

Eva Ruppert

Presenting Yourself – Der souveräne Auftritt

**Mit modernen Umgangsformen
zur optimalen Selbstpräsentation**





Liebe Leserinnen und Leser,

ich freue mich, dass Sie Interesse an diesem Thema haben.

Wenn Ihnen dieses **MiniBook** gefällt, dann machen Sie es doch auch anderen Lesern zugänglich und geben Sie dieses **MiniBook** weiter!

- Schicken Sie es doch einfach an einen Bekannten weiter.
- Bieten Sie es auf Ihrer Website zum Download an.
- Berichten Sie in Ihrem Newsletter/Blog darüber.
- ...

Viel mehr zum Thema finden Sie übrigens in meinem Buch „Presenting Yourself – Der souveräne Auftritt“, das im Oktober 2007 im BusinessVillage Verlag erschienen ist.

Natürlich freue ich mich auch über Ihr Feedback.
Sie erreichen mich unter info@solventurecom.com.

Ihre

Eva Rippert

Expertenwissen auf einen Klick



Gratis Download: MiniBooks – Wissen in Rekordzeit

MiniBooks sind Zusammenfassungen ausgewählter BusinessVillage Bücher aus der Edition PRAXIS.WISSEN. Komprimiertes Know-how renommierter Experten – für das kleine Wissens-Update zwischendurch.

Wählen Sie aus mehr als zehn MiniBooks aus den Bereichen: **Erfolg & Karriere, Vertrieb & Verkaufen, Marketing und PR.**

➔ www.BusinessVillage.de/Gratis



BusinessVillage
Update your Knowledge!

Verlag für die Wirtschaft

Vom guten Umgang miteinander

... oder, weil der erste Eindruck keine zweite Chance hat!!!

Jeder Mensch benimmt sich mehr und weniger regelkonform und jeder Mensch passt sich meist ganz automatisch an geltende Sitten und Normen an. Das ist gut so, denn es gibt Milliarden unterschiedlicher Persönlichkeiten und irgendwie muss das Miteinander ja geordnet sein. Es wäre viel zu aufwändig, wenn sich jeder ständig den Kopf über alle Verhaltensweisen von sich und anderen Personen zerbrechen wollte.

Und doch besteht am Anfang oft Skepsis gegenüber der Bedeutung von sichtbarem Verhalten und äußerem Auftreten: Wieso soll die Passform meiner Kleidung über meine persönlichen und geschäftlichen Erfolge entscheiden? Was macht es schon aus, wem ich beim Begrüßen zuerst die Hand reiche?

Wir alle denken gerne, dass das Aussehen und das Auftreten der Anderen unser Urteil über sie nicht beherrschen. Oder wir erwarten umgekehrt, dass deren Urteil über uns durch „Nebensächlichkeiten“ wie Kleidung oder Benehmen nicht beeinflusst wird.

Neueste Studien aus Wissenschaft und Forschung belegen aber, dass wir nur wenige Sekunden Zeit haben, um einen guten ersten und doch bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Dieser Zeitraum ist viel zu kurz, um

durch Fachwissen zu überzeugen, es ist allein durch äußere Merkmale möglich.

Jeder kann das im Selbsttest nachvollziehen: Nur wenn ich meinem Gegenüber bereits in den ersten Sekunden vertraue, ihn sympathisch finde und als professionell einschätze, bin ich bereit, mit ihm in eine geschäftliche oder private Beziehung zu treten.

Wer seinen eigenen „Auftritt“ ernst nimmt, signalisiert, dass er seinen Gegenüber ernst nimmt. Diese Art der Wertschätzung ist der Schlüssel der gesamten Dienstleistungsbranche, sie ist der erfolgreiche Einstieg in das Beziehungsmanagement.

Stil und gutes Benehmen sind deutliche Zeichen der persönlichen Kultiviertheit und der geschäftlichen und gesellschaftlichen Position. Ergreifen Sie Ihre Chance, die im guten ersten Eindruck steckt und machen Sie Ihre Kompetenz sichtbar!

