten mit Call-to-Action gleich zu Beginn.
- **Nachricht „likern“ statt mit „OK“ zu antworten:** Klicken Sie rechts oben im Nachrichtenfeld auf das Smiley-Symbol. So vermeiden Sie unnötiges E-Mail-Ping-Pong und halten den Nachrichtenverlauf schlank.

Mehr Übersicht im täglichen Miteinander

Teams erleichtert uns die Zusammenarbeit enorm, dennoch sollten Strukturen gepflegt werden. Wenn sich Informationen und Dateien in mehreren Teams wiederfinden und Sie nicht mehr wissen, wo Sie etwas kommunizieren oder ablegen sollen, dann ist es auch hier Zeit aufzuräumen.

1. Archivieren statt löschen: Teams oder einzelne Kanäle zu archivieren ist ein sinnvoller Schritt, um die tägliche Arbeit mit Teams übersichtlich zu halten, ohne Daten zu verlieren. Statt zu löschen, wird das Team oder der Kanal „eingefroren“. Die Inhalte bleiben erhalten und werden sogar von der Suche erfasst, sind aber nicht mehr bearbeitbar. Bitte beachten Sie, dass Sie Besitzer des Teams sein müssen, um diese Funktion anwenden zu können. So funktioniert's:

1. Klicken Sie auf die Drei-Punkte (...) neben einem Team- oder Kanalnamen.
2. Wählen Sie *Archivieren* bzw. *Kanal archivieren* und bestätigen Sie ihre Auswahl.
3. Das Team bzw. der Kanal werden ausgeblendet und mit einem kleinen Karton-Symbol versehen. Sie können beides jederzeit wiederherstellen. Klicken Sie dafür erneut auf die Drei-Punkte neben dem Team und klicken Sie *Team verwalten*. Über die Drei-Punkte des Kanals können Sie ihn wiederherstellen.

2. Doppelte Teams? Zusammenführen und auflösen ist hier die beste Lösung. Dateien lassen sich verschieben, Nachrichten leider nicht. Sie können aber über die Drei Punkte die Nachricht *Weiterleiten* oder *mit Outlook teilen*.

3. Chats lassen sich löschen: Klicken Sie auf die Drei Punkte neben einem Chat und wählen Sie *Chatverlauf entfernen*.

Daten und Dateien in Struktur bringen – so starte ich!



Blocken Sie sich 30 Minuten und legen Sie los.

Outlook, Teams oder Dateien: Ganz egal. Sie werden überrascht sein, wie viel Ballast sich in kurzer Zeit lösen lässt. Und wenn Sie jetzt erst so richtig motiviert sind: die CDR-Initiative (Corporate Digital Responsibility) ruft zur Aktion „Digitaler Datenputz“ auf. Alle Infos finden Sie unter: www.cdr-initiative.de

Beim Löschen wird der Chat nur bei Ihnen entfernt. Wenn Sie ihn nur aus dem Blickfeld haben möchten, ist *Ausblenden* die bessere Wahl.

Datei-Chaos adé

Sie finden drei Versionen eines Angebots. Welche ist die richtige? Unklar. Wenn Sie OneDrive oder SharePoint nutzen, dann hilft Ihnen die Versionshistorie, Änderungen nachzuvollziehen. Im geöffneten Dokument gelangen Sie über den Dateinamen zum *Versionsverlauf* (**Abbildung 2**). Ältere Versionen können jederzeit wiederhergestellt werden.

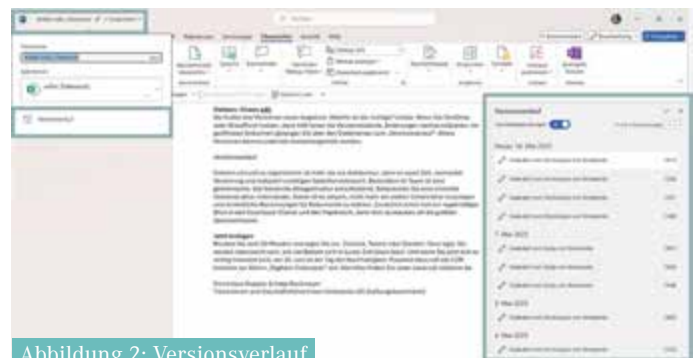


Abbildung 2: Versionsverlauf

Dateien sinnvoll zu organisieren ist mehr als nur Aufräumen, denn es spart Zeit, vermeidet Verwirrung und reduziert unnötigen Speicherverbrauch. Besonders im Team ist eine gemeinsame, klar benannte Ablagestruktur entscheidend. Besprechen Sie eine sinnvolle Ordnerstruktur miteinander. Dabei ist es ratsam, nicht mehr als sieben Unterordner anzulegen und einheitliche Benennungen für Dokumente zu wählen. Zusätzlich lohnt sich ein regelmäßiger Blick in den Download-Ordner und den Papierkorb, denn dort verstauben oft die größten Speicherfresser.

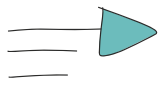
DOMINIQUE WOITH & KATJA BECKMEYER,
TRAINERINNEN UND GESCHÄFTSFÜHRERINNEN
VON THINKWORKS
SCREENSHOTS: DOMINIQUE WOITH





© Nuthawut/AdobeStock

Warum Werbung wirkt



WERBEPSYCHOLOGIE, TEIL 1 Was regt uns zu Kaufentscheidungen an? Greifen wir eher zu, wenn die Ware knapp wird? Die Werbepsychologie beschäftigt sich damit, wie, wann und warum uns Werbung zum Konsum anregt und gibt erstaunliche Antworten auf diese Fragen.

Der Duft von frisch Gebackenem steigt uns gleich beim Eintreten in den Supermarkt in die Nase. Wer bekommt da nicht gleich Lust auf ein knuspriges Croissant? Nicht immer nehmen wir Werbung bewusst wahr. Manche Botschaften erreichen uns eher subtil, zum Beispiel in diesem Fall, wenn der Backautomat des Supermarkts gleich am Eingang steht. Die strategische Platzierung der Waren ist eine beliebte Ver-

kaufsmaßnahme: Da die meisten Menschen mit der rechten Hand greifen, werden links vom Weg durch den Laden meist die günstigeren Produkte platziert. Die Waren auf Augenhöhe sind am teuersten, weil wir uns ungern bücken und lieber in unserem direkten Blickfeld suchen. Auch Farben haben Einfluss auf unser Kaufverhalten, denn sie lösen verschiedene emotionale Reaktionen aus. McDonald's verwendet die Farben Rot und Gelb – das regt sowohl unsere Aufmerksamkeit als auch den Appetit an.

Mini-Serie Werbepsychologie, Teil 2



Mehr darüber, welche Effekte es noch gibt und wie Werbetreibende das Verständnis der menschlichen Verhaltensmuster aus der Werbepsychologie in der Praxis anwenden, erfahren Sie im zweiten Teil der Serie in der kommenden Ausgabe von w@o.

Von Vokabeln und Vorbildern

Marketer setzen hier auf Erkenntnisse der Werbepsychologie, um Werbe- und Verkaufsmaßnahmen wirkungsvoller zu gestalten. Sie ist ein Teilgebiet der Angewandten Psychologie und beschäftigt sich damit, wie sich Werbung auf Wahrnehmung, Empfinden und Verhalten von potenziellen Kaufenden auswirkt. Unter welchen Bedingungen nehmen wir Werbung

wahr? Welche psychologischen Mechanismen stecken dahinter? Wie reagieren wir in bestimmten Konsumsituationen? Wie lässt sich der Prozess der Kaufentscheidung beeinflussen? Hier fließen Ergebnisse aus der Verhaltens- und Wahrnehmungspsychologie und der Lehr-Lernforschung ein. So lernen wir durch Wiederholungen besser, Erinnerungen lassen sich auf diese Weise verankern. Das funktioniert nicht nur beim Vokabellernen. Die Müsli-Marke Seitenbacher zeigt, wie es in der Werbung geht: Der Markenname wird im schwäbischen Dialekt in Radiospots viele Male wiederholt – und prägt sich ein. Neue Verhaltensweisen lernen wir schneller, wenn wir Vorbilder nachahmen. Deshalb setzen Marken gern auf Prominente oder Influencer als Role-Models.

Wer A sagt ...

Es gibt psychologische Effekte und Verhaltensmuster, die sich Marketing und Werbung schon lange zunutze machen. Dazu zählt das menschliche Bedürfnis nach Konsistenz, das uns zu Folgehandlungen verleitet. Ein Beispiel: Bietet eine Schuhverkäuferin zu den Lederstiefeln noch ein Imprägnierspray an, wird es von vielen gekauft. Das kennen wir ganz ähnlich aus Jobsituationen, wenn wir uns bereit erklären, eine extra Aufgabe zu übernehmen, weil wir gerade freie Kapazitäten haben. Doch dann verschiebt sich unser Tagesplan und die Rahmenbedingungen verändern sich komplett. Kurz, es passt nun einfach nicht mehr. Es ist das Konsistenz-Prinzip, das uns keinen Rückzieher machen lässt. Frei nach dem Motto: Wer A sagt, sagt auch B.

Ein Gläschen gefällig?

Das Prinzip hinter Gratisproben, Goodies oder Aufmerksamkeiten, wie zum Beispiel einem Glas Sekt beim Shopping in der Boutique, nennt sich Reziprozität, was Wechsel- oder Gegenseitigkeit bedeutet. Demnach fühlen sich Menschen verpflichtet, Gefälligkeiten zu erwidern. Die Wirkung von Reziprozität wird oft mit einem anschaulichen Beispiel aus dem Buch „Die Psychologie des Überzeugens“ von Robert Cialdini, emeritierter Professor für Psychologie und Marketing der Arizona State University, erklärt: Liegt der Rechnung im Lokal eine Praline bei, steigt das Trinkgeld im Schnitt um 3,3 Prozent. Bei zwei Pralinen sind es sogar 20 Prozent. Generell geht es darum, in der Kundschaft den Wunsch wecken, etwas zurückzugeben: Guter Service oder eine benutzerfreundliche Website können ähnliche Effekte erzielen.

Top-Argument: Hohe Saugkraft

Ein Schwerpunkt der Verhaltenspsychologie ist die Frage, wie Menschen Entscheidungen fällen. Das ist auch im Marketing von großem Interesse. Die Werbepsychologie liefert dazu einige

Werbepsychologie kurz erklärt



Die Werbepsychologie erforscht die Effekte von Werbung auf die Wahrnehmung, Gefühle und Verhaltensweisen von potenziellen Kaufenden. Werbepsychologie ist Teil der Angewandten Psychologie. Es fließen Erkenntnisse aus verschiedenen Disziplinen ein, zum Beispiel der Verhaltens- und Wahrnehmungspsychologie. Die Werbepsychologie nutzt Grundprinzipien wie menschliche Verhaltens- oder Entscheidungsmuster.

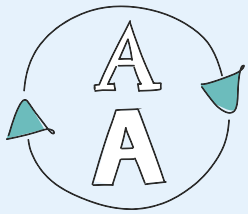
Faustregeln, sogenannte Heuristiken. Laut der Verfügbarkeitsheuristik werden Kaufentscheidungen mithilfe der Informationen getroffen, die am schnellsten verfügbar sind. Wer sich zwischen zwei Produkten entscheiden muss, nimmt also eher das, wofür sich spontan mehr positive Argumente finden lassen. Dieser psychologische Effekt findet laut Funke Media Sales, der Werbeagentur der Funke Mediengruppe, vor allem bei Alltagsware Anwendung. Bei Putztüchern zum Beispiel werden die positiven Argumente auf der Verpackung gleich mitgeliefert: hohe Saugkraft, leicht auswaschbar oder fusselfrei. Die sogenannte Anker-Heuristik besagt, dass der erste Eindruck, den ein Preis oder Produkt hinterlässt, sich als Vergleichswert verankert und die Entscheidung beeinflusst. Rabattaktionen nutzen das Prinzip, wenn hier der alte Preis durchgestrichen neben dem neuen sichtbar bleibt. So wird der alte Preis zum Referenzwert, der den neuen als günstig erscheinen lässt – auch wenn das womöglich immer noch zu teuer ist.

Produkte mit Heiligenschein

Auch der Wiedererkennungseffekt spielt in der Werbepsychologie eine große Rolle. Wenn wenig Informationen zur Verfügung stehen, entscheiden sich Kaufende eher für das Vertraute. Diese Heuristik spielt laut Funke Media Sales großen Marken in die Karten: „Einige Werbekampagnen zielen deshalb darauf ab, möglichst vielen Menschen so oft wie möglich zu begegnen.“ Die Marken sollen im Gedächtnis verankert werden, auch bereits bei Kindern: Nicht von ungefähr gibt es Bobby Cars oder Rutschautos gelabelt als BMW, Porsche, Audi & Co. Den sogenannten Halo-Effekt („halo“, engl. = Heiligenschein) wiederum nutzt die Werbung, wenn sie Testimonials, Prominente oder Influencer einsetzt. Stars und Sternchen werden mit einer tollen Fähigkeit oder positiven Eigenschaft assoziiert, deren Glanz sich auf die Marke übertragen soll. Beispiele gibt es zuhauf, Heidi Klum wirbt für Lidl, Bastian Schweinsteiger für toom und George Clooney ist Markenbotschafter für Nespresso.

KARIN PFEIFFER, JOURNALISTIN





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: www.onlinebereich.workingoffice.de

EN

Have a relaxed summer holiday!

Nobody likes to wait – especially not when it comes to **business matters**. So writing a good **out-of-office notice** for your summer holiday to let your business contacts know whether and when you can check your E-mails is an important part of your **holiday preparation**. But there's still more you can do: Don't let messages pile up in your inbox while you're on holiday.

Announce your absence ahead of time

Let the people you're regularly in contact with know when you won't be available three or four weeks before you go on holiday. This way, your **business contacts** will have enough time to react and clear up their affairs before you leave on holiday. You could word your notice like this: "Please be aware that I will be on holiday from ... up to and including ... I will be back to you on ..."

Important: Send your "Holiday advance notice" in a separate E-mail

It used to be recommended to write a postscript and put it in the bottom of E-mails about other subjects, but this hasn't proven to be effective in practice. Quite the contrary: experience has shown that people rarely read whatever comes after the sender's name in an E-mail. That's why it's best to send E-mails you wrote yourself.

Important terms and vocabulary

Deutsch	English
geschäftliche Angelegenheiten	business matters
Abwesenheitsnotiz	out-of-office notice
Urlaubsvorbereitung	holiday preparation
Geschäftskontakte	business contacts
Urlaubsvorwarnung	holiday advance notice

FR

Des vacances d'été, l'esprit tranquille !

Personne n'aime attendre – et surtout pas en **affaires**. Par conséquent, créer un **message d'absence** du bureau pour vos vacances d'été afin que vos contacts professionnels sachent si et quand leurs e-mails recevront une réponse est une partie importante de la **préparation des vacances**. Mais vous pouvez faire encore plus : Ne laissez pas les messages s'accumuler dans votre boîte de réception pendant vos vacances.

Annoncez votre absence à l'avance

Informez trois à quatre semaines avant vos vacances les personnes avec qui vous êtes en contact régulièrement que vous serez injoignable. Ainsi, vos **contacts professionnels** ont suffisamment de temps avant vos vacances pour réagir et clarifier avec vous leurs préoccupations. Par exemple, vous pouvez formuler votre message comme ceci : « Veuillez noter que je serai en congés du ... au ... inclus. Je serai de retour pour vous le »

Important : Envoyez votre « préavis de vacances » dans un courrier électronique séparé

La recommandation précédente de formuler un PS à cet effet et de le joindre à un courrier électronique sur un sujet différent n'a pas fait ses preuves dans la pratique. Il a plutôt été démontré que ce qui vient après le nom de l'expéditeur dans un courrier électronique est rarement lu. Il est donc préférable d'envoyer un e-mail spécifiquement rédigé à cet effet.

Termes importants et vocabulaire

Deutsch	Français
geschäftliche Angelegenheiten	affaires
Abwesenheitsnotiz	message d'absence
Urlaubsvorbereitung	préparation des vacances
Geschäftskontakte	contacts professionnels
Urlaubsvorwarnung	préavis de vacances



ES

¡Comience las vacaciones de verano relajado!

A nadie le gusta esperar, y menos aún cuando se trata de **asuntos comerciales**. Por lo tanto, una parte importante de la **planificación de sus vacaciones** es formular un **mensaje de ausencia** para este periodo. De esta forma, sus contactos comerciales sabrán si sus correos electrónicos se tramitarán y, en su caso, cuándo. Pero también puede usar otras herramientas: no espere a que los mensajes se acumulen en su bandeja de entrada durante sus vacaciones.

Comunique previamente su ausencia

Tres o cuatro semanas antes de irse de vacaciones, comuníquese a sus contactos frecuentes cuándo volverá a estar disponible. De esta forma, sus **contactos comerciales** dispondrán de suficiente tiempo para actuar y aclarar con usted el asunto pendiente antes de que comiencen sus vacaciones. Puede formular la nota de la siguiente forma: «Recuerde que estaré de vacaciones desde el ... hasta el ... inclusive. El ... estaré de nuevo disponible.»

Importante: Envíe su «**aviso de vacaciones**» en un correo electrónico aparte

La antigua recomendación de formular una posdata en un correo electrónico sobre un tema distinto no ha dado sus frutos en la práctica. Al contrario, se ha visto que en muy raras ocasiones el destinatario lee la nota que figura debajo del nombre del remitente del correo electrónico. Por lo tanto, es mejor que envíe un correo electrónico específico para tal fin.

Términos y expresiones importantes

Deutsch	Español
geschäftliche Angelegenheiten	asuntos comerciales
Abwesenheitsnotiz	mensaje de ausencia
Urlaubsvorbereitung	planificación de sus vacaciones
Geschäftskontakte	contactos comerciales
Urlaubsvorwarnung	aviso de vacaciones

IT

Vai in ferie senza pensieri!

A nessuno piace aspettare, a maggior ragione quando si tratta di **questioni di lavoro**. Pertanto, una cosa da fare assolutamente **quando ti prepari ad andare in ferie** è impostare un **avviso di assenza dall'ufficio** che informerà i tuoi contatti di lavoro se le loro e-mail verranno lette da qualcuno, o quando verranno lette. In realtà, la cosa migliore da fare è fare in modo che i messaggi non si accumulino per nulla nella casella di posta elettronica durante il periodo di ferie.

Informa i tuoi contatti con anticipo che andrai in ferie

Tre o quattro settimane prima della partenza, scrivi un'e-mail alle persone con le quali sei abitualmente in contatto per avvertirle che non sarai raggiungibile per un certo periodo. Questo permetterà ai tuoi **contatti di lavoro** di avere sufficiente preavviso per organizzarsi e discutere con te le loro questioni di lavoro prima della tua partenza. L'avviso potrebbe essere formulato così: «Desidero avvertirla che sarò in ferie dal ... al A partire dal giorno ... sarò di nuovo in ufficio.»

Importante: manda il tuo «**preavviso di ferie**» in un'e-mail a parte.

La raccomandazione, diffusa in passato, di inserire il preavviso di ferie in un post scriptum a calce di un'e-mail relativa ad un'altra questione si è rivelata poco efficace. In verità si è dimostrato che chi riceve l'e-mail raramente legge oltre il nome del mittente. Per questo motivo è meglio redigere un'e-mail a parte dedicata.

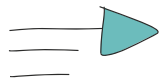
Termini e formule importanti

Deutsch	Italiano
geschäftliche Angelegenheiten	questioni di lavoro
Abwesenheitsnotiz	avviso di assenza dall'ufficio
Urlaubsvorbereitung	prepararsi ad andare in ferie
Geschäftskontakte	contatti di lavoro
Urlaubsvorwarnung	preavviso di ferie



© Lunny Wind/AdobeStock

Ein Bild hilft mehr als gute Vorsätze



VISIONBOARDS GESTALTEN Wir alle haben Ziele. Doch wenn sie nicht mit unserer Motivation im Einklang sind, ist der Weg dorthin beschwerlich. Ein Visionboard ist mehr als eine kreative Collage: Es arbeitet mit unseren Emotionen, bringt unbewusste Bilder nach außen und ermöglicht nachhaltige Schritte zur Veränderung.

