

OFFICE Guide

Für alle, die mitdenken,
mitlenken, mitwirken

Mit
9
neuen Text-
vorlagen

Ihre Themen im Überblick

- **Beschwerden, schriftlich & mündlich**
Professionelles Beschwerdemanagement: So reagieren Sie souverän und zielorientiert
- **Einladungen, verschiedene Anlässe**
„Sind Sie dabei?“ 9 Einladungsschreiben, die Lust auf eine Zusage machen
- **Gesundheit, mentale Stärke**
Mentale Gesundheit: Was Sie wirklich stark macht!
- **Zusammenarbeit, interkulturelle Kompetenz**
Interkulturelle Kompetenz: Ein Muss für die Zukunft

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

„Wie lange müssen E-Rechnungen laut Vorschrift gespeichert werden?“

„Meine privaten Probleme schlagen mir aufs Gemüt. Soll ich mich im Büro dazu äußern?“

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,

stellen Sie sich vor, es sei Montagmorgen: Sie sind gerade in Ihr Büro gekommen und haben Ihren PC hochgefahren. Nun wollen Sie bei einer Tasse Kaffee in Ruhe Ihre To-do-Liste für die Woche durchgehen und die Themen für die Morgenbesprechung festlegen, noch bevor Ihre Führungskraft ins Office kommt. Da klingelt das Telefon.

„Müller! Schön, dass man bei Ihnen auch mal jemanden erreicht! Ich habe eine Beschwerde“, knallt Ihnen die Stimme am anderen Ende der Leitung entgegen.

„Toller Start in die Woche“, denken Sie. „Und was heißt: „auch mal jemanden erreicht“? Die offiziellen Geschäftszeiten beginnen erst in einer Viertelstunde. Und am Wochenende geht natürlich niemand dran. Was will diese Person überhaupt von mir? Sie könnte sich freuen, dass ich das Gespräch überhaupt schon angenommen habe.“

Das tut sie aber nicht. Denn was sie will, ist ihren Ärger loswerden. Sich beschweren. Das hat sie auch deutlich gesagt. Für Ihre Argumente hat sie jetzt kein Ohr. Und es ist ihr auch ganz gleich, ob sie mit dem, was sie verärgert, irgendetwas zu tun haben. Sei es eine Lieferung, die defekt angekommen ist, oder ein Kundendienst-Mitarbeiter, der einen Termin versäumt hat: Sie müssen jetzt herhalten und den Wutausbruch über sich ergehen lassen. Doch wie gelingt Ihnen das, ohne sich herunterziehen zu lassen und die Woche schon am Montagmorgen als „gelaufen“ abzuhaken?

Was Sie in einer solchen Situation brauchen, sind Gelassenheit und mentale Stärke – sowie ein paar Tricks, wie Sie mit Beschwerden professionell umgehen. Und genau dieses Rüstzeug liefern wir Ihnen in dieser Ausgabe.

In diesem Sinne: Der nächste Montagmorgen-Kracher kann kommen!

Es grüßt Sie herzlich

Alexandra Sievers



Alexandra Sievers

Redaktionelle
Leitung des
Office Guide

Kommunikationstipps – Inhalt

BEITRAG EINLEGEN

REGISTER

NEUE SEITEN

Kommunikationstipps KW 15/2026

Tipps

K-Tipps

Direkt aus dem Office-Alltag:

Ihre Fragen, unsere Antworten

- Wie lange müssen E-Rechnungen laut Vorschrift gespeichert werden?
- Bei der Arbeit ständig im Alarmzustand: Was kann ich tun?
- Meine privaten Probleme schlagen mir aufs Gemüt. Soll ich mich im Büro dazu äußern?

Tipps 1 – 2

Tipps 2 – 4

Tipps 4 – 6

DIN 5008-Quiz

- Wie lautet die korrekte Anschrift?
- Wissen Sie die richtige Antwort?

Tipps 6 – 7

Zeitgemäße Korrespondenz

- Personalveränderungen: So informieren Sie externe Kontakte darüber

Tipps 7 – 9

Selbstmanagement

- Ein Leben jenseits des Perfektionismus: Gut genug ist oft perfekt

Tipps 9 – 11

Gesundheit & Balance

- Sinnfindung: Das kleine Glück im eigenen Leben entdecken

Tipps 11 – 13

Digitaler Tipp

- Professionelle Optik: So sehen Präsentationen wirklich gut aus

Tipps 14 – 16

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

Beschwerden, schriftlich & mündlich

- Professionelles Beschwerdemanagement: So reagieren Sie souverän und zielorientiert

ABC

B 310/1 – 12

Einladungen, verschiedene Anlässe

- „Sind Sie dabei?“ 9 Einladungsschreiben, die Lust auf eine Zusage machen

DEF

E 400/1 – 10

Gesundheit, mentale Stärke

- Mentale Gesundheit: Was Sie wirklich stark macht!

GHI

G 460/1 – 6

Organisation, Firmenevents

- Champagner für alle? So planen Sie Firmenevents, die Wirkung zeigen – inklusive ausführlicher Checkliste

MNO

O 805/1 – 10

Zusammenarbeit, interkulturelle Kompetenz

- Interkulturelle Kompetenz: Ein Muss für die Zukunft

XYZ

Z 820/1 – 8

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

? „Wie lange müssen E-Rechnungen laut Vorschrift gespeichert werden?“

Mir ist klar, dass E-Rechnungen ebenso aufbewahrt werden müssen wie Rechnungen, die per Post oder als PDF per E-Mail versandt werden. Doch wie lange ist die Aufbewahrungsfrist? Ich habe im Internet unterschiedliche Informationen gefunden. Da heißt es zum Teil 10 und zum Teil 8 Jahre. Was ist richtig?

Monika L., Deggendorf

! **Unsere Antwort: Es gilt eine Aufbewahrungsfrist von 8 Jahren**

von: Redaktionsteam

Mitte 2025 (14. Juli) hat das Bundesfinanzministerium (BMF) die GoBD (Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen) aktualisiert. Im Zuge dessen wurde die Aufbewahrungsfrist für E-Rechnungen von 10 auf 8 Jahre verkürzt. Internetseiten, die seither nicht entsprechend aktualisiert wurden, geben noch immer eine Frist von 10 Jahren an – daher die Verwirrung.

Das sind die konkreten Neuerungen

- **Archivierung von E-Rechnungen:** Für die Aufbewahrung von elektronischen Rechnungen genügt es, wenn Sie den maschinenlesbaren Teil (zum Beispiel die XML-Daten) 8 Jahre lang speichern. **Achtung:** Einen „menschenslesbaren“ Sichtbeleg (etwa eine PDF-Datei) müssen Sie nur dann zusätzlich aufbewahren, wenn dieser steuerrelevante Zusatzinformationen enthält. Das können unter anderem Buchungsvermerke sein.

- **Maschinelle Auswertbarkeit:** Sie müssen stets sicherstellen, dass alle steuerrelevanten Daten (zum Beispiel Ihres Buchhaltungsprogramms und Ihrer E-Kasse) für die Sichtung durch einen Betriebsprüfer ohne weitere Aufbereitungs- oder Konvertierungsschritte auswertbar sind.
- **Ausgangsrechnungen:** Sie brauchen in Ihrem Faktura-Programm keine Kopie der jeweiligen Ausgangsrechnung vorzuhalten. Sie müssen allerdings jederzeit in der Lage sein, eine identische Kopie zu erzeugen.
- **Datenzugriff durch die Finanzverwaltung:** Das Finanzamt kann Sie dazu verpflichten, steuerrelevante Daten (etwa für eine Betriebsprüfung) selbst maschinell auszuwerten oder in maschinell auswertbaren Formaten bereitzustellen. Dieser mittelbare Datenzugriff ist bereits heute in der Praxis üblich und muss Sie nicht weiter beunruhigen.

? „Bei der Arbeit ständig im Alarmzustand: Was kann ich tun?“

Ich arbeite als Teamassistentin und merke, dass ich zunehmend in eine Art „Daueralarm“ verfalle. Sobald jemand meinen Namen sagt oder eine neue E-Mail aufploppt, spannt sich mein ganzer Körper sofort an. Ich reagiere nur noch, statt selbst zu steuern. Dabei verliere ich meinen eigenen Arbeitsrhythmus komplett. Gibt es einen Weg, aus diesem Reaktionsmodus wieder herauszukommen?

Erika R., Böbingen

! **Unser Rat: Setzen Sie sich nicht länger selbst unter Druck**

von: Redaktionsteam

Das Phänomen eines ständigen inneren Alarmzustands kennen viele Assistenten: Nicht die Menge der Aufgaben allein ist das Problem, sondern die Unvorhersehbarkeit, das „Jederzeit-kann-alles-passieren“-Gefühl. Dauernd auf Abruf zu sein, erschöpft mehr als jede To-do-Liste.

Verabschieden Sie sich vom Mythos der ständigen Verfügbarkeit

Setzen Sie sich nicht länger selbst unter Druck, indem Sie durchgehend Sofortreaktionen von sich verlangen. Das können Sie auf Dauer nicht durchhalten. Statt auf jede Anfrage sofort anzuspringen, entscheiden Sie, welche Priorität das jeweilige Anliegen hat und wann Sie sich dementsprechend am besten darum kümmern. Das ist kein Machtspiel, sondern professionell – und auch Selbstschutz. Zudem steigt die Qualität Ihrer Arbeit, wenn Sie nicht permanent unterbrochen werden.

Keine spontanen Antworten

Eine einfache Technik, wenn ein Teammitglied mit einem spontanen Anliegen auf Sie zukommt: Zählen Sie innerlich bis drei, bevor Sie antworten. Das schafft eine Mikro-Pause und unterbricht den Alarmmechanismus. Teilen Sie dem Teammitglied dann mit, wann es für Sie am besten passt, sich seinem Anliegen zu widmen. Sagen Sie zum Beispiel:

- *„Ja, mache ich gerne, gleich nachdem ich diese Arbeit erledigt habe.“*
- *„Sicher kann ich das übernehmen. Bis 15 Uhr hast du alles, was du brauchst.“*
- *„Jetzt gleich kann ich das leider nicht machen. Ich stecke mitten in einer anderen Aufgabe. Aber um 13 Uhr passt es für mich.“*

Sie werden sehen: Wenn Sie nicht mehr sofort reagieren, wird das Ihr Team zunächst vielleicht verwundern, denn Sie haben Ihre Kolleginnen und Kollegen mit Ihren Spontaneinsätzen bislang verwöhnt. Doch Sie können sie auch wieder „umgewöhnen“, und mit der Zeit werden die Fragen nach Soforthilfe von selbst weniger werden.

Hilfreich bei akutem Alarmzustand

Wenn Ihnen der Alarmzustand mal wieder den Atem raubt, helfen auch kleine Reset-Rituale:

- ein tiefer Atemzug mit bewusstem Ausatmen
- die Schultern kurz kreisen
- einmal aufstehen

Das klingt banal, wirkt aber unmittelbar regulierend.

Erkennen Sie Ihren eigenen Wert

Bedenken Sie: Als (Team-)Assistentin gute Arbeit zu leisten, bedeutet nicht, für alles und alle immer zur Stelle zu sein. Beziehen Sie Ihren eigenen Wert deshalb nicht daraus, wie gut es Ihnen gelingt, die „Rundumversorgung“, „Nothilfe“ und „Feuerwehreinsätze“ zu meistern.

Sie sind Koordinatorin, Organisatorin, Vorausdenkerin und noch vieles mehr für Ihr Team. Wenn Sie sich daran erinnern, fällt es Ihnen bestimmt leichter, Grenzen zu setzen.

Ihr Ziel muss nicht sein, weniger Menschen zu helfen, sondern anders mit den Anliegen Ihres Teams umzugehen: nicht mehr als Feuerwehr des Teams, sondern als kompetente Unterstützerin, deren Leistung und Zeit wertgeschätzt werden.

? „Meine privaten Probleme schlagen mir aufs Gemüt. Soll ich mich im Büro dazu äußern?“

Ich befinde mich gerade in einer schwierigen privaten Situation: Mein Mann und ich haben uns getrennt. Die Trennung belastet mich sehr und ich merke, dass es mir auch im Büro aufs Gemüt schlägt. Zwei Kolleginnen haben mich bereits darauf angesprochen, weil ich wohl niedergeschlagen wirke. Nun frage ich mich: Soll ich sagen, was los ist? Und wenn ja, wem? Ich möchte auf keinen Fall, dass meine private Situation im ganzen Unternehmen herumgezählt wird. Wie gehe ich am besten damit um?

Sandra K., Hamburg



Unser Rat: Geben Sie nicht mehr preis, als Sie möchten

von: Redaktionsteam

Eine Trennung ist emotional sehr belastend – und niemand kann die Gefühle einfach an der Bürotür ablegen. Dass man Ihnen anmerkt, wie schwer diese Zeit für Sie ist, ist völlig verständlich. Die entscheidende Frage lautet: Wie viel möchten Sie preisgeben?