Um Ihnen zu vermitteln, wie das in der täglichen Umsetzung aussehen kann, haben wir gemeinsam mit Eva Ruppert für Sie einige der „Basics“ aus den Seminaren der renommierten Imagetrainerin zusammengestellt. Herausgekommen ist eine kurze und kompakte Einführung in den professionellen Umgang mit Stil und Etikette, die Ihnen wertvolle Tipps für Ihr persönliches Auftreten liefert.

Begrüßung

Hier hat sich seit Knigges Zeiten nicht viel geändert, so grüßt der Herr immer die Dame zuerst, es sei denn, sie ist wesentlich jünger, der Jüngere grüßt den Älteren zuerst, die Jüngere die Ältere oder den wesentlich Älteren und der Rangniedrigere den Höherstehenden. Wer einen Raum (auch den Fahrstuhl) betritt, grüßt ebenfalls als erster. Dabei halten Sie bitte immer Blickkontakt und wenn Sie Ihren Gegenüber kennen, so grüßen Sie ihn mit Namen und eventuell mit Titel.

Im Büro

Höflichkeit als Zeichen des gegenseitigen Respekts, fördert nicht nur die Beziehung mit Geschäftspartnern, sondern auch mit den Kollegen im Team aber bitte nicht übertreiben, sonst könnte es leicht als „anbiedern“ falsch verstanden werden.

Beim Geschäftsessen

Essen und Trinken ist heute mehr als nur Nahrungsaufnahme, es kann eine Möglichkeit sein, in gemütllicher und entspannter Atmosphäre zu kommunizieren. Handys und Zigaretten haben dabei am Tisch nichts verloren.

Setzen Sie sich bequem, in einem Abstand von circa einer Handbreite zwischen der Tischkante und Oberkörper, die Hände liegen dabei bis zum Handgelenk auf dem Tisch. Vermeiden Sie unnötige Geräusche wie zu starkes Klappern des Bestecks auf dem Geschirr.

Prosten Sie einander zu, stoßen Sie aber nicht mit den Gläsern an und vor allem: Kritisieren Sie nicht das Essen! Schmieren Sie

sich mit dem Brotmesser auf keinen Fall eine „Stulle“, sondern zupfen Sie mundgerechte Stücke vom Brot, streichen die Butter oder das Schmalz darauf und führen es dann mit der Hand zum Mund.

Geschäftsgarderobe

Falls Sie im Geschäftalltag ein Jackett tragen, dann legen Sie dieses auch bei 30 °C im Schatten erst ab, wenn es Ihr höhergestellter Geschäftspartner Ihnen vorgibt. Tut er dies nicht, dann sollten auch Sie in den sauren Apfel beißen und das Jackett anbehalten.

Das Jackett bleibt während des gesamten Begrüßungsrituals geschlossen, erst im Anschluss daran können Sie den Einreihler auch im Stehen offen tragen.

Für Frauen gilt: Untergraben Sie nicht selbst Ihre Kompetenz, indem der Rock kürzer ist als eine handbreit über dem Knie oder indem das Oberteil Ihre Achselhöhle sehen lässt.

Ganz im Sinne des Freiherrn von Knigge, dem es weniger um gesellschaftliche Normen als Selbstzweck ging, sondern vielmehr um gegenseitige Wertschätzung und persönliche Kultiviertheit empfiehlt Eva Ruppert in ihren Seminaren und Vorträgen:

Um souverän und professionell auftreten zu können brauchen wir das Know-how zu Stil und Umgangsformen. Nur wer die eingespielten Regeln des guten Benehmens sicher beherrscht, weiß sich ihrer im richtigen Moment zu bedienen.

(Unsere Wirtschaft 1/2003, S. 19)

Die Top Ten der täglichen Umgangskatastrophen

Dieses Buch gibt Ihnen einen ausführlichen Überblick über moderne Verhaltensnormen. In diesem Kapitel möchte ich Ihnen schon einmal in Kürze die Top Ten der Umgangskatastrophen vorstellen.

Wie wichtig gute Umgangsformen sind, merken wir spätestens, wenn wir wieder in ein Fettnäpfchen getreten sind. Was mich als Trainerin überrascht: es sind immer wieder dieselben kleinen Katastrophen, die schnell passieren und dann unangenehme Nachwirkungen haben. Die folgende Top-Ten-Liste der täglichen Umgangskatastrophen ist das Ergebnis von Befragungen meiner Seminar Teilnehmer in den letzten 15 Jahren.