„Ohne Visionscollage kann ich nicht in ein neues Jahr starten“, erzählt Claudia Pusch. Während andere sich mit schnöden guten Vorsätzen ablagen, erstellt die systemische Therapeutin seit über zehn Jahren ein Visionboard für ihre persönlichen und beruflichen Ziele. Sie ist immer wieder überrascht, was während des kreativen Prozesses entsteht und sich im Verlauf von zwölf Monaten entwickelt. Und das nicht nur bei sich selbst: Erstmals kam Claudia Pusch, die heute Einzelpersonen und Unternehmen bei den Themen Resilienz und gesunde Selbstführung begleitet, durch ihre Arbeit in einer Gründungsberatung für Frauen mit dem Thema in Kontakt. Dort nutzte sie Visionboards, um angehende Selbstständige dabei zu unterstützen, ihre Vision für das eigene Business zu finden und daraus konkrete Schritte

abzuleiten. Mittlerweile bietet sie seit vielen Jahren Visionboard-Workshops an. Zudem führt sie Visionboard-Formate als Team- oder Kongress-Events durch. Die Trainerin erlebt in all diesen Kontexten Visionboards als kraftvolles Werkzeug, das bei den Teilnehmenden positive Emotionen auslöst: „Die Menschen sind während des Prozesses so gut mit sich selbst verbunden und enthusiastisch, wenn sie die Ergebnisse sehen.“

Wie Visionboards wirken

Die Wirkung von Visualisierung ist wissenschaftlich gut belegt. „Unser Verstand kann Wünsche auch verdecken – ein Visionboard kann helfen, sie wieder sichtbar zu

machen“, sagt Claudia Pusch. Visionboards arbeiten mit Bildern, Emotionen und intuitivem Erleben – und sprechen damit unsere unwillkürlichen inneren Mechanismen im Gehirn an. Die sogenannten „Bottom-up“-Prozesse laufen automatisiert und unbewusst ab und machen rund 90 Prozent unserer Verarbeitung aus. Willentliche „Top-down“-Steuerung, also eine rein kognitive Zielsetzung, die mit einem hohen Energieaufwand verbunden ist, bleibt dagegen häufig wirkungslos. Deshalb bleiben gute Vorsätze auf der Strecke, sobald uns Energie und Lust fehlen. Die Resilienz-Expertin erklärt: Ziele, die ausschließlich aus dem Verstand heraus entstehen, fußen oft auf nicht hinterfragten Überzeugungen und äußeren Anforderungen („Ich muss dies oder das tun, um ...“). Dabei werden eigene Bedürfnisse häufig unterdrückt oder gar nicht mehr wahrgenommen. Ein Visionboard ist eine Visualisierung eines erwünschten Erlebens, das uns mit allen Sinnen motiviert, also in Bewegung bringt, und mit bewussten und unbewussten Werten, Bedürfnissen und Zielen übereinstimmt. Diese intuitive Weisheit, das heißt, innerlich zu wissen, was sich stimmig anfühlt, können wir über Bilder ansprechen. Kurz und knapp: „Wenn mein Ziel mich nicht emotional berührt, bleibe ich auf der Couch“, so Claudia Pusch.

Hilfreicher Anker im Alltag

Nach dem Erstellen des Visionboards ist es entscheidend, zu reflektieren, was die Bilder für uns bedeuten und in Verbindung damit zu bleiben. „Ein Visionboard wirkt wie ein innerer Anker: Es erinnert mich daran, wer ich sein will,“ sagt Claudia Pusch. „Wenn ich mir ein bestimmtes Bild regelmäßig anschau – etwa das einer selbstbewussten Frau – kann es erneut das gleiche Gefühl und die dazugehörige innere Haltung hervorrufen.“ Dies verändert langfristig auch die Wahrnehmung und das Verhalten im Alltag. Dabei gehe es nicht primär darum, konkrete Ziele aus den Bildern abzuleiten, sondern eine tieferliegende motivationale Basis zu schaffen, die von selbst zur Umsetzung führt. Das Visionboard darf spielerisch und leicht sein, statt verkopft und leistungsorientiert. Wichtig ist, das entstandene Bild sichtbar zu platzieren (z. B. auf der Pinnwand im Büro oder im Kleiderschrank) oder digital verfügbar zu machen (z. B. als Bildschirmhintergrund), um sich regelmäßig an die inneren Ziele und Gefühle zu erinnern. Das hilft immer wieder dabei, etwas für das Gewünschte zu tun. Auch innere Konflikte mit dem Visionboard („Das passt gerade gar nicht zu meinem Leben!“) begreift Claudia Pusch als fruchtbare Hinweise darauf, welche tieferen Wünsche überlagert oder vergessen wurden. Eine spätere Reflexion kann zeigen, was Realität geworden ist und was sich noch entwickeln kann.



Wie erstelle ich ein Visionboard?

Ein Visionboard zu gestalten, ist laut Claudia Pusch ein klar strukturierter, aber hochintuitiver Prozess. Benötigt werden einfache Materialien: Schere, Kleber, etwa drei unterschiedliche Zeitschriften (pro Person) sowie großformatiger, farbiger Karton. Eine klare, offene Leitfrage führt durch den Prozess, z. B. „Wie kann ich gelassener arbeiten?“ oder „Was wünsche ich mir für die zweite Jahreshälfte 2025?“ Visionboards eignen sich ebenfalls für Projekte oder neue Rollen im Beruf. Wem das Basteln weniger liegt, kann ein Visionboard mithilfe von Apps auch digital erstellen. Der Ablauf erfolgt in drei Phasen:

1. Intuitives Bildersammeln (ca. 30 Minuten):

Schnell, ohne zu viel nachzudenken, werden Bilder ausgesucht und ausgeschnitten, die eine körperliche Resonanz auslösen – ganz gleich, ob wir sie in dem Moment rational einordnen können oder nicht.

2. Gestaltung & Kleben (ca. 30 Minuten):

Ausgewählt wird ein farbiger Hintergrund, der im Moment stimmig wirkt. Oft wechselt die Farbwahl nach Auswahl der Bilder. Beim Kleben geht es um freies, impulsives Platzieren – nicht um strukturierte Cluster wie „Beruf“, „Familie“ oder „Gesundheit“. Alles ist erlaubt. Auch während des Gestaltungsprozesses ist es wichtig, spontane Impulse zuzulassen und sich vom rationalen Denken ein Stück weit zu lösen. Obacht: Eine Fehlerquelle besteht vor allem in einer zu kopfgesteuerten Herangehensweise (statt intuitiv) oder einem fehlenden Fokus (zu viele diffuse Themen auf einmal statt einer Leitfrage).

3. Reflexion (15 Minuten):

Am Ende wird das fertige Visionboard reflektiert. Dabei helfen gezielte Fragen zur Bedeutung der Collage: Was fällt mir als Erstes auf? Welche Atmosphäre nehme ich wahr? Welche Sinne werden angesprochen? Wie geht es mir mit dem entstandenen Bild? Wofür stehen die einzelnen Ausschnitte? Gibt es Überraschungen? Was gefällt mir besonders gut? Was löst Widerstand aus? In Gruppen ist auch der Austausch über das Gesehene wertvoll – er bringt oft neue Perspektiven.

Ein Werkzeug für Teamentwicklung und Unternehmenskultur

Im Unternehmens- oder Teamkontext hilft die Arbeit mit Visionboards besonders dabei, gemeinsame Werte, Leitlinien oder eine gewünschte Teamkultur konkret zu machen. Aussagen wie „Wir wollen besser zusammenarbeiten“ oder „Wir wünschen uns ein harmonisches Miteinander“ bleiben oft abstrakt und vage – jede Person verbindet damit andere Vorstellungen. Die Arbeit mit Bildern bringt Klarheit, ermöglicht konkrete Maßnahmen und schafft eine gemeinsame Sprache: Was genau bedeutet „Harmonie“ im Arbeitsalltag? Kuchen für alle? Gemeinsame Pausen? Eine angenehme Gesprächskultur? „Es wird klarer, was der andere möchte – es wächst Verbindung“, so Claudia Pusch. Durch das Bildmaterial entstehen ganz konkrete Bilder und die Möglichkeit eines intensiveren Kennenlernens und Verstehens. Wichtig ist die gemeinsame Reflexion: Wer hat welches Bild ausgewählt – und warum? So werden Werte und Bedürfnisse sichtbar, greifbar und verhandelbar. Die Methode eignet sich für Gruppen jeder Größe – von kleinen Teams bis hin zu Kongressen mit über 150 Personen. Die kreative Arbeit ist ein hochwirksames Mittel zur Teamentwicklung und kulturellen Verständigung. Und bringt nebenbei auch Spaß, Leichtigkeit und Verbindung.

Die Praxis des Visualisierens

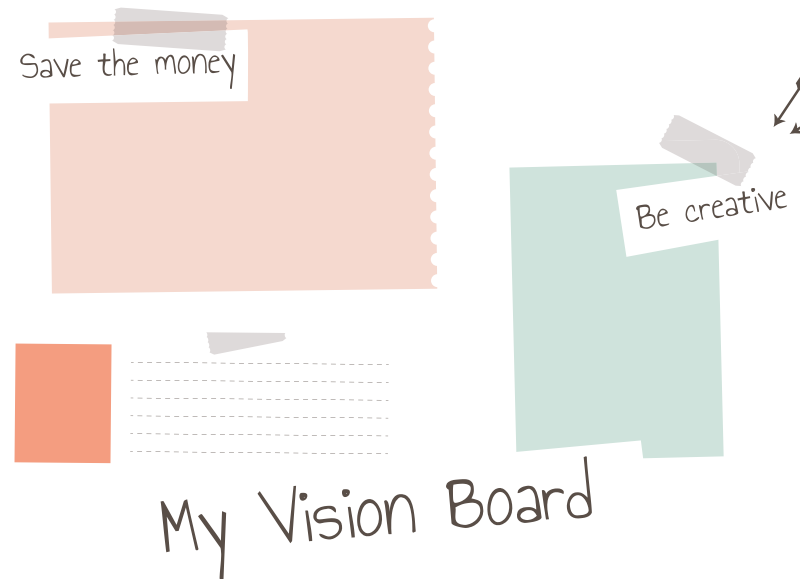
In ihrer systemischen Arbeit setzt Claudia Pusch auf Visualisierungen, um das innere Erleben sichtbar werden zu lassen und Veränderungen zu bewirken: „Nur was ich sehen und fühlen kann, kann ich auch verändern.“ Oft wissen wir, was

Claudia Pusch



Wenn mein Ziel mich emotional nicht berührt, bleibe ich auf der Couch.

Claudia Pusch, Trainerin und Autorin



Die Expertin



Claudia Pusch hat Pädagogik, Psychologie und Sprachwissenschaften studiert und ist systemische Therapeutin. Mit Coachings und Trainings begleitet sie rund um die Themen Resilienz und gesunde Selbstführung seit 2010 Privatpersonen und Unternehmen. Sie ist Gründungsmitglied der Kitchen2Soul-Akademie, wo sie auch Visionboard-Workshops in Präsenz und online anbietet. Zudem ist sie Co-Autorin der Bücher „Resilienz-Coaching“ und „Selbstbestimmt – Wie wir mit Erwartungen umgehen und eine authentisches Leben führen“.

www.claudia-pusch.de
www.kitchen2soul.com

wir nicht mehr wollen. Statt Vermeidungsziele („Was will ich loswerden?“) setzen wir uns Anziehungsziele („Wo will ich hin?“). Bilder helfen dabei, neue Realitäten vorzudenken und vorauszuspüren – und damit Verhalten, Wahrnehmung und Entscheidungen zu verändern. Sie zeigen nicht nur Ziele, sondern auch Ressourcen, Werte und Motivkonflikte. Bei den Teilnehmenden entstehen oft starke emotionale Reaktionen auf bestimmte Bilder, erzählt Claudia Pusch. Und es ergeben sich überraschende Einsichten, zum Beispiel: „Ich wusste gar nicht, dass gerade dieser Wunsch so groß ist!“

KATI SPRUNG, JOURNALISTIN



DESK SHARING BAG

Farbe im Büroalltag

In der modernen Arbeitswelt ist Flexibilität nicht nur eine Frage der Arbeitsweise, sondern auch der Gestaltung. Die Desk Sharing Bag Bicolor von Sigel setzt auf die ästhetische Zweifarbigkeit, die aktuell in Mode, Kunst und Architektur eine immer stärkere Rolle spielt. Mit harmonischen Kombinationen wie Blau-Beige, Grau-Blau, Braun-Beige und Grau-Rot setzt Sigel auf Farbnuancen, die nicht nur ästhetisch wirken, sondern auch die Arbeitsumgebung aufwerten. Die Tasche orientiert sich an der Desk Sharing Bag Classic und begeistert durch ihre praktische Form und Struktur. Sie ist ideal für den mobilen Arbeitsplatz: Mit einem breiten Boden und dem stabilen Filzmaterial steht sie mit und ohne Inhalt sicher. Durch die Tragegriffe und den verstellbaren Schultergurt lässt sie sich bequem transportieren.



© Sigel

Zwei große und fünf kleinere Fächer sorgen für perfekte Ordnung, während das offene Design einen schnellen Zugriff auf den Inhalt ermöglicht. Die Desk Sharing Bag Bicolor ist in der Größe M erhältlich und bietet Platz für Laptops bis zu 15,4 Zoll. Neben ihrem stilvollen Design ist die Tasche auch ein Statement für Nachhaltigkeit. Der schmutzabweisende Filz ist aus 100 Prozent recyceltem PET hergestellt.

www.sigel-office.com

UMFRAGE BEI STUDIERENDEN

© bestforbest/AdobeStock

Kündigungen kosten Sympathie

Automobilunternehmen, die Arbeitsplätze abbauen, verlieren in den aktuellen Rankings der attraktivsten Arbeitgeber unter Studierenden an Attraktivität.

Deutliche Verluste verzeichnen unter anderem Volkswagen und Tesla. Das ist das Ergebnis einer Erhebung der Employer-Branding-Beratung Universum. Für den Universum Student Survey wurden zwischen November 2024 und Mai 2025 deutschlandweit 23 607 Studierende befragt, was ihnen bei Job und Karriere wichtig ist. Automobilunternehmen und -zulieferer verlieren in Deutschland und anderen europäischen Ländern, wie Frankreich und Italien, weiterhin an Attraktivität. Hierzulande büßt Tesla 22 Plätze bei den Studierenden der Wirtschaftswissenschaften und 17 im Ingenieurwesen ein. Volkswagen fällt um 14 Plätze bei angehenden Wirtschaftswissenschaftlern und 6 im Ingenieurwesen-Ranking. Alle diese Unternehmen haben mehrere Tausend Entlassungen umgesetzt oder angekündigt. Damit zeigt sich erstmals bei den Studierenden ein direkter Zusammenhang zwischen der aktuellen wirtschaftlichen Lage und der Wahrnehmung von Unternehmen als attraktive Arbeitgeber.

www.universumglobal.com



KI-KOMPETENZ

Deutschland verliert den Anschluss

Deutschland wurde im globalen Kompetenzranking von kleineren europäischen Ländern wie den Luxemburg überholt und gehört beim KI-Reifegrad nicht zur globalen Top-10, dies zeigt der „Global Skills Report 2025“ von Coursera (Online-Lernplattform), der die Fähigkeiten und das Weiterbildungsengagement für 109 Länder und 274 Fertigkeiten auf Basis der 170 Millionen registrierten Nutzer vergleicht. Während sich Deutschland im Jahr 2023 und 2024 jeweils über Platz drei freuen konnte, reicht es im aktuellen Vergleich nur für Platz neun. Dabei ist der Bedarf an qualifizierten Mitarbeitenden in Deutschland trotz schwächelnder Wirtschaft groß. Einer der Hauptgründe: Im erstmals erhobenen

„AI Maturity Index“, der die Ergebnisse von Coursera-Lernenden mit internationalen Marktanalysen zur KI-Entwicklung verknüpft, schafft es Deutschland nur auf Rang 14. In den Kompetenzbereichen Technologie und Datenwissenschaft fällt Deutschland im Vorjahresvergleich jeweils um vier Plätze zurück.

www.coursera.org

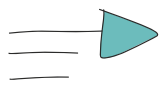


© Visual Generation/AdobeStock



© ji min/AdobeStock

Workation – so geht's



ASSISTENZPROJEKTE, TEIL 5 Assistenzkräfte zeigen sich für die unterschiedlichsten strategischen Projekte im Unternehmen verantwortlich. In dieser Serie verraten sie ihre besten Tipps und das, was man auf keinen Fall tun sollte. Heute geht es um die Planung, Organisation und inhaltliche Gestaltung von Teamtagen im Format einer Workation. Ein Gastbeitrag von Saskia Hagendorf.

Der Auftrag

Für meinen Kunden – ein junges Tech-Startup aus Berlin, arbeite ich seit 1,5 Jahren als selbstständige Assistenz der Geschäftsführung. Zusätzlich zu den alltäglichen organisatorischen Aufgaben zählen auch die regelmäßigen Teamevents zu meinen Kernaufgaben. Dies sind tatsächlich meine Lieblingsprojekte, da ich all meine Kenntnisse als studierte Eventmanagerin einbringen darf. Nach dem Abschluss der letzten Teamtage im November 2024 startete die Planung für unsere Workation – einer Teamauszeit außerhalb der gewohnten Umgebung. Bereits zu diesem Zeitpunkt war klar: Das nächste Treffen sollte uns raus aus dem Alltag und rein in die Natur führen. Ich habe stark auf die Rückmeldungen des Teams geschaut und analysiert, was gut funktioniert hat und was sich die Kollegen und Kolleginnen für die nächste Runde wünschten. Die Workation selbst fand im April 2025 an einem inspi-

rierenden Ort in Brandenburg statt – dort konnte man Übernachten und es gab Freizeit- und Workshopmöglichkeiten mitten im Grünen. Eine Location, bei der wir wussten wir haben alles direkt vor Ort und müssen das Gelände nicht verlassen. An der Planung waren, neben mir, die beiden Geschäftsführer beteiligt, vor Ort waren wir insgesamt 10 Personen.

Das Ziel

Den Gründern sind regelmäßige Teamtreffen – mit externen und internen Mitarbeitenden – wichtig, um den persönlichen Kontakt zu pflegen und Vertrauen weiter aufzubauen. Die Ziele dieser Workation waren vielfältig: Wir wollten zum einen die vergangenen Monate reflektieren und analysieren, was wir in Zukunft besser gestalten können, zum anderen den Teamzusammenhalt stärken und gemeinsam an einem eigenen neuen Produkt arbeiten. Anders als bei den vorheri-

gen Teamtagen im November, bei denen die persönliche Entwicklung im Fokus stand, lag der Schwerpunkt diesmal auf der Zusammenarbeit und der Neuentwicklung eines eigenen Produktes. Geplant waren verschiedene Retrospektiven und produktive Arbeitssessions, die sowohl strategische Fragen als auch konkrete Weiterentwicklungen behandelten.

Persönliche Dos and Don'ts

Do: Die frühe und aktive Einbindung des Teams war ein Schlüsselfaktor. Schon im November hatte ich nach konkreten Wünschen gefragt, in unserem Kommunikationstool Slack folgten weitere Abfragen. So konnten wir ein Programm entwickeln, das auf den Bedürfnissen der Gruppe basierte. Außerdem trug das Setting entscheidend zum Erfolg bei: Lagerfeuer, Spaziergänge und gemeinsame Zeit in der Natur förderten tiefe Gespräche und echtes Teamgefühl. **Don't:** Ich würde beim nächsten Mal noch stärker darauf achten, die richtige Balance zwischen strategischer Arbeit und kreativer Produktentwicklung zu finden. Einige wünschten sich weniger Theorie und mehr Raum für direkte Umsetzungen und Weiterentwicklung des Produktes.

Diese Stakeholder müssen dabei sein

Neben der engen Abstimmung mit den beiden Geschäftsführern war mir die Beteiligung des gesamten Teams sehr wichtig. Inhaltlich und organisatorisch holte ich immer wieder Feedback ein, um Bedarfe zu erkennen. Extern arbeitete ich mit einer Fotografin zusammen, die die Workation in einer Reportage, mit Porträts und Teamfotos begleitete. Auch die Wahl der Location war ein wichtiger Erfolgsfaktor: Das Team vor Ort unterstützte uns flexibel und mit viel Erfahrung.

Projektzeit – vom Anfang bis heute

Insgesamt habe ich rund 30 Stunden in Planung und Umsetzung investiert, wobei die Kommunikation durch die klaren und wöchentlichen Abstimmungen mit den beiden Geschäftsführern sehr effizient war. Vor Ort war ich als Organisatorin, Moderatorin und Ansprechpartnerin permanent eingebunden. Die Wirkung zeigt sich noch heute: Die Zusammenarbeit ist spürbar vertrauensvoller, transparenter und vernetzter. Und das schätzen alle Beteiligten, auch externe Mitarbeitende wie ich.

Tipps & Tools

Für die Planung habe ich vor allem vorhandene Tools, wie Productive, genutzt, um keine Mehrkosten zu produzieren und trotzdem transparent zu arbeiten. Die Dokumentation der Ergebnisse wurden in Notion für alle nachlesbar abgelegt und auf Slack geteilt. Dort liefen auch die Rückmeldungen

Checkliste: Erfolgsfaktoren für eine gelungene Workation



- ✓ Frühzeitig Feedback bzw. Wünsche und Ideen im Team einholen
- ✓ Mischung aus Struktur & Freiraum bieten
- ✓ Agenda für die Tage mit Zielen gestalten
- ✓ Location wählen, die die Wünsche und Anforderungen kombiniert
- ✓ Vertraute Dienstleister einbinden
- ✓ Reflexionsphasen einplanen – nicht nur Output
- ✓ Spontane Ideenräume schaffen (z. B. Spaziergänge, Spiele)

und Abfragen mit dem Team. Bei der Locationwahl habe ich mich auf eine Empfehlung verlassen und geschaut, dass Lage, Angebot und Ausstattung zu unseren Anforderungen passte. Die Fotografin kenne ich bereits aus anderen Projekten, sodass ich auf mein eigenes Netzwerk zurückgreifen konnte.