Keine Pflicht zur Offenheit

Sie sind zu nichts verpflichtet. Private Themen dürfen privat bleiben. Wenn Sie nur etwas sagen möchten wie: *„(Ja, das hast du richtig wahrgenommen, mir geht es gerade nicht gut.) Ich gehe durch eine schwierige Phase, möchte aber nicht ins Detail gehen.“* Dann ist das vollkommen ausreichend. Die meisten Menschen akzeptieren eine solche klare, höfliche Grenze.

Wählen Sie bewusst, wem Sie etwas anvertrauen

Wenn Sie das Bedürfnis haben, kurz zu erklären, warum es Ihnen nicht gutgeht, wählen Sie eine Person,

- zu der Sie Vertrauen haben,
- von der Sie wissen, dass sie sich nicht an Tratsch beteiligt,
- die Ihre Grenzen respektiert,
- die Sie auch beruflich fair behandelt.

Das kann eine vertraute Kollegin sein, ein loyaler Kollege oder – wenn es die Situation verlangt – Ihre direkte Führungskraft, aber nur auf einem sehr sachlichen Niveau.

Führungskraft nur informieren, wenn es arbeitsrelevant ist

Falls Ihre Belastung Ihre Leistungsfähigkeit temporär beeinträchtigt, kann ein kurzes, neutrales Gespräch mit Ihrer Führungskraft sinnvoll sein. Sagen Sie zum Beispiel:

„Ich bin privat gerade in einer herausfordernden Phase. Meine Arbeit mache ich selbstverständlich wie gewohnt, aber falls ich temporär mal ruhiger wirke, wissen Sie den Grund.“ Mehr müssen Sie nicht sagen.

Grenzen setzen – direkt, aber freundlich

Falls Kolleginnen und Kollegen weiterfragen, sollten Sie klar bleiben: „Ich möchte das privat halten.“ Oder: „Ich möchte (im Moment nicht) darüber sprechen.“

Selbstfürsorge nicht vergessen

Auch wenn es nach außen nicht sichtbar ist: Sie leisten gerade enorm viel. Überlegen Sie, ob kleine Auszeiten, flexible Arbeitszeiten oder Gespräche mit einer Vertrauensperson außerhalb des Büros Sie entlasten könnten.

Fazit: Sie bestimmen, wie viel Sie mitteilen. Eine kurze, kontrollierte Information kann Missverständnisse verhindern – aber Details müssen Sie niemandem erklären. Vertrauen Sie Ihrem Gefühl: Es ist völlig legitim, Ihre Privatsphäre zu schützen, gerade jetzt. Wir wünschen Ihnen viel Kraft!



DIN 5008-Quiz

Wie lautet die korrekte Anschrift? Wissen Sie die richtige Antwort?

von: Redaktionsteam

Wie gut kennen Sie die Empfehlungen der DIN 5008? Welche der Anschriften (Positionierung „Rechtsanwältin“) ist nach DIN 5008 korrekt?

a) Frau Rechtsanwältin
Dr. Katja Hansen
Schneiderweg 12
20332 Hamburg

b) Frau RA
Dr. Katja Hansen
Schneiderweg 12
20332 Hamburg

c) Frau Rechtsanwältin Dr. Katja Hansen
Schneiderweg 12
20332 Hamburg

d) Frau Dr. Katja Hansen
Schneiderweg 12
20332 Hamburg

Es können auch mehrere Antworten richtig sein. Die Auflösung lesen Sie auf Seite 16 der Kommunikationstipps in dieser Ausgabe.



Zeitgemäße Korrespondenz

Personalveränderungen: So informieren Sie externe Kontakte darüber

von: Redaktionsteam

Beim Personalstand gibt es immer wieder mal Veränderungen, sei es durch Elternzeit, Ruhestand oder Kündigung. Nicht immer informieren die betreffenden Personen die Geschäftskontakte selbst darüber, dass sie das Unternehmen verlassen. Dann sind Sie gefragt!

Diese Details gehören (nicht) in Ihr Schreiben

Es gibt viele mögliche Gründe, aus denen Mitarbeitende das Unternehmen verlassen. Doch nicht alle sollten Sie Ihren Geschäftskontakten unverblümt mitteilen. Aussagen wie „Herr Meier hat gekündigt. Er fühlte sich bei uns nicht mehr wohl“ oder „Frau Huber nimmt sich wegen Burnout eine Auszeit“ sind tabu. Selbst wenn sie der Wahrheit entsprechen, werfen sie auf die betreffende Person und ihr Unternehmen kein gutes Licht.

Erweisen Sie insbesondere Mitarbeitenden, die gekündigt wurden, Respekt, indem Sie sich mit konkreten Aussagen zurückhalten. Was auch immer der Grund ist: Waschen Sie keine schmutzige Wäsche. Interna gehen niemanden etwas an. Formulieren Sie stattdessen freundlich und respektvoll, zum Beispiel:

- „Manfred Ebel hat zum 1. April 2026 die Funktion xy unseres bisherigen Kollegen Karsten Huber übernommen.“

- „Gabi Feuerstein verlässt das Unternehmen zum 30. April 2026. Ihre Aufgaben übernimmt unsere neue Kollegin Hanne Binger.“

Aber was ist mit guten Nachrichten? Ein Mitarbeiter heiratet zum Beispiel und zieht deshalb in eine andere Stadt. Oder eine Mitarbeiterin erwartet ein Baby und geht nach dem Mutterschutz in Elternzeit.

Sprechen Sie mit der betreffenden Person ab, ob Sie solche private Informationen in Ihrem Schreiben erwähnen dürfen. Manche Menschen lehnen es grundsätzlich ab, Berufliches und Privates miteinander zu vermengen. Schreiben Sie deshalb nur, wozu die betreffende Person auch ausdrücklich ihre Einwilligung gegeben hat.

Bedenken Sie auch: Für die Personen, die Sie über die Personalveränderung informieren, ist es vor allem interessant, was sich dadurch konkret für sie ändert. Ob es einen Wechsel in der Geschäftsführung gibt oder eine neue Ansprechperson im Vertrieb: Ihre Geschäftskontakte möchten wissen, mit wem sie es in Zukunft zu tun haben. Nennen Sie deshalb diese Fakten:

- Vorname und Name der alten und der neuen Ansprechperson – und eventuell, wer in der Zwischenzeit verantwortlich ist
- Begründung, wenn passend (Ruhestand, neue Aufgaben etc.)
- genaues Datum, wer wann geht und/oder wer wann neu ins Unternehmen kommt
- Kontaktdaten der neuen Ansprechperson
- Aufgaben-/Verantwortungsbereich der neuen Person
- falls passend: Kompetenz/Expertise der neuen Person
- falls passend: wem sie oder er unterstellt ist

Schreiben Sie sachlich und informativ

Reden Sie nicht um den heißen Brei herum, sondern bringen Sie das, was zu sagen ist, auf den Punkt:

- *„Bernd Wolters verlässt unser Unternehmen zum 30. April 2026. Ab 1. Mai 2026 wird Renate Abrams Ihre Ansprechpartnerin sein – Herr Wolters arbeitet sie bereits persönlich ein.“*
- *„Unsere Vertriebsabteilung begrüßt am 1. Mai 2026 eine neue Kollegin. Regine Schlau tritt die Nachfolge von Friederike Bertrams an, die uns Ende April verlassen wird.“*

Dramatisieren Sie auch nicht! Selbst wenn eine hochgeschätzte Person das Unternehmen verlässt, sollte Ihr Schreiben nicht wie ein Nachruf klingen. Eine Formulierung wie „mit großem Bedauern“ wäre zu viel des Guten. Auch in solchen Fällen reicht es, wenn Sie zum Beispiel schreiben:

- *„Unsere Kollegin Tina Westermann, die seit vielen Jahren als Senior Sales Manager Area West bei uns tätig ist, wird das Unternehmen zum ... (Datum) verlassen.“*



Selbstmanagement

Ein Leben jenseits des Perfektionismus: Gut genug ist oft perfekt

von: Carolina Kraft

„Perfektionismus ist ein Arschloch“, meint der Kommunikationsexperte und Coach Attila Albert und hat deshalb auch sein Buch so genannt (Perfektionismus ist ein Arschloch: Gut genug ist meist am besten, von Attila Albert, Verlag Gräfe und Unzer).

Wer sich von seinem Perfektionismus verabschieden will, dem rät der Autor zunächst einmal zu Dankbarkeit: *„Er hat dich dorthin gebracht, wo du jetzt im Leben stehst. Bis zu einem gewissen Grad hat er für dich also funktioniert, auch wenn es oft unnötig stressig, hektisch und frustrierend war. Du kannst dich dankbar von ihm verabschieden und gleichzeitig neue Überzeugungen annehmen, die für deine nächste Lebensphase hilfreich sind.“*

Mantra für das Leben nach dem Perfektionismus

Dafür hat Albert einen Katalog an Überzeugungen zusammengestellt, der quasi als Mantra für das Leben nach dem Perfektionismus dienen soll:

1. Überzeugung: Perfektion ist meist völlig unnötig.
2. Überzeugung: Gut genug ist meist am besten.
3. Überzeugung: Fehler sind absolut normal.
4. Überzeugung: Ich lerne durch Irrtümer.
5. Überzeugung: Pragmatisch heißt nicht schlampig.
6. Überzeugung: Mein Wert hängt nicht von meiner Leistung ab.
7. Überzeugung: Nicht perfekt zu sein, macht erst interessant.
8. Überzeugung: Ich trage nicht für alles die Verantwortung.
9. Überzeugung: Nach jedem Scheitern kommt ein Neuanfang.

Weniger kritisch werden: 5 Tipps

Um davon wegzukommen, ständig im Kreuzfeuer der eigenen Kritik zu stehen, hat Attila Albert fünf Tipps:

1. Gehen Sie davon aus, dass Sie Fehler machen werden! Es lohnt sich, Fehler abzuschätzen und zu schauen, wo sich eine spätere Korrektur lohnt. Eine Präsentation kann beispielsweise frühzeitig als weitgehend verwendbarer Entwurf abgegeben und dann im weiteren Prozess korrigiert und verbessert werden.
2. 15 Minuten Selbstkritik. Jede Selbstkritik wird auf einen bestimmten Termin in der Woche verschoben, an dem Sie überlegen, was Sie in Zukunft besser oder anders machen möchten. Das Ganze sollte nicht länger als 15 Minuten dauern!
3. Moderate Ziele setzen. Hier geht es darum, abzuwägen, wann wie viel sinnvoll ist. Damit arbeiten Sie ruhiger, erledigen mehr und achten nur noch auf Perfektion, wenn sie notwendig und sinnvoll erscheint.

4. Mindeststandards festlegen. Sich vom Perfektionismus zu verabschieden, heißt nicht, nachlässig zu werden. Sondern: Sie achten darauf, dass gewisse Mindeststandards erfüllt werden, ohne gleich das theoretisch Bestmögliche erreichen zu wollen. Welche Standards das sind, entscheiden Sie je nach Aufgabe und Situation.
5. Platz lassen im Kalender. Durchgetaktete Kalender täuschen zwar perfekte Planung vor, sind aber völlig unrealistisch. Besser ist es, ein Drittel der Zeit unverplant zu lassen, um Puffer für Unvorhersehbares zu haben. Ideal sind mindestens 30 freie Minuten nach jedem Termin.



Gesundheit & Balance

Sinnfindung: Das kleine Glück im eigenen Leben entdecken

von: Kati Sprung

Die japanische Lebensphilosophie Ikigai wird oft missverstanden als Weg zur beruflichen Erfüllung. Laut dem Experten Klaus Motoki Tonn geht es jedoch um viel mehr: nämlich um Leichtigkeit, Achtsamkeit und Zufriedenheit im Alltag.

Klaus Motoki Tonn fand schon immer Erfüllung darin, Menschen in ihren Lebensfragen zu begleiten. Das und seine japanischen Wurzeln führten ihn zur Ausbildung zum Ikigai-Coach. Mittlerweile hat er die Passion zum Beruf gemacht und hilft Menschen und Unternehmen, einen Sinn für Werte im Alltag und Berufsleben zu entwickeln.

Wer Ikigai googelt, wird wahrscheinlich auf eine Grafik stoßen, die vier Fragen zum Thema Beruf und Berufung zusammenbringt: 1. Was liebe ich? 2. Worin bin ich gut? 3. Was braucht die Welt? 4. Wofür werde ich bezahlt? Diese Fragen sollen die japanische Lebenskunst, in der es eigentlich um die kleinen

Dinge des Alltags geht, auf den Punkt bringen. Doch die schablonenhaften Diagramme haben wenig mit der japanischen Lebensphilosophie zu tun.

„Nicht überall, wo *Ikigai* draufsteht, ist *Ikigai* drin“, sagt Klaus Motoki Tonn. In seinem Buch „Das Geheimnis der kleinen Dinge“ zeigt er auf, wie wir mit *Ikigai* die ideellen Reichtümer entdecken können, die unser eigenes Leben schon bereithält. Seiner Ansicht nach kann uns *Ikigai* dabei helfen, mehr Leichtigkeit, Achtsamkeit und Zufriedenheit in den Alltag zu bringen und das Leben bewusster und erfüllter zu gestalten.

