

OFFICE Guide

Für alle, die mitdenken,
mitlenken, mitwirken

Mit
18
neuen Text-
vorlagen

Ihre Themen im Überblick

- **E-Mails, Allgemeines**
Vom Anschriftenfeld bis zur Signatur: Details, die die Kommunikation per E-Mail erleichtern und angenehm machen
- **Kommunikation, positives Gesprächsklima**
3 Kommunikationstechniken, mit denen Sie Ihre Ziele leichter erreichen
- **Öffentlichkeitsarbeit, Presse**
Pressearbeit leicht gemacht: 9 beispielhafte E-Mails
- **Weihnachten, Grüße 2025**
9 Musterschreiben, die aus der Masse hervorstechen

Direkt aus dem Office-Alltag: Ihre Fragen, unsere Antworten

„Kompetenzgerangel der Chefs:
Wie verhalte ich mich?“

„Wie gehe ich mit
nachträglichen Änderungen
im Protokoll um?“

Ihr exklusiver Onlinebereich

Die Produkte der working@office Welt sind digital abrufbar unter www.onlinebereich.workingoffice.de.

Ob schnelle Hilfe, neue Impulse oder vertiefendes Know-how – im Onlinebereich finden Sie zahlreiche Formate und Inhalte, die Ihren Office-Alltag spürbar erleichtern:



- Spezialreporte
- digitale Ausgaben
- Events, Webinare & Videos
- Downloads
- Merklisten
- und vieles mehr ...

Noch nicht im Onlinebereich registriert?

1. Aktivierungs-mail prüfen

Nach Ihrer Bestellung haben Sie eine Aktivierungs-mail von uns erhalten.

2. Passwort festlegen

Klicken Sie auf den Link in der Mail und legen Sie Ihr persönliches Passwort fest.

Die Aktivierungs-mail ist nicht mehr auffindbar?

Kein Problem – hier können Sie eine neue Aktivierungs-mail anfordern: www.onlinebereich.workingoffice.de/neue-aktivierungs-mail-erhalten.

Sie haben Fragen?



E-Mail
kundenservice@workingoffice.de



Kundenservice
0228 9550160

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

sicherlich haben Sie auch schon Situationen erlebt, in denen bei einem Gespräch plötzlich die Stimmung kippte. Gerade noch verlief alles harmonisch, und nun scheint dicke Luft zu herrschen. Doch warum?

Manchmal reicht schon ein einziges Wort, um einen derartigen Stimmungsumschwung herbeizuführen: ein Wort, durch das Sie oder Ihr Gegenüber sich in irgendeiner Form auf den Schlipf getreten fühlen. Denn schon ein einzelnes – und oft unbedacht gewähltes – Wort kann provozieren, verletzen, angreifen und vieles mehr. Denn Wörter haben eine enorme Macht beziehungsweise „Gewalt“ – und daher mitunter eine verheerende Wirkung.

Im Umkehrschluss können Sie mit Ihrer Wortwahl aber auch ebenso leicht einen positiven Effekt erzielen. Und genau hier setzt unter anderem die sogenannte „Gewaltfreie Kommunikation“ (GfK) an.

Das Konzept der GfK entwickelte der US-amerikanische Psychologe Marshall B. Rosenberg, der sich intensiv mit der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung in den frühen 1960er-Jahren beschäftigte. Mit seiner Arbeit half er dabei, die Rassentrennung an amerikanischen Schulen und Institutionen auf friedvolle Weise abzuschaffen.

Aber nicht nur im politischen Bereich, auch in Ihrem beruflichen und privaten Alltag kann Ihnen die GfK sehr hilfreich sein und dazu beitragen, Konflikte friedlich zu lösen oder erst gar nicht entstehen zu lassen.

Wie die GfK funktioniert, lesen Sie im Beitrag K 673. Sie werden überrascht sein, wie schnell man doch in die „Kommunikationsfalle“ tappen kann und wie leicht es ist, durch kleine Änderungen an der Formulierung für ein positives Gesprächsklima zu sorgen. In diesem Sinne: auf gute und harmonische Gespräche!

Es grüßt Sie herzlich

Alexandra Sievers



Alexandra Sievers

Redaktionelle
Leitung des
Office Guide

Kommunikationstipps – Inhalt

BEITRAG EINLEGEN

REGISTER

NEUE SEITEN

Kommunikationstipps KW 47/2025

Tipps

K-Tipps

Direkt aus dem Office-Alltag:

Ihre Fragen, unsere Antworten

„Kompetenzgerangel der Chefs: Wie verhalte ich mich?“

Tipps 1 – 3

„Wie mache ich deutlich, dass meine korrekte Anrede ‚Herr‘ lautet?“

Tipps 3 – 4

„Wie gehe ich mit nachträglichen Änderungen im Protokoll um?“

Tipps 4 – 5

DIN 5008

Was Sie beim „Postscriptum“ beachten sollten

Tipps 6

Zeitgemäße Korrespondenz

Weihnachtsgrüße: Wertschätzung und Motivation zum Jahreswechsel

Tipps 7 – 9

Selbstmanagement

Warum Sie mehrfach profitieren, wenn Sie am Schreibtisch aufrecht sitzen

Tipps 9 – 11

Zusammenarbeit

Warum Nehmen bisweilen seliger ist als Geben: der Benjamin-Franklin-Effekt

Tipps 11 – 13

New Work – New Words

Growth und Fixed Mindset

Tipps 13

Digitaler Tipp

Vom Suchen und Finden: Digitaler Datenputz

Tipps 13 – 16

Heften Sie die aktuellen Kommunikationstipps obenauf ab – so finden Sie die neuesten Tipps direkt als Erstes.

E-Mails, Allgemeines

Vom Anschriftenfeld bis zur Signatur: Details, die die Kommunikation per E-Mail erleichtern und angenehm machen

DEF

E 550/1 – 10

Kommunikation, positives Gesprächsklima

3 Kommunikationstechniken, mit denen Sie Ihre Ziele leichter erreichen

JKL

K 673/1 – 16

Öffentlichkeitsarbeit, Presse

Pressearbeit leicht gemacht: 9 beispielhafte E-Mails

MNO

O 350/1 – 10

Weihnachten, Grüße 2025

9 Musterschreiben, die aus der Masse hervorstechen

VWX

W 275/1 – 10

Direkt aus dem Office-Alltag: Ihre Fragen, unsere Antworten

? „Kompetenzgerangel der Chefs: Wie verhalte ich mich?“

Seit gut drei Monaten führe ich das Sekretariat für zwei Chefs. Es läuft soweit alles gut, nur das Kompetenzgerangel der beiden wird für mich immer mehr zur Belastung. Wenn mir mein „alter“ Chef eine Aufgabe gibt, erwartet er, dass ich diese vorrangig bearbeite, weil er es so gewohnt ist – und mein neuer Chef erhebt den gleichen Anspruch. Ich kann die Aufgaben der beiden aber nun mal nicht gleichzeitig erledigen. Die Situation stresst mich sehr, denn ich möchte es beiden recht machen. Was soll ich tun?

anonym

! **Mein Rat: Legen Sie gemeinsam die Prioritäten fest**

von: Alexandra Sievers

Ich kann den Druck, der auf Ihnen lastet, sehr gut nachvollziehen. Es muss Sie zwangsläufig überfordern, wenn Ihre beiden Führungskräfte Anspruch auf eine bevorzugte Behandlung stellen, denn wie heißt es doch so treffend: „Einem jeden Menschen recht getan, ist eine Kunst, die niemand kann.“

Versuchen Sie deshalb nicht, das Unmögliche möglich zu machen, denn das führt nur dazu, dass Sie sich überlasten. Letztendlich leidet unter dem Stress, den Sie sich machen, dann nicht nur Ihre Gesundheit, sondern auch die Qualität Ihrer Arbeit.

Wie sollen Sie sich auf eine Aufgabe konzentrieren, wenn sich Ihre Gedanken darum drehen, ob Sie nicht vielleicht doch die andere Aufgabe zuerst hätten anpacken sollen? Hinzu kommt die Gewissheit, dass trotz all Ihrer

Anstrengung einer Ihrer beiden Chefs immer unzufrieden sein wird. Das ist so frustrierend, dass Ihre Arbeitsmotivation irgendwann gegen null geht.

Bitten Sie um ein Gespräch zu dritt

Bitten Sie Ihre beiden Führungskräfte so bald wie möglich um ein Gespräch zu dritt.

- Schildern Sie in diesem Gespräch, in welcher Zwickmühle Sie stecken.
- Legen Sie dar, dass es Ihnen wichtig ist, dass beide Chefs mit Ihrer Arbeit zufrieden sind, dass Sie bei manchen Aufgaben aber nicht wissen, in welcher Reihenfolge Sie die Arbeitsaufträge bearbeiten sollen, weil beide Führungskräfte ihr Anliegen als dringend bezeichnen.
- Fügen Sie hinzu, dass Sie die Entscheidung, was Vorrang hat, nicht selbst treffen können, und geben Sie damit die Verantwortung an Ihre Chefs ab.
- Schlagen Sie vor, gemeinsam eine Prioritätenregelung zu treffen, an der Sie sich ab sofort orientieren können.
- Betonen Sie, dass es für beide Chefs von Vorteil ist, wenn Sie dank einer klaren Prioritätenzuordnung noch effizienter arbeiten können.

Zeigen Sie sich lösungsorientiert

- Versuchen Sie, das Gespräch möglichst sachlich zu führen, also weder emotional noch vorwurfsvoll – auch wenn Ihnen das schwerfallen mag.
- Thematisieren Sie nicht, dass Ihre beiden Chefs etwas falsch machen, obwohl das zweifelsohne den Tatsachen entspricht. Mit Schuldzuweisungen würden Sie die zwei nur gegen sich aufbringen und auch noch persönlich in den Konflikt der Kompetenz-Streithähne involviert sein. Dabei ist es doch Ihr Ziel, dass Sie da herausgehalten werden.
- Legen Sie den Fokus deshalb darauf, dass Sie beide Chefs so gut wie möglich entlasten und es richtig machen wollen.

Beginnen Sie das Gespräch zum Beispiel so: „Ich arbeite nun seit gut drei Monaten für Sie beide und hoffe, dass Sie mit meiner Arbeit zufrieden sind. In einem Punkt könnte ich Sie womöglich noch effizienter entlasten. Mir ist nämlich aufgefallen, dass Sie mir hin und wieder beide gleichzeitig Aufgaben mit höchster Priorität geben. Ich bin dann unsicher, welche ich zuerst erledigen soll. Das würde ich gerne mit Ihnen klären ...“

Ein solcher Einstieg ist lösungsorientiert, professionell und souverän. Ihre beiden Führungskräfte können dann gar nicht anders, als Sie auf der Sachebene bei der Lösungsfindung zu unterstützen.

? „Wie mache ich deutlich, dass meine korrekte Anrede ‚Herr‘ lautet?“

Mein Vorname ist Kim, und da das sowohl ein weiblicher als auch ein männlicher Vorname sein kann, werde ich häufig fälschlicherweise mit „Frau ...“ angeschrieben. Nun ist es in unserem Unternehmen nicht üblich, unter den Namen die Pronomen zu setzen, und auch die Positionsbezeichnungen sind geschlechtsneutral – in meinem Fall „Assistenz Marketing“. Wie kann ich auf mein Geschlecht hinweisen, ohne diese Regeln zu brechen? Und ist es in Ordnung, wenn ich in meinem Antwortschreiben darauf hinweise, dass die Anrede falsch war?

Kim L., Neuss

! Meine Empfehlung: Nutzen Sie diese Formulierungen

von: Alexandra Sievers

Es ist nicht nur in Ordnung, wenn Sie auf die korrekte Anrede hinweisen, sondern sogar erforderlich. Stellen Sie sich vor, Sie telefonieren nach ein paar Schriftwechseln mit der betreffenden Person oder treffen sich persönlich: Es wäre für Ihr Gegenüber sehr peinlich, erst dann festzustellen, dass sie oder er Sie wiederholt mit der falschen Anrede angeschrieben hat.

Stellen Sie den Hinweis jedoch nicht an den Anfang Ihres Antwortschreibens, sondern an den Schluss. Schreiben Sie zum Beispiel:

„Noch ein kleiner Hinweis: Da Kim sowohl ein weiblicher als auch ein männlicher Vorname ist, kommt es häufig vor, dass ich mit ‚Frau‘ angesprochen werde. In meinem Fall ist jedoch ‚Herr‘ richtig. Aber das konnten Sie nicht wissen.“

Um in Ihren Schreiben auf Ihr Geschlecht hinzuweisen, ohne die Unternehmensregelungen zu brechen, können Sie Formulierungen verwenden wie zum Beispiel:

- *Sie haben Fragen? Ich bin gerne Ihr Ansprechpartner.*
- *Für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an mich als Ihren Ansprechpartner.*
- *Ich freue mich auf Ihr Angebot und bin gerne Ihr Ansprechpartner, falls Sie noch mehr Details benötigen.*

Versuchen Sie, den Hinweis geschickt im Text unterzubringen. Das schließt eine falsche Anrede zwar nicht aus, reduziert aber deren Häufigkeit.

? „Wie gehe ich mit nachträglichen Änderungen im Protokoll um?“

Bei Besprechungen führe ich oft das Protokoll und schicke den Entwurf dann an die Teilnehmenden, damit sie mir ihre Änderungs- und Ergänzungswünsche nennen. Mein Problem: Nachdem ich alles eingearbeitet habe, kommen zum eigentlich endgültigen Protokoll fast immer noch weitere Änderungswünsche. Wie soll ich damit verfahren? Soll ich diese Änderungen als Protokollergänzung beziehungsweise Anmerkung dem bestehenden Protokoll beifügen oder soll ich das Protokoll neu schreiben? Gibt es dazu eine verbindliche, offizielle Regelung?

Manfred N., Kühnsheim

! **Mein Rat: Setzen Sie einen Schlusstermin – und nehmen Sie danach keine Änderungen mehr an**

von: *Dunja Schenk*

Eine offizielle Empfehlung gibt es meines Wissens nicht. Mein Tipp: Setzen Sie einen Termin für den letzten Änderungswunsch. Warten Sie bis zu diesem Termin die Rückmeldungen der einzelnen Teilnehmenden ab.

Sofern der Kreis der Teilnehmenden nicht zu groß ist, können Sie kurz vor dem Termin an die Personen, von denen noch keine Rückmeldung eingegangen ist, eine Erinnerung schicken.

Sobald der Termin verstrichen ist, finalisieren Sie das Protokoll und nehmen keine weiteren Änderungen mehr an.

Orientieren Sie sich am Kreis der Teilnehmenden

Bedenken Sie aber bitte auch, dass es darauf ankommt, wer an dem Meeting teilgenommen hat. Beim Protokoll eines Teammeetings können Sie strikter darauf beharren, dass nach der von Ihnen gesetzten Deadline keine Änderungen mehr möglich sind, als beispielsweise bei einem Protokoll einer Gesellschafterversammlung oder eines Meetings mit einem VIP-Geschäftskontakt. Bei solchen Protokollen sollten Sie sich flexibler zeigen und auf die weiteren Änderungswünsche eingehen.