Das Budget

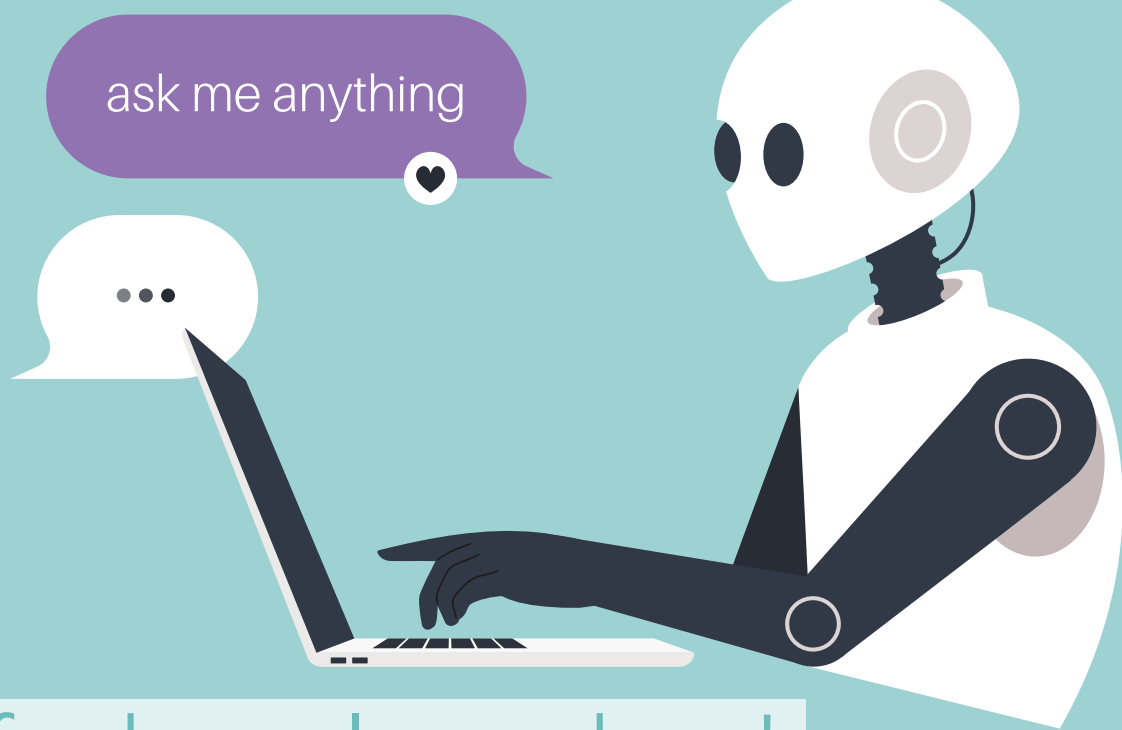
Ein fixes Budget gab es nicht, aber jede Ausgabe wurde mit den Geschäftsführenden abgestimmt. Ich habe stets darauf geachtet, dass wir im Rahmen bleiben und die Kosten realistisch sind. Externe Trainer haben wir bewusst nicht hinzugezogen, um Kosten zu sparen. Die Moderation übernahm ich selbst. Ein besonderes Extra waren individuell produzierte Hoodies für das Team, die nicht nur praktisch, sondern auch verbindend wirkten.

Erfolgsbilanz

Die Erfolge sind vielfältig: Das Team hat sich neu gefunden, die Zusammenarbeit ist harmonischer und effizienter. Ideen vom Lagerfeuer und gemeinsamen Aktivitäten wurden zu konkreten Produktentwicklungen und auch in den Workshopräumen festgehalten für mehr Verbindlichkeit. Die Offenheit in der Kommunikation ist gewachsen, Zuständigkeiten verschwimmen, neue Rituale entstehen. Besonders freut mich, dass ich nicht nur mein Organisationstalent, sondern auch meine Kompetenzen als Trainerin und Moderatorin einbringen konnte. Mein Tipp für andere Assistenzen: Nutze deine Stärken voll aus – oft schlummert mehr in deiner Rolle, als du denkst. Für dein Unternehmen ist es oftmals wertvoller, wenn du mehrere Rollen bei dieser Veranstaltung übernehmen kannst und es weniger Koordinationsaufwand gibt.

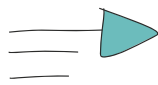
SASKIA HAGENDORF,
BERATERIN FÜR EFFEKTIVE ZUSAMMENARBEIT





© nadia snopek / AdobeStock

Einfach mal machen!



KI-TOOLS AUSWÄHLEN Sind ChatGPT, Gemini, DeepL und andere KI-Tools auch schon bei Ihnen eingezogen? Mit den richtigen Tools und präzise formulierten Prompts lässt sich viel Zeit sparen. Office-Professionals berichten aus der Praxis, für welche Aufgaben sie welche KI zu Hilfe nehmen.

„Früher habe ich für einen LinkedIn-Post eine gute Dreiviertelstunde gebraucht. Heute mache ich das mit ChatGPT in fünf Minuten und kann trotzdem meine persönlichen Inhalte teilen“, sagt Saskia Hagendorf, selbstständige Assistentin und Beraterin für effektive Zusammenarbeit zwischen Assistenz und Führungskräften. Sie setzt KI-Tools schon seit Längerem erfolgreich in ihrem Arbeitsalltag ein: „Neben LinkedIn-Beiträgen nutze ich ChatGPT ganz viel, um meine Gedanken zu strukturieren und neue Ideen zu entwickeln. Wenn ich eine Präsentation oder einen Blogartikel vorbereite, lasse ich mir von der KI Fragen stellen, um tiefer in das Thema einzusteigen. So komme ich auf Aspekte, an die ich alleine nie gedacht hätte.“

Inga Berrenrath, Assistentin der Geschäftsführung Profit Center bei Sprint Sanierung, hat mit Hilfe von KI eine Anleitung für die Nutzung von Teams erstellt – für Anfänger und Fortgeschrittene. Dabei hat sie zunächst einen Vorschlag in ChatGPT ausarbeiten lassen und diesen dann in Gemini, der KI von Google sowie in Perplexity überprüft.

Schnell und effektiv: Übersetzungstools

KI-Tools können Teamassistenzen auf vielfältige Weise unterstützen: Lange englischsprachige E-Mails lässt sich Saskia Hagendorf von Gemini zusammenfassen, um den

Kern schnell zu erfassen. So kann sie Nachrichten schneller beantworten. Auch Inga Berrenrath ist begeistert von den Fremdsprachenfähigkeiten von KI: Eine Möglichkeit sieht sie darin, Arbeits- und Sicherheitsanweisungen mit DeepL, einem deutschen KI-Übersetzungstool, in verschiedene Sprachen zu übersetzen. Damit ist sichergestellt, dass Sicherheitshinweise auch wirklich von allen Mitarbeitenden richtig verstanden werden. Hier zahlt KI direkt auf die Sicherheit ein.

KI für alle Fälle: von Prozess bis Coaching

Um Prozesse aufzusetzen und zu vereinfachen, ist Künstliche Intelligenz hilfreich. Wenn ein Unternehmen zum Beispiel einen neuen Prozess etablieren möchte, kann es die KI fragen: Wo könnte es Reibungspunkte geben? Was sind die Painpoints der Mitarbeitenden, die wir vor dem Rollout bedenken müssen? KI kann konkrete Vorschläge ausarbeiten und das in der Rolle einer Unternehmensberatung – der richtige Prompt macht's möglich. Es kann zudem nicht schaden, die Vorschläge von einer weiteren KI noch einmal gegenchecken zu lassen und auf Vollständigkeit zu überprüfen. Gerade in analytischen Fragen spielen KIs ihre Stärken aus.

Auch um die Website modern zu halten, bietet sich eine KI an: In Ihrem Prompt sollten Sie Ihre Unternehmenswerte definie-

ren und ihre Farbwelt als Hexadezimal- oder RGB-Werte angeben. Anschließend lassen Sie sich Website-Texte erstellen und für Suchmaschinen optimieren (SEO). Saskia Hagendorf ist sich übrigens sicher: Wer der KI sagt, dass diese Aufgabe sehr wichtig für die eigene Karriere oder das Fortkommen des Unternehmens ist und viel daran hängt, dass diese Aufgabe korrekt erledigt wird, bekommt bessere Ergebnisse. Und auch Trinkgeld versprechen soll angeblich dafür sorgen, dass sich die KI mehr anstrengt.

Auch bei der persönlichen Weiterentwicklung lassen sich Assistenzen von den unterschiedlichen KI-Modellen unterstützen. Zum Beispiel können Studienarbeiten im Rahmen von Fernstudien oder Fortbildungen von KI gegengelesen werden und so auf Schwachstellen, Argumentationslücken und die Belastbarkeit der Quellen hin geprüft werden. Prompt-Tipp: Der KI die Persona des jeweiligen Fach-Prüfers mitgeben und darum bitten, die Arbeit kritisch zu analysieren und zu bewerten.

Jede KI hat ihr Spezialgebiet

Während Saskia Hagendorf fast ausschließlich mit ChatGPT arbeitet und immer tiefer in die Geheimnisse des Tools eintaucht, zieht es Inga Berrenrath vor, je nach Aufgabe lieber auf die eine oder andere KI zurückzugreifen. Denn auch KIs sind kleine Spezialisten. Auf der Schreibtischunterlage von Inga Berrenrath klebt sogar eine Übersicht, welche KI für welche Zwecke am besten geeignet ist.

Spezialisierung – das gilt übrigens auch für Grafiken. Hier soll MidJourney die besten Ergebnisse liefern. Aber auch Dall-E hat kreative Einfälle. Einfach mal ausprobieren, was die KI-Designer auswerfen als Motiv für eine Einladungskarte oder ein Broschüren-Cover. Auch hier gilt wieder: Genau formulieren, was Sie sich vorstellen, um das gewünschte Ergebnis

Die 6 wichtigsten KI-Anwendungsfälle in der Assistenz aus diesem Artikel



- 1.) LinkedIn-Postings formulieren als Corporate Influencer
- 2.) Schritt-für-Schritt Anleitungen erstellen, zum Beispiel für die Nutzung einer neuen Software
- 3.) Dokumente, PDFs oder lange E-Mails (auch fremdsprachige) zusammenfassen lassen
- 4.) Übersetzungen anfertigen
- 5.) Prozesse auf Schwachpunkte hin checken
- 6.) Broschüren oder Einladungsentwürfe skizzieren

Wie starte ich mit KI?



Wie am besten anfangen mit diesem fremden Wesen namens KI? Einen KI-Trainer engagieren oder erste Schritte selbst gehen und probieren, was möglich ist? Saskia Hagendorf rät, erst einmal die kostenfreie Version von Chat GPT (Open AI), CoPilot (Microsoft), Gemini (Google) oder Langdock (Berliner Anbieter) zu nutzen und zu gucken: Was kann ich damit überhaupt machen? Es gibt viele Anleitungsvideos zu den verschiedensten Use Cases, von denen Sie sich inspirieren lassen können. Inga Berrenrath verrät: „Meine ersten Gehversuche waren damals Gute-Nacht-Geschichten für meine Kinder. Sie haben diese Geschichten geliebt.“ Die Hemmschwelle, mal zu prompten statt zu googeln, ist also wirklich niedrig. Allerdings darf das einfache und schnelle Ergebnis nicht darüber hinwegtäuschen, dass KIs manchmal halluzinieren, also Fakten erfinden. Daher bitte immer wachsam sein und Ergebnisse gegenprüfen. Ebenfalls eine gute Idee: Auf LinkedIn KI-Trainern zu folgen und über deren Use Cases zu lesen – da sind immer wieder spannende Ideen dabei.

zu bekommen. Hinweise wie „Design im Jugendstil“ oder „im Disney-Style“ helfen der KI weiter.

Wie Mensch und KI zusammenarbeiten

Niemand möchte heute mehr ohne PC und ohne E-Mail arbeiten. Und auch KI wird bleiben. Es geht darum, mit der KI ein Team zu bilden: Mensch und KI, die zusammen Großartiges leisten. Saskia Hagendorf findet: „Durch die KI können wir uns die Arbeit und die Aufgaben erleichtern. Und wir haben einen Sparringspartner, der stets einsatzbereit ist. Dadurch schaffen wir Raum für die zwischenmenschlichen Gespräche, Empathie und Menschlichkeit, eine Sache, die KI nicht kann.“

Damit Unternehmen profitieren können, bedarf es früher oder später eines gewissen Investments. Aktuell ist es in vielen Unternehmen noch nicht üblich, interne KI-Modelle wie Microsofts Co-Pilot zu verwenden. Stattdessen greifen sie auf öffentlich zugängliche KI-Tools wie ChatGPT, Perplexity oder Langdock zurück. Doch Achtung! Hier lauern berechtigte Datenschutzbedenken, besonders wenn Daten auf Servern außerhalb der EU gespeichert werden. Lösungen könnten darin bestehen, interne KI-Modelle zu betreiben, die auf firmeneigenen Servern laufen, um die Daten vor externem Zugriff zu schützen.

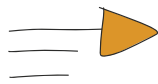




Bürospace
von Aeris

© Aeris

Bürodesign für die Sinne



NEUROÄSTHETIK Wie Farben, Formen, Licht & Co. auf das Gehirn wirken und uns kreativer und produktiver machen können, damit beschäftigt sich die Neuroästhetik. Ihre Erkenntnisse sorgen auch in Büros fürs Wohlbefinden.

Es gibt Räume, in denen wir uns auf Anhieb pudelwohl fühlen. Dahinter steckt ein faszinierendes Zusammenspiel von Sinnen, Gehirn und evolutionären Prinzipien, das inzwischen auch Architekt*innen, Büroplaner*innen & Co. in ihren Konzepten aufgreifen, weil sich so nachgewiesenermaßen Faktoren wie Kreativität, Produktivität und Konzentration steigern und die Stimmung heben lassen.

Doch was passiert da eigentlich in unserem Gehirn, wenn wir unsere Umgebung erleben? „Die Antwort darauf liefert die faszinierende Disziplin der Neuroästhetik“, erklärt Katharina Kassner vom Studio Katharina Kassner. Neuroästhetik verbindet das Wissen aus Neurowissenschaften mit der Kunst des Designs und geht dabei der Frage nach, wie ästhetische Reize – sei es Licht, Farben, Formen oder Texturen – unsere Gehirnaktivitäten beeinflussen. „Sie untersucht, wie Architektur und Design unsere Sinne aktivieren, Emotionen auslösen und unser Verhalten prägen kann.“ Denn wie unser Gehirn ästhetische Reize verarbeitet und wie unser Körper darauf reagiert, das kann die Forschung anhand biometrischer Daten inzwischen relativ gut messen.

„Wenn unsere Sinne unsere Umgebung wahrnehmen, lösen die Reize in unserem Nervensystem und Gehirn komplexe

Reaktionsketten aus“, erklärt Tim Eder, Workplace Consultant bei Aeris mit einem Schwerpunkt in Neuroästhetik. Die sogenannte emotionale Resonanz erfolgt zunächst ganz unbewusst, innerhalb weniger Millisekunden. „Wir betreten einen Raum, fühlen uns wohl, können aber nicht benennen, wieso“, erläutert die Architektin und Architekturpsychologin Kassner. „Der Körper schüttet dabei je nach Eindruck bzw. Reiz, den wir erhalten, bestimmte Hormone aus. Wenn wir das als schön empfinden sind es Oxytozin, Dopamin, Serotonin. Hormone, die etwa zuständig sind für die Motivation und dass wir glücklich sind.“

Erst emotional dann bewertend

Unsere erste Reaktion erfolgt also emotional. „Da ist uns kognitiv noch gar nichts in den Sinn gekommen“, erklärt Neuroästhetik-Expertin Kassner. „Ohne dass es uns bewusst ist, haben gestaltete Räume also eine Wirkung. Bewirken, welche Hormone ausgeschüttet werden und unsere Stressregulation, Motivation, unser Wohlbefinden, Kreativität, Konzentration etc. steuern.“ Schon einfache Designelemente beispielsweise könnten Neurotransmitter freisetzen, die unser Wohlbefinden steigern. Erst in zweiter Reaktion schaltet sich unser präfrontaler Kortex zu. „Ich nenne ihn unseren Denker“, so Kassner. „Der fängt an, unsere Reaktionen zu bewerten.“

Räume, die uns emotional ansprechen, aktivieren also bestimmte Areale in unserem Gehirn. „Und genau dieses Wissen lässt sich gezielt für die Gestaltung nutzen“, so Experte Tim Eder. „Gerade in der Bürogestaltung eröffnet uns dieses Verständnis ein Spektrum an Möglichkeiten. Denn es gibt bestimmte Reaktionsmuster auf Reize, aus welchen sich räumliche Gestaltungsprinzipien ableiten lassen.“

Evolutionäre Schlüsselprinzipien

So haben Wissenschaftler beispielsweise nachgewiesen, dass unsere Sinne und neuronalen Systeme auf evolutionären Mechanismen beruhen, erklärt Kassner. Ein solches ist das universelle Schönheitsempfinden, das auf Natur und Naturwahrnehmung basiert. Dieses universelle Prinzip findet sich beispielsweise im Design-Konzept Biophilie („Liebe zur Natur“) wieder, das Räume in Gebäuden durch (innen-)architektonische Elemente mit der Natur verbindet und von Büroeinrichtungsspezialisten wie Lech Büroplanung, Aeris, Vitra oder Kinnarps längst umgesetzt wird. Formen und Dinge gehören dazu, die direkt, indirekt oder symbolisch die Natur widerspiegeln: Pflanzen, Tageslicht, Wasser, Muster, Farben, Bilder, Offenheit und gesunde Bewegungsaspekte etwa. Wir fühlen uns auch wohl mit naturnahen Materialien und geschwungenen Formen etwa bei Tischen, Stühlen, gerundeten Handläufen und Türklinken. „Runde, organische Formen vermitteln ein Gefühl von Sicherheit, während scharfe Kanten eher Stress verursachen können“, erklärt Sebastian Lech von Lech Büroplanung.

Auch die sensorische Vielfalt ist so ein universelles Prinzip. „Für das Überleben der Menschheit waren und sind alle unsere fünf Sinne wichtig, zum Beispiel, indem wir auf Licht, Geräusche, Haptik und Geruch reagieren“, heißt es bei Kinnarps. Aus diesem Grund wirken sich auch sensorische Variationen in Innenräumen positiv auf das Wohlbefinden aus: Fühlstoffe mit Struktur, haptische Erlebnisse mit natürlichen, warmen Materialien wie etwa Holz oder Furnier, unterschiedliche Texturen, Lichtstimmungen, Farben, Formen und sogar abwechslungsreiche Raumbereiche wie das Anlegen von verschiedenen Zonen in einer Bürolandschaft. Kassner: „Sensorische Vielfalt kann es nicht genug geben, weil sie anregt. Wenn wir einen Mangel an Vielfalt haben, führt es schnell dazu, dass unsere kognitive Leistung ermüdet.“

Allerdings: Zu viel, zu grell, zu bunt, zu durcheinander ist kontraproduktiv, ebenso wie schlechte Raumqualität, schlechte Ergonomie, Akustik oder überfüllte Räume. „Wenn zu viel passiert, kann ich mich nicht regulieren“, erklärt Kassner. „Reizflutung ist das, was stresst.“ Und so lassen sich die neuroästhetischen Aspekte noch umsetzen im Bürodesign:

Schlüsselprinzipien der Neuroästhetik



- Visuelle Harmonie: z. B. über Symmetrie und klare Formsprache
- Biophilic Design: z. B. organische Formen und Naturelemente
- Farbpsychologie
- Licht und Akustik
- Multisensorische Stimulation

Quelle: Aeris

Einfluss von Farben

„Farben haben einen riesigen Einfluss auf unsere Stimmung und wie produktiv wir sind“, erklärt Lech. „Zum Beispiel: Blau wirkt beruhigend und fördert die Konzentration, während Gelb die Kreativität anregt“, (siehe Kasten). Lech Büroplanung zufolge ist es wichtig, die Farbgestaltung so zu wählen, dass sie die jeweilige Aufgabe unterstützt. Kinnarps bietet hierzu beispielsweise mit dem Kinnarps Colour Studio (KCS) gezielte Expertise.