Was *Ikigai* eigentlich bedeutet

Ikigai lässt sich nach Klaus Motoki Tonn mit der Wortherkunft erklären, jedoch nicht auf diese beschränken: Die Silbe „Iki“ entstammt dem Verb „ikiru“ und bedeutet „Leben“, „gai“ steht für „Wert“ oder „wertvoll“.

Ikigai sei ein Wort, das im japanischen Alltag oft gebraucht werde und hinter dem erst einmal keine große Philosophie stehe. Vielmehr werde damit zum Ausdruck gebracht, dass etwas „lebenswert“ ist oder „etwas das Leben wertvoll macht“.

Das muss sich nicht auf den Beruf beziehen, sondern kann etwas ganz Persönliches und Eigenes sein. „Wenn sich *Ikigai* auf das gesamte Leben erstreckt, dann muss *Ikigai* so vielfältig sein wie das Leben selbst“, so der Experte. Es sei individuell und nichts Feststehendes, der Beginn einer Suche nach dem, was uns selbst im Leben lebenswert erscheint.

Was das Leben wertvoll macht

Ikigai können wir in ganz unterschiedlichen Situationen im Alltag erleben, bei einem Sonnenaufgang oder wenn jemand unerwartet freundlich zu uns ist. Laut Motoki Tonn lässt sich die Wahrnehmung für diese kleinen Glücksmomente trainieren. „Je mehr wir über uns wissen, desto näher kommen wir unserem *Ikigai*“, so der Experte.

Um das eigene Ikigai zu erkennen, braucht es einerseits eine intuitive, gelassene und offene Haltung und andererseits die Kenntnis der eigenen Werte. Gelassenheit sei das erste und auch ein sehr zentrales Element in der Beschäftigung mit dem eigenen Ikigai. *„Je mehr wir dem Ikigai nachjagen, umso mehr verjagen wir es“, gibt der Autor zu bedenken.*

Das Finden seines eigenen Ikigai habe sich mehr wie ein zufälliges Stolpern angefühlt, nicht wie eine zielgerichtete Bewegung, erzählt Klaus Motoki Tonn. *„Nicht wir finden das Ikigai, sondern das Ikigai findet uns.“*

Wie wir Ikigai praktizieren können

In seinem Buch gibt Motoki Tonn viele Übungen, Reflexionen und Tipps an die Hand, die Sie auf Ihre persönliche Ikigai-Reise mitnehmen können. Diese reichen von Tagesroutinen über den Umgang mit Stress und Herausforderungen sowie Dankbarkeits- und Aufmerksamkeitsübungen bis hin zum Erleben von Ikigai mit anderen.

Zu Beginn der Suche nach dem lebenswerten Leben empfiehlt er, sich Zeit für einige Reflexionsfragen zu nehmen und die Antworten – ohne viel darüber nachzudenken – aufzuschreiben:

- Wonach sehne ich mich?
- Was würde ich auf meiner Reise gerne entdecken?
- Worauf freue ich mich?
- Wofür bin ich jetzt schon dankbar?
- Was kann ich zurücklassen? Was würde mein Gepäck unnötig schwer machen?
- Auf welche meiner Fragen könnte Ikigai eine Antwort sein?

(Aus: Das Geheimnis der kleinen Dinge. Entdecke mit Ikigai die Reichtümer, die dein Leben schon bereithält, von Klaus Motoki Tonn, Yuna Publishing, S. 19 – 20.)



Digitaler Tipp

Professionelle Optik: So sehen Präsentationen wirklich gut aus

von: Viera Schiecke

Bilder können Folien aufwerten, doch nicht immer werden sie optimal eingesetzt. Hier die häufigsten Fehler – und wie Sie Präsentationsfolien mit Bildern so gestalten, dass sie die Betrachtenden ansprechen.

Fehler: Zu kleines Bild

Problem: Personen in den letzten Reihen können das Bild kaum erkennen. Außerdem wirkt die Grafik etwas verloren in dem Ganzen. **Lösung:**

- Das Bild vergrößern, bis es auch aus der Entfernung gut erkennbar ist.
- Den Text an der Grafik ausrichten und auf ausreichend Platz zwischen den einzelnen Elementen achten.

Fehler: Zu großes Bild

Problem: Um alle Bildelemente gut sichtbar zu machen, wurde ein Bild möglichst groß gezogen. Doch damit nimmt es auf der Folie zu viel Raum ein. Der Text wirkt an die Seite gequetscht, und es gibt kaum freie Fläche auf der Folie. **Lösung:** Je nach Bildtyp gibt es zwei Möglichkeiten:

- Das Bild verkleinern, bis die Text- und Bildelemente ausgewogen wirken.
- Das Bild auf Foliengröße ziehen und die Inhalte auf dem Bild platzieren. Eventuell für die Textelemente leicht transparente Hintergrundformen verwenden, damit der Text gut lesbar bleibt.

Fehler: Zu viele Bilder

Problem: Mehrere Bilder sind neben dem Text auf der Folie platziert und lassen die Folie unruhig und überladen erscheinen. **Lösung:**

- Bei textlastigen Folien sollten mehrere Bilder vermieden werden. Die Inhalte besser auf mehrere Folien aufteilen.
- Ausnahme: Wenn es um eine Aufzählung geht, können Sie Symbole verwenden, um die einzelnen Kategorien prägnanter darzustellen.

Fehler: Zu viele Farben

Problem: Mehrere sehr bunte Bilder machen es schwierig, sich auf einzelne Elemente zu konzentrieren. Gut zu wissen: Beim Betrachten springt der Blick zunächst zu den Signalfarben Gelb und Orange. **Lösung:** Mit monochromen Bildern wirken die Folien einheitlicher, der Gesamteindruck ist ruhiger.

So geht's:

- Die Bilder markieren.
- In der Registerkarte BILDTOOLS/FORMAT auf die Schaltfläche FARBE klicken.
- Unter NEU EINFÄRZEN die Option GRAUSTUFE wählen.
- Alternative: Über die gleiche Befehlsfolge alle Bilder im gleichen Farbton einfärben. Dabei lässt sich der Farbton individuell auswählen.

Fehler: Verschiedene Bildtypen

Problem: Wenn mehrere Bilder auf einer Folie gezeigt werden, stammen diese nicht immer aus einer gemeinsamen Quelle. Oftmals werden dabei verschiedene Bildtypen gemischt. Auch so ein Stilbruch bewirkt Unruhe auf den Folien. **Lösung:** Vermeiden Sie das Mischen von

- Schwarz-Weiß mit Farbfotos,
- Fotos mit Vektorgrafiken,
- 3D- mit 2D-Grafiken,
- „Flat Design“ mit „Isometrisch“ etc.

Fehler: Schlechte Bildqualität

Problem: Auf der Folie wird ein unscharfes, verpixeltes Bild verwendet. Dieses Problem tritt vor allem beim Präsentieren von Logos auf oder wenn eingefügte Bilder in zu geringer Auflösung zum Beispiel auf Foliengröße aufgezogen werden. **Lösung:**

- Generell gilt: Für einen professionellen Eindruck ist es sinnvoller, besser keine Grafik als eine mit schlechter Bildqualität zu verwenden.
- Nach einem anderen Bild mit besserer Qualität auf die Suche gehen.

Extratipp: Bei der Recherche in der Suchmaschine angeben, welche Größe gebraucht wird. Dann sollten nur Bilder angezeigt werden, die die Mindestanforderungen erfüllen.

So geht's:

Klicken Sie dafür in der Google-Bildsuche zum Beispiel auf SUCHFILTER und wählen Sie bei GRÖSSE die Option MITTEL oder GROSS, je nachdem, wofür Sie die Grafik benötigen.

Auflösung des DIN 5008-Quiz von Seite 6 und 7

Die Antworten a) und d) sind richtig.

Rechtsanwältin beziehungsweise Rechtsanwalt sind Berufsbezeichnungen (genauso wie Architekt oder Malermeister) – und die stehen nicht vor dem Namen, sondern in der Zeile darüber.

Die Angabe ist jedoch nicht zwingend. Sie müssen eine Rechtsanwältin oder einen Rechtsanwalt nicht mit „Frau Rechtsanwältin“ beziehungsweise „Herrn Rechtsanwalt“ anschreiben. Sie können, wenn Sie mögen. Deshalb ist Antwort d) ebenfalls richtig.

Abkürzungen wie „RA“ sind zwar gängig, aber weder nach DIN 5008 korrekt noch für eine zeitgemäße Korrespondenz empfehlenswert.

Professionelles Beschwerdemanagement: So reagieren Sie souverän und zielorientiert

Wer die Wünsche und Erwartungen der Kundschaft kennt, kann schneller und flexibler am Markt agieren. Betrachten Sie Kundenbeschwerden deshalb nicht als Problem, sondern als Chance. Erfahren Sie in diesem Beitrag, was ein professionelles Beschwerdemanagement ausmacht und wie Sie souverän sowohl auf mündliche als auch auf schriftliche Beschwerden reagieren.

Inhalt	Seite
Warum Sie Beschwerden als Geschenk betrachten sollten	2
5 Schritte: So gehen Sie mit mündlichen Beschwerden souverän um	3
So reagieren Sie auf Beschwerdeschreiben	10

Die Kommunikations-
expertin, **Bettina Röttgers**,
weiß, dass ein kollegiales,
konstruktives Miteinander
in wirtschaftlich schwierigen
Zeiten besonders gefährdet
ist. Nutzen Sie ihre Praxis-
Tipps, um gegenzusteuern.

Warum Sie Beschwerden als Geschenk betrachten sollten

Natürlich ist es unangenehm, wenn eine Kundin oder ein Kunde sich beschwert beziehungsweise etwas reklamiert. Aber noch unangenehmer ist es, wenn sich unzufriedene Kundschaft nicht meldet. Denn dann bleibt sie einfach weg – und erzählt obendrein ihren Ärger weiter.

Laut Statistik erzählen unzufriedene Kundinnen und Kunden im Durchschnitt 12 bis 15 Personen von ihrem „negativen Erlebnis“. Nicht nur sie selbst sind dann als Kundschaft verloren, sondern sie halten mit ihrer Negativ-Werbung auch andere Kundschaft fern.

Kein Unternehmen kann sich das auf Dauer leisten. Denn es kostet erfahrungsgemäß fünf- bis siebenmal mehr, neue Kundschaft zu gewinnen, als die Stammkundschaft zu halten.

3 Gründe, Beschwerden positiv zu sehen

1. **Beschwerden und Reklamationen sind kostenlose Unternehmensberatung.** Unzufriedene Kundschaft weist Sie auf Mängel hin, die Ihr Unternehmen unwissentlich vielleicht schon viele andere Kundinnen und Kunden gekostet haben – und die jetzt behoben werden können. Damit ist der Hinweis für Ihr Unternehmen von großer Bedeutung.
2. **Reklamierende Kundschaft gibt Ihnen die Gelegenheit, Fehler wiedergutzumachen** und die Bindung an Ihr Unternehmen zu stärken. Verärgerte Kundinnen und Kunden sind meist angenehm überrascht, wenn

Unzufriedene
Kunden erzählen
ihren Ärger weiter



Beschwerden professionell bearbeitet werden, und bleiben dem Unternehmen aufgrund dieser positiven Serviceerfahrung treu. Unzufriedene Kundschaft, die sich in ihrem Anliegen ernstgenommen fühlt, wird so zur Stammkundschaft.



- 3. Erfolgreiches Beschwerdemanagement fördert Weiterempfehlungen.** Das bedeutet für Sie: Nutzen Sie die Chance, aus unzufriedener Kundschaft zufriedene Käuferinnen und Käufer zu machen – und gewinnen Sie gleich noch weitere Kundschaft hinzu. Auch zufriedene Kundinnen und Kunden sind ein Multiplikator und geben ihre positiven Erfahrungen an drei bis sieben Personen weiter – und das ist kostenlose Mundpropaganda für Ihr Unternehmen.

5 Schritte: So gehen Sie mit mündlichen Beschwerden souverän um

1. Beschwerde annehmen: Zeigen Sie Verständnis

Angenommen, eine aufgebrachte Kundin kommt zu Ihnen (oder ruft Sie an) und beschwert sich. An diesem Punkt ist es noch völlig unwichtig, ob die Kundin recht hat oder nicht. Wichtig ist nur, dass Sie ihr auf der Gefühlsebene begegnen, sie nicht unterbrechen, Interesse an ihrem Anliegen zeigen und Verständnis für ihren Ärger aufbringen.

Auf der Gefühlsebene begegnen

Beginnen Sie Ihre Erwiderung damit, Anteilnahme zu zeigen und die Gefühle der Kundin anzusprechen. Vermeiden Sie dabei jedoch das abgedroschene „Tut mir leid“

Anteilnahme zeigen

Beschwerden, schriftlich & mündlich

und verwenden Sie besser Begriffe wie „verstehen“ und „Verständnis“:



- „Für Ihre Enttäuschung habe ich Verständnis.“
- „Ich kann Ihren Ärger gut verstehen.“
- „Ich kann verstehen, dass Sie wütend sind.“

Sehr wirkungsvoll ist darüber hinaus die Absichtserklärung, die Kundin zu unterstützen. Sagen Sie dazu zum Beispiel:



- „Ich möchte Ihnen helfen, Frau Müller.“
- „Mir kommt es darauf an, dass Sie zufrieden sind, Frau Meier.“
- „Ich werde das persönlich für Sie klären, Frau Schulte.“



Mein Tipp: Achten Sie auf Ihre Stimmlage. Es kommt nicht nur darauf an, was Sie sagen, sondern auch auf das Wie. Sprechen Sie bewusst langsam und in einer tiefen Tonlage, das strahlt Ausgeglichenheit und Verständnis aus.