Versenden Sie Änderungen als Ergänzung

An Ihrer Stelle würde ich das Protokoll dann aber nicht neu schreiben, sondern die Änderungen als Ergänzung oder Anmerkung hinterhersenden und das entsprechende Dokument auch so bezeichnen, also zum Beispiel „Ergänzung/Änderung zum Protokoll vom ... (Datum)“.

Das kostet Sie nicht nur weniger Zeit, als wenn Sie das „eigentlich endgültige“ Protokoll noch einmal überarbeiten, Sie ersparen es den Empfängerinnen und Empfängern auch, die neue und die alte Fassung mühsam zu vergleichen, um die Änderungen zu erkennen.



DIN 5008

Was Sie beim „Postscriptum“ beachten sollten

von: Redaktionsteam

Das Postskriptum oder Post Scriptum stammt aus einer Zeit, in der Briefe noch handschriftlich verfasst oder mit der Schreibmaschine getippt wurden. Es hatte den Vorteil, dass ein Brief nicht noch einmal geschrieben werden musste, wenn ein wichtiger Teil vergessen worden war. Er wurde einfach an das Ende des Briefs angehängt, eingeleitet durch „PS:“ – das ist laut den Empfehlungen der DIN 5008 auch heute noch die einzig korrekte Schreibweise für das Postskriptum.

Selbst wenn das Postskriptum dank der modernen Textverarbeitung keinen Sinn mehr ergibt, da Änderungen und Ergänzungen leicht vorzunehmen sind, können Sie es in Ihren Briefen als rhetorisches Element einsetzen, denn diese Passage erhält viel Aufmerksamkeit; zum Beispiel:

- *PS: Unser Frühbucher-Angebot gilt nur bis zum 27. November.*
- *PS: Denken Sie daran: Anmeldeschluss ist bereits am 3. Dezember.*
- *PS: Über den QR-Code gelangen Sie zu unserem aktuellen Katalog.*

Nach der aktuellen DIN 5008 sollte das Postskriptum mit mindestens einer Zeile Abstand zum Ende des Briefs geschrieben werden. Verwenden Sie in einem Brief jeweils nur ein „PS:“. Durch Mehrfachverwendungen wie „PPS:“ – zweites Postskriptum –, „PPPS:“ für drittes Postskriptum verpufft die Wirkung als rhetorisches Mittel.

„PS“ in E-Mails?

Die Erfahrung hat gezeigt: Viele nehmen alles, was nach dem Namen oder der Signatur folgt, als potenziellen Disclaimer wahr, den sie nicht weiter beachten. In E-Mails ein „PS:“ zu setzen, funktioniert also nicht gut, da es dort leicht überlesen wird.



Zeitgemäße Korrespondenz

Weihnachtsgrüße: Wertschätzung und Motivation zum Jahreswechsel

von: Redaktionsteam

Wenn das Jahr sich seinem Ende zuneigt, herrscht in vielen Unternehmen Hochbetrieb: Projekte sollen noch vor dem Jahreswechsel abgeschlossen und Planungen für das kommende Jahr erstellt werden. Es gibt an allen Ecken und Enden viel zu tun, sodass die Mitarbeitenden noch einmal so richtig Gas geben müssen, bevor sie über die Weihnachtsfeiertage ein wenig zur Ruhe kommen und neue Kraft tanken können.

In dieser Phase, in der Stress und Hektik allgegenwärtig sind, tut ein herzliches Dankeschön besonders gut – und es lässt sich wunderbar in die Weihnachtsgrüße an die Mitarbeitenden, aber auch an die Kundschaft und externe Geschäftskontakte verpacken. Damit erzielen Sie gleich einen doppelten Effekt, denn wer sich auf diese Weise für seine Leistung und seinen Einsatz anerkannt weiß, ist nicht nur für den Jahresendspurt motivierter, sondern auch für die Zusammenarbeit im neuen Jahr.

Je persönlicher, desto besser

Natürlich können Sie die Weihnachtsgrüße an die Mitarbeitenden so formulieren, dass sie die gesamte Belegschaft oder eine komplette Abteilung ansprechen. Einen noch größeren Effekt erzielen Sie jedoch, wenn Sie alle Mitarbeitenden einzeln namentlich anschreiben. Die größte Wirkung erzielen weihnachtliche Schreiben allerdings, wenn sie individuell auf die jeweilige Person zugeschnitten sind.

Hinweis: Lassen Sie sich von unseren Musterschreiben im Beitrag W 275 inspirieren, wie Sie die Varianten so umsetzen können, dass Ihre Weihnachtsgrüße gerne gelesen werden und Freude bereiten.

Falls Sie für die Mitarbeitenden eine Sammelanrede verwenden, schreiben Sie nach Möglichkeit „*Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen*“ oder „*Liebes ... (Unternehmen)-Team*“. Die Anrede „*Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*“ klingt hierarchisch und distanziert – dabei soll Ihr Schreiben doch Verbundenheit ausdrücken.

Für Ihre Weihnachtsgrüße an Geschäftskontakte und Kundschaft ist die namentliche Anrede nahezu Pflicht. Wenn Ihr Schreiben mit „*Liebe Kundinnen und Kunden*“ oder „*Liebe Geschäftspartnerinnen und -partner*“ startet, verliert es als erkennbare Massensendung seinen Wert – ganz gleich, wie viel Mühe Sie sich mit dem weiteren Text geben.

Wählen Sie einen Betreff, der zum Lesen anregt

Damit Ihre Weihnachtsgrüße unter der Vielzahl der E-Mails, die in den Postfächern landen, zu denen gehören, die aufmerksam gelesen werden, ist ein ansprechender Betreff wichtig. Hier einige Vorschläge:

- *Grüße und Dank zum Jahresende*
- *Grüße und Wünsche zum Jahresendspurt*
- *Jahresabschluss-Applaus*
- *Was wir Ihnen vor Weihnachten noch sagen wollten*
- *Ein ganzer Sack voll guter Weihnachtswünsche*

Denken Sie daran: Nicht alle feiern Weihnachten!

Weihnachten feiern oder nicht – das ist im wahrsten Sinne des Wortes eine Glaubensfrage. Verschicken Sie Ihre „typischen“ Weihnachtsgrüße auch an Menschen, für die Weihnachten nicht von Bedeutung ist, wirkt das schnell gedankenlos und unprofessionell.

Doch auch wer das christliche Fest nicht zelebriert, hat für seine Bemühungen, seine Treue zu Ihrem Unternehmen oder die gute Zusammenarbeit ein Dankeschön verdient. Und das darf durchaus auch ein wenig von der

besinnlichen Stimmung getragen sein, die die Vorweihnachtszeit für uns ausmacht. Vermeiden Sie in diesen Schreiben jedoch jeden christlichen Bezug.

Formulieren Sie positiv

Die Zeit kurz vor dem Jahreswechsel steht im Zeichen der Reflexion und Rückschau. Heben Sie bei Ihren Weihnachtsgrüßen jedoch immer die positiven Aspekte hervor, auch wenn das Jahr vielleicht nicht so berauschend war.

Die weihnachtlichen Dankeschreiben sind nicht dazu da, um mit dem Schicksal zu hadern, sondern um optimistisch in die Zukunft zu schauen. Geben Sie einen positiven Ausblick, um die Angeschriebenen zur weiterhin guten Zusammenarbeit zu motivieren.



Selbstmanagement

Warum Sie mehrfach profitieren, wenn Sie am Schreibtisch aufrecht sitzen

von: *Susanne Roth*

„Halte dich gerade!“ Ich habe den Tonfall meiner Mutter noch im Ohr. Damals, als Jugendliche, fand ich diesen Spruch eher überflüssig. Dass sie recht hatte, ist mir erst viel später bewusst geworden. Denn natürlich leidet unser Rücken darunter, wenn wir zum Beispiel vor dem Bildschirm in uns zusammensacken.

Achtung bei besonderer Konzentration oder bei Stress

„Rückenschmerzen gehören neben Kopfschmerzen zu den häufigsten Schmerzproblemen. Sie haben eine hohe Chronifizierungsrate und schränken die Lebensqualität erheblich ein“, wie das Robert Koch-Institut zusammenfasst.

Achten Sie deshalb bewusst auf Ihre aufrechte Haltung, wenn Sie länger sitzen müssen – an Ihrem Schreibtisch oder bei einer Besprechung.

Je konzentrierter Sie bei der Sache sind, desto größer ist die Gefahr, dass Sie eine falsche Position einnehmen und sich bis zur Schmerzhaftigkeit verspannen.

Das gilt auch für Stresssituationen: Sind wir gestresst, neigen wir dazu, die Schultern hochzuziehen und die Nacken- und Rückenmuskulatur unnötig anzuspannen.

Die Versorgung mit Sauerstoff leidet

Was uns weniger bewusst ist: Eine schlechte Haltung stört auch die Atmung. Gebogen, gekrümmt oder mit dem Kopf zwischen den Schultern können wir nicht tief atmen, sondern nur flach und kurz. Die Sauerstoffversorgung ist deutlich schlechter als beim tiefen Atmen, und das hat Auswirkungen nicht nur auf unsere generelle Leistungskraft, sondern konkret auch auf unsere Denk- und Konzentrationsfähigkeit.

Richtig sitzen auf dem falschen Stuhl ist anstrengend

Die Investition in einen Bürostuhl, der Sie beim Gradesitzen optimal unterstützt, kann sich lohnen, denn: Unser Rücken ist nicht dafür gemacht, dass wir Stunde um Stunde in der perfekten Aufrichtung verbringen – damit überfordern Sie sich und Ihre Muskulatur.

Sie brauchen einen ergonomischen Bürostuhl, dessen Lehne Ihrem Rücken Halt gibt, und immer wieder Stehpausen oder Arbeitsphasen im Stehen.

Eine häufige Ursache: nachlassende Sehleistung

Wenn Sie feststellen, dass Sie trotz eines guten Bürostuhls immer wieder in eine nach vorne gebeugte Haltung rutschen, kann das auch etwas mit Ihrer Sehkraft zu tun haben. Prüfen Sie das (das geht auch unangekündigt bei fast jedem Optikgeschäft): Vielleicht brauchen Sie eine spezielle

Bildschirmarbeitsplatz-Brille beziehungsweise die Sehstärke Ihrer Brille ist nicht mehr optimal für Sie?

Auch kleine Erfolge feiern – für mehr Motivation und Zufriedenheit

von: Debora Karsch

Wir neigen dazu, den Blick allein auf unsere großen Ziele zu richten – und dabei die kleinen Schritte, die wir täglich schaffen, zu übersehen. Ein sehr wirksamer Schlüssel zu mehr Zufriedenheit liegt deshalb darin, die kleinen Erfolge bewusst wahrzunehmen und zu feiern.

Schreiben Sie beispielsweise am Ende des Tages eine kleine Liste mit Dingen, die Ihnen gelungen sind – sei es ein produktives Meeting, ein gelöster Konflikt oder einfach ein ehrliches Lächeln, das Sie verschenkt haben.

Diese Gewohnheit schärft den Blick für Fortschritte und stärkt das Gefühl von Selbstwirksamkeit und Motivation.



Zusammenarbeit

Warum Nehmen bisweilen seliger ist als Geben: der Benjamin-Franklin-Effekt

von: Susanne Roth

Gehören Sie auch zu den Menschen, denen es unangenehm ist, andere um einen Gefallen zu bitten? Die stundenlang über einem Computerproblem brüten, statt die Kollegin um Rat zu fragen? Die lieber aufs Mittagessen verzichten, als sich bei einem Kollegen Geld zu leihen, wenn sie ihr Portemonnaie vergessen haben?

Dann ist die folgende Information interessant für Sie: Menschen mögen es, wenn Sie sie um Hilfe bitten. In der Regel werden Sie ihnen gerade dadurch sympathisch, dass sie Ihnen einen Gefallen tun können. Dieses psychologische Phänomen ist bekannt als „Benjamin-Franklin-Effekt“.

Die Geschichte dahinter

Benjamin Franklin hatte einen Feind, den er als „Gentleman mit Reichtum und Bildung“ bezeichnete und der zu einer einflussreichen Person in der Regierung werden sollte. Um ihn auf seine Seite zu ziehen, fragte Franklin ihn, ob er sich eines der Bücher aus seiner Bibliothek ausleihen könne.

Der Mann fühlte sich geschmeichelt und lieh ihm das Buch.

Franklin brachte es nach einer Woche zurück – mit einem Dankesbrief. Das nächste Mal, als sie sich begegneten, war der Mann außerordentlich freundlich – sie blieben Freunde bis zu Franklins Tod.

Die Psychologie hat verschiedene Erklärungen dafür, wie und warum der Benjamin-Franklin-Effekt wirkt:

Erklärung 1: Wenn wir jemandem helfen, muss diese Person ein netter Mensch sein

Zum einen vermuten Forscher, dass der Benjamin-Franklin-Effekt auf dem (unbewusst ablaufenden) Phänomen der „kognitiven Dissonanz“ basiert. Das heißt: Es fällt uns schwer, uns vorzustellen, dass wir jemandem einen Gefallen getan haben könnten, der kein netter, sympathischer und von uns geschätzter Mensch ist.

Also gehen wir – bei Fremden auch ganz ungeprüft – davon aus, dass wir sie mögen, sobald wir ihnen geholfen haben.

Erklärung 2: Wir mögen Menschen, die uns mögen

Die andere Erklärung berührt das Phänomen der „reziproken Zuneigung“, das in vielen Studien belegt wurde, nämlich: Wir haben die Tendenz, Menschen zu mögen, die uns mögen. Wenn uns nun jemand um Hilfe bittet, nehmen wir an, dass wir der- oder demjenigen sympathisch sind – und erwidern das mit Sympathie von unserer Seite.

Fazit: Wenn Sie das nächste Mal Hilfe brauchen, zögern Sie nicht, um diese zu bitten. Sie tun damit gleichzeitig etwas für Ihr Beziehungsmanagement!



New Work – New Words

Growth und Fixed Mindset

von: Yvonne Göpfert

Die Psychologie-Professorin Carol Dweck teilt Mitarbeitende in zwei Kategorien ein: Menschen mit einem „Growth Mindset“ und Menschen mit einem „Fixed Mindset“.

- Erstere haben ein dynamisches Selbstbild und sind davon überzeugt, dass sie sich selbst immer wieder weiterentwickeln können. Sie gehen neue Wege und haben keine Angst davor, Fehler zu machen.
- Menschen mit einem Fixed Mindset dagegen haben ein statisches Selbstbild und gehen davon aus, dass Können nur mit einem bestimmten Talent möglich ist. Sie trauen sich selbst nur wenig zu, sind risikoscheu und haben Angst, Fehler zu machen.

Haben Menschen oder sogar ganze Teams überwiegend ein Fixed Mindset, ist das für eine Transformation des gesamten Unternehmens, in der es auch viel um Experimentieren geht, alles andere als förderlich.



Digitaler Tipp

Vom Suchen und Finden: Digitaler Datenputz

von: Dominique Woith und Katja Beckmeyer

Unordnung führt nicht nur im Analogen zu Ineffizienz. Mit ein bisschen digitalem Aufräumen können Sie ganz leicht Zeit, Nerven und CO₂ sparen.

Beispiel: Montagmorgen, 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.