Licht steuert Stimmung und Aktivität

„Natürliches, weißes und vitalisierendes Licht – wie das der Mittagssonne – fördert Aktivität, Wachheit und Kreativität“, erläutert Michael Grassegger von Natur-nah.de, die sich auf gesunde, sonnenähnliche Beleuchtung spezialisiert hat. Der Austausch herkömmlicher Bürobeleuchtung gegen Lampen und Leuchten mit dem sonnennahem Vollspektrumlicht kann laut Grassegger die Arbeitsatmosphäre spürbar und sofort verbessern. „Farben wirken natürlicher, die Augen ermüden weniger, und die Mitarbeitenden fühlen sich wacher und vitaler – ähnlich wie bei einem Spaziergang an der Sonne.“

Büroplanung von Lech





Office Space
von Modulyss



Interior Office Space,
Revolt Noble von Modulyss

Luftqualität, Akustik & Gerüche

Nicht nur visuelle Einflüsse wirken, auch schlechte Gerüche lösen im Hirn direkt Reaktionen aus. Luft und Lüftung zählen deshalb ebenfalls zu den neuroästhetischen Aspekten, ebenso wie die Akustik. Laut Kinnarps werden immerhin 30 Prozent der in Büros arbeitenden Menschen durch akustische Reize gestört. Harte Oberflächen und unverkleidete Wände etwa schaffen demnach eine unangenehme akustische Umgebung. Schallabsorber und Textilien, auch Akustikwände, Polstermöbel, Möbel mit hoher Rückenlehnen, sanft schließende Türen und Schubladen oder schalldämmende Tischplatten reduzieren demzufolge Lärm.

Materialien und Haptik

Natürliche Materialien fördern Ausgeglichenheit und Wohlbefinden. „Zum einen bringen sie schon eine gewisse Tiefe für die Stimulation mit“, erklärt Tim Eder von Aeris. So habe Holz beispielsweise verschiedene Strukturen und Farben. „Die Oberflächen zu betrachten und zu erforschen, fördert unsere Achtsamkeit, unterstützt uns innezuhalten und in den Moment zu kommen.“ Im Arbeitskontext könne das bedeuten, wieder schneller fokussiert zu sein und in den Flow zu kommen.

Nicht der klassische Laminat-Tisch also oder Dispersionsfarben, sondern Texturen für Auge und Haptik. „Der Tastsinn ist der älteste Sinn der Menschen, schon ausgeprägt im Mutterleib“, berichtet Katharina Kassner. „Über die Haut nehmen wir wahr. Der taktile Sinn ist auch der, der uns Rückmeldung gibt und mit der Realität verknüpft. Wie zum Beispiel fühlt sich das an, wenn ich durchs Büro gehe? Wenn es hart ist, klackert, kommt eine andere Emotion in uns hoch, als wenn wir über weichen Floor gehen.“

Modulyss, Hersteller textiler Bodenbeläge, greift mit seinen Kollektionen gleich mehrere neuroästhetische Aspekte auf. Die Teppichfliesen Artcolor beispielsweise bieten nicht nur weiches Bodenbelagsdesign, sondern Muster und Verläufe, die sich organisch von einer Seite zur anderen bewegen. Die Fliesen mit Farbverläufen ermöglichen Bodencollagen und fließende Muster und definieren so auch Zonen.

Strukturen geben Orientierung

Wahrnehmbare Referenzlinien und Zonierungen helfen auch, uns in Räumen zurechtzufinden. „Wenn man die Orientierung verliert, löst das eine starke Unruhe aus, man würde die Räume nicht mehr als wohlig oder ästhetisch wahrnehmen“, weiß Tim Eder. Das Activity-Based-Work-Prinzip beispielsweise ist so ein Konzept, das mit Zonierungen arbeitet. Hier werden für verschiedene Tätigkeiten verschiedene Bereiche im Büro eingeplant. „Grob skizziert fünf Zonen: Küche bzw. Cafeteria, einen zentralen Bereich, auch Townhall oder Marktplatz genannt, Besprechungs- und Konferenzbereich, klassische, personalisierte Arbeitsplätze und dann noch Mittelzonen bzw. Flexbereiche wie Shared Desks oder Lounges“, führt Expertin Eder aus.

Modularität fördert Selbstwirksamkeit

Durch modulare Raumgestaltung wiederum lassen sich nicht nur Büroflächen optimaler nutzen, Möbelmodule gehen auch flexibel auf Bedürfnisse ein. „Um mehr Abwechslung in den Arbeitsalltag zu bringen, könnten Meetings etwa in einer Worklounge sowohl im niedrigen Sitzen (Sessel, Beistelltisch), auf normaler Sitzhöhe, wie man es aus der Kantine kennt, auf halber Höhe oder sogar im Stehen stattfinden – ideal für ein kurzes Kaffeemeeting“, heißt es bei Kinnarps. Modularität und Selbstbestimmung, für Architekturypsychologin Kassner ohnehin enorm wichtige Aspekte: „Ein ganz entscheidender Faktor für unsere Motivation ist die Autonomie.“ Bei Themen wie Lichtsteuerung, Verstellbarkeit, durch Räume, die veränderbar sind und Räume, in denen Menschen aufgefordert sind, mitzugestalten. „Das liegt auch daran, dass Bewegung generell wichtig ist für unsere Gehirnleistung.“ Das belegen auch Studien, die Aeris initiiert hat, dessen ergodynamische Sitzmöbel intuitive, dreidimensionale Bewegungsmuster ermöglichen. Durch die ständigen Bewegungen auf den Aeris-Aktivstühlen wird die Propriozeption (Tiefensensibilität) angeregt, das Gleichgewichtssystem aktiviert und die Körperwahrnehmung geschärft. Das Gehirn verarbeitet kontinuierlich neue Bewegungsmuster, was wiederum u. a. die Ausschüttung von Neutransmittern fördert – und damit unser Wohlbefinden.

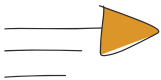
KARIN PFEIFFER, JOURNALISTIN





Man hat ja auch ein Problem,
wenn man sonst keines hat.

Dumm gelaufen



Kennen Sie auch diese Erfolgsmenschen, denen ALLES zu gelingen scheint und die auf die Frage „Wie geht es dir?“ nicht gut, sondern „Hervorragend!“ antworten. Sprechen Sie die mal auf das Thema „Umgang mit Fehlern“ an. Jetzt kommt's: Die richtig Guten zählen dann ein ganzes Reservoir von Rückschlägen, Absagen, Peinlichkeiten, Unmöglichkeiten und Flache-Hand-an-Stirn-Momenten auf. Ja, es gibt ganze Slam-Veranstaltungen mit Geschichten von Scham und Schande, von Dunkelzonen voller Zweifel. Wir mögen das und hören gerne zu. Warum wohl? Meine Vermutung: Dahinter steckt die klassische Helden/Heldinnen-Reise mit allem, was es braucht: Schicksalsschlag, Überwindung und Happy End. Fail fast and carry on! When I am good, I am very good. When I am bad, I am sensational.

Na ja, vielleicht ein bisschen dick aufgetragen. Es gibt schließlich weniger publikumswirksame Fehler, die so überflüssig sind wie ein Elektroroller auf dem Gehweg. Warum schreibe ich immer wieder „brilliant“ statt „brillant“ – das ist „skuril“ (statt skuril), ein orthografischer Alptraum (oder Albtraum?). Diese kleinen Fehlerteufelchen sind natürlich nichts gegen all die anderen Fehlleistungen, mit denen wir uns gern das Leben vermasseln: ungute Beziehungsmuster, zu voll gepackte Tage, kritisches Feedback, dämliche Spontanreaktionen oder Zögern im falschen Moment etc. etc. Gott, man weiß es doch besser. Warum hat man es dann nicht besser gemacht? Ja, solche Fehler beschäftigen uns noch, wenn wir abends das Licht ausknipsen, eine Hand unter das Kopfkissen schieben und in die Dunkelheit starren.

Es hilft ja nix. Was ist, das ist. Kind im Brunnen. Gegen die normative Kraft des Faktischen ist kein Kraut gewachsen. Man hat

ja auch ein Problem, wenn man sonst keines hat. Das einzig Fatale ist, es beim nächsten Mal wieder genauso zu tun (und damit meine ich keine orthografischen Permafehler). Wahnsinn ist, immer wieder dasselbe zu machen und dabei unterschiedliche Ergebnisse zu erwarten, sagt Einstein. Der musste es ja wissen – trotz kosmischer (!) Rechenfehler und einer bei ihm vermuteten Legasthenie. Also, ich bitte Sie, was steht uns noch im Weg? Erfolg ist die Kunst, unbemerkt Fehler zu machen oder diese radikal zu akzeptieren und das Beste daraus zu machen. Ganze Relativitätstheorien haben so ihren Anfang genommen.

Was es braucht, um in Schönheit zu scheitern: ein dickes Fell, Selbstdistanz, ein bisschen Grips und Mut. Denn der einzige unverzeihliche Fehler wäre zu sagen „Ich kann das nicht. Ich weiß das nicht. Ich traue mir das nicht zu.“ Fehler gehören zum Charaktermörtel. Ich weiß, wovon ich rede. Nicht umsonst prangt auf meiner Website eine Auster. Schließlich ist das in die Schale eindringende Staubkorn das, was nachher zur Perle wird. So, nun habe ich Ihnen aber genug Argumente für Ihre Fehler geliefert!

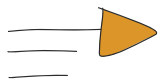
KATHARINA MÜNK



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



Assistenz im Ausnahmezustand



RISIKOMANAGEMENT Bei einem Helikopterabsturz in New York im April kam eine spanische Familie ums Leben. Darunter war der Manager eines Großkonzerns. Was passiert im Hintergrund, wenn eine Katastrophe eintritt? Wie agieren Assistenzen, wenn plötzlich keine Checkliste mehr greift?

Im Assistenzalltag geht es um Struktur, Verlässlichkeit und Organisation. Was geschieht, wenn das Unerwartete eintrifft wie ein Unfall, eine Naturkatastrophe, eine Bedrohungssituation oder eine plötzliche Erkrankung im Führungskreis? In solchen Krisen sind es oft Assistenzen, die als Erste reagieren müssen: Sie sind nahe an der Führungskraft, kennen Abläufe, Personen, sensible Daten und stehen plötzlich im Zentrum des Krisenmanagements.

Der Schockmoment: Wenn nichts mehr planbar ist

„Krisenmanagement ist heute mehr als nur Reaktion im Ernstfall“, sagt Wolfgang Hofmann, Regional Security Manager Deutschland und Österreich bei International SOS. Das Unternehmen ist Pionier und Vorreiter im internationalen Management von Gesundheits- und Sicherheits-

risiken und betreut über 9.000 Unternehmen an 1.200 Standorten in 90 Ländern. Unternehmen müssen potenzielle Krisen frühzeitig erkennen, Szenarien antizipieren und Vorsorgestrukturen schaffen. Gefragt ist proaktives Handeln: digitale Frühwarnsysteme, ein interdisziplinäres Krisenteam, getestete Notfallpläne und eine resiliente Unternehmenskultur. „Wer systematisch vorsorgt, bleibt handlungsfähig und stärkt Vertrauen und Glaubwürdigkeit am Markt“, erklärt Wolfgang Hofmann.

In einem Notfall gibt es keine „One-Size-Fits-All“-Lösung. Oft existieren keine konkreten Pläne, wie bei einem plötzlichen Todesfall, einer Verschleppung, einem Anschlag oder schweren Unfall im Ausland.

Eine persönliche Geschichte

Die Bilder der Tsunami-Katastrophe in Thailand im Jahr 2004 sind auch heute noch tief in unserem Gedächtnis verankert. Die Schweizerin Salome Wyss-Meyer gehört zu den Überlebenden dieses verheerenden Naturereignisses. Die Farb- und Stilberaterin, die zuvor als Assistentin tätig war, reiste damals mit ihrem Partner in das vermeintliche Urlaubsparadies, nur wenige Stunden vor der Katastrophe, die sich in kürzester Zeit zu einem Albtraum entwickelte.

Während sie beim Frühstück saß, beobachtete Salome Wyss-Meyer, wie sich das Meer ungewöhnlich weit zurückzog. Was darauf folgte, war ein traumatisches Erlebnis. Der Kontakt zu ihrem Partner riss ab, Panik und Chaos griffen um sich. Besonders prägend war für sie eine Szene auf dem Weg ins sichere Hinterland: Ein europäischer Tourist verweigerte ihr einen Schluck Cola, obwohl sie großen Durst hatte. „Da wurde mir klar, wie anders die Einheimischen handeln – sie teilen, selbst, wenn sie kaum etwas besitzen“, erzählt sie rückblickend.

In Extremsituationen reagieren Menschen unterschiedlich: Während manche in Schockstarre verfallen, übernehmen andere sofort Verantwortung. Salome Wyss-Meyer gehört zur zweiten Gruppe. „Ich war von der ersten Minute an aktiv und habe sofort versucht, eine Verbindung über die Schweiz nach Bangkok herzustellen, um dort wegzukommen, was mir auch gelang.“

Besonders dankbar ist sie für die Unterstützung ihrer damaligen Vorgesetzten. Der Kontakt zwischen den beiden Frauen besteht bis heute, getragen von tiefer Wertschätzung. Sie erinnert sich gerne daran wie ihre Chefin ihr stets Mut machte und die gemeinsame Liebe für Land und Leute verbindet außergewöhnlich. Dies mündete bis hin zu gemeinsamen Spendenaktionen für die betroffene Region.



Tipps für Assistenzen im Krisenmodus

Assistenzen sind im Krisenfall gefordert, besonnen und schnell zu agieren:

- **Kommunikationsschnittstelle:** Wer muss informiert werden – intern wie extern? Was darf kommuniziert werden? In welcher Tonalität?
- **Reise- und Notfalldaten:** Wo befinden sich relevante Dokumente wie Reisepässe, Versicherungsinformationen, Notfallkontakte? Wie schnell sind diese abrufbar?
- **Koordination mit Krisenteams:** Gibt es im Unternehmen ein internes Krisenteam, eine Taskforce oder einen Notfallplan? Wenn nicht, ist die Assistenz oft die Brücke zur Geschäftsführung, zur HR-Abteilung, zu externen Dienstleistern.
- **Emotionale Stabilität:** Assistenzen tragen in Krisen eine besondere emotionale Verantwortung – sie geben Halt, auch wenn sie selbst betroffen sind.

Trotz der dramatischen Ereignisse hat Salome ihren Frieden mit dem Meer geschlossen. „Ich möchte, dass meine Asche in die Andaman Sea gestreut wird“, sagt sie, ein Ausdruck ihrer tiefen Verbundenheit zu Thailand. Erst vor kurzem kehrte sie zum fünften Mal zurück nach Khao Lak, dem Ort, an dem sich einst alles in ihrem Leben veränderte.

Präventive Krisenvorbereitung

Präventive Krisenvorbereitung ist unerlässlich, um Risiken früh zu erkennen, Prozesse zu definieren und die Handlungsfähigkeit zu sichern. Sie schafft Resilienz, minimiert Schäden und kann Krisen sogar verhindern. Assistenzen spielen dabei eine zentrale Rolle. Oft vertreten sie Vorgesetzte operativ oder sind Teil des Krisenstabs, beispielsweise als Protokollführende oder organisatorische Schnittstelle im Unternehmen.

Doch dafür braucht es Ausbildung, Vertrauen und Strukturen:

- Weiterbildungen im Bereich Krisenkommunikation und Risikomanagement.
- Sparring mit Führungskräften zum Thema Notfallvorbereitung.
- Austausch mit anderen Assistenzen, um Best Practices zu teilen und sich gegenseitig zu stärken.



Zudem leisten Assistenzen einen wichtigen Beitrag zur mentalen Stabilität. „Durch ihre Nähe zur Führung erkennen sie Überlastung früh und helfen mit Empathie, Struktur und Kommunikationsgeschick, Belastungen zu steuern“, hält Karin Böckmann abschließend fest.

Stärke zeigt sich in der Krise

Sandra Lönnig, Management-Assistentin bei der Atreus GmbH, erlebte in einer früheren Anstellung eine herausfor-

Risikomanagement: Prävention ist alles



Krisen lassen sich nicht vermeiden, aber wir können uns darauf vorbereiten. Assistenzen können und sollten aktiv zur Risikoprävention beitragen. Dazu zählen:

- Pflege von Notfallakten für die Führungskraft (inkl. aktueller Reisepläne, Kontakte, Versicherungsdaten)
- Erstellung eines Notfallhandbuchs, auch für Assistenzen selbst: Wer übernimmt im Krankheitsfall? Welche internen Kontakte sind entscheidend?
- Regelmäßige Trainings und Awareness-Workshops, idealerweise in Zusammenarbeit mit HR oder den Sicherheitsbeauftragten
- Sensibilisierung für Cybersicherheit und Datenschutz, denn auch digitale Krisen nehmen zu

Professionelles Krisenmanagement



- **Dokumenten-Check:** Prüfung der Richtlinien nach internationalen Standards
- **Risikoworkshops:** Identifikation systemischer Risiken
- **Reifegradanalyse:** Bewertung und Optimierungspotenziale der Strukturen
- **Masterclass (2 Tage):** branchenspezifisches Praxis-training für ein Krisenteam
- **Tabletop-Übungen:** Szenarientraining zur Vorbereitung auf den Ernstfall
- **Krisensimulationen:** Realitätsnahe Tests zur Stärkung der Reaktionsfähigkeit

Mehr unter: www.internationalsos.de/insights/krisenmanagement (hier gibt es einen kostenlosen Download zum Aufbau eines Krisenmanagementprogramms)

dernde Situation: Während einer Dienstreise erlitt ihr damaliger Chef einen Schlaganfall. Trotz seines gesundheitlichen Notfalls war er in der Lage, sie aus dem Krankenhaus anzurufen, doch seine Stimme klang so ungewohnt, dass sie ihn zunächst nicht erkannte. Sofort spürte sie die Tragweite des Vorfalles, nicht nur persönlich, sondern auch für das Unternehmen, da ihr Chef ein zentraler Wissensträger und Experte war. „Es waren nur Sekunden zwischen Info und Handlungsmodus“, erinnert sich Sandra Lönnig. Sie informierte die Geschäftsleitung und weitere Schnittstellen und kümmerte sich gemeinsam mit der Familie um den Rücktransport nach Bayern. Sie versuchte die Panik zu minimieren und bei allem Ruhe zu bewahren. Sie behielt stets den Überblick, dennoch kreisten ihre Gedanken unentwegt um die Frage „Was wäre, wenn?“ Diese Erfahrung verdeutlicht, wie essenziell klare Kommunikationsstrategien in Krisenzeiten sind.

Das Leben ist nicht planbar, doch Unternehmen können sich vorbereiten. Assistenzen können dabei als strategische Sicherheitsanker fungieren und integraler Bestandteil des unternehmerischen Sicherheitsnetzes sein. Gerade in Extremsituationen sind sie oft die ruhige Kraft, die für Kontinuität sorgt, Informationen filtert und Lösungen initiiert.

DIANA BRANDL, TRAINERIN UND AUTORIN



MOBILIAR

Ein Stuhl als perfekter Gastgeber

Meetings und Konferenzen sind der Motor jeder erfolgreichen Organisation. Ein Stuhl, der diese Begegnungen begleitet, sollte mehr bieten als eine Sitzgelegenheit – er muss den Nutzer willkommen heißen, inspirieren und unterstützen. Der neue Drehstuhl se:mission der Sedus Stoll AG wurde für diesen Anspruch entwickelt. Er unterstützt intuitives, bewegtes Sitzen und passt sich dem Körper des Nutzers an. Das patentierte DuoMotion-Bewegungskonzept kombiniert eine sanfte Wippmechanik (7 Grad Öffnungswinkel) mit einer flexiblen Rückenstruktur, die sich an jede Bewegung anpasst. Weitere ergonomische Details sorgen für höchsten Komfort:

- Gesünder sitzen: Die ergonomische Sitzmulde und die abgeschrägte Sitzvorderkante reduzieren Druckpunkte und fördern eine aufrechte Haltung.
- Rücken gezielt entlasten: Die integrierte Lordosenstütze unterstützt den unteren Rücken und schont die Wirbelsäule.
- Komfort spüren: Die großzügige Sitzfläche mit Federkernkissen sorgt für exzellenten Sitzkomfort, auch bei langen Sitzphasen. Die optional erhältliche Rückholmechanik sorgt dafür, dass der Stuhl nach dem Aufstehen automatisch in seine Ausgangsposition zurückkehrt.

www.sedus.de

© Sedus Stoll AG



ARBEITSPLATZGESTALTUNG

Nachhaltige Ruhe durch flexible Akustiklösungen

In der modernen Arbeitswelt bleibt der Rückzug oft auf der Strecke und mit ihm die Konzentration. Mit der neuen Effect-Tischtrennwand-Serie bietet Durable eine Lösung, die akustische Wirksamkeit mit zeitgemäßem Design und hoher Flexibilität vereint. Die Trennwände verbessern die Raumakustik spürbar, bieten eine optische Abgrenzung und schaffen individuelle Rückzugsräume – ganz ohne das Teamgefühl zu stören. Gleichzeitig sorgen sie für mehr Struktur und können das Wohlbefinden sowie die Effektivität der Mitarbeitenden steigern. Dank der Faltmechanik passen sich die Filz-Trennwände flexibel den Bedürfnissen der Nutzenden an. Sie lassen sich stufenlos verstellen und erlauben es, Arbeitsbereiche individuell zu strukturieren. In zwei Breiten – 120 cm und 160 cm – erhältlich, bieten sie vielseitige Einsatzmöglichkeiten für unterschiedliche Schreibtischgrößen.

www.durable.de



© Durable

Partner des aktuellen
Office Surprise-Pakets:
Pins & mehr
GmbH & Co. KG



Wir machen Ihre Marke greifbar – der Rest ist nur Reklame!