Um aufgebracht Kundschaft „herunterzuholen“, müssen Sie ein positives Gesprächsklima erzeugen. Lassen Sie sich nicht provozieren, auch wenn die Kundin oder der Kunde noch so wütend ist.



Mein Tipp: Versetzen Sie sich in die Lage der Person, die sich beschwert. Der Ärger erwischt Sie oft unvermittelt: Die Kundin überfällt Sie mit ihrem Anliegen, ist aufgebracht und erregt. Sie werden aus Ihrem Arbeitsprozess herausgerissen und vielleicht sogar

persönlich angegriffen. Jetzt hilft nur eins: tief durchatmen.

Denken Sie in dieser Situation daran, wie Sie sich selbst als Kundschaft verhalten würden. Auch Sie reklamieren sicher nicht gerne und ohne Grund.

Wenn Sie sich auf diese Weise in die Lage der Kundin versetzen, verändern Sie damit Ihre Einstellung zum Positiven. Das Verständnis für das Problem fällt Ihnen leichter.

Bedanken Sie sich für den Hinweis, indem Sie etwas sagen wie:

- „Danke, dass Sie uns gleich informiert haben“ oder
- „Danke, dass Sie sich mit uns in Verbindung gesetzt haben.“



2. Genauen Beschwerdegrund herausfinden: Stellen Sie die richtigen Fragen

Wütende Kundschaft beschreibt den Grund ihrer Verärgerung oft einseitig, übertreibt stark oder lässt wichtige Aspekte weg. Deshalb sollten Sie genau nachfragen.

Stellen Sie dazu offene Fragen (Wie? Was? Wo? Wann? Welche?). Solche Fragen kann die Person, die sich beschwert, nicht mit einem einfachen Ja oder Nein beantworten. Sie bringen sie damit also zum Reden. Fragen Sie zum Beispiel:

- „Was genau ist der Grund Ihrer Reklamation?“
- „Wie/wann hat sich das bemerkbar gemacht?“
- „Worum geht es genau bei Ihrer Beschwerde?“





- „Was ist im Einzelnen vorgefallen?“
- „Wann ist Ihnen der Schaden aufgefallen?“
- „Was genau funktioniert nicht?“
- „Welche Teile des Geräts sind davon betroffen?“
- „Wie war der genaue Ablauf?“

Notieren Sie die Antworten direkt während des Gesprächs („Damit ich alle Einzelheiten erfasse, schreibe ich gleich mit.“). Das hat mehrere Vorteile:

- Die Person fühlt sich respektiert, weil sie merkt, dass ihre Beschwerde/Reklamation ernst genommen wird.
- Sie regen Ihr Gegenüber dazu an, den Vorfall sachlich und präzise zu schildern.
- Sie können auf Ihre Notizen verweisen, wenn die Person später etwas anderes behauptet.
- Ungerechtfertigte Beschwerden/Reklamationen filtern Sie auf diese Weise schnell heraus.



Mein Tipp: Verwenden Sie für Ihre Notizen kein Formular, das Sie „nach Schema F“ abfragen, denn dadurch könnte der Eindruck entstehen, es gäbe häufig Reklamationen oder Beschwerden. Das würde kein gutes Licht auf Ihr Unternehmen werfen.

Wiederholen Sie zum Abschluss, was Sie schriftlich festgehalten haben. So vergewissern Sie sich, dass Sie alles richtig verstanden haben. Ihr Gegenüber bekommt zudem die Gelegenheit, sich zu berichtigen oder seine Forderungen, die womöglich in der ersten Wut übertrieben geäußert wurden, abzumildern, ohne sein Gesicht zu verlieren.

Mein Tipp: Zweifelnd Sie die Schilderung in diesem Schritt nicht an. Reaktionen wie „Das kann ich mir nicht vorstellen“ oder „Das glaube ich Ihnen nicht“ sind ebenso fehl am Platz wie ein „Naja, ich schreibe das mal so auf ...“



Ihre Aufgabe besteht zunächst nur darin, die Schilderung schriftlich festzuhalten. Eine Bewertung kann erst erfolgen, nachdem die Angaben – zum Beispiel von der entsprechenden Fachabteilung – geprüft wurden.

3. Lösungen anbieten: Reagieren Sie nicht voreilig, sondern fundiert

Ihr Lösungsvorschlag sollte die Gegenseite sofort überzeugen. Bieten Sie deshalb nie voreilig eine Lösung an. Die Kundin oder der Kunde baut auf Ihre Zusagen und ist noch enttäuscht, wenn sie nicht eingehalten werden.

Zusagen
unbedingt halten

- **Ist Ihr Gegenüber mit seiner Beschwerde im Recht,** reagieren Sie schnell und kulant: Helfen Sie unkompliziert und freundlich dabei, den Fehler auszubügeln.
- **Ist der Sachverhalt nicht genügend aufgeklärt,** versprechen Sie, sich um die Angelegenheit zu kümmern. Beschaffen Sie sich die notwendigen Informationen, und korrigieren Sie erst dann den Fehler. **Wichtig:** Nennen Sie einen konkreten Termin, bis zu dem Sie sich wieder melden, und halten Sie diesen Termin unbedingt ein.
- **Ist der Sachverhalt zwar klar, aber Sie sind sich nicht sicher, ob die Beschwerde berechtigt ist** (etwa weil Ihr Gegenüber den Schaden mitverursacht haben könnte)?

Beschwerden, schriftlich & mündlich

Zeigen Sie Entgegenkommen, aber gestehen Sie keine Schuld ein. Sagen Sie etwas wie: *„Die Ursache für den Defekt konnten wir nicht abschließend ermitteln. Es ist wohl am einfachsten, wenn wir das Gerät in unserer Werkstatt für Sie reparieren. Aus Kulanz würden wir dafür nichts berechnen. Sind Sie damit einverstanden?“*



Mein Tipp: Achten Sie darauf, dass die Kundin oder der Kunde mit Ihrem Angebot zufrieden ist. Die Lösung muss in einem solchen Zweifelsfall für Ihr Gegenüber von Vorteil sein, nicht für Ihr Unternehmen. Sonst haben Sie womöglich nicht nur eine Kundschaft verloren, sondern Ihr Unternehmen hat sich auch noch einen schlechten Ruf eingehandelt.

- **Ist die Reklamation zweifelsfrei unberechtigt**, machen Sie das Ihrem Gegenüber freundlich, aber unmissverständlich klar. Zeigen Sie auch in diesem Fall Verständnis und bieten Sie Hilfe an, zum Beispiel eine Reparatur, aber verlangen Sie, dass die Kundschaft die Kosten trägt. Das können Sie zum Beispiel so formulieren: *„Ihr Gerät ist defekt, weil es nicht korrekt bedient wurde; das Verlaufsprotokoll zeigt das eindeutig. Ich habe Verständnis für Ihren Ärger/Ihre Enttäuschung und kann Ihnen eine schnelle Reparatur in unserer Werkstatt anbieten. Die Kosten würden sich im Rahmen von ein bis zwei Arbeitsstunden bewegen.“*
- **Täuscht Ihr Gegenüber eine Reklamation nur vor**, etwa um gekaufte Ware zurückgeben zu können, bleiben Sie hart: Weisen Sie das Ansinnen konsequent zurück. Das ist Ihr gutes Recht.

Wichtig: In Ausnahmefällen, um beispielsweise eine besonders gute Geschäftsbeziehung nicht zu belasten, können auch unberechtigte Reklamationen aus Kulanz angenommen werden.



Mein Tipp: Tun Sie bei berechtigten Beschwerden ein klein wenig mehr, als Ihre Kundschaft erwartet.

Lösen Sie nicht nur das Problem, sondern setzen Sie zum Beispiel noch ein Entschuldigungsgeschenk obendrauf. Mit dieser Geste, die gewiss in bester Erinnerung bleibt, leisten Sie einen weiteren Beitrag zur Bindung an Ihr Unternehmen.



4. Einen Preisnachlass gewähren: Wägen Sie dieses Angebot sorgfältig ab!

Manche Kundinnen und Kunden legen es mit ihrer Beschwerde oder Reklamation vor allem darauf an, einen Preisnachlass zu bekommen – und viele Unternehmen gehen gerne darauf ein. Schließlich ist ein Preisnachlass der schnellste und einfachste Weg, die Kundschaft wieder zufriedenzustellen. Doch stimmt das wirklich?

Bedenken Sie: Den positiven Aspekt des Preisnachlasses hat die Kundin oder der Kunde vermutlich schnell wieder vergessen. Doch die negative Erfahrung wird bei einem Produkt, das nicht wirklich tadellos ist, bei jedem Gebrauch wieder aktuell!

Hinterfragen Sie deshalb bei jedem Preisnachlass genau, ob er auch wirklich zu vertreten ist, ohne dem Image des Produkts beziehungsweise Ihres Unternehmens zu schaden. Gewähren Sie einen Preisnachlass nur im

Ist ein Imageschaden zu befürchten?

Ausnahmefall, wenn es sich zum Beispiel um einen rein optischen Mangel des Produkts handelt, das Produkt aber einwandfrei funktioniert.

5. Interne Konsequenzen ziehen: Nutzen Sie Beschwerden zur kontinuierlichen Verbesserung

Beschwerden und Reklamationen sind kostenlose Unternehmensberatung – aber nur, wenn Sie daraus auch systematisch die richtigen Schlüsse ziehen:

- Prüfen Sie bei jeder Beschwerde/Reklamation intern, ob ihr ein Fehler oder Mangel zugrunde liegt, der häufiger vorkommt.
- Legen Sie von jedem Beschwerdevorgang ein internes Protokoll an. Wenn Sie diese Protokolle regelmäßig auswerten, erkennen Sie genau, wo welche Mängel besonders häufig auftreten. Diese Mängel sollten dann möglichst sofort abgestellt werden.
- Informieren Sie in Absprache mit Ihrer Führungskraft die (mit-)verantwortlichen Kolleginnen und Kollegen, Abteilungen oder externen Dienstleistungsunternehmen über Ihre Erkenntnisse, damit auch sie die erforderlichen Maßnahmen ergreifen können.
- Vergewissern Sie sich nach einem jeweils angemessenen Zeitraum, dass die erforderlichen Maßnahmen auch tatsächlich umgesetzt wurden.

Die Vorgänge
dokumentieren
und regelmäßig
auswerten

Weitere Beteiligte
informieren

So reagieren Sie auf Beschwerdeschreiben

Bei schriftlichen Beschwerden oder Reklamationen verfahren Sie ähnlich wie bei mündlichen:

- Reagieren Sie sofort: Lassen Sie die Person umgehend – möglichst noch am selben Tag – wissen, dass Sie das Beschwerdeschreiben erhalten haben, und bedanken Sie sich dafür.
- Versichern Sie glaubhaft (weder floskelhaft noch übertrieben), dass es Ihnen leid tut, dass der Person vielleicht Unannehmlichkeiten entstanden sind. Äußern Sie Ihr Verständnis und Bedauern.
- Ist der Sachverhalt klar, erläutern Sie im Hauptteil Ihrer E-Mail den Grund des Fehlers und die entsprechende Problemlösung. Übernehmen Sie die volle Verantwortung für den Mangel. Schieben Sie die Schuld nicht auf jemand anderen, etwa auf externe Dienstleistungsunternehmen.
- Ist der Sachverhalt nicht eindeutig, vertrösten Sie die Person: *„Ich werde mich noch heute (umgehend, sofort) um Ihr Anliegen kümmern“*. Geben Sie einen Termin an, bis zu dem Sie sich wieder melden werden (*„Ich teile Ihnen die Ergebnisse unserer Prüfung umgehend/bis .../am ... telefonisch/schriftlich mit“*).
- Halten Sie diesen Termin unbedingt ein. Gelingt Ihnen das infolge unvorhergesehener Umstände nicht, schreiben Sie in jedem Fall einen Zwischenbericht.
- Geben Sie an, wie und wann Sie für Fragen oder weitere Anliegen erreichbar sind (Telefondurchwahl, E-Mail-Adresse, Geschäftszeiten).
- Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft. Mit einer Warenprobe, einem Werbegeschenk oder einem Rabatt für den nächsten Einkauf überzeugen Sie vollends von Ihrer Professionalität.