Outlook: 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:

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 „liken“ 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.

Teams: 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.

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 Besitzerin beziehungsweise Besitzer des Teams sein müssen, um diese Funktion anwenden zu können. So funktioniert's:

- Klicken Sie auf die drei Punkte (...) neben einem Team- oder Kanalnamen.
- Wählen Sie ARCHIVIEREN beziehungsweise KANAL ARCHIVIEREN und bestätigen Sie Ihre Auswahl.

- Das Team beziehungsweise 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.

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**.

Chats lassen sich löschen

Klicken Sie auf die drei Punkte neben einem Chat und wählen Sie **CHAT-VERLAUF ENTFERNEN**.

Wichtig: 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. Ältere Versionen können jederzeit wiederhergestellt werden.

Um Platz zu schaffen, lohnt sich auch ein regelmäßiger Blick in den Download-Ordner und den Papierkorb, denn dort verstauben oft die größten Speicherfresser.

Fazit: 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 löschen lässt.

Vom Anschriftenfeld bis zur Signatur: Details, die die Kommunikation per E-Mail erleichtern und angenehm machen

Die Kommunikation per E-Mail geht schnell, ist aber auch mit Arbeit verbunden, denn E-Mails schreiben und lesen sich nun mal nicht von selbst. Nutzen Sie die Tipps aus diesem Beitrag, um sich selbst und den Angesprochenen unnötigen Aufwand – und womöglich auch Ärger – zu ersparen.

Inhalt	Seite
Darauf sollten Sie bei Ihren E-Mails achten	2
· „An“, „Cc“, „Bcc“	2
· Der Betreff	4
· Bezugszeichen und -angaben	5
· Die Anrede	6
· Der Einstieg	7
· Aufbau der E-Mail	8
· Die Handlungsaufforderung	8
· Die Grußformel	9
· Die vollständige Signatur	10



Alexandra Sievers ist die Redaktionsleiterin des *Office Guide*. Sie ist Expertin für Wort und Schrift und unterstützt als freie Redakteurin und Redenschreiberin Kundinnen und Kunden zahlreicher Branchen.

Darauf sollten Sie bei Ihren E-Mails achten

„An“, „Cc“, „Bcc“

Wer kommt in
welches Feld?

Bei E-Mails, die Sie an mehrere Adressen oder Personen gleichzeitig versenden, stellt sich die Frage, ob Sie auch alle in das „An“-Feld setzen sollten. Hier gilt es zunächst zu unterscheiden, ob es sich um eine reine Informations-E-Mail handelt oder ob Sie von einigen Angeschriebenen eine Reaktion erwarten, während Sie andere nur auf dem Laufenden halten möchten.

Unterscheiden Sie

Bei einer Informations-E-Mail

Wer braucht die
Information?

Versenden Sie mit der E-Mail eine Information, die für alle gleich wichtig ist, können Sie alle Adressen in das „An“-Feld setzen. Betrifft die Information hauptsächlich eine Person, setzen Sie diese in das „An“-Feld und die weiteren in „Cc“.

In das „Bcc“-Feld kommen diejenigen Personen, deren E-Mail-Adresse für andere nicht sichtbar sein soll. Das „Bcc“-Feld ist insbesondere aus Datenschutzgründen wichtig. Nicht alle möchten, dass ihre E-Mail-Adressen anderen ungefragt zugeleitet werden.



Mein Tipp: Der „Bcc“-Trick!

Wenn Sie Personen anschreiben, deren E-Mail-Adressen untereinander nicht bekannt werden sollen, hilft Ihnen der folgende Trick:

Sie setzen Ihre eigene E-Mail-Adresse in das „An“-Feld und alle anderen ins „Bcc“. So ist außer Ihrer eigenen E-Mail-Adresse keine weitere zu sehen.

Wenn eine Reaktion erforderlich ist

Hier gilt die Grundregel, dass diejenigen Adressen in das „An“-Feld gehören, die durch Ihre E-Mail zu einer Handlung aufgefordert werden. Laden Sie also beispielsweise zu einer Telefonkonferenz ein und erwarten Sie von allen eine Bestätigung ihrer Teilnahme, werden sämtliche Adressen in das „An“-Feld gesetzt. Möchten Sie zusätzlich zum Beispiel Ihren Chef darüber informieren, dass Sie die E-Mail verschickt haben, dann setzen Sie ihn in „Cc“ beziehungsweise „Bcc“, falls seine Adresse nicht für alle sichtbar sein soll.

Prüfen Sie auch beim Beantworten den „Cc“-Verteiler

Die Frage, wer ins „Cc“-Feld kommt, stellt sich auch, wenn Sie eine E-Mail beantworten, die an Sie adressiert ist und „Cc“ an weitere Personen verschickt wurde. Auf ALLEN ANTWORTEN zu klicken, ist nicht in jedem Fall ratsam. Vielmehr sollte der „Cc“-Verteiler nur dann komplett erhalten bleiben, wenn Ihre Antwort auch wirklich für alle darin erfassten Personen zur Information wichtig und sinnvoll ist. Ansonsten wählen Sie aus, an wen Ihre Antwort direkt gerichtet sein soll, und wer eventuell noch mit ins „Cc“ kommt. Mit einem nach Relevanz zusammengestellten „Cc“-Verteiler helfen Sie den Angeschriebenen, Zeit zu sparen.

Mein Tipp: Seien Sie bei der Funktion „Allen antworten“ vorsichtig, denn in Ihrer Antwort könnte etwas stehen, von dem Sie nicht möchten, dass es jede Person im Verteiler erfährt. Wenn Sie etwa um eine Stellungnahme zu einer Kundenbeschwerde

Wer soll handeln?

Benötigen alle die Antwort?



gebeten werden, und der Kunde steht bei dieser E-Mail im „Cc“, dann kann es gut sein, dass Sie nicht möchten, dass Ihre Sicht der Dinge den Kunden via ALLEN ANTWORTEN erreicht. Denn vielleicht haben Sie sich über den Kunden geärgert und machen sich in Ihrer Stellungnahme erst einmal Luft. Dann ist weiterer Ärger vorprogrammiert, wenn der Kunde bei Ihrer Antwort noch immer in „Cc“ steht.

Soll die Original-Nachricht erhalten bleiben?



Entscheiden Sie beim Beantworten einer E-Mail auch, ob es wirklich nötig ist, dass die Original-Nachricht erhalten bleibt. Manchmal braucht es die Historie, oft aber auch nicht. Gerade wenn es mehrfach hin und her geht, entsteht dann nur ein unnötiger „Rattenschwanz“.

Vorsicht ist insbesondere geboten, wenn Sie einen E-Mail-Verlauf weiterleiten oder Personen in „Cc“ hinzunehmen. In den Originalnachrichten könnten ebenfalls Informationen enthalten sein, die nicht für alle bestimmt sind.

Der Betreff

Die DIN 5008 empfiehlt, den Betreff „als stichwortartige Inhaltsangabe“ zu formulieren. Das heißt: Teilen Sie in der Betreffzeile Ihrer E-Mail die Kurzfassung dessen mit, um was es Ihnen geht.

Wenn möglich, beantworten Sie darin die folgenden drei Fragen: 1. Wer soll 2. was 3. (bis) wann tun? Zum Beispiel:



- *Bitte senden Sie mir Ihr Angebot bis zum 1. Juli*
- *Webinar am 5. Dezember, Jetzt anmelden*
- *Frage zu Ihrer Bestellung vom 17. November 2025*

Gestalten Sie den Betreff nicht zu werblich

Ein zu werblich formulierter Betreff wie *„Achtung! Gleich öffnen! Wichtige Informationen!“* löst Spam-Alarm aus. Formulieren Sie Ihren Betreff daher nicht in reißerischer Werbesprache. Verzichteten Sie möglichst auch auf Ausrufezeichen.

Spam-Alarm!

Schreiben Sie nicht nur „Herzlichen Glückwunsch“, wenn Sie zum Beispiel eine Gratulation zum Geburtstag versenden – auch das kommt oft nicht am Spamfilter vorbei. Sicherer ist es, wenn sie noch ein *„zum Geburtstag“* hinzufügen.

Wechselt das Thema, ändern Sie den Betreff

Beantworten Sie eine E-Mail per Klick auf die Schaltfläche „ANTWORTEN“, erscheint vor dem bisherigen Betreff der Zusatz „Re:“ oder „AW:“. Das ist sinnvoll, wenn sich Ihre Antwort weiterhin auf das Thema der erhaltenen Nachricht bezieht. Kompliziert wird es jedoch, wenn die E-Mail mehrfach hin und her geht. Dann steht im Betreff zum Beispiel: *„Re: AW: Re: AW: Besprechung am kommenden Dienstag“*, obwohl das Thema längst ein anderes ist.

Formulieren Sie den Betreff bei einem Themenwechsel daher besser um oder aktualisieren Sie ihn. Das erleichtert es auch allen, die Nachricht richtig zuzuordnen und wiederzufinden, wenn Sie noch mal benötigt wird.

Erleichtert das Zuordnen und Wiederfinden

Bezugszeichen und -angaben

Die DIN 5008 empfiehlt: *„Sofern es zum schnelleren Verständnis sinnvoll ist, Bezugszeichen oder -angaben zu setzen, so sind die benötigten Angaben (Ihr Zeichen, Ihre*

Nachricht vom, Unser Zeichen, Unsere Nachricht vom) am Anfang der E-Mail zu platzieren und durch zwei Leerzeilen von der Anrede abzusetzen.“ Also etwa so:



Ihr Zeichen: Mü089
Ihre Nachricht vom: 17. November 2025
.
.
Sehr geehrter Herr Müller,

Die Anrede

Die Anrede – idealerweise mit dem Namen – ist nicht nur höflich, sondern Pflichtbestandteil einer E-Mail. Doch welche Anrede ist für die angeschriebene Person bzw. angeschriebenen Personen angemessen?

Hier einige Beispiele:



- *Sehr geehrter Herr Dr. Kleinschmidt*; förmlich und respektvoll
- *Guten Tag(,) sehr geehrter Herr Dr. Kleinschmidt*; förmlich und respektvoll, mal etwas anderes
- *Guten Tag(,) Herr Dr. Kleinschmidt*; nicht ganz so förmlich, immer noch respektvoll
- *Lieber Herr Dr. Kleinschmidt*; vertrauliche Anrede, setzt ein vertrautes Verhältnis voraus
- *Hallo(,) Herr Dr. Kleinschmidt*; bei einem lockeren, partnerschaftlichen Umgangston
- *Lieber Heinrich*; lockere, respektvolle Anrede, wenn Sie jemanden duzen
- *Hallo(,) Heinrich*; lockere interne Anrede

- *Guten Morgen/Tag(,) zusammen*;: für mehrere Personen, die auf der gleichen Ebene arbeiten/ein Team
- *Hallo(,) zusammen*;: Anrede für mehrere Personen, mit denen Sie eng zusammenarbeiten
- *Guten Morgen(,) sehr geehrte Damen und Herren*;: respektvoll und förmlich, wenn Sie zum Beispiel mehrere Vorgesetzte gleichzeitig anschreiben

Wichtig: Nach der Anrede folgen immer ein Komma und eine Leerzeile! Anreden wie „Liebe alle“ sind No-gos – und leicht zu ersetzen durch Formulierungen wie „*Liebes Team*“ oder „*Liebe ...-Abteilung*“.



Die Ausnahme: Wann es ohne Anrede geht

Wenn es mehrfach am Tag per E-Mail hin und her geht, können Sie im informellen Austausch nach der zweiten oder dritten Mail auf die Anrede verzichten. Bei Vorgesetzten, VIPs und Kundschaft können Sie sich daran orientieren, was Ihr Gegenüber praktiziert.

Der Einstieg

Viele E-Mails fallen mit der Tür ins Haus – schon im ersten Satz heißt es „*ich sende Ihnen ...*“ oder „*bitte schicken Sie mir ...*“. Damit wird allerdings nur der Informationsteil bedient, während die Beziehungsebene auf der Strecke bleibt. Sympathischer, persönlicher und verbindender wirkt es, wenn Sie mit einem positiven Einstiegssatz beginnen, also zum Beispiel mit „*ich freue mich über ...* (Ihre Anfrage/Interesse an .../Ihre Einladung etc.)“ oder mit einer freundlichen Frage (etwa nach dem Befinden/Wochenende/Urlaub). Ihre E-Mail wird dann mit größerem Interesse und mehr Wohlwollen gelesen.

**Positiver
Einstiegssatz**

Das Wichtigste
zuerst

Aufbau der E-Mail

Die Grundregel für den Aufbau Ihrer E-Mail lautet: Nach dem Einstieg kommt das Wichtigste zuerst! Erst im weiteren Verlauf folgen die Details. Konzentrieren Sie sich aber auch bei den Einzelheiten auf das Wesentliche und schweifen Sie nicht zu weit ab. Ihre E-Mail ist gut strukturiert, wenn Sie Ihre Kernaussage einleitend auf den Punkt bringen und sich im Folgenden die Details logisch aneinanderreihen.



Mein Tipp: Pro E-Mail nur ein Thema! Wenn Sie auf Ihre E-Mail eine schnelle Antwort haben möchten, sollten sie diese nicht mit einem Fragenkatalog zu verschiedenen Themen überfrachten.

Verfassen Sie besser für jedes Anliegen eine separate E-Mail, dann bekommen Sie auf die Fragen, die sofort beantwortet werden können, meist schneller eine Rückmeldung – und Sie brauchen nicht zu warten, bis auch zu den anderen Anliegen alle Informationen zusammengetragen sind.

Die Handlungsaufforderung

Lassen Sie die Angeschriebenen nicht im Dunkeln tapen, sondern teilen Sie unmissverständlich mit, was Sie bis wann möchten, zum Beispiel:



- *Bitte leiten Sie diese Informationen an die Mitarbeitenden Ihrer Abteilung weiter.*
- *Bitte schicken Sie mir Ihre Vorschläge bis zum 27. November.*
- *Melden Sie sich noch heute unter diesem **Link** an.*

Die Grußformel

Ebenso wie Ihre E-Mail eine Anrede braucht, ist zum Schluss ein Gruß erforderlich. Auch wenn abgekürzte Grußformeln wie „MfG“ oder „LG“ gerade bei der internen Kommunikation häufig zu lesen sind: Professionell sind sie nicht. Nur ausgeschrieben wirkt ein Abschiedsgruß freundlich und seriös.

Keine
Abkürzungen

Die Ausnahme: Wann es ohne Grußformel geht

Wie bei der Anrede gilt auch für die Grußformel: Schreiben Sie sich mehrfach am Tag E-Mails hin und her, ist es im informellen Austausch nach zwei bis drei Durchgängen nicht mehr notwendig, jedes Mal einen Gruß hinzuzufügen. Bei Vorgesetzten, VIPs und Kundschaft können Sie sich daran orientieren, was Ihr Gegenüber praktiziert. Womöglich legt die andere Seite Wert darauf, an der Grußformel festzuhalten.

