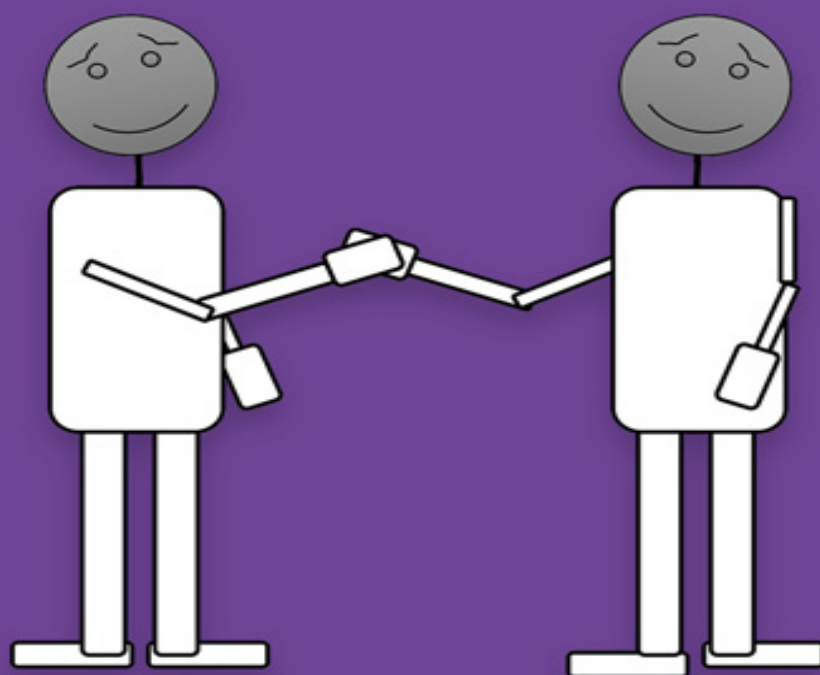


Der kleine Business- und Kunden- Knigge

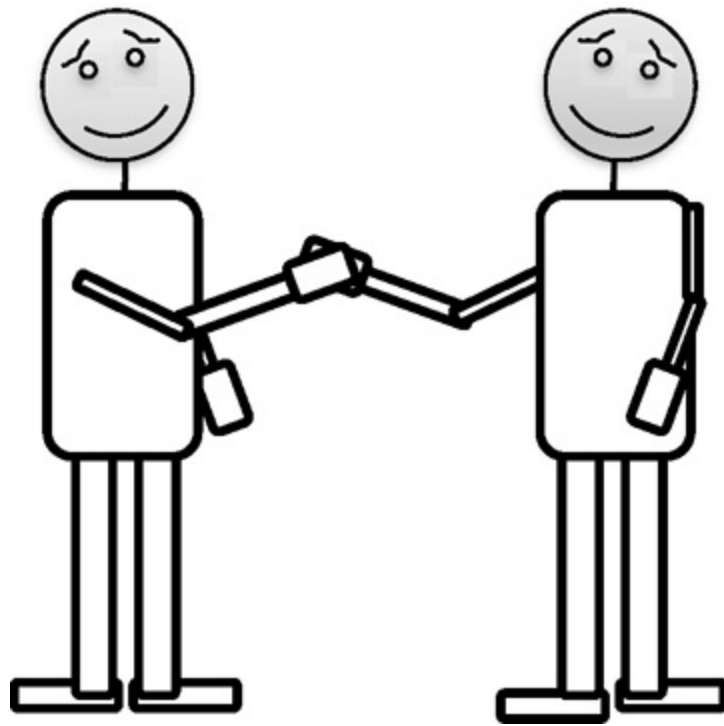
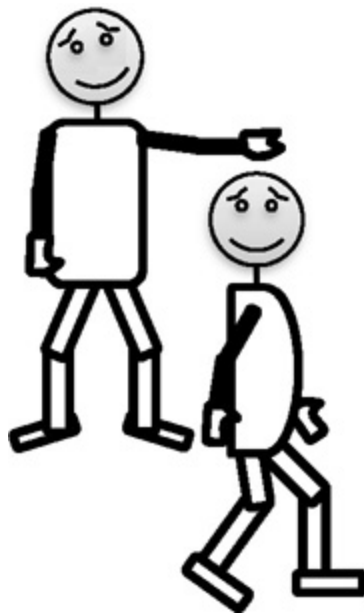
2100

überarbeitete
Neuaufgabe!