Die Firma Pins & mehr steht seit über 30 Jahren für hohe Qualität, Zuverlässigkeit und kreative Sonderanfertigungen. Als einer der führenden Hersteller haptischer Werbemittel in Deutschland bieten wir ein umfangreiches Sortiment: hochwertige Pins, den innovativen Einkaufswagenauslöser TRIGGI®, Schlüsselanhänger, Lanyards und vieles mehr. Ihr persönlicher Ansprechpartner begleitet Sie von der Idee bis zum fertigen Produkt und darüber hinaus. Unsere eigene Grafikabteilung setzt Ihre Vision präzise und kreativ um – für Marken, die im Gedächtnis bleiben.

www.pinsundmehr.de

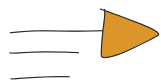
working@office verschenkt gemeinsam mit Partnern Produkte zum Testen fürs Office. Sie können sich für den Versand bewerben – weitere Informationen dazu in einer der nächsten Ausgaben.

OFFICE SURPRISE



working@office

Achtsam durch analoge Accessoires



NOTIZBÜCHER UND SCHREIBGERÄTE

Sie gelten vielen als liebgewonnenes Zubehör für die tägliche Routine: Notizbücher für Journaling und Planung, für mehr Fokus und Selbstführung. Der passende Stift darf natürlich nicht fehlen. Inklusive Tipps zum Achtsamkeitstrend Nature-Journaling.

Manche assoziieren mit Notizbüchern ein kreatives Hobby wie das Bullet Journaling. Dazu gehört farbenfrohes Zubehör wie Masking Tapes, Sticker und bunte Stifte für Handlettering oder Skizzen. Mit diesen Techniken lässt sich ein Notizbuch als Kalender oder Planungs-Tool individuell strukturieren und gestalten. Andere nutzen Journaling als konkretes Werkzeug für die mentale Gesundheit und persönliche Weiterentwicklung. Sie akzentuieren eher Achtsamkeit und Reflexion. Hier kommt ein relativ neuer Trend hinzu: das Nature-Journaling.

Notizbücher als persönliche Rückzugsorte

Von selekkt.com gibt es Notizbücher zu verschiedenen Themen: „Oh Tinyville – It’s All in Me“ ist ein Reflexionsjournal mit gezielten Fragen zur Persönlichkeitsentwicklung. „Ela Gabriela Design – Meine To-do-List“ ist ein klar strukturiertes To-do-Notizbuch für den Alltag. Der Empowerment-Planer mit feministischer Perspektive, der zu selbstbestimmten Handeln anregt, heißt bezeichnenderweise „Mutplaner 2.0 – Radikale Tochter“.



Wochenplaner
von Weekview



Nature Journaling

Die Notizbuch-Manufaktur tyyp.de arbeitet mit nachhaltigen Materialien, deshalb fasst man die Produkte schon allein wegen der Haptik gerne an. „In einer zunehmend digitalen Welt erlebt das analoge Schreiben eine stille Renaissance“, erzählt Christoph Andrews, Inhaber von tyyp.de. Journaling, Bullet Journals und schön gestaltete Notizbücher seien längst mehr als nur Tools zur Organisation – sie werden zu persönlichen Rückzugsorten, kreativen Spielwiesen und Ausdrucksformen individueller Selbstführung. Der Trend geht dabei laut Andrews weg vom Perfektionismus und hin zum Persönlichen: „Statt aufwendig gestalteter Layouts zählt heute mehr denn je Authentizität. Menschen schreiben wieder mit der Hand, um Klarheit zu gewinnen, Stress abzubauen oder ihre Gedanken bewusst zu ordnen.“ Besonders beliebt sind Andrews zufolge hybride Ansätze: klassische Jour-



Journal Slider von Schneider Pen

© Schneider Pen



nals kombiniert mit Elementen wie Mood-Tracking, Mini-Collagen oder achtsamen Reflexionsfragen.

Das lässt sich mit Blanco-Notizbüchern auch ganz nach eigenem

Gusto gestaltet. Tatsächlich es gibt inzwischen jedoch eine ganze Reihe an Anbietern auf dem Markt, die verschiedenen Elemente locker vorkonfigurieren. Der Fokus-Planer von Lebenskompass kombiniert Tagespläne mit Boxen und Spalten für Achtsamkeitsfragen, Notizen, Prio- und To-do-Listen.

Selbstführungstools im Alltag

Auch Weekview betont mit seiner Palette an Notizbüchern beides, sowohl die zeitlichen Strukturen als auch den Raum für Reflexion. Das Innenleben bietet einerseits die ausführliche Kalenderfunktion, ist dabei aber als durchgängiges und zyklisches Modell für die persönliche Weiterentwicklung konzipiert. Prozessschritte wie Zielerkennung, Planung und Umsetzung bis hin zur Reflexion werden nicht nur einmal, sondern



wöchentlich und auch mit Blick aufs Quartal durchlaufen. Das macht das Hinarbeiten auf Ziele zur Routineaufgabe. „Vielen Menschen fällt es schwer, in ihrem Alltag auf Kurs zu bleiben, weil sie sich einerseits ständig von verschiede-

nen ‚Dopamin-Ausschüttern‘ unterbrechen lassen“, erklärt Markus Karbaumer von Weekview. „Andererseits fehlen ihnen klare Ziele, die sie kurz- und mittelfristig umsetzen können.“ Dabei zeige sich, dass die Tagesplanung oft zu kurzfristig, die Monatsplanung wiederum zu grob ist. „Deshalb stellen wir eine zunehmende Nachfrage nach der weit effektiveren Wochen- und Quartalsplanung fest.“ Das Definieren von starken Wochen- und Quartalszielen sei zwar für viele neu, aber oft ein Aha-Erlebnis für diejenigen, die sich darauf einlassen.

Farbige Markierungen, Skizzen oder Icons nach eigenem Gusto geben beim Journaling zusätzlich Orientierung und helfen so auch, die eigenen Ziele und Projekte über die Zeit hinweg übersichtlich zu verfolgen. „Wer gezielt Farben einsetzt, strukturiert nicht nur seine Seiten, sondern auch seine Gedanken“,



Zum Weiterlesen



Nature Journaling – Dein Weg zu mehr Kreativität, Naturverbundung und Neugier,
von Verena Hillgärtner,
Kosmos Verlag, 144 Seiten,
20 Euro, E-Book 14,99 Euro



heißt es bei Schneider Schreibgeräte. Stifte, Marker, Pens & Co. für Einträge, Skizzen und Sketches liegen deshalb ebenfalls im Trend.

Wer schreibt, bleibt entspannt

Schneider Schreibgeräte hat verschiedenste Tools fürs Journaling im Portfolio, zum Beispiel den pigmentierten Fineliner Line-Up & Pictus in acht Strichstärken, ein kreativer Allrounder für präzise Linien, der sich für farbcodierte Übersichten, Layouts oder Doodles eignet. Mit dem Textmarker Job lassen sich farbige Highlights setzen, etwa bei wichtigen To-dos oder Terminen. Ein angenehmes Schreibgefühl bietet der Slider Edge & Edge Pastell. Mit dem Twinmarker und dem Brushpen Paint-It 070 von Schneider lassen sich ausdrucksstarke Schriften, dekorative Überschriften oder kreative Elemente ins Journal integrieren.

Auch Edding hat etliche geeignete Produkte im Programm. Der Präzisions-Feinschreiber edding 1800 eignet sich besonders für Outlines. Und mit dem Pinselstift edding 1340 lassen sich effektvolle Schriften gestalten, kleine und größere Farbfelder ausmalen und Aquarelleffekte erzielen.

Kleine Skizzen werden auch beim Nature Journaling angefertigt, das für Verena Hillgärtner eine tägliche, kleine Einladung ist, immer wieder genauer hinzuschauen und die kleinen

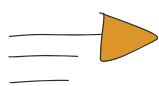
Wunder im Alltag nicht zu verpassen. Jeden Tag ein kleines Detail aus der Natur festhalten, dazu brauche es keine große Wildnis, sagt die Autorin des Spiegel-Bestsellers „Nature Journaling“. „Gerade in einem durchgetakteten Büroalltag kann so ein kurzer Moment mit Stift und Papier helfen, den Kopf wieder frei zu bekommen und den Blick nach außen zu richten.“





© pivonzo_AdobeStock

Schreiben statt Plappern



SILENT MEETINGS Große Tech-Firmen schwören auf stille Meetings, in denen in Teilen nicht gesprochen wird. Das Format soll dabei helfen, Besprechungen effizienter zu gestalten. Inklusive Tipps für die Gestaltung von Silent Meetings und die Auswahl des passenden Tools.

Wie oft haben Sie schon gedacht, dass Meetings Zeitverschwendung sind? Man hört einander nicht zu, die Selbstdarsteller inszenieren sich, und es werden keine Entscheidungen getroffen. Doch es gibt eine kluge Lösung: Silent Meetings. Tech-Firmen wie Amazon oder Google wenden diese Methode bereits erfolgreich an. Ein Silent Meeting ist ein Format, bei dem der Großteil des Treffens ohne gesprochene Diskussion stattfindet. Stattdessen verbringen die Teilnehmenden die Zeit damit, still Informationen zu lesen, sich Gedanken dazu zu machen und diese als schriftliches Feedback festzuhalten. Da ist höchste Konzentration gefragt. Denn das Aufschreiben führt dazu, die eigenen Ideen zu filtern und klar zu strukturieren.

Durchdachte Ideen von allen

Die Vorteile liegen auf der Hand: In traditionellen Meetings dominieren oft jene, die am lautesten ihre Stimme erheben. Silent Meetings hingegen fördern die aktive Teilnahme aller Teammitglieder. So haben alle die gleiche Chance, eigene Ideen vorzuschlagen. Der Druck, sofort zu antworten, löst



3 Tipps: So gestalten Sie stille Meetings

- 1. Einführung von Memos anstelle von Präsentationen:** Folgen Sie Amazons Vorbild, indem Sie zu Beginn eines Silent Meetings ein aussagekräftiges Memo verteilen. Dies ermöglicht eine unmittelbare inhaltliche Auseinandersetzung.
- 2. Ruhige Lesepausen einbauen:** Planen Sie unbedingt eine Zeitspanne ein, um den Teilnehmenden das Lesen und Reflektieren des bereitgestellten Materials zu gestatten, bevor die Diskussion beginnt.
- 3. Fördern Sie eine strukturierte Diskussion:** Nach der Lektüre des Memos sollte eine gezielte Diskussion folgen, die auf den niedergeschriebenen Gedanken und Rückmeldungen aufbaut.

sich in Luft auf. Die schriftliche Kommunikation gibt auch introvertierten Personen die Möglichkeit sich einzubringen, ohne überrollt zu werden. Zugleich gehören irrelevante Diskussionen und das Abschweifen vom Thema der Vergangenheit an. Das schriftliche Format zwingt die Teilnehmenden zu klaren und präzisen Gedankengängen. Es gibt noch einen Pluspunkt, der leicht unterschätzt wird: Da die Individuen sich die Zeit nehmen, die Perspektiven der anderen zu lesen und zu verstehen, entwickeln sie ein tieferes Verständnis für unterschiedliche Sichtweisen. So entsteht eine stärkere und verständnisvollere Zusammenarbeit. Das Team agiert als Team. Sie sparen Zeit und Ergebnisse werden effizienter erzielt. Zudem ist das Meeting sofort schriftlich dokumentiert.

Trotz der vielfältigen Vorteile, die Silent Meetings bieten, gibt es auch Nachteile: Nonverbale Hinweise von Mimik und Gestik fehlen. Das kann zu Missverständnissen führen – beispielsweise, wenn hinter einem Begriff verschiedene

Silent Meetings: Das richtige Tool auswählen



Technologie spielt eine entscheidende Rolle bei der Implementierung erfolgreicher Silent Meetings. Plattformen wie **Google Workspace** oder **Microsoft 365** ermöglichen Echtzeit-Zusammenarbeit und bieten Kommentarfunktionen, die einen flüssigen Austausch fördern. Tools wie **Conceptboard** und **Collaboard** bieten speziell entwickelte Whiteboards für die Echtzeit-Kollaboration, die helfen, Ideen bildlich darzustellen und zu festigen.

Auswahlkriterien

- **Kollaborationsfunktionen:** gemeinsame Bearbeitung, Chat- und Kommentarfunktionen.
- **Integration mit anderen Tools:** Kompatibilität mit vorhandener Software, z. B. Videokonferenzsystemen und CRM.
- **Datenschutz und Sicherheit:** Schutz der sensiblen Daten, insbesondere in Bezug auf Serverstandorte und die Einhaltung der DSGVO.
- **Skalierbarkeit:** Anpassbarkeit an wachsende Teams und veränderte Projektanforderungen.

Interpretationen lauern. Die schriftliche Bearbeitung im Meeting kann zudem die Spontaneität einschränken, die in mündlichen Diskussionen vorherrscht. Nebenideen werden vielleicht nicht so verfolgt, wie sie es verdient hätten. Und natürlich dauert tippen oft länger als sprechen.



In 3 Schritten zum Silent Meeting

Darauf kommt es an, wenn ein Silent Meeting ein Erfolg werden soll:

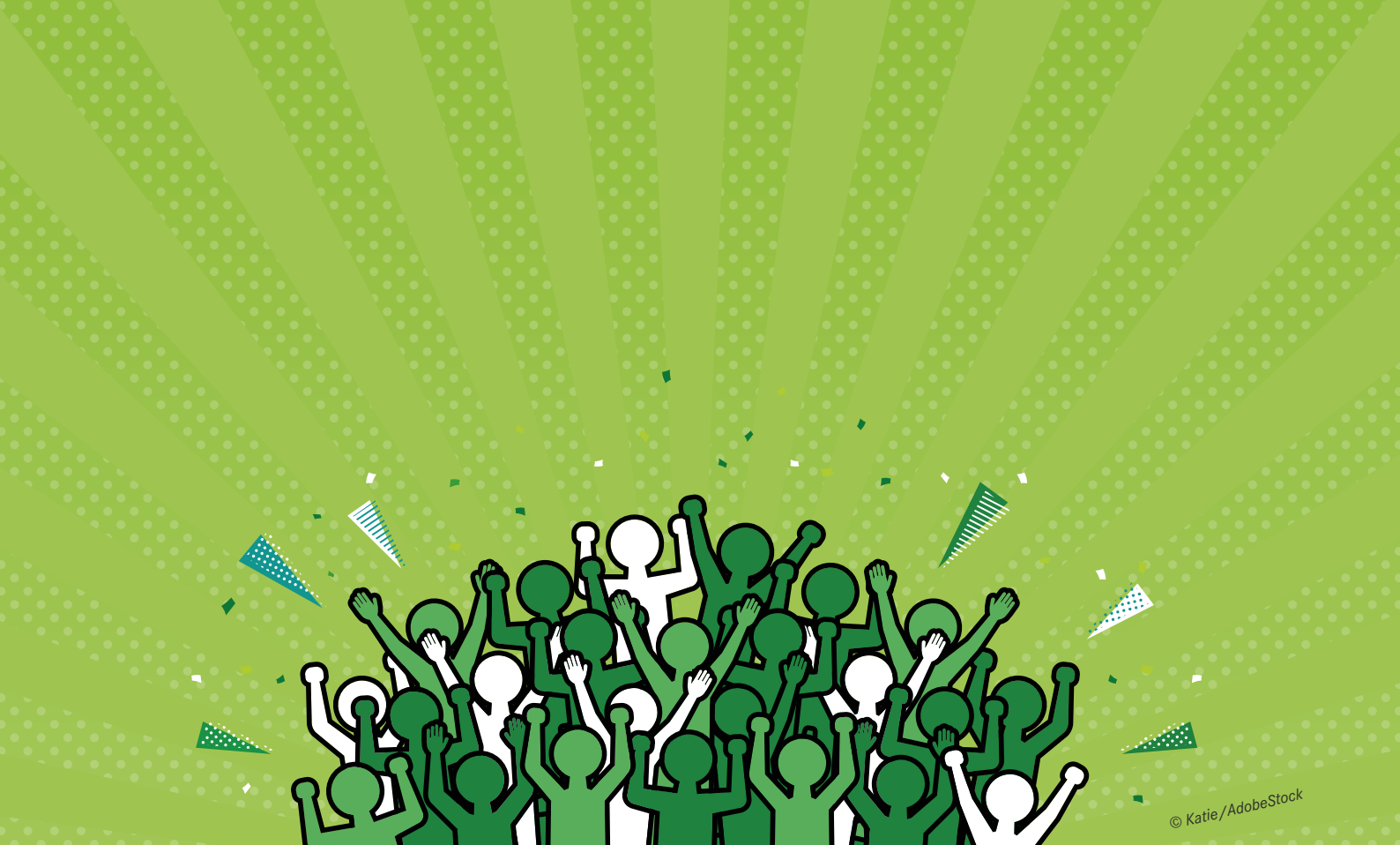
1. **Vorbereitung:** Ziele klarstellen: Der/die Organisierende erstellt vorab ein Dokument, das die Agenda, Hintergrundinformationen, Ziele und wichtige Diskussionsfragen enthält. Alle Teilnehmenden werden informiert, dass es ein Silent Meeting gibt und wie die Spielregeln sind.
2. **Lese- und Kommentarzeit:** Schriftlicher Meinungsaustausch: Zu Beginn des Meetings widmen die Teilnehmenden einen festgelegten Zeitraum (häufig 10 bis 20 min.) dem stillen Lesen des vorbereiteten Dokuments und tragen ihre Gedanken, Fragen und Rückmeldungen direkt in das geteilte Dokument oder über ein Kollaborationstool ein. Bei Brainstorming-Aktivitäten können Teilnehmende Ideen als digitale Notizen oder Dokumente hinzufügen, idealerweise ohne die Identität anderer Teilnehmender zu sehen, um Vorurteile und Gruppendenken zu minimieren.
3. **Zusammenfassung und Entscheidungsfindung:** Der/die Moderierende fasst Kommentare, Ideen und Fragen zusammen. Das Meeting endet mit der Festlegung von Entscheidungen und der Zuweisung von Verantwortlichkeiten für Folgeaufgaben. Zum Abschluss werden die Meeting-Notizen samt Aufgaben verteilt.

Effizientere Entscheidungen fördern

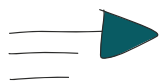
Daher sind stille Meetings nicht dazu gedacht, traditionelle Besprechungen vollständig zu ersetzen. Stattdessen eignen sie sich als wertvolle Alternative, die strategisch genutzt werden kann, um andere Formen der Kommunikation und Zusammenarbeit zu ergänzen. Silent Meetings bieten somit nicht nur eine neue Art der Kollaboration, sie repräsentieren eine grundlegende Veränderung in der Meetingkultur hin zu mehr Inklusion und Effizienz. Indem Sie diese Methode in Ihrem Team integrieren, schaffen Sie einen Raum, in dem jeder gehört wird, und fördern eine authentische Zusammenarbeit.

YVONNE GÖPFERT, JOURNALISTIN





Grüner wird's nicht



NACHHALTIGE EVENTORGANISATION

Ein zentrales Element der Unternehmenskommunikation ist die nachhaltige Veranstaltungsorganisation. Green Event Consultant Ellen Schmid war im Mai im „Office Breakfast Club“ zu Gast und fasst hier ihre Erfahrungen und Einsichten aus mehr als 20 Jahren in der Event-Branche zusammen.

Nachhaltigkeit ist in der heutigen Geschäftswelt keine Option mehr, sondern eine Pflicht. Kundschaft und Mitarbeitende erwarten von Unternehmen nachhaltiges Handeln, und die globalen Nachhaltigkeitsziele (SDGs) sollen bis 2030 erreicht werden. Veranstaltungen bieten eine hervorragende Plattform, um diese Ziele zu kommunizieren und erlebbar zu machen. Nachhaltige Event-Organisation spielt dabei eine zentrale Rolle und bietet zahlreiche Vorteile für Unternehmen und die Gesellschaft.