Variieren Sie bei der Grußformel

Verwenden Sie nicht immer die Standard-Grußformel „Mit freundlichen Grüßen“, sondern sorgen Sie für Abwechslung. Sympathisch klingen beispielsweise folgende Alternativen:

förmlich: „Mit freundlichen Grüßen aus Bonn“, „Mit besten Grüßen nach Kiel“, „Es grüßt Sie freundlich aus München“



weniger förmlich: „Herzliche Grüße aus dem hohen Norden“, „Beste Grüße in den sonnigen Süden“, „Freundliche Grüße von der Spree an den Rhein“, „Freundliche Grüße aus den Bergen“, „Mit den besten Grüßen und Wünschen“, „Ein schönes Wochenende wünscht“



Wichtig: Oft zu sehen – trotzdem falsch: ein Komma oder ein Ausrufezeichen nach der Grußformel. Richtigerweise steht die Grußformel für sich, danach folgt der Firmenname, anschließend kommt die Unterschrift (in getippter Form) und zum Schluss fügen Sie noch die Funktion im Unternehmen hinzu.

Ist aus dem Namen nicht ersichtlich, welchem Geschlecht die absendende Person angehört, kann der getippte Name laut DIN 5008 entsprechend ergänzt werden, also zum Beispiel: „*Frau Uli Bauer*“ oder „*Herr Uli Bauer*“.

Die vollständige Signatur

Bei geschäftlichen E-Mails ist die vollständige Signatur unverzichtbar. Sie umfasst laut Gesetz über elektronische Handelsregister (EHUG) alle Pflichtangaben, die auch auf dem Briefbogen vorgeschrieben sind. Welche das im Einzelnen sind, hängt von der Rechtsform der jeweiligen Firma, Genossenschaft, Praxis oder Kanzlei ab.

Kontaktdaten

In der Praxis sind vor allem die Kontaktdaten wichtig. Es ist lästig, zum Beispiel erst nach der Telefonnummer forschen zu müssen, wenn jemand Sie auf Ihre E-Mail hin anrufen möchte.



Mein Tipp: Setzen Sie die Grußformel nicht in die Signatur, auch wenn die DIN 5008 es anders empfiehlt. Selbst der Standard „*Mit freundlichen Grüßen*“ passt nicht zu allen Personen und Nachrichten. Besser ist es, Sie platzieren den Gruß jeweils individuell, damit er Ihre E-Mail nicht auf unpassende Weise abschließt.

3 Kommunikationstechniken, mit denen Sie Ihre Ziele leichter erreichen

Ob Sie telefonieren, eine E-Mail schreiben, ein Protokoll verfassen oder an einer Besprechung teilnehmen: Je besser Sie Sprache dabei als Werkzeug einsetzen können, desto leichter werden Sie Ihre Ziele erreichen. Hier stelle ich Ihnen drei Methoden vor, mit denen Sie für ein positives Gesprächsklima sorgen.

Inhalt	Seite
Gewaltfreie Kommunikation: Bleiben Sie bei sich	2
Wie Sie mit positiver Kommunikation ein motivierendes Arbeitsklima fördern	6
So beeinflussen Sie Entscheidungen durch die richtige Fragetechnik	9



Die Autorin, **Daniela Schmidt**, hat Anglistik und Pädagogik studiert. Sie arbeitet seit über 20 Jahren in der Assistenz, derzeit in der Verwaltung der Universität Bonn. Freiberuflich ist sie als Autorin, Übersetzerin und Gutachterin für den Bereich „Professionelle Korrespondenz“ tätig.

Gewaltfreie Kommunikation: Bleiben Sie bei sich

Keine Schuldzuweisungen



Auch wenn es danach klingt: Bei der sogenannten „Gewaltfreien Kommunikation“ (GfK) geht es weniger darum, dass Sie niemandem Gewalt androhen – das wäre sicherlich ohnehin nicht Ihr Stil. Der Kerngedanke der GfK ist vielmehr, dass Sie ohne Schuldzuweisungen argumentieren und dabei nur von sich selbst sprechen.

Beispiel: Streit um interessante Projekte

Sibylle teilt sich mit Annika ein Sekretariat. Annika fängt morgens früh an, Sibylle bleibt dafür länger. Das funktioniert in der Regel gut. Nachdem Annika im morgendlichen Jour fixe mal wieder ein prestigeträchtiges Projekt übertragen bekommen hat, platzt Sibylle jedoch der Kragen: „Immer pickst du dir die Rosinen raus, weil ich in der Besprechung nicht dabei bin. Das ist echt rücksichtslos von dir.“ Annika fühlt sich angegriffen und wehrt sich: „Ich kann doch nichts dafür, dass du morgens nicht dabei bist. Soll ich solche Projekte ablehnen? Das sieht doch so aus, als würde ich mir die Aufgabe nicht zutrauen.“

Sprechen Sie von sich, nicht über Ihr Gegenüber

Wenn Sie jemandem Vorwürfe machen, löst das meist eine Verteidigungsreaktion aus. Es kommt zu einem verbalen Schlagabtausch, aber selten zu einer einvernehmlichen Lösung. Was wäre hier der bessere Ansatz gewesen? Statt mit einem Vorwurf zu starten, beschreiben Sie, wie Sie sich fühlen. Sagen Sie etwas über sich selbst:



- „Ich fühle mich übergangen.“
- „Ich hätte das Projekt wirklich gern übernommen.“
- „Ich habe den Eindruck, dass mir viele Chancen entgehen, weil ich morgens nicht dabei bin.“

Damit greifen Sie niemanden an – und es muss sich auch niemand verteidigen. Sie können also auf der Sachebene bleiben.

Mit anderen Worten: Ihr Gegenüber hat nun die Möglichkeit, seine Sicht der Dinge sachlich darzulegen, statt auf den Vorwurf zu reagieren – und vielleicht sogar Mitgefühl für Sie zu entwickeln.

Beispiel: Lösungsvorschlag

Sibylle spricht mit ihrem Chef: *„Herr Peters, dadurch, dass ich morgens bei der Besprechung nicht dabei bin, bekommt Annika oft die interessanten Projekte zugeteilt. Ich würde meine Kenntnisse im Projektmanagement auch gern einbringen und verbessern. Können wir die Besprechung und die Aufgabenverteilung auf den späteren Vormittag verlegen, wenn wir alle anwesend sind?“*



Wenn Sie ohne Vorwürfe formulieren, können sich alle Beteiligten auf die Lösung konzentrieren.

Vorwurf	Alternative (GfK)	Bemerkung
Du verstehst mich nicht.	Ich fühle mich missverstanden.	Bleiben Sie bei Ihrem Gefühl.
Du bist mit den Zahlen spät dran.	Ich warte dringend auf die Zahlen.	Formulieren Sie eine Ich-Aussage.
Du redest immer zu laut am Telefon.	Ich kann mich nicht gut konzentrieren, wenn du so laut telefonierst.	Nennen Sie ruhigen Grund für Ihre Schwierigkeiten – aber ohne Vorwürfe und Verallgemeinerungen wie „immer“, „ständig“ oder „andauernd“.

Keine Verallgemeinerungen

Was im persönlichen Gespräch richtig ist, gilt genauso auch in der Schriftform.

So nicht: Vorwürfe und Angriffe



Liebes Team,

ich habe schon so oft darauf hingewiesen, dass ihr mir keine Unterlagen kommentarlos auf den Tisch legen sollt. Ihr tut es trotzdem. Doch ihr könnt nicht davon ausgehen, dass ich erraten kann, was damit jeweils gemacht werden soll und von wem die Unterlagen stammen.

Wenn ihr mir nicht wenigstens einen Vermerk hinterlasst, könnt ihr keine Bearbeitung erwarten. Künftig bleiben die Sachen so lange liegen, bis ihr auf mich zukommt – ich werde den Informationen nicht mehr hinterherlaufen.

Viele Grüße

Annika

Besser so: Ohne erhobenen Zeigefinger



Liebes Team,

manchmal landen Unterlagen kommentarlos auf meinem Tisch. Leider weiß ich dann nicht, was damit zu tun ist. Um die Unterlagen zu bearbeiten, benötige ich wenigstens einen Vermerk, wer sie mir hingelegt hat, damit ich weiß, wen ich fragen kann.

In Zukunft werde ich die Unterlagen liegen lassen, bis jemand deswegen auf mich zukommt, und mich nicht mehr selbst auf die Suche nach Informationen machen.

Viele Grüße

Annika

Erkennen Sie die Perspektive Ihres Gegenübers an



Beispiel: Kompliziertes neues Tool?

In der Abteilung ist ein neues Prozessmanagement-Tool eingeführt worden. Sibylle und Annika haben die Schulung mitgemacht und arbeiten seit einer Woche damit. Annika ist verzweifelt: „Dieses Tool ist total kompliziert. Ich werde hier noch verrückt. Mit dem alten Programm war das einfacher.“ Sibylle antwortet: „Nein, das ist doch jetzt alles viel übersichtlicher.“

Auf diese Antwort hin fühlt sich Annika höchstwahrscheinlich unverstanden und mit ihrem Problem allein gelassen. Sie wird sich schwertun, Sibylle um Hilfe zu bitten. Ähnlich verläuft es in diesem Fall ...

Beispiel: Unsympathische Kollegin?

Sibylle und Annika arbeiten auch oft mit Kolleginnen aus anderen Abteilungen zusammen. Als sie eine Information brauchen, fragt Sibylle Annika: „Kannst du vielleicht bei Ruth anrufen? Bei mir blockt sie immer ab, als würde ich sie um einen persönlichen Gefallen bitten, statt nur meine Arbeit zu machen. Ich glaube, sie mag mich nicht besonders.“ Annika meint: „Doch, Ruth ist immer sehr hilfsbereit. Ich weiß gar nicht, was du hast.“



Diese beiden Beispiele verdeutlichen: So wie nur Sie selbst beurteilen können, wie Sie eine Situation erlebt haben, kann auch nur Ihr Gegenüber beschreiben, wie sich die Angelegenheit aus seiner Perspektive darstellt. Und so wie Sie selbst nicht wollen, dass jemand sagt, Sie hätten etwas „falsch erlebt“, wollen das auch andere nicht.

Erkennen Sie also die Sichtweise anderer an und achten Sie bei Ihrer Antwort auf die Formulierung. Wenn Sie Ihre Erwiderung mit „Nein“ oder „Doch“ beginnen, lehnen Sie die Position der anderen Person von vornherein ab.

**Nicht mit „Nein“
oder „Doch“
beginnen**

Akzeptanz fördert Harmonie

Oft will Ihr Gegenüber seinem Ärger auch nur Luft verschaffen. Wenn Sie seine Wut oder seine Unzufriedenheit anerkennen, haben Sie schon viel dafür getan, dass der Unmut schnell verfliegt.

Reagieren Sie dagegen ablehnend, verstärkt das den Ärger nur noch – und vermittelt der anderen Person das Gefühl,

dass von Ihnen kein Verständnis und keine Unterstützung zu erwarten sind. Diesen Eindruck wollen Sie sicher weder im Team noch gegenüber Kundschaft und weiteren Geschäftskontakten vermitteln.

Lassen Sie beide Sichtweisen gelten

Statt Ihre persönliche Sichtweise der Ihres Gegenübers entgegenzustellen, sollten Sie besser beide gelten lassen.

Bezogen auf die beiden Beispiele, wäre das durch folgende Antworten zum Ausdruck gekommen:



- *„Ich komme mit dem Tool gut zurecht – was genau findest du daran unübersichtlich? Vielleicht kann ich dir helfen.“*
- *„Ich komme mit Ruth gut klar, den Anruf übernehme ich gern.“*

Auch wenn Sie keine Hilfe anbieten wollen, können Sie beide Ansichten akzeptieren und etwas sagen wie:



- *„Es tut mir leid, dass das für dich schwierig ist.“*

Wie Sie mit positiver Kommunikation ein motivierendes Arbeitsklima fördern

Meist geht es nicht nur darum, was Sie sagen, sondern auch, wie Sie es rüberbringen. Die Aussage „Das hat ja jetzt wenigstens mal geklappt“ ist zwar – irgendwie – ein Lob, aber kein besonders motivierendes.

Damit andere gerne mit Ihnen zusammenarbeiten, reichen oft schon ein paar kleine Veränderungen bei Ihrer Art und Weise, sich auszudrücken.

Sagen Sie nicht „nicht“

Sie kennen bestimmt das Beispiel „Denken Sie jetzt nicht an einen rosa Elefanten“ – und alle sehen sofort einen rosa Elefanten vor sich. Das liegt daran, dass Verneinungen vom Gehirn langsamer verarbeitet werden als die anderen Inhalte: Sie brauchen also eine Winzigkeit länger, um die Verneinung zu realisieren, als für den Inhalt des restlichen Satzes. Die Folge ist, dass genau das, was verneint werden soll, erst mal präsent im Raum steht.

Aus dem Journalismus ist auch bekannt, dass ein Dementi beziehungsweise eine Gegendarstellung oft als Beweis dafür angesehen wird, dass an dem, was widerlegt werden soll, doch etwas dran sein muss.

Beispiel: „nicht gefeuert“

Wenn Sie über eine Kollegin sagen „Sie ist in ihrem letzten Job nicht gefeuert worden“, dann können Sie darauf wetten, dass die Gerüchteküche bald brodelt.



Äußern Sie also das, was Sie meinen, statt das Gegenteil zu verneinen.

Mit Verneinung 🗿	Positiv formuliert 👍
Das war nicht schlecht.	<i>Das war gut.</i>
Da sage ich nicht nein.	<i>Das wäre schön.</i>
Ich kann mich nicht beklagen.	<i>Ich bin zufrieden.</i>
Es ist nichts schiefgegangen.	<i>Es hat alles geklappt.</i>
Das war gar nicht so schlimm.	<i>Das lief ganz gut.</i>
Sie haben mich nicht enttäuscht.	<i>Sie haben meine Erwartungen erfüllt.</i>
Keine Ahnung, wie das geht.	<i>Ich suche nach einer Lösung.</i>
Es wird nicht lange dauern.	<i>Das ist schnell erledigt.</i>

Sagen Sie,
was Sache ist

Ersetzen Sie „aber“ durch „und“

Im Improvisationstheater gilt die Regel, immer das, was vorher gesagt wurde, aufzunehmen, und daran mit einem „und“ anzuschließen, um das Geschehen voranzubringen. Und genau das wollen Sie doch letztendlich auch: die Dinge voranbringen.

Ein „aber“ entkräftet das, was Sie vorher gesagt haben jedoch, während ein „und“ es bestärkt. Vergleichen Sie die beiden Sätze:

Wie klingen diese Sätze für Sie?

- „Die Präsentation sieht gut aus – aber können Sie die Zahlen noch aktualisieren?“
- „Die Präsentation sieht gut aus – und können Sie die Zahlen noch aktualisieren?“

Sie merken es selbst: Das „aber“ schränkt das Lob ein.

Formulieren Sie ein „Ja-Sandwich“

Eine Grundregel der Rhetorik lautet: Eine gute Rede besteht aus einem interessanten Anfang, einem Hauptteil, der das Thema behandelt, und einem prägnanten Schluss. Denn der Anfang entscheidet darüber, ob das Publikum sich die Mitte aufmerksam anhört oder nicht, und das Ende darüber, mit welchem Gefühl die Zuhörenden sich später an die Rede erinnern. Das Gleiche gilt auch für E-Mails, Briefe und (Kritik-)Gespräche. Nutzen Sie deshalb die Technik des „Ja-Sandwich“: Steigen Sie positiv ein, sagen Sie dann, was gesagt werden muss, und enden Sie mit einer positiven Aussage.