Vorstellung, Rangordnung, Anrede, Visitenkarte

Horst Hanisch



Inhaltsverzeichnis

GRÜßWORTE ZUR 2. UND 1. AUFLAGE

SCHWEIGEN IST SILBER,

... Reden ist Gold

ZWISCHENMENSCHLICHE BEZIEHUNG UND KOMMUNIKATION

Das Interesse an unseren Mitmenschen

VORWORT ZUR AKTUELLEN AUFLAGE

GESCHAFFT!

Das Geschäft läuft

TEIL 1 - DIE BUSINESS-ETIKETTE

HÖFLICHKEIT

FREUNDLICHKEIT UND HÖFLICHKEIT

Höflichkeit

Sind Umgangsformen (noch) in?

„Bitte“

Service-Wüste Deutschland?

DU/SIE

Die alten Römer und das „Du“

DIE BEGRÜßUNG

ZEIT IST GELD

Rechtzeitig eintreffen

Grüßen - Begrüßen

Der Blickkontakt bei der Begrüßung

Lächeln

Distanz-Zonen

DIE VORSTELLUNG

„GESTATTEN, MEIN NAME IST ...“

Die Vorstellung

DIE VISITENKARTE

NUR EIN STÜCK PAPIER ...

... oder ein wichtiges Stück Karton?

TEIL 2 - RANG UND TITEL

RANGORDNUNG, TITEL UND ANREDE

VOM TELLERWÄSCHER ZUM MILLIONÄR

Rangordnung in Deutschland

ADEL UND REGIERENDE

Anrede des Hochadels

Adelsrangfolgen: Die titulierten Adeligen

Adelsrangfolgen: Zwischen den titulierten Adeligen

Adelsrangfolgen: Die untitulierten Adeligen

Adelserwerb und -verlust

Militärische Rangordnung

Anrede kirchlicher Würdenträger

Anrede an der Hochschule

ADELSTITEL HEUTE

Umgang mit Menschen

TITEL IN DER VORSTELLUNG

„Als Gast begrüßen wir ...“

In der Familie

ANSPRACHE IM SCHRIFTBILD

Moderne Korrespondenz

Bei Staatsbesuchen

Das närrische kölnische Dreigestirn

PERSÖNLICHES NETZWERK AUSBAUEN

KONTAKTPFLEGE

Eine Hand wäscht die andere

Alumna und Alumnus

Kooperation von Studierenden

Logen

Vereinsmeierei

Ehrenamt und soziales Engagement

Digitales Netzwerk

AUSZEICHNUNGEN UND EHRUNGEN

Englischer Hosenbandorden

Ehrenbürger

Bundesverdienstkreuz

*Ablehnung, Aberkennung und Rückgabe der
Auszeichnung..*

Nobelpreis

TEIL 3 - DER KUNDE ZU GAST

UMGANG MIT KUNDEN UND GÄSTEN

„BITTE NACH IHNEN!“

Pünktlichkeit - die Höflichkeit der Könige

Empfangen Sie Ihre Gäste professionell!

Wer geht wo?

Verhalten in Aufzügen

Wer steht wo?

Die Toilettenräume

EINE AUFMERKSAMKEIT FÜR DEN GAST

Kaffee oder Wasser?

*Strategisch gute Sitzpositionen bei
Verhandlungen*

Nach dem Besuch - Verabschiedung

STICHWORTVERZEICHNIS

KNIGGE ALS SYNONYM

Umgang mit Menschen

Grußworte zur 2. und 1. Auflage

Schweigen ist Silber, ...



Franz-Josef König

***Geschäftsführer der Gesellschaft für Systemisches Management
Gastgeber
im Unternehmersalon in Schloss Liebieg an der Mosel***

... Reden ist Gold

Schweigen ist Silber, Reden ist Gold – das Motto des Unternehmersalons in Schloss Liebieg an der Mosel.

Die Anzahl an Ratgebern ist mittlerweile unüberschaubar geworden und Sie werden mit Recht fragen, warum jetzt ausgerechnet für die Welt des Business noch ein weiterer geschrieben worden ist. Gerade hier, so wird manch einer denken, gibt es doch eine Flut von Büchern, Fachzeitschriften, Seminaren und anderen Veranstaltungen – da ist ein Business-Knigge doch wirklich nicht mehr notwendig.

Meine Erfahrungen sagen mir etwas anderes. Seit vielen Jahren stehe ich mit Führungskräften in Kontakt. Dabei handelt es sich in erster Linie um geschäftliche Verbindungen. Aus einigen sind verlässliche Partnerschaften geworden.