So könnte Ihr Antwortschreiben aussehen	
Betreff	Ihre Beschwerde/Reklamation vom ... (Datum)
Anrede	Guten Tag, Herr Schulte,
Dank/Bedauern	danke, dass Sie sich gleich bei uns gemeldet haben. Wir bedauern sehr, dass unsere Lieferung Sie nicht unversehrt erreicht hat.
Darstellung/ Erklärung	So, wie Sie den Vorfall schildern, scheint die Ware nicht fachgerecht verpackt worden zu sein.
Entschuldigung	Entschuldigen Sie bitte, dass wir bei der Verpackung offensichtlich nicht die nötige Sorgfalt haben walten lassen. Das darf nicht wieder passieren.
Lösung/Lösungs- vorschlag	Wir haben die Sendung heute noch einmal per Kurier auf den Weg gebracht. Morgen erhalten Sie also die Ersatzlieferung – sorgfältig verpackt und unbeschädigt. Das verspreche ich Ihnen. Die beschädigte Ware wird dabei gleichzeitig abgeholt.
Abschluss	Haben Sie noch Fragen oder Anregungen? Bitte zögern Sie nicht, sich bei mir zu melden. Meine Durchwahl ist die -012. Sie erreichen mich werktags von 9 bis 17 Uhr. Mit freundlichen Grüßen Carina Hofmeister Assistentin der Vertriebsleitung
On Top	PS: Wir haben der Lieferung ein kleines Präsent beigelegt – als Entschuldigung für den Ärger, den wir Ihnen leider bereitet haben.

„Sind Sie dabei?“ 9 Einladungsschreiben, die Lust auf eine Zusage machen

Zu vielen Meetings und Veranstaltungen wird mit wenigen Worten – oder gar kommentarlos – per Outlook eingeladen. Das ist praktisch und geht schnell. Es gibt aber auch Anlässe, die ein wenig Aufwand bei der Formulierung der Einladung erfordern. Damit Ihnen auch diese Schreiben ruckzuck von der Hand gehen, haben wir neun Musterschreiben vorbereitet.

Inhalt	Seite
9 Musterschreiben	
· Einladung zum wissenschaftlichen Austausch	2
· Einladung zur Produktpräsentation	3
· Einladung zum Tag der offenen Tür	4
· Einladung zum Infotag für Schulklassen	5
· Einladung zum Sommerfest	6
· Einladung zum Sommerfest vor den Betriebsferien	7
· Einladung zu einem exklusiven Abendessen	8
· Einladung zum Betriebsausflug	9
· Einladung zum Workshop für Kundschaft	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.

Musterschreiben Einladung zum wissenschaftlichen Austausch Führungskraft ► Geschäftspartnerin



Betreff: Einladung zum branchenspezifischen Zukunftstalk am ... (Datum)

Sehr geehrte Frau Berlin,

„Innovative Materialien für die Produktion 2030“ – dieses Thema bewegt unsere Branche.

Deshalb laden wir Sie herzlich zu unserem wissenschaftlichen Austausch ein, bei dem wir das Thema mit Expertinnen und Experten diskutieren werden.

Es erwarten Sie Best Practices aus der Industrie, Einblicke in die Forschung und die Möglichkeit zum Netzwerken.

- Keynote: Hochleistungswerkstoffe
- Industrie-Insights
- Networking-Lunch

Wann & wo: ... (Wochentag, Datum) | ... (Uhrzeit von/bis) | ... (Veranstaltungsort und Adresse)

Mit dabei: Fach- und Führungskräfte aus Forschung, Entwicklung, Produktion und Innovationsmanagement.

Bitte melden Sie sich bis spätestens **1. April 2025** an.

Kontakt: Maria Hof | Projektkoordination | maria.hof@firma.de | +49 711 123456-32

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen neue Impulse zu setzen.

Beste Grüße

Dr. Anna Köln

Leitung Forschung & Entwicklung



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

Musterschreiben Einladung zur Produktpräsentation Führungskraft ► Geschäftspartner



Betreff: Einladung zur Produktpräsentation am ... (Datum)

Guten Tag, Herr Bochum,

„[Produktname] – die nächste Generation“ – Wir freuen uns, Sie zur exklusiven Präsentation unseres neuen Produkts einzuladen.

Gehören Sie am ... (**Wochentag, Datum**) zu den Ersten, die live erleben, wie unsere Innovation die Arbeitsprozesse in Ihrer Branche entscheidend erleichtert und Ihnen neue, noch effizientere Möglichkeiten eröffnet.

Zeit: ... (Zeitangabe von/bis)

Wo: ... (Location, Adresse)

Highlights:

- Produktvorstellung mit Live-Demo
- Praxisbeispiele für Ihren Einsatzbereich
- Austausch mit unseren Expertinnen und Experten
- Buffet & Drinks zum Abschluss

Bitte melden Sie sich **bis ... (Wochentag, Datum)** bei Mareike Ahlen (+49 99 999999-19, m.aahlen@unternehmen.de) an.

Wir können es kaum erwarten, Sie für unser neues Produkt zu begeistern!

Es grüßt Sie aus ... (Ort)

Gerhard Flensburg

Geschäftsführer



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

Musterschreiben Einladung zum Tag der offenen Tür



Führungskraft ► in der Region Wohnende

Betreff: Einladung zum Tag der offenen Tür am ... (Datum)

Sehr geehrte Frau Mannheim,

wer ins Industriegebiet von ... (Ort/Region) kommt, kommt auch an unserem Betrieb/
Unternehmen vorbei.

Doch wir würden uns sehr freuen, wenn Sie (– außerhalb der normalen
Öffnungszeiten –) auch einmal hereinkommen würden, um uns als regionales ...
(Tätigkeit des Unternehmens), Arbeitgeber und Ausbildungsstätte näher
kennenzulernen.

Deshalb laden wir Sie herzlich zu unserem Tag der offenen Tür ein: **am ... (Wochentag,
Datum), von ... bis ... (Zeit) Uhr.**

Entdecken Sie unsere Arbeitswelt und freuen Sie sich auf

- geführte Rundgänge durch unsere Bereiche
- Live-Einblicke in laufende Projekte
- Kurzvorträge unserer Expertinnen und Experten
- Aktionen zum Mitmachen
- Austausch bei Snacks und Getränken

Bitte melden Sie sich bis ... (Datum) **unter diesem Link** an, damit wir planen können.

Wir freuen uns schon jetzt darauf, Sie bei uns willkommen zu heißen!

Beste Grüße

Gerda Grünwald

Geschäftsleitung



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

Musterschreiben Einladung zum Infotag für Schulklassen Führungskraft ► Schulleitung



Betreff: Einladung zum Infotag für Abschlussklassen am ... (Datum)

Sehr geehrter Herr Dortmund,

die xy-Branche hat nicht nur eine lange Tradition, sie ist auch für die Zukunft bestens aufgestellt. Mit anderen Worten: Wer sich für unsere Branche engagiert, hat gute Aussichten auf einen sicheren Arbeitsplatz und vielfältige Entwicklungschancen.

Die ... (Name des Unternehmens) zählt zu den führenden Unternehmen der Branche und hat sich in den ... (Anzahl) Jahren ihres Bestehens nicht nur auf dem Markt, sondern auch als Ausbildungsbetrieb einen Namen gemacht. Deshalb laden wir die Schülerinnen und Schüler Ihrer Abschlussklassen herzlich zu einem Infotag ein, an dem wir ihnen unser Unternehmen sowie die Ausbildungsmöglichkeiten in Produktion, Verwaltung und Vertrieb vorstellen.

Wann: am ... (Wochentag, Datum), von 9 bis 14:30 Uhr

Programm in Kürze: Infotag – „Ausbildung entdecken“

- Unternehmenspräsentation und Betriebsführung
- Azubi-Speed-Dating mit unseren aktuellen Auszubildenden
- Praxisstationen zum Ausprobieren
- Workshop: Wie bewerbe ich mich richtig?

Details zum Programm lesen Sie in der PDF-Datei, die ich Ihnen mitschicke.

Bitte geben Sie meinem Assistenten Hannes Homburg bis ... (Datum) telefonisch oder per E-Mail Bescheid (0777 123456-78, h.homburg@unternehmen.de), ob wir uns auf Ihre Abschlussklassen freuen dürfen – und falls ja: wie viele Personen kommen werden.

Wir freuen uns schon jetzt auf einen spannenden und abwechslungsreichen Infotag.

Beste Grüße

Ole Gütersloh

Personalleitung



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

Musterschreiben Einladung zum Sommerfest



Führungskraft ► Geschäftspartnerin

Betreff: Einladung zum Sommerfest am ... (Datum)

Liebe Frau Freiburg,

endlich Sommer! Das wollen wir gemeinsam mit Ihnen und unseren Mitarbeitenden feiern.

Zeit für gute Laune, kühle Getränke und Leckerer vom Grill. Dazu Live-Musik und ab 20 Uhr Tanz – sowie sicherlich auch viele interessante Gespräche in entspannter Atmosphäre.

Los geht's am ... (**Wochentag, Datum**), um 17 Uhr, im ... (**Veranstaltungsort**).

Unser Sommerfest findet draußen statt – bei schlechtem Wetter stehen überdachte Bereiche bereit.

Dresscode? Sommerlich-leger.

Neben Grillklassikern bieten wir auch vegetarische und vegane Alternativen. Parkplätze stehen zur Verfügung, der Veranstaltungsort ist barrierefrei zugänglich.

Bitte melden Sie sich **unter diesem Link** an und tragen Sie dort auch ein, ob Sie eine Begleitperson zu unserem Fest mitbringen werden.

Im Anmeldeformular können Sie uns auch mitteilen, falls Sie nicht auf Fotos erscheinen möchten.

Wir freuen uns schon jetzt auf einen vergnügten Sommerabend mit Ihnen!

Mit herzlichen Grüßen

Henriette Krefeld

Geschäftsleitung



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

Musterschreiben Einladung zum Sommerfest vor den Betriebsferien Führungskraft ▶ Mitarbeitende



Betreff: Sommerfest am ... (Datum) zum Start in die Betriebsferien

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

es ist wieder so weit: Die Betriebsferien stehen vor der Tür und die To-do-Listen sind weitgehend gezähmt. Das verdient ein Fest!

Dazu lade ich euch für ... (**Wochentag, Datum**) herzlich ein. Genießen wir gemeinsam auf unserem Betriebsgelände einen Sommerabend voller Spaß und Ausgelassenheit.

Wir starten pünktlich um 18:00 Uhr mit der „Schlacht am Buffet“, das für jeden Geschmack etwas bietet. Getränke gibt es mit und ohne „Stimmung“.

Außerdem werden wir diesmal zum Karaoke antreten: freiwillig, aber mit Applauspflicht. Und ab 21 Uhr wird getanzt. Vielleicht entdecken wir ja ungeahnte Talente?

Es erwartet euch auch eine kleine Überraschung, zu der wir aber noch nichts verraten, weil Spannung dazugehört. Und es gibt eine Fotoecke (die Bilder landen nicht automatisch im Intranet – versprochen!).

Bitte meldet euch bis zum ... (Datum) **über diesen Link** an, damit wir Buffet und Getränke planen können.

Ich freue mich auf einen Abend voller Lachen und „Weißt du noch ...?“-Geschichten, die wir später erzählen können.

Herzliche Grüße

Florian Füssen

Geschäftsführer



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

Musterschreiben Einladung zu einem exklusiven Abendessen



Führungskraft ► Geschäftspartnerin

Betreff: Einladung zu einem exklusiven Abendessen am ... (Datum)

Sehr geehrte Frau Oldenburg,

„Essen ist ein Bedürfnis, Genießen eine Kunst.“

(François VI. Duc de La Rochefoucauld)

Wir laden Sie herzlich dazu ein, diese Kunst **am ... (Wochentag, Datum), ab ... (Uhrzeit)**, gemeinsam mit uns zu zelebrieren.

Im kleinen Kreis ausgewählter Geschäftskontakte möchten wir **im Restaurant ... (Name, Adresse)** auf die erfolgreiche Zusammenarbeit anstoßen.

Als unser Dankeschön erwartet Sie ein 5-Gänge-Degustationsmenü mit korrespondierenden Weinen.

Bitte teilen Sie meiner Assistentin Melanie München (melanie-muenchen@firma.com, +49 89 11 1222-33) bis ... (Datum) mit, ob wir einen Platz für Sie reservieren dürfen – und ob wir bei der Zusammenstellung des Menüs etwas beachten müssen.

Gerne buchen wir für Sie auch ein Zimmer im Hotel ... (Name des Hotels, Anschrift). Es liegt in Restaurantnähe. Die Kosten übernehmen wir. Bitte geben Sie Frau München Bescheid, ob sie sich um die Buchung kümmern soll.

Wir freuen uns schon heute auf inspirierende Tischgespräche und die weitere „genussvolle“ Zusammenarbeit.

Es grüßt Sie herzlich aus ... (Ort)

Verena Passau

Geschäftsführerin



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

Musterschreiben Einladung zum Betriebsausflug



Führungskraft ► Mitarbeitende

Betreff: Einladung zum Betriebsausflug am ... (Datum)

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

unser Betriebsausflug naht – und diesmal wollen wir unsere Treffsicherheit auch außerhalb des Geschäftsalltags unter Beweis stellen. Deshalb gehen wir zum Bogenschießen – inklusive spannender Team-Challenges!

Wann: ... (Wochentag, Datum)

Treffpunkt/Uhrzeit: ... (Ort/Zeit)

Ort des Geschehens: ... (Name, Adresse)

Dresscode: bequem und wetterfest – Sportschuhe nicht vergessen!