Top 1: Unpünktlichkeit

Menschen warten zu lassen bedeutet respektlos mit deren Zeit umzugehen. Allerdings versteht man unter Unpünktlichkeit nicht nur das Zuspätkommen. Bei gesellschaftlichen Anlässen vor dem vereinbarten Zeitpunkt anzukommen setzt die Gastgeber nur unnötig unter Druck.

Top 2: Auf die Pelle rücken

Hohe Sensibilität erfordert der persönliche Raum eines Menschen, zum Beispiel sollte beim Gespräch der gebotene Mindestabstand zum Gegenüber nie unterschritten werden. Auch wird es oft als aufdringlich empfunden, wenn Leute mit ausgestreckter Hand auf einen zustürmen und so quasi den Handschlag vom Gegenüber erzwingen.

Top 3: Handy-Manie

Es sollte selbstverständlich sein, dass das Handy in der Kirche, im Kino, im Theater, bei Beerdigungen, Vorträgen und Meetings ausgeschaltet wird. Und immer dort, wo Menschen Entspannung und Konzentration suchen, bleibt das mobile Telefon zumindest auf lautlos geschaltet.

Top 4: Jemanden im Gespräch unterbrechen

Eile ist nicht immer der beste Weg zum Ziel, dies gilt besonders in der Kommunikation. Selbst wenn man der Meinung ist, zu wissen, worauf der Gesprächspartner hinaus will, sollte man ihn unbedingt ausreden lassen und aktiv zuhören.

Top 5: Fehlender Blickkontakt

Menschen, die andere im Vorbeigehen einfach übersehen, ihrem Gegenüber beim Grüßen nicht in die Augen schauen oder gar während der Begrüßung den Blickkontakt bereits mit der nächsten Person suchen, gelten nicht umsonst als arrogant.

Top 6: Ausgrenzen Dritter

Folgende Situation: Zwei Kollegen Herr A und Herr B sind auf dem Weg ins Besprechungszimmer und begegnen Herrn C. Herr A und Herr C sind sich bekannt und unterhalten sich angeregt miteinander. Herr B bleibt dabei außen vor, er gerät plötzlich im Interesse von Herrn A an die letzte Stelle. So verscherzt man es sich schnell beim übersehenen Dritten.

Top 7: Ungedämpfte Nies-Attacken

Auch wenn Niesen oft unerwartet kommt, sollte man die Dimension der Belästigung doch bewusst in Grenzen halten. Niesen ohne ein vorgehaltenes Stofftaschentuch oder vorgehaltenen linken Handrücken ist weit mehr als eine Belästigung für umstehende Personen, es birgt unter Umständen ein Gesundheitsrisiko durch Tröpfcheninfektion.

Top 8: Verwahrloste Visitenkarte

So klein sie auch sein mag, sie repräsentiert die Geschäftspersönlichkeit des Inhabers und dessen Unternehmenskultur gleichermaßen. Deshalb sind Eselsohren, Kaffeeflecken, Fingerabdrücke, handschriftliche Vermerke oder Korrekturen ebenso tabu wie körperwarme Visitenkarten, zum Beispiel der Brusttasche des Hemdes entnommen.

Top 9: Grobheiten

Andere anrempeeln, sich in der Schlange vordrängen, jemandem die Tür vor der Nase zuknallen, den Kollegen mit dem Aktenberg auf den Armen die Tür selbst öffnen lassen, all das sind deutliche Gewohnheiten ungehobelter und rücksichtsloser Zeitgenossen, mit denen im Grunde keiner etwas zu tun haben will.

Top 10: Unangemessene Kleidung

Textile Signale sind immer auch deutliche Zeichen der Wertschätzung gegenüber Anlass und Gastgeber. Wobei das anmaßende „*over-dressed*“ ebenso negative Auswirkungen haben kann wie das nachlässige „*badly-dressed*“.