So nicht: „Leider hat nach unserer Firmenfeier niemand aufgeräumt, dadurch standen im Foyer am nächsten Morgen noch überall leere Gläser. Das macht keinen guten Eindruck.“

Besser so: „Die Firmenfeier war ein voller Erfolg. Und wenn wir nächstes Mal das Aufräumen besser organisieren, stehen am nächsten Morgen auch keine leeren Gläser mehr im Foyer. Darauf freue ich mich schon jetzt.“

So nicht: „Warum haben Sie die Unterlagen nicht schon vorab für alle kopiert?“

Besser so: „Danke, dass Sie die Unterlagen so schnell noch kopiert haben. Können Sie die Handouts in Zukunft bitte schon vor den Meetings vorbereiten? Das wäre perfekt.“

Positiver Einstieg

Aussage

Positiver Schluss

Falls sich ein Missgeschick oder ein Fehlverhalten wiederholt, müssen Sie wahrscheinlich deutlicher werden. Setzen Sie diese Art der Formulierung jedoch ein, um einen ersten Hinweis zu geben. Ihr Gegenüber fühlt sich so nur in der Sache kritisiert, aber nicht als Person, und bleibt mit mehr Engagement dabei. Die Motivation zur Verhaltensänderung ist größer – und Sie sind Ihrem Ziel damit näher.

So beeinflussen Sie Entscheidungen durch die richtige Fragetechnik

Beispiel: Verpatzter Abend

Annika kommt vor Energie sprühend nach Hause. Dort wartet schon ihr Partner Uwe: „Und Uwe, was machen wir heute noch Schönes?“ Uwe zuckt mit den Schultern: „Ich dachte an Liefer-Pizza auf der Couch ...“ Annika ist enttäuscht.



Offene Fragen lassen alle Möglichkeiten offen

Mit offenen Fragen lassen Sie anderen sämtliche Antwortmöglichkeiten. Das ist beim Smalltalk eine gute Technik, um ein Gespräch in Gang zu bringen. Wenn Sie allerdings ganz bestimmte Vorstellungen haben, wie das Gespräch

verlaufen soll, sind offene Fragen wenig hilfreich, denn damit geben Sie die Kontrolle ab. Besser ist es, Sie wählen – je nachdem, was Sie erreichen wollen – gezielt aus dem Repertoire der möglichen Fragetechniken etwas aus.

Alternativfragen: Damit schränken Sie die Auswahlmöglichkeiten ein

Wenn Sie wissen, dass Sie in dieser Woche an einem Tag früher gehen müssen, kann das Gespräch dazu so ablaufen: „Wäre es in Ordnung, wenn ich diese Woche mal früher gehe?“ – „Ach, Sie wissen doch, es ist so viel zu tun.“ Oder Sie bekommen womöglich ein „Ja, das klappt bestimmt“ zur Antwort – aber jedes Mal, wenn Sie dann gehen wollen, kommt doch noch etwas dazwischen und Ihr früher Feierabend wird wieder mal auf „morgen“ verschoben.

Bieten Sie eine Vorauswahl an

2 Optionen
Der Eindruck
einer freien
Entscheidung

Statt offen zu fragen, bieten Sie besser Alternativen an: *„Ich muss diese Woche einmal früher Schluss machen. Wäre Ihnen dafür der Dienstag oder der Mittwoch lieber?“* Ihr Gegenüber hat bei dieser Formulierung den Eindruck, die Entscheidung frei treffen zu können – allerdings nur zwischen den Alternativen, die für Sie günstig sind.

Im ungünstigsten Fall lautet die Antwort: „Ehrlich gesagt, wäre es mir am Donnerstag lieber, wenn das bei Ihnen passt?“ Dann können Sie, wenn es Ihnen möglich ist, großzügig flexibel sein.

Der klare Vorteil von Alternativfragen: Ein Nein fällt dem anderen viel schwerer, da die Option gar nicht angeboten wird. Und sobald eine Alternative gewählt wurde, haben Sie eine konkrete Zusage, auf die Sie sich berufen können.

Im Beispiel der verpatzten Abendgestaltung hätte Annika also besser gesagt: „*Ich hab Lust, noch etwas zu unternehmen: Was wäre dir lieber, Essen gehen oder Kino?*“

Suggestivfrage: Damit sorgen Sie für Zustimmung

Mit Suggestivfragen können Sie das Gefühl erzeugen, Sie und Ihr Gegenüber befänden sich auf der gleichen Wellenlänge. Durch jede Frage, die zustimmend beantwortet wird, wird dieses Gefühl stärker. Wenn Sie dann Ihre eigentliche Frage oder Ihr eigentliches Anliegen vorbringen, ist es sehr wahrscheinlich, dass Sie auch dafür die Zustimmung erhalten.

Gemeinsamkeit verbindet

Beispiel: Von der Kaffeetasse zum Team-Meeting

Sibylle fragt Annika: „Ärgert es dich auch, wenn ständig die benutzten Tassen in der Kaffeeküche stehen?“ Annika nickt. Sibylle fragt weiter: „Und wenn ich dann eindecken muss, sind keine sauberen Tassen da. Passiert dir das auch manchmal?“ Annika stimmt erneut zu. Das hat sie schon oft wertvolle Zeit gekostet, wie Sibylle genau weiß. Sibylle hat Annika jetzt auf ihrer Seite und traut sich, ein früheres Anliegen noch einmal vorzubringen: „Meinst du, wir sollten die Unordnung in der Kaffeeküche vielleicht doch im Team-Meeting mal ansprechen? Wenn wir das gemeinsam vorbringen, hat es mehr Gewicht.“



Wichtig: Achten Sie darauf, dass Ihre Suggestivfragen nicht ganz so leicht zu durchschauen sind wie in diesem Beispiel, vor allem, wenn Sie bei dem Thema schon mal auf Granit gebissen haben.



Mit Suggestivfragen Lob einfordern

Suggestivfragen eignen sich auch, wenn Sie ein positives Feedback einfordern wollen. Sie wissen es selbst: Viele Führungskräfte tun sich mit Lob und Anerkennung schwer.

Mit Fragen wie „*Das hat doch richtig gut funktioniert, finden Sie nicht?*“ oder „*Das habe ich doch gut hinbekommen, oder?*“ lenken Sie die Aufmerksamkeit auf Ihre Kompetenz.

Rhetorische Fragen: Damit lenken Sie das Gespräch in die von Ihnen gewünschte Richtung

Auf rhetorische Fragen erwarten Sie keine Antwort. Warum sie also stellen? Diese Fragetechnik kann zu verschiedenen Zwecken eingesetzt werden:

Mögliche Wirkung
rhetorischer
Fragen

- Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls
- Entkräften von Gegenargumenten
- Diskreditieren Ihres Gegenübers
- Kritik anbringen
- scheinbares Anbieten von Optionen

Schaffen Sie eine gemeinsame Basis

Um andere für sich einzunehmen oder um Konflikte zu entschärfen, hilft es, Gemeinsamkeiten herauszustellen. Durch Aussagen, denen alle zustimmen, werden diese Übereinkünfte deutlicher, als wenn Sie sie nur benennen. Vergleichen Sie die beiden Sätze:

Wie klingen diese
Sätze für Sie?

- Viele Menschen freuen sich aufs Wochenende.
- Wer freut sich nicht aufs Wochenende?

Der erste Satz löst wahrscheinlich keine starke Emotion bei Ihnen aus. Er ist eine reine Feststellung, die keine Reaktion erfordert.

Die zweite Aussage, als Frage formuliert, bezieht Sie dagegen ein – Sie fühlen sich angesprochen. Vielleicht denken Sie auch an das, was Sie am Wochenende

vorhaben. Dadurch sind Sie emotional stärker involviert, als wenn Sie nur eine reine Aussage hören.

Nehmen Sie Gegenargumenten die Kraft

Wenn Sie ein Anliegen haben, von dem Sie glauben „Das wird sowieso abgelehnt werden, weil ...“, dann nehmen Sie sich dieses „weil“ einmal genauer vor. Suchen Sie Gegenargumente und/oder Lösungen. Und starten Sie Ihre Anfrage dann mit einer rhetorischen Frage, die die Hauptbedenken anspricht.

Damit sichern Sie sich die Aufmerksamkeit Ihres Gegenübers und können seinen Gegenargumenten gleich darauf das Gewicht nehmen.

Lösungen parat haben

Erwarteter Einwand	Rhetorische Frage	Mögliche Entkräftung
„Ich kann Sie keine ganze Woche für eine Fortbildung entbehren.“	„Sie können mich keine ganze Woche für eine Fortbildung entbehren?“	<ul style="list-style-type: none"> ■ eine Vertretung ist bereits gefunden ■ künftige Zeitersparnis durch höhere Effizienz
„Ich kann Ihnen das Gehalt nicht erhöhen, dann wollen alle anderen auch mehr.“	„Sie können mir das Gehalt nicht erhöhen, weil alle anderen dann auch mehr wollen?“	<ul style="list-style-type: none"> ■ neue Zusatzaufgaben ■ besondere Leistungen
„Bei Ihnen bestelle ich aufgrund der Probleme bei der letzten Lieferung nicht mehr.“	„Aufgrund Ihrer Erfahrungen bei der letzten Bestellung möchten Sie nicht noch einmal ordern?“	<ul style="list-style-type: none"> ■ besondere Rabatte ■ Zahlung erst nach Lieferung
„Eine Aushilfe ist zu teuer.“	„Eine Aushilfe ist zu teuer?“	<ul style="list-style-type: none"> ■ günstiger als Überstunden ■ mehr Zeit für Unterstützung bei komplexen Aufgaben



Bei diesem Vorgehen sieht Ihr Gegenüber, dass Sie sich mit dem Thema befasst haben, dass Ihnen die Problematik bewusst ist und dass Sie seine Bedenken ernst nehmen – und auch, dass Ihnen so viel an der Sache liegt, dass Sie bereits über Lösungen nachgedacht haben.

Dadurch, dass Sie von selbst die Argumentation der anderen Person aufgreifen, braucht sie Ihnen nicht mehr zu erklären, wo die Schwierigkeiten liegen, und kann ihre Aufmerksamkeit auf Ihre Lösungsvorschläge richten.



Mein Tipp: Konzentrieren Sie sich beim Einstieg in das Gespräch auf den Haupteinwand, den Sie erwarten. Für weitere mögliche Einwände können Sie ebenfalls Gegenargumente vorbereiten, die Sie aber zunächst zurückhalten, statt Ihr Gegenüber mit einem Rundumschlag zu überfordern.

Die Negativwirkung rhetorischer Fragen

Rhetorische Fragen können auch als sogenannte „Totschlag-Argumente“ verwendet werden, indem Sie Ihr Gegenüber herabsetzen:



- Haben Sie das auf einem Motivationsposter gelesen?
- Haben Sie nicht richtig zugehört?
- War das nicht abzusehen?



Mein Tipp: Begeben Sie sich nicht auf diese Stufe. Auch wenn Sie hiermit kurzfristig die Oberhand gewinnen können, leidet Ihr professionelles Ansehen darunter, wenn Sie sich derartig unsachlich äußern.

Formulieren Sie Kritik als Frage

Indem Sie Kritik als Frage formulieren, tun Sie so, als gäbe es verschiedene Optionen. Das gibt Ihrem Gegenüber das Gefühl, eine Wahl zu haben, auch wenn dem nicht so ist:

- „Willst du das so abgeben?“
- „Hältst du das für eine gute Idee?“
- „Willst du mich damit jetzt allein sitzen lassen?“
- „Wäre es nicht besser, den Termin zu verschieben?“



So machen Sie deutlich, dass Sie anderer Meinung sind. Durch die Formulierung als Frage – möglichst ohne vorwurfsvollen Unterton – geben Sie Ihrem Gegenüber die Gelegenheit, sein Vorgehen zu ändern und dabei sein Gesicht zu wahren.

Erkennen Sie die Taktik bei anderen

Viele – insbesondere rhetorisch geschulte – Menschen setzen Fragetechniken ein, um ihr Gegenüber beispielsweise in Verkaufsgesprächen und Verhandlungen dazu zu bringen, etwas Bestimmtes für sie zu tun. Wenn Sie diese Taktiken erkennen, fällt es Ihnen leichter, sich dagegen zu wehren.

Beispiel: Meinungsumfrage an der Haustür

Jemand klingelt bei Sibylle an der Haustür. Sie öffnet und steht einem jungen Mann gegenüber, der saubere, aber abgetragene Kleidung trägt. Er fragt Sibylle, ob sie Zeit für eine kurze Umfrage hätte. Sibylle nickt. Es geht bei den Fragen darum, ob Straftäter nach Absitzen ihrer Strafe eine zweite Chance verdienen, ob sie sich vorstellen kann, dass ein Wiedereinstieg schwer ist, und ob sie einen Straftäter beim Neuanfang unterstützen würde. Am



Ende erklärt der junge Mann, dass er selbst gerade eine Haftstrafe verbüßt hat und dass Sibylle ihm sehr helfen würde, wenn sie ein Zeitschriften-Abonnement bei ihm abschließen würde. Denn für eine bestimmte Menge verkaufter Abos würde er bei dem Verlag eine Lehrstelle bekommen.

Wenn Sie die Taktik nicht durchschauen, fallen Sie leicht darauf herein

Wenn Sie die eingesetzte Taktik (hier die Suggestivfragen) nicht durchschauen, investieren Sie bis zum Schluss Zeit in das Gespräch und entwickeln in dessen Verlauf Mitgefühl. Und am Ende wollen Sie dann nicht als „Heuchlerin“ dastehen und schließen wahrscheinlich ein Abo ab – vielleicht mit dem Hintergedanken, dass Sie ja nach drei Monaten kündigen können und dann kein so schlechtes Gewissen zu haben brauchen.

Auf emotionale Distanz gehen

Durchschauen Sie die Taktik jedoch, können Sie sich von Anfang an emotional distanzieren. Das Gefühl „Der will doch bestimmt was von mir“ warnt Sie davor, sich auf die Situation einzulassen, und es fällt Ihnen wesentlich leichter, das Abonnement abzulehnen.



Mein Tipp: Werden Sie hellhörig, wenn Ihnen jemand viele Fragen stellt, statt ein konkretes Anliegen zu formulieren, auch wenn natürlich nicht immer eine Masche dahintersteckt.

Außerdem sollten Sie selbst die oben vorgestellten Fragetechniken nur sehr sparsam und geschickt einsetzen, damit andere bei Ihnen nicht hellhörig werden. Wenn bei Ihrem Gegenüber Zweifel aufkommen und er denkt, Sie würden mit Tricks arbeiten, entsteht bei ihm schnell Misstrauen.

Pressearbeit leicht gemacht: 9 beispielhafte E-Mails

„Mit der Bitte um Berichterstattung“ – wenn Sie sich mit einer Floskel wie dieser an die Medien wenden, lesen die Mitarbeitenden der Redaktionen erst gar nicht weiter. Um Aufmerksamkeit zu wecken, muss sich Ihr Schreiben von der Vielzahl der Zusendungen abheben und sympathisch klingen. Wie Sie die Medien für sich gewinnen, zeigen Ihnen unsere neun Mustertexte.