Lasst uns gemeinsam ins Schwarze treffen, Punkte sammeln, Strategien entwickeln und vor allem: jede Menge Spaß haben. Keine Sorge – Vorkenntnisse sind nicht erforderlich. Der Spaß steht an erster Stelle, und es ist für alle machbar.

Hunger und Durst muss sicherlich auch niemand leiden. Wir werden für alles sorgen.

Meldet euch am besten gleich und bis spätestens ... (Datum) an, damit wir entsprechend planen und alles vorbereiten können. Unter diesem **Anmeldelink** werden auch noch einige weitere Details abgefragt, damit auch wirklich alles für euch passt.

In Vorfreude auf einen Tag voller Teamgeist und guter Stimmung

grüßt euch

Phöbe Rostock

Geschäftsführung



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

Musterschreiben Einladung zum Workshop für Kundschaft



Führungskraft ► Geschäftspartner

Betreff: Einladung zum Workshop „Nachhaltige Lieferketten in der ... (Branche)“

Sehr geehrter Herr Essen,

nachhaltige Lieferketten sind heute wichtiger denn je – und wir laden Sie dazu ein, dieses Thema bei einem **praxisnahen Workshop** gemeinsam mit uns zu beleuchten.

Datum: ... (Datum)

Uhrzeit: ... (von/bis)

Ort: ... (Veranstaltungsort)

Ziel des Workshops ist es, Erfahrungen auszutauschen, neue Impulse zu gewinnen sowie Ideen und Lösungen für eine zukunftsfähige Gestaltung der Lieferketten in unserer Branche zu entwickeln.

Leiterin des Workshops ist die Nachhaltigkeitsexpertin Hannah Leipzig, die das Thema anhand konkreter Beispiele veranschaulichen und Ihnen kurz-, mittel- und langfristig umsetzbare Tipps geben wird. Auch Ihre individuellen Fragen wird sie im Rahmen des Workshops beantworten.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Bitte melden Sie sich daher bis zum ... (Datum) **hier** (Anmeldelink) an.

Wir freuen uns auf einen inspirierenden und zukunftsweisenden Workshop mit Ihnen.

Freundliche Grüße sendet

Randolf Mainz

Geschäftsleitung



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

Mentale Gesundheit: Was Sie wirklich stark macht!

Druck und Stress gehören nun mal zum Office-Alltag. Eine gute mentale Verfassung hilft Ihnen, besser damit umzugehen. Dieser Beitrag liefert Ihnen Hintergrund-Infos und Tipps für ein glückliches, gesundes und erfolgreiches Leben als Assistentenkraft von einer der bekanntesten Business- und Mental-Coaches im deutschsprachigen Raum.

Buchtipp: „Mentale Gesundheit: Wie wir entspannt unsere Leistungsfähigkeit erhalten“ von Antje Heimsoeth, C. H. Beck, 2023

Inhalt	Seite
Akuter oder dauerhafter Stress – was tun?	2
Tipps für mehr Selbstfürsorge	4
5 Tipps für eine positive Mentalhygiene	5



Antje Heimsoeth ist eine der bekanntesten Business- und Mental-Coaches im deutschsprachigen Raum. Sie ist Unternehmerin, Mentorin und Autorin mit umfassender Erfahrung in persönlicher und beruflicher Transformation.

Akuter oder dauerhafter Stress – was tun?

Ohne mentale
Stärke geht
es nicht

Ständig ist etwas zu organisieren, und die E-Mail-Flut ist kaum einzudämmen. Veranstaltungen müssen geplant werden, und Ihre Führungskraft braucht in letzter Sekunde noch eine Aufstellung für das bevorstehende Meeting. Um den täglichen Aufgaben gerecht zu werden und spontane Probleme zu lösen, ist es für Sie als Assistentin existenziell, mental gesund und stark zu sein.



Wichtig zu wissen: Mentale Gesundheit ist kein Zustand, der, einmal erreicht, „in guten wie in schlechten Zeiten“ jedweden Stress von uns abprallen lässt. Sie ist ein Prozess und will – und muss – von uns gestärkt werden.

Die Gefahr wird
oft verkannt

Natürlich tragen auch das Umfeld im Team sowie die Kultur im Unternehmen ihren Teil dazu bei. Bei vielen Assistenten sind Anspannung und Entspannung nicht mehr in Balance, ganz zu schweigen von einer langfristigen Regeneration. Oft sind sich Assistentenkräfte der Gefahr, auszubrennen, nicht bewusst. Auch, wenn inzwischen psychische Krankheiten längst kein Tabu mehr sind – von einem offenen Umgang mit dem Thema sind wir noch weit entfernt!

Negativen Stress genauer betrachten

Stress ist eine natürliche menschliche Reaktion, wenn wir mit Herausforderungen und Bedrohungen konfrontiert werden. Von kurzen Perioden mit akutem Stress erholt sich unser Körper normalerweise. Wenn der Stresslevel

jedoch über einen längeren Zeitraum anhält oder er von unspezifischen Ängsten ausgelöst wird, wirkt sich das auf unsere körperliche und geistige Gesundheit aus. Wie also können wir diese Auswirkungen von Stress begrenzen?

Zunächst einmal, indem wir erkennen, dass negativer Stress ein Problem ist, die Stressoren finden, die unseren Stress verursachen, und darüber nachdenken, welche Veränderungen wir vornehmen können. Vor allem deshalb, weil wir uns den größten Stress oft selbst machen!

Fakt ist: Wir alle erleben Stress, aber wie wir darauf reagieren und damit umgehen, macht einen riesengroßen Unterschied. Verleugnen ist ebenso hinderlich wie Überbewerten. Es braucht vor allem eines: Umsicht im Umgang mit den eigenen Ressourcen. Denn nur wenn wir gut für uns selbst sorgen, können wir Ressource für andere sein und auch positiv auf andere wirken.

Initiative zeigen

Auch für unsere mentale Gesundheit ist es essenziell, eine langfristige Sicht auf das, was möglich ist, zu pflegen – also eine hoffnungsvolle Perspektive einzunehmen. Ob Erfolg, Lebensfreude, Lebensqualität, Leichtigkeit, Glück oder mentale Gesundheit: All das gelingt nur, wenn wir selbst etwas dazu beitragen, uns auf den Weg machen, über alle Täler und Gipfel hinweg.

Sprechen wir also offen darüber, was uns belastet, und haben für andere ein offenes Ohr. Empathie, Mitgefühl und bewertungsfreie Wahrnehmung helfen dabei. Wenn wir alle einen Beitrag leisten und uns verantwortungsvoll zeigen, machen wir diese Welt zu einem besseren Ort.

Das Problem erkennen und analysieren

Sorgsamer Umgang mit den eigenen Ressourcen

Eine hoffnungsvolle Perspektive einnehmen

Offen darüber sprechen

Tipps für mehr Selbstfürsorge



- Essen Sie gesunde, regelmäßige Mahlzeiten (ausgewogene Ernährung). Trinken Sie täglich zwei bis drei Liter. Vorzugsweise Wasser (mit Minze, Zitronen- und Orangenscheiben) in Raumtemperatur, ungesüßten Tee, wenig Kaffee. Ausreichend Flüssigkeit fördert die Konzentrations- und Leistungsfähigkeit – und zwar nachhaltig.
- Nutzen Sie Meditation, Bauchatmung, progressive Muskelentspannung, autogenes Training etc. zur Entspannung. Nutzen Sie Rituale, wie zum Beispiel ein Feierabendritual, um den Arbeitsstress zurückzulassen.
- Schlafen Sie ausreichend (mindestens 7 Stunden) in einem Raum, der nicht zu warm und gut gelüftet ist. Das Smartphone gehört nicht ins Schlafzimmer. Lesen Sie stattdessen ein Buch, führen Sie Tagebuch oder hören Sie mit geschlossenen Augen Entspannungsmusik.
- Setzen Sie Grenzen! Lernen Sie, „Nein“ zu neuen oder zusätzlichen Aufgaben zu sagen, wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie zu viel übernehmen.
- Identifizieren Sie Ihre negativen und nicht hilfreichen Gedanken und ersetzen Sie diese durch positive Glaubenssätze.
- Identifizieren Sie Ihre gesundheitlichen Bedürfnisse und machen Sie sie zu einer Priorität in Ihrem Alltag. Erstellen Sie einen Plan beziehungsweise eine Liste mit Selbstfürsorge-Aktivitäten, mit denen Sie sich glücklich, entspannt und erfüllt fühlen.

- Reflektieren Sie am Abend den vergangenen Tag, notieren Sie Erfolgserlebnisse oder Dinge, für die Sie dankbar sind, in einem Tagebuch, und dann räumen Sie mental auf. Gedanken, die zum Grübeln, Zweifeln, zur Sorge oder Unruhe anregen, wandern vor Ihrem geistigen Auge in einen mentalen Tresor, eine Schatzkiste oder in die Schubladen eines großen hölzernen Schreibtischs.

Wissenschaftlich ist längst belegt: Wer den Fokus auf die guten Dinge in seinem Leben richtet, schürt die eigene Zufriedenheit und das Glücksempfinden. Sich das Gute im Leben regelmäßig vor Augen zu führen, hilft fürs Selbstmanagement.

Den Fokus auf das Gute richten

5 Tipps für eine positive Mentalhygiene

- **Regelmäßige Bewegung:** Erfahrungsgemäß sitzen Sie als Assistenz zu viel am Schreibtisch. Daher sollten Sport, Radfahren, Schwimmen oder Spaziergänge Teil Ihres Tagesablaufs sein. Sie bauen dabei Stress ab, kommen auf andere Gedanken und stärken zugleich Ihre Gesundheit und Ihr Immunsystem. Bewegen wir uns in der Natur, haben die Eindrücke, die wir dabei mit allen Sinnen sammeln, auch noch eine beruhigende Wirkung auf uns. Also: In der Mittagspause und/oder nach Feierabend möglichst oft raus ins Grüne!
- **Kurze Pausen im Arbeitsalltag machen:** Alle anderthalb bis zwei Stunden sollten Sie kleine Pausen von zwei bis fünf Minuten einlegen, die Sie an einen anderen Ort führen (Raumwechsel oder ans Fenster treten), eine





andere Tätigkeit bedeuten oder in denen Sie bewusst an etwas anderes denken. Lüften Sie regelmäßig!

- **Tiefe Bauchatmung:** In Stressphasen wird die Atmung schnell und flach, wir ziehen unmerklich die Schultern hoch. Lassen Sie die Schultern sinken, legen Sie die Hände auf den Bauch. Atmen Sie durch die Nase ein und zählen Sie dabei langsam bis drei. Beim Einatmen hebt sich Ihre Bauchdecke, die Finger gehen leicht auseinander. Halten Sie den Atem für eine Sekunde an. Atmen Sie nun langsam wieder durch den leicht geöffneten Mund aus. Die Bauchdecke geht in den natürlichen Zustand zurück, die Finger berühren sich wieder. Das Ausatmen sollte mindestens doppelt so lange dauern wie das Einatmen. Sie regulieren so Ihren Herzschlag und beruhigen sich.
- **Digital Detox:** Dienstliche E-Mails auch am Wochenende und im Urlaub zu checken, gehört für viele Assistenten zur Routine. Zur Regeneration braucht unser Gehirn jedoch reizarme Zeiten, in denen wir einfach nur unseren Gedanken nachhängen. Schalten Sie öfter mal in den Offline-Modus! Installieren Sie eine App, die Ihre Handynutzung protokolliert und Sie an regelmäßige (digitale) Pausen erinnert.
- **Unterstützung suchen und annehmen:** Als Assistenz müssen Sie nicht die Last der ganzen Abteilung oder Ihrer Führungskraft alleine tragen. Als soziale Wesen ist es für uns gut, uns mit Menschen zu umgeben, die uns zuhören, ermutigen, Ideen geben, sich mit uns austauschen und uns ein Stück des Weges begleiten. Gemeinsam lässt sich vieles einfach leichter meistern.

Champagner für alle? So planen Sie Firmenevents, die Wirkung zeigen – inklusive ausführlicher Checkliste

Eine langweilige Pflichtveranstaltung oder ein Highlight, über das noch lange gesprochen wird? Firmenevents haben das Potenzial, Visionen erlebbar zu machen. Oder sie bleiben nur ein weiterer Kalendereintrag. Den Unterschied macht nicht der Champagner, sondern eine gute Planung. Dieser Beitrag unterstützt Sie dabei.

Inhalt	Seite
Strategisch planen ist das A und O	2
Checkliste: Beispiel „Firmenjubiläum“	6



Maria Köpf, ist Journalistin, Dozentin und Mutter in ihrer Wahlheimat Österreich. Derzeit legt sie ihren Schwerpunkt auf Gesundheit, Psyche und Sprache. Ihre erste große Liebe aber war die Literatur.

Strategisch planen ist das A und O

Die Planung
beginnt mit
3 Fragen

Ob Jubiläum, Konferenz oder Sommerfest: Erfolgreiche Events beginnen stets mit klaren Antworten auf drei entscheidende Fragen:

1. Warum feiern wir?
2. Wen wollen wir erreichen?
3. Was soll bleiben?

Aus diesen Vorgaben ergeben sich Inhalte, Tonalität und Event-Programmpunkte. Denn ein Programm voller Reden mag feierlich wirken, langweilt aber schnell, wenn kein roter Faden sichtbar ist.