Praktische Tipps für Ihr Event

Mobilität: Die Mobilitäts-Emissionen aller Beteiligten machen den größten Teil der Gesamt-Emissionen einer Veranstaltung aus (bei internationalen Veranstaltungen etwa 80 %). Bieten

Sie das DB-Veranstaltungsticket an und bieten Sie Anreize für die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Veranstaltungsorte sollten nach guter Erreichbarkeit und nach Nachhaltigkeitskriterien ausgewählt werden, Zertifizierungen sind hierbei von Vorteil. Temporäre Strukturen sollten nach dem Prinzip „mieten statt kaufen“ genutzt werden, um den Ressourcenverbrauch zu reduzieren und die Kreislaufwirtschaft zu fördern.

Catering: Setzen Sie auf ein regionales und saisonales Catering-Angebot mit vegan-/vegetarischen Speisen, vermeiden Sie Einwegprodukte und Einzelverpackungen. Mehrweggeschirr und eine genaue Planung der benötigten Speisen sind essenziell zur Abfallvermeidung. Kommunizieren Sie offen, warum bestimmte Speisen angeboten werden und welche CO₂-Werte diese haben.

Energieeffizienz: Verwenden Sie energieeffiziente Geräte und setzen Sie auf erneuerbare Energiequellen. Eine energieeffiziente Veranstaltungstechnik schont nicht nur die Umwelt, sondern senkt auch direkt die Betriebskosten. Technische Dienstleister sollten frühzeitig in die Planung einbezogen werden, um gemeinsam Energiesparmaßnahmen zu definieren.

Kreislaufwirtschaft: Die Reduzierung des Materialverbrauchs, die Wiederverwendung von Materialien und die sorgfältige Trennung und Verwertung von Abfällen sind zentrale Maßnahmen. Besonders wirkungsvoll ist die Kombination aus gut sichtbaren Abfalltrennstationen, klarer Beschilderung und der bewussten Auswahl von kreislauffähigen Materialien für die Veranstaltung.

Soziale Aspekte und Bildung für nachhaltige Entwicklung

Inklusion und Barrierefreiheit: Die Auswahl einer barrierefreien Location und die barrierefreie Kommunikation auf allen Kanälen vor und während des Events (Gebärdendolmetscher, Untertitel, leichte Sprache, visuelle Kontraste, Vorlese-

Funktion via QR-Codes) sind essenziell. Die Zusammenarbeit mit lokalen Anbietern und Dienstleistern sowie die Integration freiwilliger Helfer*innen aus der Gemeinschaft fördern regionale Initiativen. Umfassende Gesundheits- und Sicherheitskonzepte, einschließlich Hygienekonzepte, Erste-Hilfe-Stationen und Awareness-Konzepte mit Safer Spaces für große Veranstaltungen sind ebenfalls wichtig.

Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE): Wissen, Kompetenzen und Werte, die notwendig sind, um eine nachhaltige Zukunft zu gestalten, sollten gefördert werden. BNE stärkt das Bewusstsein und das Engagement für ökologische, soziale und ökonomische Herausforderungen. Die 17 globalen Ziele der Vereinten Nationen zur Verbesserung von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft bis 2030 (Sustainable Development Goals, SDGs) bieten einen Rahmen für nachhaltige Entwicklung auf lokaler und globaler Ebene. Die Integration von BNE und SDGs zur Bewusstseinsbildung und Verantwortungsübernahme in Veranstaltungen ist entscheidend. Nachhaltige Events fördern Bildung durch Workshops und Kommunikation über Nachhaltigkeitsthemen sowie die Beteiligung der Teilnehmer an nachhaltigen Praktiken.



**Schon dabei?
Jetzt folgen!**

Tritt in unsere Gruppe
ein für eine Extraportion
working@office:



EXKLUSIV: Erhalte nützliche Tipps zum Büromanagement, Veranstaltungshinweise, exklusive Angebote und mehr.



NETZWERKEN: Vernetze dich als Teil der Community mit vielen anderen Office-Professionals.



www.linkedin.com/groups/9044759/

Du hast keinen LinkedIn-Account?

Dann folge uns auf  Facebook oder  Instagram.



Die 3 Säulen der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit umfasst ökologische, soziale und ökonomische Aspekte. Ein Event ist nur dann wirklich nachhaltig, wenn alle drei Bereiche berücksichtigt werden:

- 1. Ökologische Nachhaltigkeit:** Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks durch nachhaltige Mobilität, ressourcenschonendes Catering und effizientes Abfallmanagement. Die Wahl eines gut erreichbaren Veranstaltungsortes und die Nutzung von Mehrwegmaterialien sind hier entscheidend.
- 2. Soziale Nachhaltigkeit:** Inklusion und Barrierefreiheit sind essenziell, damit alle Menschen an Veranstaltungen teilnehmen können. Die Einbindung der lokalen Gemeinschaft und die Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung sind weitere wichtige Aspekte.
- 3. Ökonomische Nachhaltigkeit:** Kosteneffizienz durch digitale Lösungen und regionale Beschaffung. Transparenz und Kommunikation der Nachhaltigkeitsmaßnahmen stärken das Vertrauen und die Bindung der Teilnehmenden.

Ökonomische Nachhaltigkeit und Transparenz

Kosteneffizienz: Digitale Lösungen statt Print-Produkte, der Einsatz von Mehrwegmaterialien und Energieeinsparungen tragen zur ökonomischen Nachhaltigkeit bei. Die Zusammenarbeit mit lokalen Anbietern fördert die lokale Wirtschaft und schafft wertvolle Netzwerke. Lokale Produkte und Dienstleistungen schaffen Authentizität und erhöhen die Akzeptanz in der Gemeinschaft. Durch die Einbindung lokaler Partner entstehen wertvolle Netzwerke, die langfristig von Vorteil sind.

Transparenz und Kommunikation: Transparenz und offene Kommunikation über Nachhaltigkeitsziele und erreichte Erfolge stärken das Vertrauen der Stakeholder. Regelmäßige Berichterstattung und die Überprüfung von Lieferanten sichern die Wertschöpfungskette. Ein Nachhaltigkeitsleitbild, regelmäßige Schulungen der Mitarbeitenden und nachhaltige Anforderungen an die Lieferanten und Dienstleister fördern das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken.

Glaubwürdigkeit für Unternehmen

Nachhaltig durchgeführte Events sind nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch für das Image und die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens. Sie zeigen, dass Verantwortung übernommen wird und aktiv zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele beigetragen wird. Durch die Umsetzung nachhaltiger Praktiken bei Veranstaltungen kann ein positiver Einfluss auf die Gesellschaft und die Umwelt ausgeübt werden, während gleichzeitig wirtschaftliche Vorteile erzielt werden. Nachhaltige Eventorganisation ist ein wichtiger Schritt in Richtung einer nachhaltigen Zukunft und sollte in der Unternehmenskommunikation fest verankert sein.

Nachhaltige Eventorganisation sollte also nicht nur als Herausforderung gesehen werden, sondern als große Chance für die Unternehmenskommunikation! Sie ermöglicht es Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsbotschaften live erlebbar zu machen und ihre Besuchenden dadurch emotional zu binden. Live-Erlebnisse bieten im Vergleich zu digitaler Kommunikation eine intensivere emotionale Verbindung. Interaktive nachhaltige Erlebnisse haben eine höhere Erinnerungsquote und inspirieren alle Beteiligten.



Der „WOW-Effekt“ von Events bietet eine einzigartige Chance, die Nachhaltigkeitsbotschaft live erlebbar zu machen. Die Gelegenheit, Teilnehmende zu inspirieren und den Multiplikator-Effekt von Events zu nutzen, ist von unschätzbarem Wert – nutzen Sie diese Gelegenheit und machen Sie Ihre Events nachhaltig! Es lohnt sich!

ELLEN SCHMID, GREEN EVENT CONSULTANT



Sie wünschen Unterstützung bei der nachhaltigen Organisation Ihrer Veranstaltung?

Kontaktieren Sie mich gerne!

Ellen Schmid
Agentur für nachhaltige Events
info@greeneventsexpert.com



MICE-LOCATION NAHE BERLIN

Wie wäre es mit einer Tagung am See?

Was macht eine gelungene Veranstaltung aus? Ob Board Meeting, Tagung oder Firmenfeier, entscheidend sind ein durchdachtes Konzept, eine detaillierte Planung, ein persönlicher Service – und die ideale Location. Und hier kommen die Precise Hotels & Resorts ins Spiel: Mit seiner erstklassigen Einrichtung bietet zum Beispiel das Precise Resort Bad Saarow am Scharmützelsee den perfekten Rahmen für Meetings, Incentives, Conferences und Events (MICE). Das Hotel ist

umgeben von der idyllischen Natur rund um den Scharmützelsee und bietet die perfekte Kulisse für geschäftliche Veranstaltungen aller Art – vom Kongress über Seminare bis hin zu Besprechungen im kleinen, diskreten Kreis. Die elf individuell kombinierbaren Veranstaltungsräume von 25 bis 151 Quadratmetern verfügen über Tageslicht, Klimaanlage, Holz- oder Teppichboden. Ob im modernen Veranstaltungszentrum mit sieben Räumen und Platz für bis zu 400 Personen oder in den vier stilvollen Sälen des Haupthauses für bis zu 160 Gäste – hier wird jede Veranstaltung und Feier zu einem besonderen Erlebnis. Ein 4200 Quadratmeter großer Wellnessbereich, sechs Indoor- und sechs Outdoor-Tennisplätze, drei benachbarte Golfplätze, ein eigener Badestrand und eine Marina prädestinieren das 155 Zimmer-Resort rund 70 Kilometer von Berlin entfernt zu einer Eventlocation par excellence.

www.precisehotels.com/de



© Precise Hotels & Resorts

© Ilja/AdobeStock



MEETING- UND EVENT BAROMETER

Events werden größer und internationaler

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), das GCB German Convention Bureau e.V. und der EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. stellen die Ergebnisse des „Meeting- und EventBarometers 2024/2025“ im Rahmen einer Online-Präsentation vor. Die zentralen Kennzahlen zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland im Jahr 2024 bestätigen

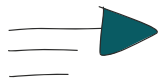
das Marktwachstum mit signifikant steigenden Teilnehmerzahlen vor allem bei den Präsenzveranstaltungen und einer steigenden Internationalisierung. „Laut IPK International belegt Deutschland im globalen Vergleich die Top-Position als meistbesuchte Destination für promotable Geschäftsreisen: jede zehnte MICE-Reise weltweit führte 2024 nach Deutschland. Diese positive Marktentwicklung spiegelt sich auch im neuen Meeting- & EventBarometer wider: Zwar fanden insgesamt etwas weniger Veranstaltungen als im Vorjahr statt, diese waren aber mit Blick auf die Teilnehmer-Zahl im Schnitt größer und auch internationaler“, ordnet Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB, die jüngsten Ergebnisse ein. Insbesondere beim Blick auf die Teilnehmerzahlen wird der Aufwärtstrend deutlich: Die Vor-Ort-Teilnahme bei reinen Präsenzveranstaltungen oder hybriden Formaten boomt dabei am meisten mit insgesamt 378 Millionen Teilnehmern, die sich dafür entschieden haben, physisch an einem Event teilzunehmen. Dies entspricht einem Wachstum von 21,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2023: 310,8 Millionen).

www.gcb.de

Wow-Effekte müssen nicht viel kosten



© YummyBoom/AdobeStock



UNVERGESSLICH Manchmal ist einfach kaum Budget da, doch das Event soll natürlich trotzdem ein voller Erfolg werden. *working@office* zeigt, wie sich auch mit wenigen Mitteln viel erreichen lässt – für eine Veranstaltung, die noch lange in Erinnerung bleibt.

Es gibt Situationen, in denen einfach kein Budget da ist, kostspielige Events zu kreieren und zugleich steigen die Kosten. „Live-Events sind heute fast doppelt so budgetintensiv wie 2019“, erzählt Claudia Köhler-Dams, Corporate Vice President der Vok Dams.Event GmbH. „Kein Kommunikationskanal ist so stark von der Teuerungsrate betroffen wie Live-Events.“ Die gute Nachricht: Erfolg hat mit der Größe des Budgets meist relativ wenig zu tun. Veranstaltungen, die begeistern, beruhen nicht auf Zufall, heißt es bei den Experten vom Verband der Veranstaltungsorganisatoren VDVO.

Hebel im Eventmanagement

Die sechs miteinander zusammenhängenden Haupterfolgskriterien hat der Innovationsverbund „Future Meeting Space“, u. a. initiiert vom GCB German Convention Bureau GCB, identifiziert: Networking, Disruption, Digitalisierung, Wissenstransfer, Interaktion und Zufriedenheit. Und solche Elemente lassen sich konzipieren und planen. Aber zunächst einmal die wirkungsvollen Hebel, die im handwerklich soliden Eventmanagement stecken. Allen voran die grundsätzliche Aufgabe, nämlich zu prüfen, ob ein Event überhaupt sinnvoll ist, wenn kein ausreichendes Budget zur Verfügung steht. „Event ist kein Selbstzweck, sondern eine gezielte Maßnahme der Marketing-Kommunikation“, betont Expertin Köhler-Dams. „Der Invest muss im positiven Verhältnis zum Ergebnis stehen – Return on Investment.“ Sonst lohnt sich das Event nicht, egal ob mit großem oder kleinem Budget.

Gezielte Maßnahmen setzen eine klare Zielsetzung voraus, sonst rechnet sich auch kein Wow-Effekt zum Schnäppchenpreis. Welches Ziel soll das Event erreichen? Die Frage liegt zwar eigentlich bei jedem Event auf der Hand, ist aber auch

enorm hilfreich, wenn es darum geht, Budgets sehr gezielt einzusetzen und nicht für Streuverluste zu verpulvern. Zwei Leitfragen könnten der Expertin zufolge beim Formulieren der Zielsetzung helfen: Was sollen die Teilnehmenden konkret nach dem Event (anders) machen? Und was hält die Teilnehmenden davon ab, es heute schon zu tun?

Keine Streuverluste

Warum die Antworten so viel mit der Gestaltung und Budgetfrage zu tun haben, skizziert Claudia Köhler-Dams anhand eines konkreten Beispiels aus der Praxis. In einem Fall sollten 420 Vertriebspartner bzw. Distributoren eines Mittelständlers zu einer Vertriebsveranstaltung ins Headquarter nach Deutschland eingeladen werden. Hier wurde die zielsetzende Frage „Was sollen die Teilnehmer konkret nach dem Event machen?“ wie folgt beantwortet: das Produkt des Mittelständlers dem Produkt eines Mitbewerbers vorziehen und ihren Kunden empfehlen. Ohne Frage wäre hier vielleicht viel Geld in eine Info-Veranstaltung mit Gala geflossen.

Bei der zweiten Frage „Was hält die Teilnehmer ab, es heute schon zu tun“ aber konnte keine befriedigende Antwort gefunden werden. Vok Dams empfahl, die Vertriebspartner zu befragen, was die Beratungstochter MR Wolf mit 420 Telefoninterviews übernahm. „Das Ergebnis war verblüffend“, erzählt Claudia Köhler-Dams. Der Wettbewerber stellt seine Produktvideos in 27 Sprachfassungen zur Verfügung, die für den Vertriebspartner den Verkauf einfacher machen. „Unser Kunde hatte nur eine englische Videofassung.“ Mithilfe von KI-Übersetzung und virtuellen Moderatoren wurden die Videos für geringes Budget überarbeitet und in allen gewünschten Sprachen zur Verfügung gestellt. „Das Budget für die Über-

arbeitung der Videos lag nur bei 25 Prozent der Kosten eines Vertriebs-Events.“ Und der Erfolg? „Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich bereits Wochen nach dem Zurverfügungstellen der Videos“, so Claudia Köhler-Dams.

Kostenbewusste Hebel

Wenn sich herausstellt, dass ein Event die richtige Maßnahme ist, stehen verschiedenste Ansätze zur Verfügung, um Events ans Budget anzupassen. So ließe sich beispielsweise auf 5 bis 10 kleinere Events verzichten und das Budget in einer Event-Maßnahme bündeln. Auch eine Hybrid-Strategie ist eine Möglichkeit: Nur ein großes Event alle zwei Jahre als Live-Event mit Budget ausstatten, und alle anderen Event-Maßnahmen durch digitale Event-Formate ersetzen. Oder weniger Teilnehmende einladen, also die Zielgruppe radikal hinterfragen, so Köhler-Dams: „Wen lohnt es einzuladen? Welcher Kunde steht beispielsweise kurz vor Abschluss und ‚benötigt‘ noch ein Event?“

Eine Möglichkeit, für mehr Budget-Spielraum zu sorgen, wäre beispielsweise, Sponsoren zu gewinnen. Welcher der Zulieferer oder Partner hätte Interesse an der gleichen Zielgruppe? Diese könnte man dann einladen und an den Event-Kosten beteiligen. Auch Teilnehmergebühren wären zu überlegen, so Köhler-Dams. Das reduziert auch mögliche Spannungsfelder in puncto Compliance-Themen bzw. geldwerter Vorteile, wenn etwa der Freizeitfaktor einer Eventteilnahme samt Reise zu versteuern wäre.

Die Business-Event-Expertin gibt noch einen geldwerten Tipp fürs Eventmanagement: „Frühzeitig planen!“ Zum einen steigen die Preise weiter – von der Location über die Technik bis zum Caterer. Zum anderen seien kurzfristige Events immer teurer als lange im Voraus geplante Veranstaltungen. Heißt: Jetzt schon Locations und Key-Partner für Events in 2026/27 sichern und fest beauftragen.“

Location und Catering klug wählen

Auch klassische Einsparhebel gibt es etliche, zum Beispiel bei den großen Kostenposten Location und Catering – und zwar ohne auf Wow-Effekte zu verzichten. Denn gerade hier bieten sich tolle Chancen für die individuelle Prägung des Firmenevents. Neue oder sanierte Stadthallen beispielsweise sind in der Regel eine kostengünstige Alternative für Tagungen und Kongresse. Hier steckt hinter so mancher denkmalgeschützter Fassade inzwischen oft modernste Tagungstechnik, architektonischen Charme gibt es inklusive. Oder Coworking-Spaces: Viele sind innenarchitektonische Meisterwerke, die auch größere Meetings zu einem echten Event-Erlebnis machen. Etliche Coworking-Spaces bieten eigens Räume in ihren kul-

Die 6 Erfolgsfaktoren für den Event-Erfolg



Die Studie „Future Meeting Space“ hat folgende sechs Faktoren identifiziert:

1. **Networking:** Warum gehen wir überhaupt zu Events? „Um spannende Menschen zu treffen und Erfahrungen zu sammeln“, bringt Claudia Köhler-Dams ein grundlegendes soziales Bedürfnis auf den Punkt.
2. **Disruption:** „Veranstaltungen, die bei Teilnehmenden Veränderungen auslösen, Lebensläufe in neue Richtungen drehen oder ein besonderes Gemeinschaftsgefühl hervorrufen, bleiben nachhaltig in Erinnerung“, beschreibt der VDVO dieses Element im Event-Design. So werden unvergessliche Erlebnisse kreiert, eben solche mit Wow-Effekt.
3. **Digitalisierung:** Technologie-Tools werden inzwischen von etlichen Event-Teilnehmenden erwartet. Ratsam sei es aber, genau zu überlegen, wo und wann man Tech-Tools einsetzt, um den weniger Technikaffinen Unterstützung oder Alternativen zu bieten, so das GCB – wie etwa Visualisierungs-Tools, Virtual Reality oder eine Event-App.
4. **Wissenstransfer:** Inspirierende und interaktive Formate fördern den Wissenstransfer. „Die Forschung zeigt zudem, dass die gemeinsame praktische Arbeit an einem Thema Wissen langfristiger im Kopf verankert“, beschreibt das GCB.
5. **Interaktion:** Sie spielt laut der Studie Future Meeting Space nicht nur für den Wissenstransfer, sondern auch bei der Disruption eine wichtige Rolle. Beim Event Design sei es hier wichtig, jede Session darauf zu überprüfen, wie Interaktion möglich gemacht werden könne.
6. **Zufriedenheit:** Sie ist eine Art „Meta-Erfolgsfaktor“, so das GCB, der insbesondere vom Wissenstransfer und Disruptionsfaktor beeinflusst werde. Wer auf der einen Seite etwas Neues lerne und auf der anderen Seite positiv überrascht werde, sei zufrieden.

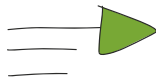
tigen Office-Landschaften. Und das Catering? Hier steckt viel Wow-Potenzial in der kreativen Auswahl der Gerichte. Vielleicht eine weniger bekannte Zutat wie die Tonka-Bohne als Menü-Thema? Wenn die Hobbyköche unter den Teilnehmenden später davon selbst etwas ausprobieren wollen, ist das Event schon im Gedächtnis verankert.