Vor einigen Jahren habe ich den Unternehmersalon im Schloss Liebieg an der Mosel ins Leben gerufen. Hier treffen sich Unternehmer und Geschäftsleute zum Gedankenaustausch in angenehmer Atmosphäre. Dabei achten wir besonders auf eine gute Gesprächskultur, die von Offenheit, Wertschätzung und Respekt geprägt ist.

Immer häufiger beobachte ich jedoch, dass wesentliche Aspekte einer guten Gesprächskultur nicht mehr bekannt sind. Viele von uns kennen noch die Regeln und Rituale, die unverzichtbar für gute Gespräche sind. Sie geben Sicherheit und schaffen die Grundlage für den vertrauensvollen Umgang miteinander.

Die Begrüßung eines Gastes, das Vorstellen eines neuen Geschäftspartners, das Aussprechen einer Einladung, die Sitzordnung und die Frage nach der Themenwahl sind wichtige Rahmenbedingungen, die die Kultur von Unternehmen und Organisationen prägen.

Im Zeitalter der zunehmenden digitalen Kommunikation gehen diese Erfahrungen jedoch zunehmend verloren. E-Mails, Blocks, Facebook, Skype, Twitter und SMS sorgen dafür, dass das Gespräch von Angesicht zu Angesicht immer seltener wird. Die digitale Kommunikation bedarf jedoch nur weniger Regeln, die schnell zu erlernen sind. Außerdem sind die Konsequenzen für diejenigen, die diese Regeln nicht beherrschen häufig eher gering.

Bei einem persönlichen Gespräch, insbesondere im Geschäftsleben, handelt es sich hingegen häufig um eine komplexe Situation, die von vielen Einflüssen bestimmt wird. Ein Regelverstoß wird zwar verziehen, schadet aber dem Ansehen desjenigen, der ihn begangen hat.

In der Vergangenheit wurde die Gesprächskultur von Generation zu Generation weitergegeben. Die Jungen lernten von den Alten. Diese Kette bekommt jetzt durch die digitale Kommunikation Lücken. Die Möglichkeiten, Gesprächskultur mit all ihren Facetten zu erfahren und zu lernen, nehmen ab. Sie wird jedoch immer fester Bestandteil des menschlichen Zusammenlebens und Zusammenarbeitens bleiben.

Es wird immer Situationen geben, die nur im persönlichen Gespräch geklärt werden können. Der Mensch, als soziales Wesen, hat zudem ein starkes Bedürfnis nach Austausch mit anderen.

Ist ein Business-Knigge notwendig? Diese Frage habe ich zu Anfang gestellt. Ja, er ist notwendig. Er ist deshalb notwendig, um interessierten Menschen Anregungen zu geben. Um ihnen darzulegen, worauf es im Geschäftsleben ankommt, um erfolgreich zu sein. Es geht auch darum, das Wissen, das in den Köpfen einer abnehmenden Zahl von Menschen vorhanden ist, zu bewahren und denjenigen, die an der Förderung guter Gesprächskultur ein Interesse haben, zugänglich zu machen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen dieses Buches und hoffe, Sie finden viele Anregungen.

Franz-Josef König, 2011

Zwischenmenschliche Beziehung und Kommunikation



Prof. Dr. Gerd Hofmeister

Das Interesse an unseren Mitmenschen

Menschen sind lernfähig und wandeln sich.

Wenn wir von der ebenso selbstverständlichen wie häufig missachteten Überlegung ausgehen, dass Menschen aktive, denkende, fühlende, wahrnehmende und handelnde Wesen sind, so wird einsichtig, dass sie auf Veränderungen reagieren und ihnen nicht teilnahmslos gegenüberstehen.

Dabei sind insbesondere nach den Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie weniger die objektiven als die subjektiv gedeuteten Realitäten wirksam. Sinnestäuschungen, Sich-selbst-erfüllende Prophezeiungen sind nur besonders beredete Beispiele dafür, dass Wirklichkeiten nicht lediglich objektive Stimuli sind, sondern von uns interpretierend „geschaffen“ werden.

Dies gilt auch für das Verhalten der Menschen miteinander, welches auch stets Kommunikation ist, also etwas mitteilt und dass diese Mitteilungen nicht nur etwas über die Sache, sondern vor allem auch etwas über die Beziehungen der Menschen aussagen.