Wichtig: Ein einzelner Programmpunkt mag noch so spektakulär sein oder die Hauptrede mit Bravour gemeistert werden: Letztendlich entscheidet doch die Summe der Details über den Erfolg einer Veranstaltung.

„Der finanzielle Rahmen muss zu den Wünschen des Unternehmens passen. Außerdem gilt es, die Zielgruppe klar zu definieren“, betont Jesse Jansen, Director of Sales and Marketing im „Dolce by Wyndham“ Bad Nauheim.

Klingt nüchtern, ist aber der Dreh- und Angelpunkt. Erst wenn Ziele, Budget und Gäste definiert sind, lohnt sich der Invest in Kreativität.

Die Unternehmensziele im Fokus

Zum Maßstab genommen werden sollten stets die Unternehmensziele: Sie entscheiden, wie die Checklistendetails

von der Gästeliste über Barrierefreiheit und Security bis hin zu Compliance-Fragen zu erfüllen sind.

Schon die Frage, ob externe Gäste teilnehmen, verändert die Ausrichtung: Dann transportiert das Event nicht nur Wertschätzung nach innen, sondern auch Werte, Engagement und Haltung nach außen.

Besonders im Bereich Teambuilding sind klassische Konzepte längst überholt. Statt bloßer Workshops gibt es heute digitale Schnitzeljagden, spektakuläre Seifenkistenrennen oder gemeinsame Filmproduktionen. Formate wie die „Dinner Gameshow“ verbinden Genuss mit Interaktion, während Band-Projekte wie „Team Tune“ Kreativität und Zusammenhalt fördern.

Bindung schaffen durch Emotionen

„Emotionen schaffen Bindung“, lautet einer der Standards, die im Marketingmanagement weit verbreitet sind. Gerade Jubiläen können hierfür starke Signale setzen. *„Ein Firmenjubiläum kann in besonderem Maße dazu beitragen, den Teamgeist und die Identifikation der Belegschaft mit dem Unternehmen zu fördern“*, erklärt Jansen. Ob Meilensteine, Visionen oder gemeinsame Erfolge – sie werden erst dann erlebbar, wenn sie inszeniert werden: visuell, kulinarisch und atmosphärisch.

Von Technik bis Timing

Die klassische To-do-Liste ist länger, als viele ahnen: Location, Catering, Technik, Deko, Kinderprogramm, Sicherheitsauflagen, Fotografen – und im Zweifel auch ein Notfallplan oder Plan B, falls das Wetter nicht mitspielt oder ein Programmpunkt ausfällt.

Wertschätzung,
Werte und Haltung

Neue Konzepte für
Teambuilding-
Events

Zahlreiche To-dos



Wichtig: Jedes Event braucht einen Plan B: eine Ausweichlocation bei Regen, einen Ersatz, falls ein Speaker oder eine Speakerin absagt, sowie ein Backup für die Technik.

Diese Szenarien wirken zunächst wie sehr hoher Aufwand, lassen im Notfall aber einen reibungslosen Ablauf gewährleisten.

Zeitmanagement ist hier kein Organisationsdetail, sondern das Fundament. Verbindliche Deadlines für alle Gewerke, regelmäßige Statusmeetings und ein klar definierter Projektplan mit Meilensteinen verhindern böse Überraschungen.

„*Interne und externe Zusammenarbeit sind das A und O eines gelungenen Events*“, so Jansen. Doch gerade im laufenden Prozess werden oft unterschiedliche Meinungen aus dem Management laut: Soll es edler oder lockerer werden, mehr Entertainment oder mehr Fachinhalte?

Entscheidungen
am Event-Ziel
ausrichten

Hier kann eine einfache Regel helfen: Entscheidungen müssen stets an den zuvor definierten Eventzielen gespiegelt werden. Wer sich daran orientiert, vermeidet langwierige Diskussionen und hält das Projekt auf Kurs.

Budget und Stakeholder-Alignment

Ein häufiger Stolperstein: das Budget. Um es realistisch zu planen, sollten fixe Kosten für Location, Technik oder Catering von variablen Posten für Dekoration, Specials oder Entertainment getrennt kalkuliert werden. So bleiben Spielräume sichtbar und Kürzungen möglich, ohne das Grundkonzept zu gefährden.

Ebenso wichtig ist ein kluges Stakeholder-Alignment, also die Abstimmung der verschiedenen Interessengruppen. Praktikable Schritte können sein, alle relevanten Abteilungen frühzeitig einzubinden, und zwar von Anfang an. Dann sollten Updates transparent und regelmäßig durch kurze Status-quo-Berichte kommuniziert werden. Das gibt Orientierung, vermeidet Gerüchte und verhindert oftmals Missverständnisse.

Die Entscheidungswege sollten klar sein – insbesondere, welche Projektleitung oder welches Team festlegt, welche Stimme in Konfliktfällen entscheidend ist.

Wichtig ist die gemeinsame Orientierung an den Eventzielen, sonst kommt es zu unnötigen Feedbackschleifen, die Zeit fressen. So lassen sich verschiedene Interessen konfliktarm ausbalancieren und Änderungen akzeptanzfreudig zu halten.

Nach dem Event ist vor dem Event

Nach der letzten Rede ist das Event nicht vorbei. Ob Feedbackrunden, Social-Media-Reichweite oder Umfragen: Wer die Resonanz misst, liefert gute Argumente für die nächsten Budgetgespräche. So lässt sich der messbare Mehrwert für Identität, Motivation und Markenbild archivieren.

Fazit: Firmen-Events sind mehr als Kalenderpunkte mit Pflichten und wenigstens einem guten Häppchen, sondern wichtige Meilensteine für strategische Ziele. Sie können zu erinnerungswürdigen Momenten werden, die bleiben und Bindung schaffen.

Transparente
Abläufe und
regelmäßige
Updates





Checkliste: Beispiel „Firmenjubiläum“

Basics

- ❑ Datum, Uhrzeit und Ort der Feier
- ❑ Ist das Budget festgelegt oder flexibel? Auf welche Kostenstellen muss besonders geachtet werden?
- ❑ Welcher Personenkreis soll eingeladen werden? Nur eigene Mitarbeitende? Mit Ehe- oder Lebenspartner/innen und Kindern?
- ❑ Oder auch externe Stakeholder, Geschäftskontakte, Dienstleistende? **Achtung:** Hier muss Compliance berücksichtigt werden.
- ❑ Soll (Fach-)Presse eingeladen werden?
- ❑ Wie viele Teilnehmende werden erwartet?
- ❑ Werden VIP-Gäste erscheinen? Wird daher auch Security benötigt?
- ❑ Werden Personen anwesend sein, für die Barrierefreiheit nötig ist? Falls ja: In welcher Form?
- ❑ Sanitätsdienst oder Ersthelfer anfordern? **Achtung:** Vorschrift ab einer bestimmten Personenzahl, regionale Regelungen beachten
- ❑ Gegebenenfalls auch Feuerwehr – abhängig von der gewählten Location, der Deko (zum Beispiel Strohbällen) und dem Programm (etwa Feuerwerk oder Feuerschlucker)
- ❑ Ist – jahreszeitenabhängig – eine Garderobe gewünscht – mit Personal?

Location (Ausstattung/Technik)



- Welche Anforderungen an die Location gibt es?
- Sind Übernachtungsmöglichkeiten erwünscht?
- Wie kann die Anreise gestaltet werden (Auto → Parkplatz-Situation? Öffentliche Verkehrsmittel → Anbindung? Taxis?)
- Wird ein Begrüßungsdisk gewünscht? Wer bestückt und besetzt dieses: Unternehmen oder Location?
- Sind Namensschilder gewünscht? Vom Unternehmen vorbereitet oder von der Location?
- Werden technische Ausstattungen benötigt – wie Beamer, Leinwand, Mikrofone (Art und Anzahl: Rednerpult-Mikro, Standmikro, Handmikro, Headsets), Licht oder Sound-Anlage?
- Bietet das die Location selbst an, oder muss ein externes Dienstleistungsunternehmen angefragt, gebucht und gebrieft werden?
- Sollen Präsentationen/Bilder/Videos gezeigt werden?
Achtung: Unternehmensgeschichte, Status quo und Blick in die Zukunft nicht zu trocken gestalten! Kreativ sein, um die Aufmerksamkeit der Gäste zu sichern.
- Gibt es eine Fotobox oder Fotowand für die Gäste – mit (witzigen) Fotos als Goodie zur Erinnerung?
- Sind Give-aways vorgesehen? Wann und wo werden diese verteilt, oder liegen sie auf den Tischen?
- Findet die Veranstaltung nur innen statt oder werden auch Außenbereiche benötigt/genutzt? (Wettervorhersage im Blick behalten; Location sollte Alternativen bei schlechtem Wetter bieten)



- ❑ Welche Bestuhlungsart ist gewünscht? (Ideal für Feierlichkeiten: Bankettbestuhlung mit runden Tischen à 6 – 12 Personen)

Catering

- ❑ Bietet die Location das Catering selbst an oder muss ein externes Dienstleistungsunternehmen angefragt und gebucht werden?
- ❑ Sind auch alkoholische Getränke gewünscht?
- ❑ Welche Getränke sind zur Begrüßung gewünscht? Eventuell Sektempfang oder Cocktails?
- ❑ Sollen dazu Fingerfood oder kleine Snacks gereicht werden?
- ❑ Sollen während der Feier durchgehend – oder zumindest für längere Zeit – Speisen zur Verfügung stehen, etwa in Form eines Buffets? Oder ist ein Menü mit mehreren Gängen gewünscht?
- ❑ Sind außerdem eine Mitternachtssuppe oder ein -Snack vorgesehen?
- ❑ Welche Besonderheiten hinsichtlich des Speisenangebots gibt es seitens der Gäste zu beachten (Unverträglichkeiten, religiöse Gründe, vegetarische oder vegane Ernährung etc.)? **Achtung:** Abfrage im Rahmen des Einladungsmanagements aus Planungsgründen dringend erforderlich! Alternativen mit der Location/dem Cateringunternehmen absprechen
- ❑ Soll es eine Bar geben? Welche Getränke sollen dort angeboten werden und in welchem Zeitraum?
- ❑ In welchem Umfang und Zeitrahmen werden Service und Personal benötigt?

Programm



- ❑ Soll die Veranstaltung eher einen formellen Charakter haben – mit vielen Redebeiträgen wie Ansprachen, Grußworten und eventuell einer Keynote? Oder soll sie eher social/familiär sein – mit Party-Charakter?
- ❑ Gibt es bereits Ideen zum Programm/Ablauf?
- ❑ Falls es Ansprachen gibt: wann (zu Beginn oder über die Veranstaltung verteilt) und wie viele?
- ❑ Wird es Ehrungen oder Auszeichnungen geben?
- ❑ Wird eine Bühne benötigt? Wenn ja: Wie groß/hoch? Treppe und Geländer erforderlich?
- ❑ Wer übernimmt die Moderation? Soll hier eine externe Person angefragt werden – gegebenenfalls eine prominente Person aus Radio/TV?
- ❑ Ist Musik geplant? Wenn ja: eine Band oder ein DJ? Wird technisches Equipment von den Auftretenden selbst mitgebracht oder muss die Location dafür sorgen beziehungsweise ein Technik-Dienstleistungsunternehmen einbeziehen? Müssen Proben zeitlich eingeplant werden? Organisiert das die Location oder das Unternehmen?
- ❑ Soll während der Veranstaltung gefilmt und fotografiert werden? **Achtung:** Diese Dienstleistungen müssen frühzeitig gebucht werden! **Wichtig:** Nutzungsrechte (DSGVO) beachten: Idealerweise schon bei der Einladung zur Veranstaltung auf Fotos, Filme und deren Nutzung hinweisen und darum bitten, dass Personen, die das nicht möchten, beim Einlass/am Empfang zum Beispiel ein rotes Armband erhalten.



- ❑ Falls erforderlich: Soll es ein Entertainment für die Kinder geben? Soll dieses von einem externen Dienstleistungsunternehmen übernommen werden?
- ❑ Gibt es ein übergeordnetes Motto/Thema der Feier – gegebenenfalls mit einem einprägsamen Slogan?
- ❑ Soll die Feier mit einer Charity-Aktion verknüpft werden? **Achtung:** Begünstigte je nach Unternehmensphilosophie, Branche, Produktportfolio etc. auswählen und Repräsentant/innen eventuell einladen

Dekoration

- ❑ Welche Dekoration ist gewünscht? In Corporate-Design-Farben? Passend zum Motto/Slogan der Feier?
- ❑ Soll ein Logo integriert werden?
- ❑ Übernimmt die Deko das Unternehmen, die Location oder ein externes Dienstleistungsunternehmen, das gebucht werden muss?