© rikkyal/AdobeStock

Stilvoll, organisiert und nachhaltig



TRAVELACCESSOIRES Ob Kundentermin, Arbeiten im Coworking Space oder internationale Geschäftsreise: Wer beruflich unterwegs ist, weiß, wie schnell Unordnung, Zeitdruck oder unpassendes Gepäck zum Stressfaktor werden können. Mit den vorgestellten Cases, Taschen und Co. reisen moderne Businessprofis entspannt und stilsicher.

Recycling versus Upcycling – was steckt dahinter?



Recycling: Kunststoffe wie PET werden eingeschmolzen und zu neuem Material verarbeitet – z. B. aus Flaschen oder Meeresmüll. Beispiele: Horizn Studios, GOT BAG, Pinqpong, Tropicfeel.

Upcycling: Gebrauchte Materialien werden direkt weiterverwendet – kreativ, robust und einzigartig. Beispiele: Freitag (Lkw-Planen), CD Corporate Collection (Zement-sackpapier).

Laptoptaschen, Koffer, Kabel-Organizer und Dokumenten-Cases sind längst mehr als praktische Helfer: Sie signalisieren Stil, Souveränität und ein durchdachtes Arbeitsumfeld – besonders im Zeitalter von „New Work“, in der Mobilität und Flexibilität zum Erfolgsfaktor werden.

Form trifft Funktion: Taschen für jeden Bedarf

Moderne Business-Taschen sind längst mehr als Transportbehälter – sie sind ein strategisches Tool im Arbeitsalltag. Ob klassisch-elegant aus Leder oder ultraleicht aus Hightech-Materialien: Laptoptaschen und Rucksäcke vereinen heute Design, Sicherheit und Funktionalität.



3 Tipps: So wird das Travel-Setup zum Team-Vorteil

Travelaccessoires sind heute mehr als nur Mittel zum Zweck – sie sind ein strategisches Element moderner Unternehmensführung. Ob bei Geschäftsreisen, mobilen Arbeitseinsätzen oder hybriden Arbeitsplatzmodellen: Die passende Ausstattung steigert Effizienz, Professionalität und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden gleichermaßen. Für Unternehmen bedeutet das: Wer auf langlebige, funktionale und nachhaltige Produkte setzt, stärkt nicht nur das Image und interne Prozesse, sondern schafft auch konkrete Mehrwerte im Arbeitsalltag.

Wenn Vielreisende, Vertriebler & Co. im Unternehmen einheitlich mit hochwertigen Accessoires im Corporate Design ausgestattet sind – etwa mit gebrandeten Laptop-taschen oder Koffern – wirkt das nicht nur professionell, sondern stärkt auch die Identifikation und das Employer Branding. Solche Details vermitteln Verlässlichkeit, Wertschätzung und ein klares Markenbild – intern wie extern. Worauf es bei der Auswahl ankommt:

1. Einheitliche Standards schaffen

Achten Sie auf kompatible Formate: Taschen, Sleeves und Trolleys sollten idealerweise kombinierbar sein – etwa als Set aus Rucksack und Bordkoffer. Einheitlichkeit erleichtert nicht nur die Logistik, sondern hinterlässt bei Meetings und Dienstreisen einen konsistenten, souveränen Eindruck.

2. Qualität, die hält

Langlebige Produkte mit Reparaturservice zahlen sich schnell aus – besonders bei häufigem Einsatz. Wer einmal in eine stabile, gut gepolsterte Laptoptasche investiert, vermeidet ständigen Ersatzbedarf und schützt sensible Technik zuverlässig.

3. Nachhaltigkeit sichtbar machen

Recycelte oder upgecycelte Materialien sind mehr als ein Statement – sie zeigen Haltung. Kommunizieren Sie diese Entscheidungen aktiv: durch Infoblätter im Willkommenspaket, im Intranet oder im CSR-Bericht. Besonders hilfreich sind Hersteller, die ihre Nachhaltigkeitsstrategie offenlegen und Material für die Kommunikation bereitstellen. So wird das Thema auch in Onboarding-Prozesse oder Unternehmenspräsentationen integrierbar – glaubwürdig und zukunftsorientiert.



Was ist was? Travelaccessoires

RFID-Schutz (Radio-Frequency Identification) verhindert, dass Daten auf kontaktlosen Karten wie Firmenausweisen oder Kreditkarten unbemerkt ausgelesen werden können.

2-in-1-Hybride sind Taschen oder Rucksäcke, die sich durch flexible Komponenten je nach Bedarf vergrößern, verkleinern oder in eine andere Trageform umwandeln lassen (z. B. Umhängetasche & Rucksack in einem).

TSA-Schlösser sind spezielle Gepäckschlösser, die von der US-amerikanischen Transportsicherheitsbehörde (Transportation Security Administration) mit einem Generalschlüssel geöffnet werden können – ohne das Schloss zu beschädigen. Ideal für Reisen in die USA.

Separate Fächer für Notebook, Ladegeräte, Unterlagen und manchmal auch für Snacks ermöglichen einen schnellen Zugriff – ideal bei Meetings oder Zwischenstopps. Features wie RFID-Schutz (Radio-Frequency Identification), wasserabweisende Materialien, versteckte Wertsachenfächer und modulare Systeme zählen inzwischen zum Standard. Besonders gefragt sind multifunktionale Lösungen wie 2-in-1-Hybride (lassen sich flexibel verkleinern oder vergrößern), die sich an den Arbeitsalltag anpassen.

Koffer mit Köpfchen

Hartschalenkoffer mit integrierten Powerbanks, GPS-Tracking oder digitalem Schloss sind längst keine Zukunftsmusik mehr. Smarte Trolleys helfen Vielreisenden, effizient durch Sicherheitskontrollen und Gatewechsel zu kommen. Besonders empfehlenswert sind langlebige Modelle mit klaren Vorteilen wie leichtgängige Rollen, TSA-Schlösser (können mit Generalschlüssel geöffnet werden, ohne das Schloss zu beschädigen), separate Fächer für Technik und Kleidung sowie Nachhaltigkeitsnachweise (wie etwa recycelbare Materialien). Hochwertige Marken bieten heute Modelle, die langlebig, reparierbar und ästhetisch überzeugend sind (siehe Auswahl im Kasten auf Seite 58).

Green Travel: Diese Marken setzen auf Nachhaltigkeit

Immer mehr Hersteller setzen auf recycelte oder upgecycelte Materialien, CO₂-neutrale Produktion und langlebige Designs. Hier sind die besten Marken für alle, die mit gutem Gewissen reisen wollen:

Horizn Studios (Deutschland): Smarter reisen – nachhaltig gedacht

Produkte: Koffer, Rucksäcke, Laptoptaschen

Material: recyceltes Polypropylen, Bio-Innenstoffe

Fokus: CO₂-neutraler Versand, Reparatur- & Rücknahmeprogramm

Shop: horizn-studios.com

GOT BAG (Deutschland): Rucksack aus dem Meer

Produkte: Daypacks, Travelpacks, Laptop-Cases

Material: recyceltes Meeresplastik (PET)

Fokus: eigene Clean-up-Programme, plastikpositiv

Shop: got-bag.com

Pinqponq (Deutschland): Style trifft Fairness

Produkte: Business-Rucksäcke, Packing Cubes

Material: 100 % recycelte PET-Flaschen (Bluesign®)

Fokus: Fair Wear-Mitglied, vegan zertifiziert

Shop: pinqponq.com

Tropicfeel (Spanien): All-in-One-Rucksack mit Umweltbewusstsein

Produkte: modulare Rucksäcke, Tech-Washbags

Material: recyceltes Nylon & Polyester

Fokus: 100 % vegan, CO₂-kompensiert

Shop: tropicfeel.com

Freitag (Schweiz): Upcycling-Ikone mit Kultstatus

Produkte: Taschen, Hüllen, Weekender

Material: Lkw-Planen, Gurte, Fahrradschläuche

Fokus: jede Tasche ein Unikat, langlebig

Shops: Berlin, München, Hamburg

Web: freitag.ch



FLOYD (Deutschland): Koffer mit Charakter – langlebig und reparierbar

Produkte: Hartschalenkoffer mit Skateboard-Rollen

Material: robustes Polycarbonat, designed für lange Lebenszyklen

Fokus: Ersatzteilservice, langlebiges Design, Einzelfertigung

Shop: floyd.one

RIMOWA (Deutschland): Qualität, die bleibt – ein Leben lang

Produkte: Aluminium- und Polycarbonatkoffer

Material: extrem langlebig, 75 % recycelfähig

Fokus: modularer Aufbau, Ersatzteilservice, Reparaturzentren weltweit

Shops: Berlin, Hamburg, München u. a.

Web: rimowa.com

CD Corporate Collection (Deutschland/Südafrika):

Design trifft soziale Verantwortung

Produkt: Laptophüllen aus recyceltem Zementsackpapier

Material: wiederverwendetes, bedrucktes Papier, gepolstert und wasserabweisend

Fokus: handgefertigt in Südafrika, unterstützt lokale Produzenten

Shop: corinna-doepkens.com

Kleine Helfer, große Wirkung

Für den mobilen Arbeitsalltag braucht es mehr als nur Koffer und Taschen – es sind die kleinen Tools, die den Unterschied machen. Praktische Kabel-Organizer mit elastischen Halterungen verhindern das typische Chaos im Gepäck. Hygienische Kulturbeutel („Washbags“) mit Haken zum Aufhängen sorgen auch in engen Hotelbädern für Übersicht. Kompakte Notebookständer ermöglichen ergonomisches Arbeiten – ob im Zug oder im Coworking Space.

Nachhaltigkeit auf Reisen

Auch unterwegs setzen viele Unternehmen zunehmend auf umweltbewusste Materialien und faire Produktion. Bei der

Auswahl von Reise-Utensilien ergibt sich für Unternehmen eine doppelte Chance: Zum einen lassen sich Nachhaltigkeitsziele greifbar umsetzen – etwa durch den Einsatz recycelter Materialien, CO₂-neutrale Lieferketten oder langlebiger, reparierbarer Produkte. Zum anderen stärken solche Maßnahmen das Employer Branding und das CSR-Profil – intern wie extern. Produkte aus recyceltem PET, veganem Leder oder upgecycelten Industriepanzen zeigen: Nachhaltigkeit muss nicht nach Kompromiss aussehen. Wer gezielt auf Transparenz in der Lieferkette und klare Umweltstandards achtet, schafft Mehrwert auf mehreren Ebenen – ökologisch, wirtschaftlich und kommunikativ.

CORINNA DÖPKENS,
EXPERTIN FÜR TRAVEL & MOBILITY



GESCHÄFTSREISEN

Die Ausgaben sind gestiegen

Eine aktuelle Auswertung von deutschen SAP-Concur-Daten zeigt, wie sich das dynamische Wirtschaftsumfeld auf die verschiedenen Ausgabenkategorien von Geschäftsreisen auswirkt. Aus den Zahlen geht hervor, wofür Mitarbeitende in Deutschland am meisten Geld ausgeben und welche Kostensteigerungen damit für Unternehmen einhergehen. Im Schnitt haben Unternehmen 2024 pro Abrechnung rund 4 Prozent mehr gezahlt als noch 2023. Die Gesamtkosten haben dabei um 15 Prozent zugenommen. Werden Ausgaben nicht systematisch erfasst, riskieren Unternehmen, Einsparpotenziale zu übersehen und ihre Geschäftsreiseausgaben weniger effektiv zu steuern. Flugtickets und Mietwagen sind für deutsche Unternehmen mit den höchsten Kosten verbunden.



Im Jahr 2024 beliefen sich die durchschnittlichen Kosten für Flugtickets auf 497 Euro pro Reisekostenabrechnung. Das ist bis zu sieben Mal so viel, wie im Durchschnitt eingereicht wurde. Für einen Mietwagen wurden im Schnitt 207 Euro eingereicht. Im Gegensatz dazu fallen die Bewirtungskosten mit rund 24 Euro vergleichsweise günstig aus.

www.concur.de

BCD TRAVEL REPORT

Daten sind der Schlüssel zu Kosteneinsparungen

BCD Travel hat weltweit 197 Travel-Manager und Einkäufer aus Branchen wie Fertigung, Biowissenschaften und Finanzdienstleistungen befragt. Die Ergebnisse zeigen deutlich, wie wichtig es ist, Daten als Instrument für die Weiterentwicklung von Firmenreiseprogrammen zu nutzen. Damit verbunden sind u. a. erfolgreiche Verhandlungen mit Suppliern, die Einhaltung von Firmenreiserichtlinien und Kosteneinsparungen. Wenn es um Prioritäten geht, bewerten Travel-Manager Einsparungen und Kostenkontrolle (94 Prozent) als extrem oder sehr wichtig. Darauf folgen die Einhaltung der Richtlinien (90 Prozent) und Fürsorgepflicht (86 Prozent). Daten haben einen Mehrwert für Firmenreiseprogramme, wenn auch auf unterschiedliche Weise. Reisedaten sind besonders wertvoll, wenn es darum geht, mit Suppliern zu verhandeln (65 Prozent), die Compliance zu verbessern (59 Prozent) und Ausgaben zu optimieren (57 Prozent). Die Hälfte der Befragten hat Schwierigkeiten, Daten proaktiv statt reaktiv zu nutzen. Hier liegt viel Potential brach, denn Daten können Einsparungspotential, Trends im Verhalten von Reisenden und Buchungen außerhalb der Firmenreiserichtlinie aufzeigen.

www.bcdtravel.de



REISEACCESSOIRES

Auf in den Sommer mit Fahrradtasche Sam

Wie transportiere ich die wichtigen und empfindlichen Jobutensilien sicher, sauber und dabei auf stylische und nachhaltige Art? Fahrradtasche Sam von Feuerwear kann all das und mehr: Der einzigartige Materialmix aus gebrauchtem Feuerwehrschauch, PVC-Plane und Gewebe aus recycelten PET-Flaschen macht Sam zum äußerst robusten und zugleich absolut außergewöhnlichen Begleiter. Die besonderen Materialien machen Sam dabei nicht nur äußerst robust und nachhaltig, durch sein Rolltop-Fach gewinnt Sam bei Bedarf gerade in der Höhe an Stauraum dazu. Der teilbare Reißverschluss ermöglicht das Öffnen der Tasche auf kompletter Breite, sodass auch große Gegenstände bequem verstaut werden können.

Für schützenswerte Dinge wie iPad oder 13-Zoll-Laptop steht innen an der verstärkten Rückseite ein offenes Fach bereit. Zusätzlich ist ein geräumiges Innenfach mit Reißverschluss für Smartphone sowie Ladekabel eingenäht. Fahrradtasche Sam ist in den Schlauchfarben Rot, Weiß und Schwarz erhältlich. Sam ist im Feuerwear-Online-Shop sowie im Einzelhandel für 198 Euro erhältlich.

www.feuerwear.de



© Feuerwear



Zwischen Struktur und Chaos

➤ **ADHS IN DER ASSISTENZ** Die Rolle der Assistenz erfordert ein hohes Maß an Organisationsfähigkeit, Flexibilität und vorausschauendem Denken. Deshalb kann die Diagnose ADHS mit den zugehörigen Symptomen eine Herausforderung sein. Inklusive praxisnaher Tipps für den Alltag.

Die Aufmerksamkeitsdefizit-Hyperaktivitätsstörung, kurz ADHS, ist eine neurologische Besonderheit. Sie zeichnet sich zum Beispiel durch Impulsivität und Schwierigkeiten bei der Fokussierung aus. Laut einer Studie des Robert Koch-Instituts sind schätzungsweise 4,7 Prozent der Erwachsenen in Deutschland von ADHS betroffen. Mehr als jeder Vierte (28 Prozent) hat Schwierigkeiten, sich zu konzentrieren; jeder Fünfte (20 Prozent) benötigt länger, um eine Aufgabe zu erledigen und beinahe jeder Sechste (15 Prozent) berichtet davon, Schwierigkeiten beim Denken, Planen und Treffen

von Entscheidungen zu haben. Eine Umfrage des Instituts Qualtrics zeigt, wie sehr Symptome, wie sie für ADHS typisch sind, seit der Covid-19-Pandemie zugenommen haben. Die Zunahme führen Fachleute auf die veränderten Arbeits- und Lebensbedingungen während der Pandemie zurück wie den Wechsel ins Homeoffice, die Isolation und die ständigen Unterbrechungen des regulären Alltags. Auch in Assistenzberufen, wo präzises Arbeiten, Multitasking und ein hohes Maß an Struktur gefordert sind, kann die Diagnose eine Herausforderung sein.

Von Betroffenen lernen

Während viele Assistenzen mit ADHS ihre kreativen Stärken und Anpassungsfähigkeit gut nutzen können, bringen typische Symptome wie Vergesslichkeit, Zeitblindheit und Reizüberflutung Herausforderungen mit sich. Chris Sorg ist Gründer des ADHD Growth Lab und ehemaliger Chief of Staff. Er hilft Menschen dabei, ein Business und Leben aufzubauen, das zu ihnen passt, damit sie sich ihre Zeit zurückkaufen können. Chris Sorg bekam seine erste Diagnose im Alter von 10 Jahren, allerdings mit der Bemerkung, dass ADHS eine „Kinderkrankheit“ sei, die mit dem Erwachsenwerden verschwinde. Also dachte er, es sei einfach normal, dass sein Kopf nie stillsteht. Die zweite Diagnose kam mit 30. „Ich wusste endlich, gegen was ich antreten muss. Nach Jahren voller Schmerz und Rückschlägen gab es keine Ausreden mehr, nur noch die Möglichkeit, mein Leben aktiv zu verändern. Diese Klarheit war eine Erleichterung und der Startschuss für eine tiefgreifende Transformation.“

Bei Lauren Bradley, Gründerin von The Officials und erfahrene Assistenz, war ihre Diagnose keine Überraschung. Auch ihr Vater wurde mit ADHS diagnostiziert. Lauren Bradley hatte jedoch kein Modell dafür, wie ADHS bei Frauen aussehen könnte. „Die Diagnose selbst half mir, eine Menge Schuld-



Ressourcen für ADHS-Betroffene

- **Podcast-Tipp:** „ADHS: Kein Grund zur Panik!“
- **Planer Apps:** Notion/Trello/MS To Do
- **Forest App:** Fokus durch Belohnungssysteme
- **Chris Sorg:** <https://adhdgrowthlab.com/>
- **Lauren Bradley:** <https://jointheofficials.com/>

gefühle loszuwerden, die ich hatte, weil ich Projekte nicht immer nach den hohen Maßstäben abschloss, die ich an mich selbst stellte“, erzählt sie. „Ich erkannte, dass meine 80 Prozent in Wirklichkeit meine 100 Prozent waren.“

Den Assistenz-Alltag mit ADHS gestalten

Chris Sorg strukturiert seinen Tag basierend auf seiner Energie nicht nach klassischen Arbeitszeiten. Er matcht Aufgaben mit seinen Hochphasen und nutzt Technologie, Automatisie-

meinofficeplus

Dein Portal für professionelles Office-Management

Trends, Impulse und Praxistipps -
genau auf dich zugeschnitten

Jetzt kostenlos testen!

www.meinofficeplus.de



rung und Delegation, um sich den Alltag so zu gestalten, dass er möglichst viel von dem tut, was ihm guttut. „Wichtig ist auch, ADHS wirklich zu verstehen, die eigene Kondition zu kennen, ist ein echter Gamechanger“, sagt Chris. „Und: Nicht jede Lösung muss kompliziert sein. Oft sind es die einfachen Dinge, die den größten Effekt haben wie z. B. bewusste Bewegung, Ernährung oder positive Selbstgespräche. Genau diese Basics bringen oft eine unglaubliche Verbesserung.“

Ein effektives Termin- und Meeting-Management ist besonders wichtig für Assistenzen. Besprechungen sollten idealerweise mit einem klaren Ablauf vorbereitet werden. Eigene Notizen helfen dabei, den roten Faden nicht zu verlieren und sich besser zu strukturieren. Zusätzlich sind Erinnerungs-Apps wie Microsoft To Do mit mehreren Alarmen hilfreiche Werkzeuge, um keine Termine zu verpassen und Aufgaben rechtzeitig anzugehen.

Beim Umgang mit plötzlichen Anfragen ist es ratsam, nicht sofort zu reagieren, sondern sich bewusst eine kurze Denkpause zu nehmen – etwa mit dem Satz: „Ich kümmere mich gleich

9 Strategien für mehr Struktur und Fokus: Zeitmanagement & Aufgabepriorisierung



- **Body-Doubling:** Produktivitätsstrategie, bei der man in Anwesenheit einer anderen Person arbeitet.
- **Getting-Things-Done-Methode (GTD):** Aufgaben in kleine, machbare Schritte herunterbrechen.
- **Eisenhower-Prinzip:** Wichtige von unwichtigen Aufgaben trennen und priorisieren.

Reizreduktion & Fokus steigern

- **Noise-Cancelling-Kopfhörer** oder Hintergrundmusik für eine ruhigere Arbeitsatmosphäre.
- **Digitale Ablenkungen minimieren:** Push-Benachrichtigungen ausschalten, Fokus-Apps nutzen.
- **Strukturierte To-do-Listen und Erinnerungen:** Physische Checklisten oder digitale Tools helfen.