Da zwischenmenschliche Beziehungen und Kommunikation zentrale Elemente unseres Lebens darstellen, liegt die Vermutung nahe, dass Eingriffe in diesem Bereich mit besonderem Interesse wahrgenommen und gedeutet werden. Ein Ratgeber, wie der vorliegende, stellt zweifellos einen solchen Eingriff dar, den wir nicht nur zur Kenntnis nehmen, sondern der darüber hinaus auch noch unsere Mitwirkung voraussetzt.

Anders als bei der häufig gedankenlos gestellten und gewohnheitsmäßig beantworteten Begrüßungsfrage „Na, wie geht's?“ wünsche ich den Lesern und Leserinnen, dass die Lektüre dieses Knigges eine Fülle von hoffnungsfrohen, aber auch zielverfolgenden Gedanken, Gefühlen und Handlungen auslöst. Ein guter Ratgeber wird seine Leser und Leserinnen ergreifen und fesseln. Doch mit welchen Mitteln, auf welche Weise gelingt dieses?

Der Autor dokumentiert eine Fülle von Vorschlägen und Anregungen dergestalt, dass er seinen Leserkreis einbezieht und nicht lediglich redet und hinweist. Der vorliegende Ratgeber liefert eine Fülle wertvoller Hinweise und Lösungsansätze im Sinne des Themas Business-Etikette.

Diese Form der Handlungsanleitung, die nicht auf dem unmittelbaren Nehmen und Brauchen des Gegebenen beruht, sondern das Erfordernis bedingt verändernd zu gestalten, um Handlungsempfehlungen nutzbar zu machen, braucht etwas Zeit und Ausdauer um das zu gewinnen, was man braucht.

Jeder von uns ist in der Lage, die unmittelbare Befriedigung seiner Bedürfnisse auf einen späteren Zeitpunkt zu verschieben und sich gleichwohl motiviert den notwendigen Zwischenhandlungen zu widmen. Auch hierfür wünsche ich dem Leserkreis ein gutes Gelingen.

Erfurt, im September 2004, Prof. Dr. Gerd Hofmeister

Vorwort zur aktuellen Auflage Geschafft!

There is no business like show business.

**Irving Berlin [Israel Isidore Beilin], US-am.
Komponist,
aus dem Musical *Anni Get Your Gun*
(1888 - 1989)**

Das Geschäft läuft



„Was will ich mehr?“, fragt sich der Beschäftigte, die Arme hinterm Kopf verschränkt und auf dem Stuhl weit zurückgelehnt. „Ich habe meinen Job, ich mache meine Arbeit und alles andere ist mir egal.“

So mag der eine oder andere in seinem Beruf denken. Aber ganz so einfach ist es doch nicht. Alles andere darf und kann nicht egal sein.

Privat wie beruflich sind wir eingebunden in ein unsichtbares, soziales Netzwerk sowohl mit all seinen

Beförderungsmöglichkeiten, als auch mit all seinen Stolperfallen.

Selbst wenn ich mich ganz still verhalte, vibriert das Netz durch die anderen Aktiven im Umfeld.

Ständige Bewegung, fortschreitende Entwicklung, immer wieder neue Entdeckungen nötigen uns, unser eigenes Verhalten und Auftreten immer wieder zu überdenken. Abgesehen davon, dass der Mensch sich selbst auch weiterentwickelt, mit zunehmendem Alter eine andere Sicht der Dinge erfährt, mit gesammelter Erfahrung den eigenen Horizont erweitert hat, ergeben sich um uns ständig andere Ist-Zustände.

Wer sich zurücklehnt und annimmt, er habe es (für immer) geschafft, unterliegt einem Trugschluss. Das Leben ist ein ständiges Lernen und eine persönliche Weiterentwicklung.

There is no business like show business? Nun, Sie möchten sicherlich nicht nur als Showmaker in Erinnerung bleiben? Damit verbunden heißt das, dass wir uns sehr wohl Gedanken nicht nur über das eigene Auftreten machen sollten, sondern auch über den Umgang mit anderen Menschen.

Ist meine Art freundlich und verbindlich, zielorientiert und überlegt, empathisch und einbeziehend, bringt mir das auf Dauer einen größeren Vorteil im Leben und damit auch im beruflichen Umfeld.

Abgesehen davon ist es für die meisten Menschen deutlich angenehmer, mit ‚Menschen‘ zu arbeiten als mit ‚Arbeitsmaschinen‘.

Nicht jeder Gast verhält sich wie ein König. Allerdings auch nicht jeder Gastgeber.