Feedback/Resonanz

- ❑ Erfolg der Veranstaltung messen: Resonanz von interner und externer Seite, zum Beispiel auch durch anonyme Umfrage unter den Mitarbeitenden
- ❑ Veranstaltung auf den Social-Media-Kanälen inklusive YouTube und der Website spielen, entsprechende Hashtags kreieren und verwenden. Anschließend Daten analysieren: Reichweite, Engagement, Views usw.

Quelle: Dolce by Wyndham Bad Nauheim



Hinweis: Diese Checkliste können Sie unter www.onlinebereich.workingoffice.de herunterladen.

Interkulturelle Kompetenz: Ein Muss für die Zukunft

Interkulturelle Kompetenz spielt in der Position der Assistenz eine zentrale Rolle. Sie bietet Herausforderungen und Chancen für das zukünftige Berufsbild. Tina Bräutigam, Expertin für interkulturelle Kompetenz im Assistenzberuf, analysiert in diesem Beitrag den Ist-Zustand und gibt Ihnen Tipps für Zukunfts-Skills.

Inhalt	Seite
Megatrend Globalisierung	2
Interkulturelle Kompetenz ist zentral	5
Checkliste: Interkulturelle Kompetenz trainieren	8



Tina Bräutigam ist zertifizierte interkulturelle Trainerin mit über 20 Jahren internationaler Praxiserfahrung, davon viele Jahre als Management Assistenz. Sie begleitet Unternehmen und Management Assistenzen mit Trainings und kultursensiblen Integrationskonzepten.

Megatrend Globalisierung

Wie vielen verschiedenen Kulturen sind Sie heute schon begegnet? Auf der Straße, im Supermarkt, am Arbeitsplatz oder schon am Frühstückstisch? Wir denken dabei zunächst an Nationalkulturen. Aber Kultur beinhaltet viel mehr: sei es Alter, Geschlecht, Unternehmenskultur, um nur einige zu nennen.

**Kultur beinhaltet
viele Aspekte**

In Zeiten der Globalisierung nehmen wir kulturelle Unterschiede in vielen Bereichen wahr. Es ist also nicht verwunderlich, dass die Globalisierung zu den zentralen Megatrends unserer Zeit zählt. Sie beeinflusst moderne Arbeitsplätze durch weltweite Vernetzung und Zusammenarbeit, fördert Diversität im Team und ermöglicht den Austausch von Ideen und Innovationen über Ländergrenzen hinweg.

Megatrends sind daher wichtig für die strategische Planung in Unternehmen, da sie langfristige Entwicklungen skizzieren, auf die sich Unternehmen einstellen müssen. Gleichzeitig bedeuten sie neue Herausforderungen, besonders für die Assistenzen.

Transformation der Assistenzrolle

**Neue Herausforderungen
für
Assistenzen**

Früher lag der Fokus der Assistenzrolle hauptsächlich auf administrativen Aufgaben und der Unterstützung von Führungskräften, um den Büroalltag reibungslos zu gestalten. Doch Globalisierung, New Work und Digitalisierung haben das Berufsbild stark verändert. Heute arbeiten Assistenzen als Business-Partner, die internationale Projekte koordinieren und als mehrsprachige

Business Partner

Kommunikationsschnittstelle in globalen Teams agieren. Diese Transformation erfordert neue Kompetenzen, darunter erweiterte Sprachkenntnisse, interkulturelle Sensibilität und technisches Know-how.

Arbeiten in internationalen und diversen Teams

Die Arbeit in internationalen Teams stellt Unternehmen vor große Herausforderungen, insbesondere in virtuellen Arbeitsumgebungen. Oft arbeiten Teammitglieder lange virtuell zusammen, ohne sich persönlich zu begegnen. In Videokonferenzen sehen wir Menschen, die ähnlich gekleidet sind und Englisch sprechen, was den Eindruck erweckt, wir „ticken“ alle gleich – ein Trugschluss. Gerade deshalb entstehen Missverständnisse.

Ein Trugschluss
der zu Missverständnissen führt

Bewusstsein für interkulturelle Unterschiede hilft, Spannungen zu reduzieren und Verständnis aufzubauen. Drei Aspekte sind besonders wichtig:

1. **Selbstreflexion:** Wie bin ich kulturell geprägt und was macht meine Kultur und mich als Person aus?
2. **Kulturelles Verständnis:** Welche Werte hat mein Gegenüber und wie ist seine soziale Prägung? Bin ich in der Lage, Unterschiede zu tolerieren (Ambiguitätstoleranz)?
3. **Perspektivwechsel:** Wechseln wir die Perspektive und schauen durch seine/ihre „kulturelle Brille“.



Dadurch bietet sich eine hervorragende Möglichkeit für Assistenten, sich im Unternehmen als „Kulturexpertin“ zu positionieren und bei der Implementierung interkultureller Kompetenz in der Unternehmensstrategie mitzuwirken.

Assistenzen als Bindeglied zwischen Top-Management und Team können einen enormen Beitrag leisten.

Die Funktion der Assistenz im Fachkräftemangel

Prozess des Onboarding

Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, setzen Unternehmen verstärkt auf die Rekrutierung internationaler Talente. Ein erfolgreiches Onboarding erfordert jedoch einen durchdachten, strategischen Prozess, der schon beim Recruiting beginnt und sich über das gesamte Onboarding erstreckt.

Aspekte wie Willkommenskultur, soziale Integration und die Berücksichtigung der Familien der neuen Fachkräfte sind dabei entscheidend.

Wirkungsfeld für Assistenzen

Hier entsteht ein enormes Wirkungsfeld für die Assistenz: Neben der Unterstützung des HR-Teams kann die Assistenz als Vertrauensperson aktiv werden und eine wichtige Rolle im kultursensiblen Onboarding spielen. Diese Funktion als „Integrationsbeauftragte“ kann den entscheidenden Unterschied machen.

Idee: Team-Quiz

Wie wäre es etwa mit einem Team-Quiz über das Herkunftsland und die Kultur des neuen Teammitglieds? Themen wie prominente Persönlichkeiten, Sport, Feiertage oder Essen liefern Gesprächsstoff für die erste gemeinsame Mittagspause und fördern eine offene, einladende Atmosphäre.

Gleichzeitig können Assistenzen an der Implementierung oder Anpassung entsprechender Prozesse in die Unternehmensabläufe mitarbeiten. Ein spannendes Aufgabefeld, mit dem sie sich strategisch positionieren und die eigene Sichtbarkeit erhöhen können.

Interkulturelle Kompetenz ist zentral

Folgende Eigenschaften prädestinieren Assistenzen, eine wichtige Rolle im Kontext der Globalisierung und der internationalen Zusammenarbeit einzunehmen:

- **Sandwich-Position im Unternehmen und Brückenbauerin:** Im C-Level-Support bewegen sich Assistenzen oft in einer Sandwich-Position – als Vertrauensperson eng am Management, eng an den Teams und doch irgendwie „dazwischen“. Das kann hervorragend genutzt werden, um zwischen den verschiedenen Positionen zu vermitteln.
- **Troubleshooter-Qualitäten:** Assistenzen sind es gewohnt, als „Troubleshooter“ zu agieren. Sie reagieren mit Feingefühl auf Probleme im Team und vermitteln bei Unstimmigkeiten. Diese Fähigkeiten sind ideal, um zwischen Kulturen zu „dolmetschen“ und gleichzeitig die eigene Position im Unternehmen zu stärken.
- **Einblick in Unternehmensstrukturen:** Assistenzen haben tiefe Einblicke in die Strukturen von Unternehmen. Sie können entscheidend dazu beitragen, dass sich das Bewusstsein für kulturelle Nuancen in den Unternehmensstrukturen widerspiegelt.

Wesentliche
Eigenschaften von
Assistenzen

In meinem Berufsleben habe ich diese Rolle häufig eingenommen. Eine Situation ist mir besonders in Erinnerung geblieben.

Beispiel: Wir hatten eine Veranstaltung in unserer spanischen Tochtergesellschaft organisiert. Die Veranstaltung sollte mit einer sorgfältig geplanten Abendveranstaltung



ausklingen, alles war auf die Minute getaktet. Aber an diesem Abend lief es anders. Das Hotel hatte den Saal nicht planmäßig umgebaut. Das Management war außer sich, der Zeitplan war nicht mehr einzuhalten. Im Saal „brannte“ die Luft, alle waren unter enormem Stress. Draußen vor der Tür sah es aber ganz anders aus: Die Stimmung war super, die Gäste entspannt – es sollte ja ein schöner Ausklang nach einer erfolgreichen Veranstaltung werden. Wir organisierten kurzfristig einen Sektempfang und die Gäste freuten sich über die Möglichkeit, sich zu unterhalten und den Tag Revue passieren zu lassen. Niemand bemerkte etwas vom Stress, der hinter der verschlossenen Tür herrschte.

Spannend zu wissen: Es gibt kaum eine Kultur, in der der Umgang mit Zeit so linear und auf die Minute genau ist wie im deutschsprachigen Raum.

Kulturelle Schlüsselbereiche im globalen Kontext

Quelle: „The Culture Map“, von Erin Meyer, 2014



- **Zeitverständnis:** Pünktlichkeit und strikte Zeitpläne versus Flexibilität und Synchronität
- **Kommunikation:** direkte, explizite Kommunikation versus implizit und umschreibend (durch die Blume)
- **Vertrauensaufbau:** durch die Erfüllung der Arbeitsaufgabe versus durch persönliche Beziehungen
- **Hierarchieverständnis:** flache Hierarchien und Kollegialität versus strikte Hierarchien und Akzeptanz von Ungleichheit
- **Entscheidungsfindung:** top-down versus im Konsens

- **Konflikt:** Konflikte werden direkt adressiert versus Gruppenharmonie hat Priorität

Zukunftsskills und Positionierung der Assistenz

Um im globalen Umfeld erfolgreich zu arbeiten, wird interkulturelle Kompetenz für Assistenzen immer wichtiger. Welche kulturellen Unterschiede beeinflussen die internationale Zusammenarbeit? Welche „kulturelle Brille“ prägt unseren Blick? Und welche Skills sind entscheidend, um sensibel und effektiv in diversen Teams zu arbeiten?

Eine interessante Idee wäre die Einführung eines interkulturellen Feelgood-Managers, der dafür sorgt, dass sich alle Teammitglieder, unabhängig von ihrer kulturellen Herkunft, willkommen und wertgeschätzt fühlen.

Interkulturelles
Feelgood-
Management

Interkulturelle Trainings bieten Assistenzen die wertvolle Möglichkeit, tiefere Einblicke in die Dynamiken kultureller Unterschiede zu gewinnen und komplexe Situationen besser zu verstehen. Gleichzeitig schaffen sie Raum für den Austausch mit Kolleginnen und Kollegen. Gemeinsam lassen sich neue Ideen und Perspektiven entwickeln, die den Arbeitsalltag bereichern und zur persönlichen wie beruflichen Weiterentwicklung beitragen. So können Assistenzen ihre interkulturelle Kompetenz gezielt ausbauen und dadurch ihre Position im Unternehmen stärken.

Spezielle Trainings

Die Globalisierung bietet eine Vielzahl an Chancen, bringt aber auch Herausforderungen mit sich. Ihnen als Assistenz bietet sie neue Aufgabenfelder, für die es neben umfassendem kulturellem Wissen, der Nähe zum

Zentrale Kompetenzen

Top-Management und guter Unternehmenskenntnis vor allem spezifische Softskills braucht.

Empathie, Wertschätzung von Vielfalt, Toleranz und Konfliktmanagement werden zu zentralen Kompetenzen, um die Rolle als Brückenbauer(in) erfolgreich zu erfüllen.

Checkliste: Interkulturelle Kompetenz trainieren

Quelle: Interkulturelle Kompetenz, von Jürgen Bolten, Erich Schmidt Verlag 2007



- **Selbstreflexion:** Ich bin mir meiner kulturellen Prägung, meiner Werte und Verhaltensweisen bewusst.
- **Perspektivenübernahme:** Ich kann mich in die Denk- und Handlungsweisen von Menschen aus anderen Kulturen hineinversetzen.
- **Ambiguitätstoleranz:** Ich kann Mehrdeutigkeit und Unsicherheit in interkulturellen Situationen sowie unterschiedliche Interpretationen aushalten.
- **Beziehungsorientierung:** Ich kann vertrauensvolle Beziehungen zu Menschen aus anderen Kulturen aufbauen und pflegen.
- **Kommunikationsfähigkeit:** Ich kann kulturell angemessen kommunizieren, verbal und nonverbal.
- **Konfliktfähigkeit:** Ich kann interkulturelle Missverständnisse und Konflikte erkennen, analysieren und lösen.

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: Viera Schleidt, Hamburg

Redaktionelle Leitung: Alexandra Sievers,
München

Autorinnen und Autoren: Tina Bräutigam,
Antje Heimsoeth, Maria Köpf, Carolina Kraft,
Bettina Röttgers, Viera Schiecke, Alexandra Sievers,
Kati Sprung

Lektorat/Korrektorat: Kristina Wolter, Frankfurt
Schlusskorrektur: Kristina Wolter, Frankfurt

Satz: Schmelzer Medien GmbH, Siegen

Druck: ADN Offsetdruck, Am Bahnhof 6 a,
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.

© 2026 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 neuesten 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](#)