Inhalt

Seite

9 Musterschreiben

· Einladung zum Pressegespräch	2
· Anschreiben zur Pressemeldung	3
· Anfrage Veröffentlichungsmöglichkeiten	4
· Anfrage Konditionen Anzeige/Werbung	5
· Druckfreigabe	6
· Frage nach Ansprechpartner	7
· Vorstellung neue Ansprechperson für Presse	8
· Begleitschreiben Fachartikel zur Veröffentlichung	8
· Bitte um Richtigstellung	10



Die Autorin, **Birgit Kleimaier**, ist ausgebildete TV-Redakteurin. Als stellvertretende Redaktionsleiterin bei einem regionalen Fernsehsender war sie auch mit den organisatorischen Aufgaben des Redaktionsalltags betraut.



Alexandra Sievers ist die Redaktionsleiterin des *Office Guide*. Sie ist Expertin für Wort und Schrift und unterstützt als freie Redakteurin und Redenschreiberin Kundinnen und Kunden zahlreicher Branchen.

Musterschreiben Einladung zum Pressegespräch



Assistentin ► Ansprechpartnerin

Betreff: Einladung zum Pressegespräch am ... (Wochentag, Datum)

Guten Tag Frau Reinecke, liebes Redaktionsteam,

es gibt Neuigkeiten, die bislang noch nirgendwo veröffentlicht wurden – und wir möchten, dass Sie zu den Ersten gehören, die sie erfahren!

Deshalb laden wir Sie herzlich zu einem Pressegespräch ein:

am ... (Wochentag, Datum), um ... (Uhrzeit), auf unserem Betriebsgelände: ... (Adresse)

Im Fokus steht das **Thema ...** (Thema nennen).

Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit, einen Blick in unseren Betrieb zu werfen.

Unsere Geschäftsführerin Sybille Anders, der Projektverantwortliche Thomas Möck und unsere Produktionsleiterin Gaby Steiner beantworten gerne Ihre Fragen – auch im Einzelinterview.

Melden Sie sich gerne bei mir, wenn ich vorab schon etwas für Sie tun kann. Auch Ihre **Anmeldung bis spätestens ... (Datum)** ist bei mir richtig.

Wir freuen uns auf das Treffen mit Ihnen und senden

beste Grüße

i. A. Doris Knupfer

Assistentin der Geschäftsführerin



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Anschreiben zur Pressemeldung



Ansprechperson Presse ► Redaktion

Betreff: ... (Unternehmen) übernimmt ... (Unternehmen) – Pressemeldung

Sehr geehrter Herr ... (Chefredakteur),

ein chinesisches Sprichwort sagt: *„Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.“*

Wir gehören zu jenen, die diesen Wind als Antriebskraft und Chance für weiteres Wachstum nutzen.

Durch die Übernahme der ... (Unternehmen) stärken wir nicht nur unsere Marktposition. Wir erweitern auch unser Kompetenznetzwerk und unser Leistungsangebot.

Alle Detailinformationen finden Sie kompakt zusammengefasst in unserer Pressemitteilung.

Haben Sie Fragen? Brauchen Sie spezielles Material oder einen Termin für ein Interview?

Dann geben Sie mir bitte kurz Bescheid, ich helfe Ihnen gerne weiter.

Wir freuen uns auf Ihre Berichterstattung!

Beste Grüße

Christoph Helman

Pressestelle



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Anfrage Veröffentlichungsmöglichkeiten



Assistentin ► Redaktion

Betreff: Veröffentlichungsmöglichkeiten in Ihrem Medium

Liebe ... (Name)-Redaktion,

für uns ist dieses Jahr ein ganz Besonderes: ... (Name des Unternehmens) feiert sein ... (Zahl)-jähriges Bestehen.

... (Jahreszahl) von ... (Name Firmengründer) gegründet, haben wir uns zu einem der führenden Unternehmen in der deutschen ... (Branche) entwickelt.

Mit unserer Erfolgsgeschichte wollen wir auch andere inspirieren. Daher meine Fragen:

- Welche Möglichkeiten der Veröffentlichung bietet Ihr Medium?
- Bieten Sie Sonderveröffentlichungen, etwa in Form von redaktionellen Werbeanzeigen oder Beilagen an?
- Werden diese von Ihnen erstellt, oder können wir selbst jemanden damit beauftragen?
- Wie hoch sind die Kosten?

Ich bedanke mich schon einmal für Ihre Antwort bis zum ... (Datum).

Freundliche Grüße aus ... (Ort)

i. A. Melanie Schmitz-Leibke

Assistentin der Geschäftsführung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Anfrage Konditionen Anzeige/Werbung Assistent ► Ansprechperson Anzeigenabteilung



Betreff: Anfrage Werbemöglichkeiten

Guten Tag Herr Werbegut,

der US-amerikanische Schriftsteller Mark Twain stellte einst fest: „*Viele kleine Dinge wurden durch die richtige Art von Werbung groß gemacht.*“

Vielleicht bietet der/die/das ... (Name des Mediums) ja genau DIE Art Werbung, die wir brauchen?

Um das herauszufinden, würden wir uns gerne einen Überblick über Ihr Angebot an Werbemöglichkeiten verschaffen.

Lassen Sie mir bitte bis ... (Datum) eine Übersicht inklusive Preisliste zukommen. Auch an Sonderwerbeformen sind wir interessiert.

Ich bedanke mich und wünsche Ihnen eine angenehme Arbeitswoche.

Beste Grüße

Marius Benter

Assistent der Geschäftsführung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Druckfreigabe



Assistent ► Ansprechperson Anzeigenabteilung

Betreff: Druckfreigabe Werbeanzeige

Lieber Herr Werbegut,

wir sind schon sehr auf unsere 4-farbige Anzeige im Format ... (Format) gespannt und freuen uns, diese in Ihrer Ausgabe vom ... (Datum) zu sehen.

Text und Layout passen und können so übernommen werden. Die Druckfreigabe ist von unserer Seite somit erteilt.

Ich gebe Ihnen in den kommenden Tagen Bescheid, ob wir die Anzeige in dieser Form beibehalten oder ob es für weitere Schaltungen noch Anpassungen gibt.

Vielen Dank für die kompetente Beratung. Ich freue mich auf unsere weitere Zusammenarbeit.

Beste Grüße

Marius Benter

Assistent der Geschäftsführung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Frage nach Ansprechpartner



Ansprechperson Presse ► Presse

Betreff: Direkte Ansprechperson in Ihrer Redaktion

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Redaktion,

gerne würde ich meine E-Mail persönlicher beginnen, doch bislang kenne ich noch keine direkte Ansprechperson in Ihrer Redaktion.

Bitte nennen Sie mir eine Kontaktperson, an die ich mich als Pressevertreter der ... (Name des Unternehmens) künftig wenden kann.

Damit Sie schon mal einschätzen können, worum es bei uns geht: Die ... (Name des Unternehmens) ist ... (kurze Vorstellung).

Ich danke Ihnen vielmals und freue mich auf einen regen Austausch mit individueller Ansprache.

Freundliche Grüße sendet

Johannes Meister

Öffentlichkeitsarbeit



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Vorstellung neue Ansprechperson für Presse

Neue Ansprechperson ► Chefredaktion



Betreff: Ihre neue Ansprechpartnerin bei ... (Unternehmen)

Sehr geehrte Frau Blitz,

Zeit ist ein knappes Gut, darum ohne weitere Umschweife: Ich bin die Neue – und ab sofort Ihre Ansprechpartnerin in allen Belangen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der ... (Name des Unternehmens).

Mein Name ist ... (**Vor- und Nachname**), und ich freue mich schon darauf, Sie von nun an mit unseren aktuellen Pressemeldungen zu versorgen.

Sollten Sie darüber hinaus für Ihre Berichterstattung etwas brauchen – Informationen, Bilder, Interviews –, dann geben Sie mir bitte Bescheid.

Erreichbar bin ich von Montag bis Freitag von ... bis ... (Uhrzeiten) unter ... (Telefonnummer) und natürlich per E-Mail an ... (E-Mail-Adresse).

Ich freue mich auf eine gute Zusammenarbeit und wünsche Ihnen noch einen entspannten Arbeitstag.

Herzliche Grüße aus ... (Ort)

Lorena Rosner

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Begleitschreiben Fachartikel zur Veröffentlichung Assistentin ► Redaktionsleitung



Betreff: Fachartikel zur kostenfreien Veröffentlichung

Guten Tag Herr Hauke,

was nützt das innovativste Produkt, wenn keiner davon weiß?

Damit unserem **neuen ... (Produktneuheit)** dieses Schicksal erspart bleibt, haben wir seine Vorzüge und alles Wissenswerte rund um Entwicklung und Produktion **in einem ... (Anzahl)-seitigen/-spaltigen/... Wörter umfassenden Fachartikel zusammengefasst.**

Diesen stellen wir Ihnen gerne – und natürlich kostenfrei – zur Verfügung.

Über eine Veröffentlichung in Ihrer renommierten Fachzeitschrift ... (Titel) würden wir uns sehr freuen.

Falls Sie Fragen haben, beantworte ich diese gerne.

Bitte geben Sie mir im Falle einer Veröffentlichung kurz Bescheid, in welcher Ausgabe der Beitrag erscheint.

Besten Dank und freundliche Grüße

i. A. Emilia Weishapel

Assistenz Geschäftsführung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Bitte um Richtigstellung



Chefin ► Redaktionsleitung

Betreff: Bitte um Richtigstellung

Sehr geehrte Frau Leinmann,

ich schätze den/die/das ... (Name des Mediums) seit jeher als zuverlässige und seriöse Informationsquelle. Ein großes Lob an die Mitarbeitenden Ihrer Redaktion.

Mir ist bewusst, dass es auch in Ihrer Redaktion „menschelt“ und Fehler passieren können.

Ein solcher ist mir in Ihrer ... (Ausgabe) aufgefallen. Dort war zu lesen, dass ... (Falschmeldung nennen). Das ist so nicht richtig.

Korrekt muss es lauten: ... (Verbesserung)

Bitte drucken Sie zeitnah eine Richtigstellung. Sollten Sie dazu noch Fragen haben, können wir diese gerne auch telefonisch klären.

Besten Dank.

Es grüßt Sie

Inga Weselbusch

Geschäftsführerin



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

9 Musterschreiben, die aus der Masse hervorstechen

Weihnachtsgrüße zu versenden, gehört für viele Unternehmen zur alljährlichen Routine. Entsprechend viele dieser Schreiben gehen dann auch bei den Empfängerinnen und Empfängern ein. Oft klingen diese Weihnachtsgrüße auch noch sehr ähnlich, da sie mit den üblichen Floskeln gespickt sind und jegliche persönliche Note missen lassen. Die Konsequenz: Sie landen umgehend im Papierkorb. Doch es geht auch anders! Wir haben neun Textvorlagen für Sie vorbereitet, die gerne gelesen werden und bei den Angesprochenen positiv nachhallen.

Inhalt

Seite

9 Musterschreiben

· Weihnachtsgrüße an Abteilung	2
· Weihnachtsgrüße an Führungskraft	3
· Weihnachtsgrüße an Mitarbeitende (+ englisch)	4
· Weihnachtliche Grüße an Mitarbeitende	5
· Weihnachtsgrüße an Zulieferunternehmen	6
· Weihnachtsgrüße an Geschäftskontakt	7
· Weihnachtliche Grüße an Geschäftskontakt (+ englisch)	8
· Weihnachtsgrüße an Kundschaft (+ englisch)	9
· Weihnachtliche Grüße an Kundschaft	10



Die Autorin, **Birgit Kleimaier**, ist ausgebildete TV-Redakteurin. Als stellvertretende Redaktionsleiterin bei einem regionalen Fernsehsender war sie auch mit den organisatorischen Aufgaben des Redaktionsalltags betraut.



Alexandra Sievers ist die Redaktionsleiterin des *Office Guide*. Sie ist Expertin für Wort und Schrift und unterstützt als freie Redakteurin und Redenschreiberin Kundinnen und Kunden zahlreicher Branchen.

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Abteilung



Abteilungsleiterin ► Mitarbeitende

Betreff: Schöne Feiertage euch allen

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

die Adventszeit wird oft auch als „besinnliche Zeit“ bezeichnet. Davon kann in unserer Abteilung wohl kaum die Rede sein, denn gerade während der letzten Wochen des Jahres herrscht bei uns Hochbetrieb.

Und dennoch: Um diese Zeit besinne ich mich immer wieder besonders darauf, wie glücklich ich mich schätzen kann, euch in meinem Team zu haben.

Ihr packt alle zuverlässig mit an, um den Berg an Arbeit zu bewältigen und das Jahr zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen.

Dafür danke ich euch herzlich! Danke für euer Engagement, euren Zusammenhalt und für die Gewissheit, dass ich mich immer auf euch verlassen kann.

Bald könnt auch ihr ein wenig durchatmen und neue Kraft tanken, denn die Feiertage stehen an. Genießt sie und lasst es euch gutgehen.

Allen, die Weihnachten feiern, wünsche ich ein frohes Fest!

Dankbare Grüße

Marion Wolfram

Abteilungsleitung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Führungskraft Chefin ► Abteilungsleiterin



Betreff: Eine wunderschöne Weihnachtszeit

Liebe Judith,

der Weihnachtsmann hat es leicht! Er ist zwar unbestritten die Führungskraft, sitzt aber bequem in seinem Schlitten und lässt sich von seinen Rentieren, als seinen Helfern, ziehen.

Dass du einmal bequem in deinem Büro gesessen bist, daran kann ich mich nicht erinnern. Und du lässt dich auch nicht ziehen, sondern gehst deinem Team als Vorbild voran.

Dafür sage ich dir heute ausdrücklich herzlichen Dank! Bei dir weiß ich unsere ...-Abteilung in den besten Händen.

Aber auch eine Führungskraft braucht mal eine Pause, um abzuschalten und die Energiereserven neu aufzufüllen. Ich hoffe, du kannst die Feiertage nutzen, um dich entspannt zurückzulehnen und alles Geschäftliche für eine Weile auszublenden.

Ich wünsche dir ein wunderschönes Weihnachtsfest zusammen mit deinen Lieben und einen tollen Start ins neue Jahr.

Ich freue mich darauf, 2026 gemeinsam mit dir wieder loszulegen!

Herzliche Weihnachtsgrüße

Carola Leike

Geschäftsleitung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Mitarbeitende



Chef ► Mitarbeitende

Betreff: Herzlichen Dank und eine fröhliche Weihnachtszeit

Liebes ... (Unternehmen)-Team,

mein Weihnachtswunschzettel ist in diesem Jahr wieder einmal sehr überschaubar. Und der Grund dafür seid ihr! Was soll ich mir auch noch wünschen, wo ich doch ein so engagiertes und loyales Team an meiner Seite habe?

Das Jahr 2025 hat uns vor so manche Herausforderung gestellt. Es war kein einfaches Jahr. Doch wir haben solide Lösungen gefunden und die Weichen so gestellt, dass wir nun wieder Fahrt aufnehmen können. Dafür danke ich euch.