Diese Umgangskatastrophen passieren Ihnen nicht? Ganz sicher? Dann können Sie dieses Buch fast schon zur Seite legen. Für die meisten Menschen aber gilt, dass sie zwar von ihrem Elternhaus gute Umgangsformen mit auf den Weg durchs Leben bekommen haben, die in manchen Situationen bestimmt auch korrekt sind, doch die die Anforderungen aller Nuancen zwischen gesellschaftlichen und beruflichen Verhaltensnormen nicht ausreichend erfüllen.

Die klassische Anwendung der Etikette

„*Ladies first.*“

„*Der Herr hilft der Dame in den Mantel.*“

„*Man wünscht nicht mehr Gesundheit.*“

„*Der Mitarbeiter grüßt den Vorgesetzten.*“

Haben Sie solche oder ähnliche Verhaltensvorgaben auch schon allzu oft gehört oder gelesen? Und wenn Sie nachfragten, warum dies so sei, haben Sie immer die selbe unbefriedigende Antwort erhalten? „*Das ist eben Etikette.*“

Genau hier setze ich gerne an. Gute Umgangsformen über die im anonymen „*Council of Etiquette*“ vorgegebenen Regeln hinaus transparent zu machen, sie auf ihre Gültigkeit hin zu prüfen und wenn nötig situativ zu entscheiden, ob die eine oder andere Regel nicht doch einer individuellen Auslegung bedarf.

Wir finden in Deutschland zwei unterschiedliche Verhaltensnormen, die den heutigen politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen angepasst sind. Zum einen die Etikette, die unser Verhalten bei gesellschaftlichen Anlässen beeinflusst, zum anderen das Protokoll, das unser Verhalten bei geschäftlichen Anlässen regelt.

Beide Verhaltensregeln werden in diesem Buch behandelt, um zu veranschaulichen, dass und warum es einen Unterschied gibt zwischen Damen und Herren im gesellschaftlichen Leben und warum es keine Unterscheidung nach Geschlechtern im Geschäftsleben geben darf.

Überall da, wo Regeln nicht bis ins kleinste Detail vorgegeben sind, werde ich einen Handlungsrahmen aufzeigen. Wenn in Einzelfällen situative bestimmte Verhaltensweisen notwendig werden, gebe ich dazu konkrete Hinweise.

Etikette

Unsere heutigen gesellschaftlichen Verhaltensregeln gehen größtenteils auf höfische Regeln aus dem 17. Jahrhundert zurück. Sonnenkönig Louis XIV war maßgeblich daran beteiligt. Sein gewaltiger Hofstaat umfasste zeitweise bis zu 15.000 Adlige. Durch die Vielzahl der Höflinge kam es immer wieder zu Verwechslungen. Um dem vorzubeugen, heftete man den Mitgliedern des Hofstaates einen Zettel an die Kleidung, auf denen ihr Rang verzeichnet war. Diese Zettel, im französischen „*Etiquette*“; sind der Ursprung

des Begriffs, der noch heute für unser Verhalten im gesellschaftlichen Leben steht.

Hierarchie bei gesellschaftlichen Anlässen

- Die Dame ist ranghöher als der Herr.
- Die ältere Dame ist ranghöher als die jüngere Dame.
- Der ältere Herr ist ranghöher als der jüngere Herr.
- Der wesentlich ältere Herr ist ranghöher als die jüngere Dame.

Bei gesellschaftlichem Anlass spielen Geschlecht und Alter die entscheidenden Rollen. Wobei das Alter auch heute noch grundsätzliches Kriterium ist, um zuvorkommend behandelt zu werden, während die Vorzüge aufgrund des Geschlechts allein auf gegenseitiger Freiwilligkeit basieren können.

Begründung 1:

Damen bei Hofe trugen unnatürlich eng geschnürte Corsagen, die zwar für eine optisch einwandfreie Taille sorgten, ihnen aber auch die Luft zum Atmen nahmen. Dies versetzte sie regelmäßig in Ohn-Macht. In diesem Zustand der Schwäche stand ihnen der Kavalier unterstützend zur Seite.