Selbstorganisation & Routinen

- **„Morning-Reset“:** Den Tag mit einem festen Ritual starten (z. B. Tagesplanung, E-Mails checken, Prioritäten setzen).
- **Fixe Zeitfenster** für bestimmte Tätigkeiten (z. B. 10 bis 11 Uhr für E-Mails, 14 bis 15 Uhr für administrative Aufgaben).
- **Arbeitsumgebung anpassen:** Klare Ablagen für Dokumente, ein strukturierter Schreibtisch und digitale Ordner helfen, Chaos zu reduzieren.



Zum Weiterlesen

ADHS einfach erklärt –

Infos, Tipps und Tricks für mehr Lebensqualität, von Edward M. Hallowell, DK Verlag, 224 Seiten, 19,95 Euro

darum, gib mir bitte eine Minute.“ Diese kurze Unterbrechung kann helfen, die Anfrage einzuordnen und in den Arbeitsablauf zu integrieren. Wann immer möglich, sollten Anfragen schriftlich gestellt oder dokumentiert werden, um den Überblick zu behalten und Prioritäten besser setzen zu können.

Auch Selbstfürsorge darf nicht zu kurz kommen: Regelmäßige Pausen sind essenziell, um Überforderung vorzubeugen und neue Energie zu tanken. Bewegung kann helfen, den Kopf freizubekommen und den Fokus zurückzugewinnen. Nicht zuletzt ist es wichtig, ADHS als Teil der eigenen Arbeitsweise anzuerkennen. Wer mit einer gewissen Portion Akzeptanz und Humor an die Sache herangeht, kann viele Herausforderungen leichter nehmen und seinen Arbeitsalltag erfolgreicher gestalten.

„Es klingt wie ein Klischee, aber es ist sehr hilfreich, Aufgaben in einfache Schritte zu zerlegen. Ich überwinde die Aufgabenlähmung, indem ich mir sage, dass ich nur 10 Prozent schaffen muss, aber wenn die 10 Prozent geschafft sind, möchte ich weitermachen und die Aufgabe beenden. Ich verwende auch wie verrückt Post-It-Zettel, die überall herumliegen, weil ich oft visuelle Erinnerungen brauche“, sagt Lauren Bradley. Alle Uhren in ihrem Haus gehen zudem mindestens 10 Minuten vor. Sie verwendet das Tool Notion, um ihr Leben zu organisieren und all das Wissen zu speichern, von dem sie befürchtet, dass sie es vergessen könnte. „Es ist mein berufliches und privates Lebens-Dashboard, das wie ein zweites Gehirn funktioniert.“

ADHS erfolgreich managen

Assistenzen mit ADHS stehen vor einzigartigen Herausforderungen, doch mit den passenden Strategien und Selbstorganisations-Techniken lässt sich der Alltag nicht nur bewältigen, sondern auch optimal gestalten. Durch den gezielten Einsatz von Stärken wie Kreativität, Anpassungsfähigkeit und Empathie sowie wissenschaftlich fundierten Methoden für Struktur und Fokus können sie eine wertvolle Unterstützung in jedem Unternehmen sein.

DIANA BRANDL, AUTORIN UND TRAINERIN



BAYERISCHE RHÖN

Gesund tagen im Bäderland

Die fünf Kurorte und Staatsbäder im Bäderland Bayerische Rhön bieten unter dem Motto „Gesund tagen“ professionelle Business-Arrangements für Veranstaltungen jeder Größenordnung. Das Ambiente der Tagungsräumlichkeiten in Bad Bocklet, Bad Brückenau, Bad Kissingen, Bad Königshofen und Bad Neustadt reicht von historisch bis modern und sorgt für eine inspirierende Arbeitsatmosphäre. Die beeindruckenden Prachtbauten der Bäder und Grandhotels bieten für geschäftliche Treffen eine moderne Tagungsausstattung. Nach getaner Arbeit lockt ein gesundheitsförderndes Rahmenprogramm mit Wellness, Kultur, Sport oder Naturerlebnis.

© Bayer. Staatsbad Bad Brückenau



Thomas Beck, Sprecher des Bäderlandes Bayerische Rhön, weiß aus eigener Erfahrung als Kurdirektor von Bad Bocklet, dass Treffen in entspannter Atmosphäre, wie es das Bäderland bietet, sehr geschätzt werden. „Gerade in unserer herausfordernden Zeit sind Meetings oder Tagungen in ruhiger Umgebung – ohne Lärm und Hektik der Großstadt – besonders effektiv und nachhaltig. Beim Blick in den blühenden Kurpark, auf sprudelnde Springbrunnen oder die einzigartige Natur fließen die Ideen fast von allein.“

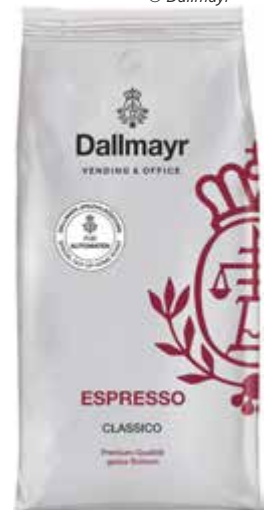
www.baerland-bayerische-rhoen.de

KAFFEEGENUSS

Neues Verpackungsdesign

Die Kaffeemarke Dallmayr startet mit einem umfassenden Redesign seiner Vending & Office Packungen. Während das Sortiment, bewährte Rezepturen und die vertrauten Namen der Produkte von Dallmayr unverändert bleiben, erhalten sämtliche Sorten aus den verschiedenen Kategorien ein vollständig überarbeitetes Verpackungsdesign. Die neuen Folien bestechen durch unverwechselbare Gestaltungselemente, wie die bekannte Dallmayr-Krone, welche die Vielfalt und Qualität unseres Kaffees auf den ersten Blick unterstreichen. Die Grundfarben der Füllprodukte-Verpackungen sind jetzt vollflächig und in einem sorgfältig ausgewählten Farbsortiment gestaltet, das für Klarheit, Wiedererkennung und eine moderne Ästhetik sorgt. Jede Produktkategorie erhält dabei ihre eigene, unverkennbare Farbwelt: Das Topping erscheint in einem hellen, frischen Blau, das die Leichtigkeit des Milchschaums widerspiegelt, der Zitronentee strahlt in lebendigem Gelb, das den frischen Geschmack symbolisiert und der Cappuccino überzeugt mit einem warmen Beigeton, der die cremige Struktur des Kaffees unterstreicht.

www.dallmayr.de



© Dallmayr

TESTBERICHT VON AKTION MENSCH UND GOOGLE

Ein Drittel der Onlineshops ist nicht barrierefrei

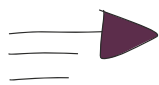
Kurz vor Inkrafttreten des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes am 28. Juni 2025 haben die Aktion Mensch, Google und die Stiftung Pfennigparade die 65 meistbesuchten Shopping-Portale in Deutschland erneut auf wesentliche Aspekte digitaler Barrierefreiheit getestet. Das alarmierende Ergebnis: Von den 65 geprüften Websites sind lediglich 20 über die Tastatur – und damit ohne Maus – bedienbar. Für viele Menschen mit Behinderung ist die Tastaturbedienbarkeit eine grundlegende Voraussetzung für den barrierefreien Zugang. Besonders ernüchternd ist dieses Ergebnis mit Blick auf das Inkrafttreten des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes am 28. Juni, das Webseitenbetreibende zur Barrierefreiheit ihrer digitalen Angebote verpflichtet. Die Tests wurden von geschulten Testrinnen und Testern mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen durchgeführt. Häufige Hürden: Fehlende Kontraste, unlogischer Seitenaufbau und störende Banner.

www.aktion-mensch.de



© Tina/AdobeStock

Es darf leicht sein



SELBSTFÜHRUNG ENTWICKELN Sie ist nicht nur Voraussetzung für Widerstandsfähigkeit und mentale Gesundheit, sondern hilft uns auch, wenn im Alltag der rote Faden fehlt. Doch wie schützt uns Selbstführung vor Überforderung, und wie können wir sie lernen? Fachleute geben Tipps.

Wer im Alltag nicht untergehen will, braucht einen inneren Kompass. „Selbstführung bedeutet genau das: sich selbst zu steuern statt gesteuert zu werden“, erklärt Ivan Blatter, Zeitmanagementcoach und Trainer. „Es geht darum, die eigenen Ziele zu kennen, Prioritäten zu setzen und Verantwortung für das eigene Denken und Handeln zu übernehmen.“ Dazu gehört dem Coach zufolge auch, mit der eigenen Energie sorgsam umzugehen und klare Entscheidungen zu treffen. Denn wenn alles zu viel wird, sei oft nicht die Menge das Problem, sondern der fehlende Fokus. Und genau hier setzt Selbstführung an, so Blatter. Sie helfe, Struktur in die Gedanken zu bringen, den Kalender zu entlasten und das Wesentliche vom Unwesentlichen zu trennen. Denn wer sich selbst führt, erkennt früher, wann es zu viel wird, kann klare Grenzen setzen und bewusst Prioritäten verschieben. „Selbstführung stärkt das Vertrauen in die eigenen Entscheidungen und schafft einen bewussten Umgang mit Anforderungen“, erläutert Blatter, auf dessen Referenzliste Unternehmen wie Shell, Zalando, Siemens und Roche stehen. „Man könnte also sagen, dass Selbstführung in erster Linie Klarheit schafft: Was ist jetzt wirklich wichtig? Was kann warten? Und was lasse ich bewusst los?“ Auf diese Weise wird Selbstführung, auch Self Leadership genannt, zum Gegenmittel gegen Dauerstress, zur Grundlage gesunder Selbstverantwortung – alles Voraussetzungen für langfristige Leistungsfähigkeit, Zufriedenheit und innere Stabilität.



© Sabine Vogt



Wer sich traut, erste kleine Schritte auszuprobieren gewinnt nach und nach an Selbstwirksamkeit.

Ivan Blatter, Zeitmanagementcoach und Trainer

Eine Hilfe für uns selbst und andere

Wer sich selbst führt, kann auch andere besser unterstützen. „Gerade für Office Professionals ist das zentral“, erklärt Blatter. Sie jonglieren viele Aufgaben gleichzeitig, reagieren auf spontane Anfragen und halten vieles im Hintergrund am Laufen. Selbstführung helfe, nicht den roten Faden zu verlieren. Auch fördert sie dem Experten zufolge vorausschauendes

Denken, klare Kommunikation und souveränes Auftreten. Und sie verhindere, dass man sich ausschließlich für andere aufreißt. Denn wer sich selbst ernst nimmt, wird im Job klarer, präsenter und wirksamer. Das sei auch von außen spürbar und eine entscheidende Ressource.

Selbstführung ist keine angeborene Eigenschaft, sondern eine Fähigkeit, die sich entwickeln lässt. Aber wie? „Wer sich traut, erste kleine Schritte auszuprobieren – zum Beispiel mehr Eigenverantwortung zu übernehmen oder regelmäßiger zu reflektieren – gewinnt nach und nach an Selbstwirksamkeit“, erklärt Blatter. Genau dieses Gefühl, das eigene Leben aktiv zu gestalten, sei der entscheidende Schlüssel. Es geht nicht primär darum, sich noch besser zu organisieren, sondern sich selbst bewusster wahrzunehmen. „Selbstführung darf leicht sein“, so Blatter. Und sie beginnt mit einer einfachen Frage: Was will ich eigentlich bewirken? Wer sich diese Frage regelmäßig stelle, schaffe sich ein inneres Navigationssystem, das Orientierung gibt. Von dort aus lassen sich konkrete Werkzeuge einsetzen.

Wirksame Hebel für Office Professionals

Blatter nennt zwei wirkungsvolle Methoden im Office: Statt nur Aufgaben zu verwalten, hilft es, die eigene Arbeit über Rollen zu strukturieren: Welche Rolle nehme ich wann ein? Bin ich gerade Koordinatorin, Kommunikator, Vorausdenkerin oder Troubleshooter? Diese Klarheit helfe, Aufgaben besser einzuordnen, Zuständigkeiten zu sortieren und Überforderung zu vermeiden. Ein zweiter Hebel ist die tägliche Reflexion. Blatter zufolge helfen schon zwei Minuten am Abend mit einfachen Fragen, die Selbstwahrnehmung zu fördern: Was war heute gut? Was hat mich gestresst? Was will ich morgen anders machen? Kleine Routinen wie ein kurzes Morgenritual, um sich auf den Tag einzustimmen oder ein bewusst gesetzter Wochenfokus sind hilfreich. Es brauche keine komplizierten Tools, sondern mehr bewusste, regelmäßige Momente, um sich selbst besser zu verstehen, zu justieren und zu steuern. Blatters Fazit: „Das Schöne ist: Selbstführung wächst mit jedem Schritt, den man geht.“

KARIN PFEIFFER, JOURNALISTIN 

„Der Fokus auf Spaß schützt vor Energieräubern“

Psychologin Ingrid Gubser forscht zu Selbstführung und Achtsamkeit mit Fokus auf Stressreduktion, mentales Wohlbefinden und Burnout-Prophylaxe. Die Dozentin am psychologischen Institut der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften gibt Tipps für Selbstführungs-Strategien.

w@o: Worum geht es bei Selbstführung?

Ingrid Gubser: Bei Selbstführung oder Self Leadership geht es um die Fähigkeit, eigene Gedanken und das Verhalten zielgerichtet zu beeinflussen. Der selbstbeeinflussende Fokus liegt auf dem Was, Wie und Warum.

w@o: Was ist der Unterschied zum Selbstmanagement?

Ingrid Gubser: Bei Selbstmanagement wird das Was und Wie betont, also: Wie machen wir etwas und zu welcher Zeit? Bei Self Leadership kommt das Warum hinzu. Welche Motivation treibt mich an?

w@o: Warum ist es so wichtig, sich selbst zu führen?

Ingrid Gubser: Was für uns sinnstiftend ist und uns Spaß macht, schützt uns vor Dingen, die uns Energie rauben. Der hohe Selbstreflexionsgrad, der die Selbstführung beinhaltet, hilft uns auch, innezuhalten. Das wiederum hilft uns zu schauen, wie viele Ressourcen habe ich im Moment überhaupt.

w@o: Kann ich das lernen?

Ingrid Gubser: Ja, auf jeden Fall. Bei der verhaltensfokussierten Strategie lernen wir, uns selbst zu beobachten und gute Ziele zu setzen. Das sind nicht unbedingt die des Chefs, sondern solche, die für mich motivierend sind. Wichtig ist, dass wir



uns regelmäßig an unsere Ziele erinnern, um konsequent daran festzuhalten – und uns belohnen, wenn sie erreicht sind.

w@o: Zählt Belohnung auch als eine Strategie?

Ingrid Gubser: Bei der Selbstführung wird vor allem auf natürliche Belohnungsstrategien geachtet. Das bedeutet, man schaut sich seinen Alltag an und fragt sich: Welche Bereiche meines Lebens bereiten mir Freude, welche sind besonders sinnstiftend? Und wie verteilen sich diese Aspekte auf Arbeit und Privatleben? Was mache ich ungern, und wie kann ich sie ansprechender gestalten?

w@o: Wie sieht Strategie Nummer drei aus?

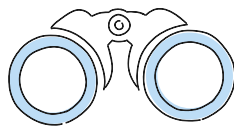
Ingrid Gubser: Dies ist die Strategie der konstruktiven Gedankenmuster. Hintergrund: Im Alltag haben wir bis zu 70.000 Gedanken, von denen nur wenige positiv sind, vor allem wenn wir mit uns selbst sprechen – etwa „Mensch, bin ich ein Depp!“ Dabei geht es um den oberflächlichen Selbstgesprächston und auch um tief verwurzelte Glaubenssätze wie „Alle finden, ich bin faul.“ Ziel ist nicht, das Negative zu ignorieren, sondern den Fokus bewusst aufs Positive zu lenken.

w@o: Haben Sie einen praktischen Tipp für uns?

Ingrid Gubser: Einfach, aber wirkungsvoll: Es ist wichtig sich selbst zu beobachten. Wann verhalte ich mich wie? Was gefällt mir? Was kann ich gut? Was an meinem ganzen Tag macht mir Spaß? Welche Tätigkeit ist sinnstiftend, welche nicht – und wie ist das verteilt? Und kann ich mehr von den sinnstiftenden Anteilen in meinen Alltag integrieren. Hilfreich ist zudem, mit sich selbst innerlich positiver zu sprechen.

Das Interview führte Karin Pfeiffer.





Beilagenhinweis

Dieser Ausgabe liegt eine Beilage der Firma Management Circle AG, Eschborn, bei.
Wir bitten unsere Leserinnen und Leser um Beachtung.

Create

Agiles Arbeiten:

Wir müssen im Alltag immer schneller auf Veränderungen reagieren – dabei helfen agile Arbeitsweisen und ein agiles Mindset. **working@office** erklärt, wie man sich beides aneignet und optimiert.



© Eva Almqvist/AdobeStock

DIE NÄCHSTE AUSGABE VON WORKING@OFFICE
ERSCHEINT AM 29. AUGUST 2025.

IMPRESSUM **working@office**

Magazin für professionelles Büromanagement
Ausgabe 07-08.2025, 26. Jahrgang

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Straße 2 – 4 / 53177 Bonn
Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau
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:
Kati Sprung, Stuhr

Redaktionelle Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Katja Beckmeyer, Diana Brandl, Corinna Döpfens, Yvonne Göpfert, Saskia Hagendorf, Anneke Jahns, Katharina Münk, Susanne Niemann, Karin Pfeiffer, Ellen Schmid, Anne M. Schüller, Kati Sprung, Dominique Woith, Kirsten Wolf, Kristina Wolter.
Korrektur: workformedia | Frankfurt am Main

Produktmanagement/Marketing: Ulrike Gehring, ug@vnr.de

Layout/Grafik: workformedia | Frankfurt am Main

Produktion:
Herstellung: Kevin Esser, Bonn
Herstellungsverantwortung: Sebastian Gerber, Bonn

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

Anzeigenendisposition: Melanie Schmitz, tel 0228 8205-6300, anzeigenendisposition@workingoffice.de

Anzeigenpreise: Es gilt die Preisliste Mediadaten Nr. 25, gültig ab 01.10.2023, www.workingoffice.de

Titelbild: © Gabi Mergeler

© vegefox.com/AdobeStock

Grow

Mein professionelles LinkedIn-In-Profil:

LinkedIn ist in Europa zur führenden Plattform und wichtigem Instrument für das eigene Netzwerk geworden. **working@office** zeigt wichtige Updates und Basics für Ihren professionellen Auftritt im Netz.



Learn

Terminkoordination, Teil 1:

Wir koordinieren täglich zig digitale und analoge Termine. Sind dabei Verfügbarkeiten nicht korrekt gepflegt, beginnt ein regelrechtes Mail-Ping-Pong, denn zu viele Tools sind im Einsatz. **working@office** erklärt, wie die Terminkoordination weniger Zeit frisst.



© robu s/AdobeStock

Abonnementspreise:

Preisgebundenes Jahresabo (inklusive Online-Premiumbereich): Inland: 199,80 Euro; Jahresvorzugspreis für Mitglieder des bSb (Bundesverband Sekretariat und Büromanagement e. V.) sowie Mitglieder von IMA Germany e. V.: 169,83 Euro. Alle Preise verstehen sich inkl. Porto- und Versandkosten. Jahresabonnement; Schweiz: CHF 315 zzgl. 23,10 CHF Porto- und Versandkosten. Änderungen vorbehalten. Zahlung erst nach Erhalt der Abo-Rechnung. 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. 08:00 – 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.

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

Ihre neue erste Anlaufstelle:

www.onlinebereich.workingoffice.de

MEINE AUSGABEN

Ausgabenarchiv durchstöbern:

Nutzen Sie wertvolle Informationen aus allen Ausgaben seit 2014.

ARBEITSHILFEN

Muster, Checklisten, Übersichten:

Arbeiten Sie effektiver und schneller mit unseren praktischen Vorlagen und Tools.

EXPERTEN

Sofort-Hilfe zu speziellen Fragen:

Unsere Experten antworten auf Ihre Fragen innerhalb von 24 Stunden.

VIDEOS

Quick-Tipps zum Ausprobieren:

Verfolgen Sie praktische Office-Hacks am Bildschirm und setzen Sie diese direkt um.

VERANSTALTUNGEN

Alle Termine auf einen Blick:

Ob Webinare, Kongresse oder Messen, hier finden Sie alle wichtigen Informationen.



Jetzt registrieren

→ www.onlinebereich.workingoffice.de/registrierung-kundennummer

Ihre 10-stellige Kundennummer finden Sie auf dem Adressticket auf Ihrer Ausgabe.

QR-Code scannen
und gleich kostenlos
registrieren:



working@office

Wir lieben
Office-Management.