Auf die weitere Fahrt mit euch freue ich mich schon sehr! Ich bin sicher, wir werden schnell an Tempo gewinnen und die gesetzten Ziele kurz- und mittelfristig erreichen.

Doch jetzt wünsche ich euch erst einmal eine fröhliche Weihnachtszeit, entspannte Feiertage und einen schwungvollen Start ins neue Jahr!

Herzlichst

Subject: Thank you very much and Merry Christmas

Dear ... (company) team,

My Christmas wish list is once again very short this year. And the reason for that is you! What else could I possibly wish for when I have such a dedicated and loyal team at my side?

The year 2025 presented us with many challenges. It was not an easy year. But we found solid solutions and set the course so that we can now pick up speed again. Thank you for your support and the backing you give me.

I am very much looking forward to continuing the journey with you! I am confident that we will quickly pick up speed and achieve our short- and medium-term goals.

But for now, I wish you a merry Christmas, relaxing holidays, and a lively start to the new year!

Sincerely,



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtliche Grüße an Mitarbeitende Chefin ► Team



Betreff: Ich wünsche Ihnen eine erholsame Zeit

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,
in poetischen Worten umschrieb Rainer Maria Rilke die Stimmung zum Jahresende:
„Es gibt so wunderweiße Nächte, drin alle Dinge Silber sind.“

Nun ist die Wetterlage aber kein Garant für schneebedeckte Landschaften, die im Mondschein silbern glitzern. Und selbst wenn sich uns dieses schöne Bild bieten würde: Im Trubel der Arbeit und der alltäglichen Herausforderungen hätten wir vielleicht gar keinen Blick dafür.

Deshalb wünsche ich Ihnen für die anstehenden Feiertage, dass Sie all das genießen können, was Ihnen Freude macht. Mögen sie Ihnen viele silbern-glitzernde Momente bescheren!

Ich danke Ihnen von Herzen und im Namen der gesamten Geschäftsführung für Ihren Einsatz im Jahr 2025. Ohne Sie wären die Dinge, die in unserem Unternehmen Silber sind, nicht möglich. Danke, dass wir auf Sie bauen und vertrauen können.

Beste Grüße und Wünsche für die Feiertage sendet Ihnen

Judith Holzle

Geschäftsführerin



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Zulieferunternehmen



Chef ► Ansprechperson Zulieferunternehmen

Betreff: Haben Sie schöne Weihnachten

Sehr geehrte Frau Krüger,

„Wo ist das Rezept geblieben von den Plätzchen, die wir lieben? Wer hat das Rezept verschleppt?“ Diese Frage stellt der Kinderliedermacher Rolf Zuckowski in seinem Lied „In der Weihnachtsbäckerei“.

Was haben wir für ein Glück, dass wir uns bei der Zusammenarbeit mit Ihnen nie fragen müssen, wo etwas geblieben ist!

Denn dank Ihnen sind die Zutaten, die wir für unsere „Rezepte“ brauchen, stets pünktlich zur Stelle.

Danke für Ihre Zuverlässigkeit und auch Ihre Flexibilität, wenn es mal nötig ist.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Mitarbeitenden entspannte Feiertage und freue mich schon auf unsere Kooperation im neuen Jahr!

Beste Weihnachtsgrüße aus ... (Ort)

Tom Bohnke

Geschäftsführung



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Geschäftskontakt



Chef ► Geschäftspartner

Betreff: Schöne Weihnachten für Sie und Ihr Team

Sehr geehrter Herr Rutschke,

als Kind war ich davon beeindruckt, was die fleißigen Helfer des Weihnachtsmannes in kürzester Zeit alles schaffen.

Heute weiß ich aus Erfahrung: Es kommt auf den richtigen Partner an!

Und den haben wir in Ihnen und Ihrem Unternehmen gefunden. Danke für all das, was wir 2025 gemeinsam geschafft haben.

Danke für die erfolgreiche Kooperation und die großartige Unterstützung durch Ihr Team.

Ihnen und Ihren Mitarbeitenden wünsche ich nun eine erholsame Weihnachtszeit und ein frohes Fest für alle, die Weihnachten feiern.

Herzliche Grüße

Johannes Fischer

Geschäftsführer



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtliche Grüße an Geschäftskontakt



Chefin ► Geschäftspartnerin

Betreff: Besten Dank für die Zusammenarbeit

Liebe Frau Singh,

„Jetzt ist die Zeit der tausend Lichter, sie erstrahlen wunderschön, sie zaubern ein Lächeln auf Gesichter von Menschen, die vorübergehen.“ Mit diesen Worten beschreibt die Poetin Wilma Porsche die Advents- und Weihnachtszeit.

Für mich allerdings muss weder Advent noch Weihnachten sein, um einen Grund zum Lächeln zu haben: Denn allein der Gedanke an unsere erfolgreiche und vertrauensvolle Zusammenarbeit zaubert mir das ganze Jahr über ein Lächeln aufs Gesicht. Herzlichen Dank dafür! Und auch danke dafür, dass unsere Kooperation nicht nur „vorübergehend“ ist, sondern nun schon so lange Bestand hat.

Ich wünsche Ihnen einen fröhlichen Jahresausklang und einen energiegeladenen Start ins Jahr 2026! Wir sind gerne wieder an Ihrer Seite!

Herzliche Grüße

Subject: Thank you very much for your cooperation

Dear Ms. Singh,

“Now is the time of a thousand lights, they shine beautifully, they bring smiles to the faces of people passing by.” With these words, poet Wilma Porsche describes the Advent and Christmas season.

For me, however, it doesn't have to be Advent or Christmas to have a reason to smile: just thinking about our successful and trusting cooperation brings a smile to my face all year round. Thank you very much for that! And thank you also for the fact that our cooperation is not just “temporary,” but has now lasted for so long.

I wish you a happy end to the year and an energetic start to 2026! We look forward to being at your side again!

Warm regards,



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtsgrüße an Kundschaft



Verkauf ► gute Kundschaft

Betreff: Vielen Dank und einen schönen Jahresausklang

Lieber Herr Brommer,

von Wilhelm von Humboldt stammen die Worte: „*Im Grunde sind es immer die Verbindungen mit Menschen, die dem Leben seinen Wert geben.*“ Und ich kann dem Gelehrten nur recht geben!

Danke, dass Sie unserem Unternehmen so verbunden sind. Danke für Ihre Treue und Ihr Vertrauen in uns.

Für die Weihnachtsfeiertage wünsche ich Ihnen eine erholsame Zeit mit vielen Momenten, die für Sie persönlich „dem Leben seinen Wert geben“.

Genießen Sie den Jahresausklang und starten Sie gut ins Jahr 2026!

Was uns das neue Jahr bringen wird, kann wohl niemand so genau voraussagen. Doch eines kann ich Ihnen versprechen: Wir sind gerne wieder für Sie da!

Verbundene Grüße

Subject: Thank you and have a wonderful end to the year

Dear Mr. Brommer,

Wilhelm von Humboldt once said: “*Ultimately, it is always our connections with other people that give life its value.*” And I couldn't agree more with the scholar!

Thank you for your loyalty to our company. Thank you for your trust in us.

For the Christmas holidays, I wish you a relaxing time with many moments that personally “give life its value” for you.

Enjoy the end of the year and have a great start to 2026!

No one can predict exactly what the new year will bring. But I can promise you one thing: we will be happy to be there for you again!

Best regards,



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Musterschreiben Weihnachtliche Grüße an Kundschaft Kundenservice ► Kundschaft



Betreff: Wir wünschen Ihnen angenehme Feiertage

Sehr geehrte Frau Liebler,

wie „angenehme Feiertage“ aussehen, davon gibt es wohl unzählige individuelle Vorstellungen. Deshalb wünschen wir Ihnen, dass sich diese Tage exakt so gestalten, wie Sie es gerne möchten.

Mögen die letzten Tage des Jahres für Sie zu einem krönenden Highlight werden. Und möge der angenehme Jahresausklang nahtlos in ein entspanntes, glückliches sowie gesundes Jahr 2026 übergehen.

Es gibt so viele gute Wünsche, die wir Ihnen heute senden möchten – und einen Wunsch, den wir selbst hegen:

Bleiben Sie uns treu!

Danke für das Vertrauen, das Sie in uns setzen. Es ist für uns ein großer Ansporn, uns weiterzuentwickeln, um Ihnen noch mehr Leistungen und Service bieten zu können.

Beste Grüße zur Weihnachtszeit sendet Ihnen

Luis Neizel

Serviceleiter



Diesen Mustertext können Sie direkt herunterladen unter:
www.onlinebereich.workingoffice.de

Suchwort

	Beitrag	Seite	Ausgabe		Beitrag	Seite	Ausgabe
B							
Beschwerdemails, Lieferungen	B 300/02 ff.		KW 21/2025	· Hochgestellte Zeichen, allein stehend, DIN 5008	D 500/56		GW
D							
DIN 5008, Grundsätze				· Indizes, DIN 5008	D 500/49		GW
· Abkürzungen, DIN 5008	D 500/07		GW	· Infoblock, 5008	D 500/56		GW
· Absätze, DIN 5008	D 500/09		GW	· Klammern, DIN 5008	D 500/58		GW
· Absender, DIN 5008	D 500/09		GW	· Leistung, Grenzen	D 500/02		GW
· Anführungszeichen, DIN 5008	D 500/10		GW	· Maßeinheiten, DIN 5008	D 500/44		GW
· Anlagevermerk, DIN 5008	D 500/11		GW	· mathematische Formeln, DIN 5008	D 500/58		GW
· Anrede, DIN 5008	D 500/14		GW	· Münzbezeichnungen, DIN 5008	D 500/72		GW
· Anschriften, Ausland, DIN 5008	D 500/27		GW	· Musterbriefbögen, DIN 5008	D 500/59		GW
· Anschriften, Gestaltung, DIN 5008	D 500/15		GW	· neu, 2020	D 500/01		GW
· Apostroph, DIN 5008	D 500/30		GW	· nichtdezimale Teilungen, DIN 5008	D 500/62		GW
· Aufzählungen, DIN 5008	D 500/31		GW	· Ortsteilnamen, DIN 5008	D 500/62		GW
· Auslassungspunkte, DIN 5008	D 500/33		GW	· Paginierung, DIN 5008	D 500/66		GW
· Beglaubigungsvermerk, DIN 5008	D 500/34		GW	· Prozent-/Promillezeichen, DIN 5008	D 500/63		GW
· Betreff, DIN 5008	D 500/35		GW	· PS, DIN 5008	D 500/63		GW
· Bezugs- und Kommunikationszeile, DIN 5008	D 500/37		GW	· Rechenzeichen, DIN 5008	D 500/65		GW
· Bindestrich, DIN 5008	D 500/37		GW	· Satzzeichen, DIN 5008	D 500/65		GW
· Briefbogen, Muster, DIN 5008	D 500/60		GW	· Schrägstrich, DIN 5008	D 500/65		GW
· Briefumschläge, DIN 5008	D 500/39		GW	· Schrift, DIN 5008	D 500/66		GW
· Bruchstrich, DIN 5008	D 500/39		GW	· Seitennummerierung, DIN 5008	D 500/66		GW
· Datum, DIN 5008	D 500/40		GW	· Seitenränder, DIN 5008	D 500/67		GW
· dezimale Teilungen	D 500/43		GW	· Silbentrennung, DIN 5008	D 500/67		GW
· Dezimallösungen, DIN 5008	D 500/43		GW	· Streckenangaben, DIN 5008	D 500/68		GW
· Diktatzeichen, DIN 5008	D 500/44		GW	· Summen, DIN 5008	D 500/68		GW
· Einheiten, DIN 5008	D 500/44		GW	· Teilungen, DIN 5008	D 500/43		GW
· Einrückungen, DIN 5008	D 500/45		GW	· Telefonnummern, DIN 5008	D 500/76		GW
· Einzüge, DIN 5008	D 500/46		GW	· Titel, DIN 5008	D 500/18		GW
· E-Mails, DIN 5008	D 500/46		GW	· Überblick	D 500/05		GW
· Empfehlungen	D 500/02		GW	· Uhrzeitangaben, DIN 5008	D 500/68		GW
· Empfehlungen anpassen	D 500/03		GW	· Unterstreichungen, DIN 5008	D 500/69		GW
· Euro, Schreibweise, DIN 5008	D 500/49		GW	· Verhältniszeichen, DIN 5008	D 500/69		GW
· Exponenten, DIN 5008	D 500/49		GW	· Verteiler, DIN 5008	D 500/70		GW
· Exponenten/Indizes, DIN 5008	D 500/49		GW	· Währungseinheiten, Münzbezeichnungen	D 500/72		GW
· Fettschrift, DIN 5008	D 500/49		GW	· Wortergänzungen, DIN 5008	D 500/73		GW
· Firmenbriefbogen	D 500/02		GW	· Zahlen, DIN 5008	D 500/74		GW
· Formeln, DIN 5008	D 500/51		GW	· Zahlenaufstellungen, DIN 5008	D 500/78		GW
· Fußnoten, DIN 5008	D 500/50		GW	· Zeichen, DIN 5008	D 500/78		GW
· Gedankenstrich, DIN 5008	D 500/51		GW	· Zeilenabstand, DIN 5008	D 500/82		GW
· Geldbeträge, DIN 5008	D 500/51		GW	· Zeilenanfang/-ende, DIN 5008	D 500/82		GW
· Gleichheitszeichen, DIN 5008	D 500/51		GW	· Zentrieren, DIN 5008	D 500/83		GW
· Größenangaben/Formeln, DIN 5008	D 500/51		GW	· Zwischenräume, DIN 5008	D 500/83		GW
· Grußformel, DIN 5008	D 500/52		GW	· DIN 5008, längere Texte			
· Grußformel, mit Erweiterung, DIN 5008	D 500/53		GW	· längere Texte, Bedeutung	D 550/02		KW 21/2025
· Hervorhebungen, DIN 5008	D 500/55		GW	· Layout	D 550/03		KW 21/2025
				· Seitenformat, Seitenränder	D 550/03		KW 21/2025
				· Textgestaltung, Details	D 550/04		KW 21/2025

E

Effizienz, Aufgabenmanagement

· emotionaler Link, effektives Arbeiten	E 300/02	KW 08/2025
· Überforderung, Aufgabe	E 300/03	KW 08/2025
· Unterforderung, Langeweile	E 300/06	KW 08/2025
· Ziele, Motivation	E 300/08	KW 08/2025

Effizienz, Konzentration

· Effizienz, Voraussetzung	E 350/02	KW 44/2024
· Prioritäten setzen	E 350/05	KW 44/2024
· Zeigarnik-Effekt, Effizienz	E 350/02	KW 44/2024

E-Mails, Allgemeines

· An, Cc, Bcc	E 550/02	KW 47/2025
· Anrede, Namen	E 550/06	KW 47/2025
· Aufbau, Wichtigkeit	E 550/08	KW 47/2025
· Betreff, Inhalt	E 550/04	KW 47/2025
· Bezugszeichen und -angaben, Verständnis	E 550/05	KW 47/2025
· Cc-Verteiler, Prüfung	E 550/03	KW 47/2025
· Einstieg, positiv	E 550/07	KW 47/2025
· Grußformel, Anrede	E 550/09	KW 47/2025
· Handlungsaufforderung	E 550/08	KW 47/2025
· Informations-E-Mail, Adresse	E 550/02	KW 47/2025
· Signatur, vollständig	E 550/10	KW 47/2025