Begründung 2:

Damen bei Hofe trugen Kleider von enormem Ausmaß und waren so nicht in der Lage, alltägliche Dinge, wie zum Beispiel das Öffnen einer Tür, das Platznehmen bei Tisch, selbst durchzuführen. Bedienstete oder der Kavalier an ihrer Seite waren ihr behilflich.

Da die Damen dieser Zeit, außer dem Recht hofiert zu werden, wenig gesellschaftliche Rechte hatten, ist es verständlich, dass sie diese Privilegien genossen.

Aufgrund des gesellschaftlichen und textilen Fortschritts ist es allerdings nachvollziehbar, dass einige der damals durchaus sinnvollen Verhaltensregeln heute nicht mehr als zwingend notwendig angesehen werden können. Zum Beispiel trägt die Dame heute selbst zu hohen gesellschaftlichen Anlässen wesentlich funktionellere Kleidung und ist in ihrer Handlungsfreiheit nicht mehr einschränkt, darüber hinaus hat die moderne Frau die gleichen gesellschaftlichen Rechte wie der Mann.

Ein Umdenken bei beiden Geschlechtern ist längst überfällig. Es ranken sich schon zu viele Mythen um die Etikette. Akzeptieren Sie den Siegeszug des gesunden Menschenverstandes gepaart mit dem ehrlichen Wunsch nach einem rücksichtvollen und sympathischen Miteinander.

Protokoll

Das vom Bundesministerium des Inneren verfasste Protokoll bildet die Gesamtheit ordnender zeremonieller Regeln und Aktivitäten bei offiziellen und repräsentativen Anlässen. Protokollarisches Handeln schafft die entsprechende Atmosphäre für Gespräche und Verhandlungen. Es umfasst die Anwendung bestimmter Umgangsformen, die dazu dienen, den Umgang untereinander zu erleichtern. Solche protokollarischen Aufgaben kommen neben Staatsempfängen

auch im Geschäftsalltag vor. Sie reichen von repräsentativen Auftritten über die richtige Anrede von Geschäftspartnern und ihre Platzierung bis hin zu Einzelfragen des angemessenen Umgangs.

Hierarchie im Geschäftsleben

- Der Vorgesetzte ist ranghöher als der Mitarbeiter.

- Der Dienstältere ist ranghöher als der Dienstjüngere.

- Der externe Geschäftspartner ist ranghöher als jeder interne Mitarbeiter.

Im Geschäftsleben entscheidet intern in erster Linie die Hierarchie und im Kontakt mit externen Geschäftspartnern die Rolle des Gastes beziehungsweise Gastgebers darüber, wer wen begrüßt, die Hand reicht, den Vortritt lässt usw.

Generell kann davon ausgegangen werden, dass Frauen im Berufsleben ihre etikettebedingten Vorrechte als Dame aufgegeben haben. Moderne Frauen verzichten auf bevorzugte Behandlung, die lediglich vom Geschlecht her abgeleitet wird.

Fallbeispiel 1

Sie erwarten eine Delegation von Geschäftsleuten in Ihrem Haus. Die Gruppe besteht aus fünf Ihnen bekannten Personen: ein Projektleiter mit drei männlichen Mitarbeitern und einer weiblichen Mitarbeiterin.

Handlungsempfehlung:

Treten Sie an die Gruppe heran und grüßen Sie freundlich in die Runde. Danach wenden Sie sich konkret dem Projektleiter zu, begrüßen ihn noch einmal formell und grüßen dann im Uhrzeigersinn seine Mitarbeiter.

Mann und Frau im Business

Meine Erfahrung mit dem Thema „gleichberechtigt Verhalten im Geschäftsleben“ ist, dass sich beide Geschlechter der veränderten Werte durchaus bewusst sind, jedoch Unsicherheit darüber besteht, wie es sich im allgemeinen Verhaltenscodex konkret niederschlägt. Sicherlich kostet es Zeit, bis sich jahrhundertealte Rollenbilder in den Köpfen ändern, aber ein gepflegtes und entspanntes Miteinander kann nur entstehen, wenn sich unser Verhalten an modernen Werten orientiert und sich nicht an höfischen Vorschriften festklammert.

Die klassischen Ansichten von Etikette beruhen auf einem Frauenbild, das mit der heutigen Wirklichkeit wenig gemeinsam hat. Dennoch sind sie immer noch in den Köpfen vieler Menschen vorhanden und prägen deren Verhalten. Damit entsteht reichlich Potenzial für schwierige Situationen. Denn wonach sollen wir uns richten? Sollen wir die klassische Etikette und höfischen Umgangsformen weiter anwenden? Oder sollen wir ganz im Sinne der Gleichberechtigung den Geschlechterunterschied im täglichen Verhalten komplett negieren?

Fallbeispiel 2

Sie begleiten als Mitarbeiterin Ihres Unternehmens einen männlichen Gast ins Besprechungszimmer. Der Herr ist Zeit seines Lebens die traditionellen Höflichkeitsformen gewohnt. Er gibt dies zu verstehen, indem er ganz automatisch auf Ihre linke Seite wechselt. Als souveräne Geschäftsfrau, der in erster Linie das Wohlbefinden ihres Gastes am Herzen liegt, akzeptieren Sie diese Verhaltensweise, geben jedoch das Heft nicht aus der Hand.

Fallbeispiel 3

Sie werden als männlicher Gast von einer weiblichen Geschäftspartnerin in deren Unternehmen begleitet und kommen an einen Lift. Die Gastgeberin wird Ihnen voraussichtlich den Vortritt gewähren. Nehmen Sie als aufgeschlossener Geschäftspartner diese Höflichkeit mit einem freundlichen Lächeln entgegen. Es macht wenig Sinn auf das „Nach Ihnen!“ zu bestehen.

Sie merken, hier kommen Sie mit starren Höflichkeitsregeln nicht weiter. Seien Sie daher aufmerksam und passen Sie Ihr Verhalten der Situation und Ihrem Gesprächspartner an. Vergegenwärtigen Sie sich, dass Umgangsformen nie Selbstzweck sind, sondern immer der Ausdruck eines wertschätzenden Miteinanders. Stellen Sie sich daher in schwierigen Situationen die Frage „*Welches Verhalten wird am ehesten als Zeichen der Wertschätzung von meinem Gegenüber wahrgenommen?*“.

Aufruf an die Männer

Verbannen Sie das Bild des zu hofierenden, da schwächeren Geschlechts. Wenn Ihr Verhalten von übertriebener Fürsorge bestimmt ist, provoziert dies lediglich die Interpretation: „*Lass Dir helfen, das kannst Du nicht allein*“ und kann als Schuss nach hinten losgehen.

Fallbeispiel 4

Nach einem Geschäftsessen sitzen Geschäftspartner in der Zigarren Lounge. Eine Dame möchte sich einen Zigarillo anzünden und nimmt das Feuerzeug in die Hand. Einer der Herren nimmt ihr das Feuerzeug aus der Hand, um ihr Feuer zu geben.

Handlungsempfehlung

Es mag höflich gemeint sein, kann aber auch als dominant interpretiert werden. Ein wirklich aufmerksamer Herr hätte das Feuerzeug rechtzeitig vom Tisch aufgenommen, noch bevor die Dame selbst danach greift.

Fallbeispiel 5

Eine Mitarbeiterin des Hauses begleitet einen externen männlichen Geschäftspartner durch das Gebäude. Sie wollen den Fahrstuhl benutzen. Sie drückt auf den Knopf, die Türen öffnen sich und sie gibt mit einem Handzeichen und einem freundlichen Lächeln zu verstehen, dass sie dem Gast den Vortritt lässt. Der Herr jedoch besteht darauf, dass die Dame vorgeht.

Handlungsempfehlung

Die Reaktion „Ladies first“ ist in diesem Fall in zweifacher Hinsicht unangebracht. 1. Der Gastgeber, gleich ob männlich oder weiblich, kümmert sich um das Wohl seiner Gäste. Er öffnet die Türen und lässt den Gast vorgehen. 2. Die Erwiderung „Ladies first“ auf die non-verbale Geste „*Bitte treten Sie ein*“ kommt einer versteckten Belehrung gleich und gibt den Anschein, dass sie mehr dem Selbstzweck dient: „*Ich weiß es besser als Du*“ als der Höflichkeit.