Excel, Adressverwaltung

· absteigende Postleitzahlen	E 900/11	KW 12/2025
· Adressen sortieren	E 900/08	KW 12/2025
· benötigte Adressen	E 900/14	KW 12/2025
· Kundenadressen, Adressdetails	E 900/02	KW 12/2025
· Sortierfunktion	E 900/12	KW 12/2025

G

Geburtstagsglückwünsche, musikalisch

· Musterschreiben, Vorlagen	G 300/02. ff.	KW 05/2025
-----------------------------	---------------	------------

Gesundheit, Arbeitsunfähigkeit

· Anzeigepflicht	G 400/02	KW 12/2025
· Gutschrift von Urlaubstagen	G 400/11	KW 12/2025
· Krankengeld	G 400/09	KW 12/2025
· längere Ausfälle, Vorbeugung	G 400/12	KW 12/2025
· Lohnfortzahlung	G 400/08	KW 12/2025
· Mental Health Day	G 400/14	KW 12/2025
· Nachweispflicht	G 400/04	KW 12/2025
· Präsentismus	G 400/13	KW 12/2025
· Rechte	G 400/07	KW 12/2025
· Wiedereingliederung	G 400/11	KW 12/2025

Gesundheit, Burnout

· Perfektion, Ursache	G 420/06	KW 08/2025
· Ursachen, Falle	G 420/03	KW 08/2025
· Warnsignale, Aussagen, Checkliste	G 420/02	KW 08/2025

Gesundheit, Fitness

· Auen, 3 Übungen	G 440/08	KW 05/2025
-------------------	----------	------------

· Bildschirmarbeit, 7 Regeln	G 440/06	KW 05/2025
· Brille, Beschwerden	G 440/09	KW 05/2025
· Kontaktlinsen, Tipps	G 440/10	KW 05/2025
· Laptop, Verkrampfungen	G 440/05	KW 05/2025
· Rücken fit-Programm	G 440/02	KW 05/2025
· Sitz-Steh-Dynamik, Abwechslung	G 440/04	KW 05/2025
Information, allgemein	I 600/02 ff.	KW 02/2025

K

KI, Prompting

· 5 Grundregeln	K 500/03	KW 31/2025
· Chain-of-Thought Prompting, Profi-Tricks	K 500/07	KW 31/2025
· Fehler vermeiden, Prüfung	K 500/04	KW 31/2025
· Few-Shot Prompting, Profi-Tricks	K 500/05	KW 31/2025
· Prompting, Erklärung	K 500/02	KW 31/2025
· Schnellcheck, gute Prompts	K 500/08	KW 31/2025
· Zero-Shot Prompting, Profi-Tricks	K 500/06	KW 31/2025

Kommunikation, Einwandbehandlung

· Angriff, persönliche Ebene	K 630/03	KW 31/2025
· Angriffe, Umgang	K 630/13	KW 31/2025
· Einwand, Argumentation, Sachebene	K 630/02	KW 31/2025
· Richtigstellung, behutsam	K 630/09	KW 31/2025
· Schleifen-Technik	K 630/06	KW 31/2025
· Vorbereitung, Überlegung	K 630/04	KW 31/2025
· Vorwand, Desinteresse	K 630/02	KW 31/2025
· Widerstand begegnen	K 630/02	KW 31/2025

Kommunikation, Gehaltsverhandlung

· Geld, Gesprächsthema	K 640/02	KW 44/2024
· KIMICH-Methode	K 640/07	KW 44/2024
· Selbstwertgefühl, Voraussetzung	K 640/03	KW 44/2024

Kommunikation, Missverständnisse

· 4-Ohren-Modell, Kommunikationsmodell	K 660/02	KW 25/2025
· Arbeitsanweisungen, Zweifel	K 660/09	KW 25/2025
· Aussage, möglicher Gedanke, Übersicht	K 660/07	KW 25/2025
· indirekte Aussage, Wünsche äußern	K 660/05	KW 25/2025
· Interpretation, eigene Denkwelt	K 660/08	KW 25/2025
· klare Kommunikation, Missverständnisse	K 660/02	KW 25/2025
· Missverständnis offenlegen	K 660/12	KW 25/2025

Kommunikation, positives Gesprächsklima

· Entscheidungen beeinflussen, Fragetechnik	K 673/09	KW 47/2025
· gewaltfreie Kommunikation, Schulduweisungen vermeiden	K 673/02	KW 47/2025
· motivierendes Arbeitsklima, Ausdruck	K 673/06	KW 47/2025
· Vorwürfe, Alternative	K 673/03	KW 47/2025

Kommunikation, rechtliche Grundlagen

· Beweiskraft, Absprache	K 675/12	KW 41/2025
· Briefgeheimnis, Inhalt	K 675/02	KW 41/2025
· Fernmeldegeheimnis, Inhalt	K 675/05	KW 41/2025
· Gespräche, Aufzeichnung und Mithören	K 675/09	KW 41/2025

· Überarbeitung, Grund	S 300/09	KW 28/2025	· Growth und Fixed Mindset, New Work, New Words	Tipps 13	KW 47/2025
· Versagensangst, Grund	S 300/07	KW 28/2025	· Hervorhebungen, DIN 5008	Tipps 07	KW 41/2025
· Zielsetzung, Änderung, Grund	S 300/10	KW 28/2025	· Holokratie, New Work Glossar	Tipps 15	KW 25/2025
Selbstmanagement, Routinen			· inneres kleines Faultier, Selbstmanagement	Tipps 06	KW 25/2025
· Selbstdisziplin, 2 Tipps	S 370/07	KW 18/2025	· Job Crafting, New Work Glossar	Tipps 14	KW 25/2025
· Tipp 1, Eat that Frog	S 370/02	KW 18/2025	· KI Bilder, Videos	Tipps 15	KW 44/2025
· Tipp 2, Fokussiert in die Woche starten	S 370/03	KW 18/2025	· KI, Soft Skills	Tipps 15	KW 41/2025
· Tipp 3, Nein sagen – gewusst wie	S 370/03	KW 18/2025	· Kompetenzgerangel, Chefs, Prioritäten festlegen	Tipps 01	KW 47/2025
· Tipp 4, Die Eisenhower-Matrix	S 370/04	KW 18/2025	· Kondolenzschreiben, geschäftlich	Tipps 05	KW 44/2025
· Tipp 5, Fortschritte dokumentieren und belohnen	S 370/05	KW 18/2025	· Konzentration, Großraumbüro	Tipps 01	KW 41/2025
· Tipp 6, Zeitliche Puffer schaffen	S 370/05	KW 18/2025	· korrekte Anrede, Formulierungen	Tipps 03	KW 47/2025
· Tipp 7, Ordnung halten	S 370/06	KW 18/2025	· Postscriptum, DIN 5008	Tipps 06	KW 47/2025
Social Skills, Emotionale Intelligenz			· PowerPoint live, Präsentation, Online-Meeting	Tipps 15	KW 25/2025
· Beziehungen managen, Überblick	S 510/17	KW 44/2025	· Prioritäten setzen, Vorgehensweise	Tipps 10	KW 41/2025
· Beziehungsmanagement, Voraussetzung	S 510/13	KW 44/2025	· Protokoll, nachträgliche Änderung	Tipps 04	KW 47/2025
· Emotionale Intelligenz, IQ	S 510/02	KW 44/2025	· Referenzschreiben, Inhalt	Tipps 03	KW 25/2025
· Emotionsmanagement, Kennzeichen	S 510/08	KW 44/2025	· Ruheräume, Großraumbüro	Tipps 01	KW 41/2025
· Gefühle erkennen, Reaktion	S 510/14	KW 44/2025	· Schreibtisch, aufrecht sitzen	Tipps 09	KW 47/2025
· Gefühlsmanagement, 3 Schritte	S 510/04	KW 44/2025	· Selbstführung, Morgenfokus-Formel	Tipps 08	KW 44/2025
· Selbstkonzepte	S 510/09	KW 44/2025	· Social Fitness, Energiequelle	Tipps 12	KW 41/2025
· unangenehme Gefühle, Fragen	S 510/11	KW 44/2025	· Tabellen einfügen, Dokument, Hoch- und Querformat, DIN 5008	Tipps 04	KW 44/2025
T					
Teamwork, 7 Tipps			· Telefon, Verabschiedung	Tipps 02	KW 44/2025
· aktiv zuhören, Stellung beziehen	T 300/04	KW 05/2025	· Weihnachtsgrüße, Wertschätzung und Motivation	Tipps 07	KW 47/2025
· Austausch, Smalltalk	T 300/08	KW 05/2025	· Zebra Company, New Work, New Words	Tipps 15	KW 44/2025
· Kritik, Äußerungen	T 300/12	KW 05/2025	· Zeichensetzung, Komma	Tipps 04	KW 25/2025
· Lob, Anerkennung	T 300/14	KW 05/2025	· Zeit füreinander, Team	Tipps 13	KW 44/2025
· Stress, Freundlichkeit	T 300/09	KW 05/2025			
· Teammitglieder, Stimmung	T 300/02	KW 05/2025			
· Vertrauen, Ehrlichkeit	T 300/10	KW 05/2025			
· Wissen erweitern, Idee	T 300/02	KW 05/2025			
W					
Tipps			Weihnachten, Grüße 2025		
· 50-Prozent-Test, Erfolgsaufgaben erkennen	Tipps 11	KW 41/2025	· Musterschreiben, Vorlagen	W 275/02 ff.	KW 47/2025
· Aufgaben, uninteressant, Motivation	Tipps 04	KW 41/2025	Weihnachtsfeier, Einladungen 2025		
· Auslandseinsatz, Chancen, Risiken	Tipps 03	KW 41/2025	· Musterschreiben, Vorlagen	W 220/02 ff.	KW 44/2025
· Benjamin-Franklin-Effekt, Erklärung	Tipps 11	KW 47/2025	Weihnachtsfeier, Organisation		
· Bewerbung, Google	Tipps 01	KW 25/2025	· Musterschreiben, Vorlagen	W 250/02 ff.	KW 41/2025
· bis, DIN 5008	Tipps 05	KW 25/2025			
· Briefsignatur, ohne Unterschrift	Tipps 04	KW 44/2025	Z		
· Datennutzung, Bewerbende	Tipps 02	KW 25/2025	Zeitmanagement, Strategien		
· Delegieren, Aspekte	Tipps 12	KW 25/2025	· Abhaken, Strategie 1	Z 300/02	KW 47/2024
· digitaler Datenputz, Unordnung	Tipps 13	KW 47/2025	· First things first, Strategie 3	Z 300/06	KW 47/2024
· Doppelname, korrekte Vorstellung	Tipps 01	KW 44/2025	· gute Organisation	Z 300/02	KW 47/2024
· Empfehlungsschreiben, Aussagen	Tipps 04	KW 25/2025	· Mail-Organisation, Strategie 2	Z 300/04	KW 47/2024
· Spannungsmomente, effektiv	Tipps 08	KW 41/2025	· Pause machen, Strategie 5	Z 300/08	KW 47/2024
· Erfolge feiern, Motivation, Zufriedenheit	Tipps 11	KW 47/2025	· Zeitblöcke einplanen, Strategie 4	Z 300/07	KW 47/2024
· Gedächtnis, 7 Strategien	Tipps 10	KW 44/2025	Zusammenarbeit, Feedback an Externe		
			· Lob, konstruktive Kritik	Z 800/02	KW 08/2025
			· Musterschreiben, Vorlagen	Z 800/03 ff.	KW 08/2025

Sie benötigen einen zusätzlichen Ordner?

Kein Problem! Als treue Leserin beziehungsweise treuer Leser erhalten Sie diesen kostenlos.

Schreiben Sie einfach eine E-Mail an kundendienst@vnr.de. Bitte geben Sie als Betreff „Archiv-Ordner Office Guide“ an.



Impressum

Office Guide

Für alle, die mitdenken, mitlenken, mitwirken

ISBN 978-3-8125-2520-6, ISSN 2510-540X

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG,
Theodor-Heuss-Straße 2 – 4, 53177 Bonn,
eingetragen:

Amtsgericht Bonn, HRB 81655

Vorstand: Richard Rentrop

Redaktionell Verantwortlich: Martin Grashoff,
Verlagsleiter mediaforwork, Theodor-Heuss-
Straße 2 – 4, 53177 Bonn

Produktmanagerin: Natalie Leopold, Bonn;

Gutachterinnen: Daniela Schmidt, Viera Schleidt

Redaktionelle Leitung: Alexandra Sievers,
München

Autorinnen und Autoren: Katja Beckmeyer,
Yvonne Göpfert, Birgit Kleimaier, Susanne Roth,
Dunja Schenk, Daniela Schmidt, Alexandra Sievers,
Dominique Woith

Lektorat/Korrektorat: Kristina Wolter, Frankfurt
a. M. Schlusskorrektur: Kristina Wolter, Frankfurt a. M.

Satz: Schmelzer Medien GmbH, Siegen

Druck: ADN Offsetdruck, Am Bahnhof 6a,
Battenberg

Bezug und Service-Center: working@office Welt •
Wir lieben Office Management!

Office Guide, Theodor-Heuss-Straße 2 – 4,
53177 Bonn, Telefon 0228 9550160,
Telefax 0228 3696486

Internet: www.onlinebereich.workingoffice.de,
E-Mail: kundenservice@workingoffice.de

Alle Angaben im Office Guide wurden mit äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie basieren jedoch auf der Richtigkeit uns erteilter Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Wo Menschen arbeiten, können Fehler nicht immer ausgeschlossen werden. Eine Gewähr kann nicht übernommen werden, auch nicht für telefonisch erteilte Auskünfte. Vervielfältigungen jeder Art sind nur mit Genehmigung des Verlags gestattet.

© 2025 VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Sekada • Kompetenz für Assistenzen, Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau

Ihre Office-Vorteile auf einen Blick

Mehr Wissen. Mehr Austausch. Mehr Unterstützung – genau dann, wenn Sie sie brauchen.

Fragen? Wir sind für Sie da.

Sie haben eine Frage zu Inhalten?

- ▶ Schreiben Sie an kundenservice@workingoffice.de, und wir antworten werktags innerhalb von 24 Stunden.



3.000+ Inhalte jederzeit online verfügbar

Checklisten, Vorlagen, Fachartikel – im Onlinebereich finden Sie alles, was Sie benötigen.

- ▶ Bequem herunterladen, bearbeiten und auch weiterleiten: www.onlinebereich.workingoffice.de

Der Office Breakfast Club – live, kostenlos & vernetzend

Alle zwei Monate erwartet Sie ein Live-Webinar mit:

- Top-Themen aus dem Office-Alltag
- sofort umsetzbaren Tipps von Expertinnen und Experten
- Austausch mit Gleichgesinnten – ganz bequem am Schreibtisch
- ▶ Kostenlos, live & relevant – damit Sie immer auf dem neusten Stand sind: <https://webinar.workingoffice.de/>



Schon entdeckt? Folgen Sie auf Social Media für Tipps, News & Inspiration rund ums Office!



_workingoffice



working@office



Working at Office