Resumee

Wenn Sie mit modernen Geschäftsfrauen in eine erfolgreiche geschäftliche Beziehung treten wollen, respektieren Sie Ihr weibliches Gegenüber als gleichwertige Gesprächs- beziehungsweise Verhandlungspartnerin, beziehungsweise Kollegin.

Dies schließt gegenseitige Höflichkeit und Rücksichtnahme in keinem Fall aus. Im Gegenteil, kleine Gesten der Aufmerksamkeit, tragen durchaus zum guten Betriebsklima bei. Höflichkeit und Hilfsbereitschaft dürfen aber nicht vom Geschlecht abhängig sein, wenn zum Beispiel ein männlicher Kollege voll bepackt vor verschlossener Tür steht, ist es selbstverständlich, dass der männliche Kollege ihm diese öffnet.

Aufruf an die Frauen

Aufruf an die Frauen

Viele Frauen haben inzwischen ein gesundes Selbstverständnis dafür entwickelt, dass es nichts nützt, zu versuchen, sich durch reine Imitation männlicher Verhaltensweisen im Berufsleben durchzusetzen. Dies hat einigen der Wegbereiterinnen der achtziger Jahre lediglich die hämische Bezeichnung „Mannweiber“ eingebracht. Wohlgemerkt, es sind hier nicht die Anforderungen an die Kompetenz gemeint!

Es gibt ihn noch, den meist älteren Verfechter der traditionellen Etikette, der keinen Unterschied macht zwischen Etikette und Protokoll.

Handlungsempfehlungen:

■ *Die Gastgeberin lässt dem externen männlichen Geschäftspartner alle Höflichkeiten zukommen, die ihm als Gast zustehen. Sie bietet ihm beispielsweise auf dem Weg ins Besprechungszimmer ihre ehrenvolle rechte Seite an, öffnet Türen und lässt ihm den Vortritt in das Besprechungszimmer.*

■ *Die Geschäftsfrau hilft auch dem männlichen Gast aus dem Mantel. Mit den diplomatischen Worten „Wenn Sie ablegen möchten, dürfen Sie mir gern den Mantel geben“, überlässt sie dem Gast die Entscheidung. So kann er Hilfe zulassen oder den Mantel selbst ausziehen und ihn der Gastgeberin lediglich zum Aufbewahren übergeben. Natürlich gibt es hier physische Grenzen, zum Beispiel wenn der männliche Gast wesentlich größer ist als die Gastgeberin.*

Resumee

Das Bild des zu hofierenden, da schwächeren Geschlechts könnte schneller ausgeräumt werden, wenn Frauen unbegründete Sonderrechte aufgeben würden.

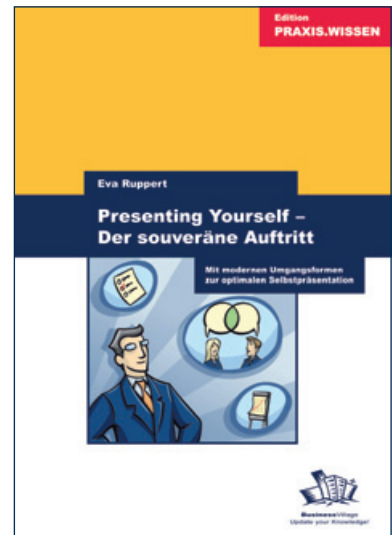
Es ist wenig überzeugend, als Frau auf Sonderbehandlung zu bestehen, andererseits jedoch die Gleichberechtigung der Geschlechter einklagen zu wollen. Treten Sie selbstbewusst und stilvoll auf und nehmen Sie Gesten eines Kavaliere wohlwollend an. Es hindert Sie ja niemand daran, trotz allem kompetent aufzutreten.

Presenting Yourself – Der souveräne Auftritt Mit modernen Umgangsformen zur optimalen Selbstpräsentation

von Eva Ruppert

Der souveräne Auftritt ist neben der fachlichen Kompetenz ein entscheidender Karrierefaktor. Nur wer das Business-Protokoll versteht und dieses gepaart mit dem gesunden Menschenverstand anwendet ebnet den Weg für ein rücksichtsvolles und sympathisches Miteinander. Setzen Sie sich perfekt in Szene — Dieses Buch ist unverzichtbar für Manger, den Vertrieb, Mitarbeiter mit viel Kundenkontakt und alle jene, die Ihren persönlichen Auftritt perfektionieren wollen:

- Der Ratgeber „Presenting Yourself“ führt Frauen wie Männer in die komplexe Welt der optimalen Selbst-Präsentation ein.
- Gezielt eingesetzte Verhaltensnormen werden auf verblüffend einfache, verständliche Weise, aber zugleich sehr strukturiert und höchst profund dargestellt. Die zahlreichen Fallbeispiele belegen anschaulich den Weg zu einer starken und überzeugenden Selbst-Präsentation.
- Die Autorin schöpft dabei aus einem großen Vorrat an Praxiserfahrung und den frequently asked questions aus einer fast 14-jährigen internationalen Trainer- und Berater-Tätigkeit.
- Das Buch macht Lust auf Experimentieren und Erneuern alter und verkrusteter Etikette-Regeln, hin zu zeitgemäßem und wertschätzendem Miteinander bei geschäftlichen und gesellschaftlichen Anlässen.



Presenting Yourself – Der souveräne Auftritt

Mit modernen Umgangsformen zur
optimalen Selbstpräsentation

BusinessVillage
Oktober 2007

118 Seiten, zahlr. Abb.

ISBN 978-3-938358-72-6
Art.-Nr. 743

€ 21,80; € 22,50 [A]; CHF 35,90

Jetzt bestellen!

www.BusinessVillage.de



BusinessVillage
Update your Knowledge!

BusinessVillage – Update your Knowledge!

■ Persönlicher Erfolg

- 583 Free your mind – Das kreative Selbst, Albert Metzler
- 596 Endlich frustfrei! Chefs erfolgreich führen; Christiane Drühe-Wienholt
- 604 Die Magie der Effektivität, Stéphane Etrillard
- 624 Gesprächsrhetorik, Stéphane Etrillard
- 631 Alternatives Denken, Albert Metzler
- 661 Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke, Giso Weyand

■ Präsentieren und konzipieren

- 590 Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv, Sonja Klug
- 632 Texte schreiben – Einfach, klar, verständlich, Günther Zimmermann
- 635 Schwierige Briefe perfekt schreiben, Michael Brückner
- 625 Speak Limbic – Wirkungsvoll präsentieren, Anita Hermann-Ruess
- 646 Geschäftsbriefe und E-Mails – Schnell und professionell, Irmtraud Schmitt
- 743 Presenting Yourself – Der souveräne Auftritt, Eva Ruppert

■ Richtig führen

- 614 Mitarbeitergespräche richtig führen, Annelies Helff; Miriam Gross
- 616 Plötzlich Führungskraft, Christiane Drühe-Wienholt
- 629 Erfolgreich Führen durch gelungene Kommunikation, Stéphane Etrillard; Doris Marx-Ruhland
- 638 Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität, 2. Auflage, A. M. Schüller
- 643 Führen mit Coaching, Ruth Hellmich

■ Vertrieb und Verkaufen

- 479 Messemarketing, Elke Clausen
- 561 Erfolgreich verkaufen an anspruchsvolle Kunden, Stéphane Etrillard
- 562 Vertriebsmotivation und Vertriebssteuerung, Stéphane Etrillard
- 587 Zukunftstrend Empfehlungsmarketing, Anne M. Schüller
- 605 Fit für die Neukundengewinnung, Rolf Leicher
- 606 Sell Limbic – Einfach verkaufen, Anita Hermann-Ruess
- 618 Events und Veranstaltungen professionell managen, Melanie Dressler
- 619 Erfolgreich verhandeln, erfolgreich verkaufen, Anne M. Schüller
- 647 Erfolgsfaktor Eventmarketing, Melanie von Graeve
- 664 Best-Selling – Verkaufen an die jungen Alten, Stéphane Etrillard
- 668 Mystery Shopping, Ralf Deckers; Gerd Heinemann
- 724 Sell Clever! Neukundengewinnung für Dienstleister, Hansjörg Schmidt
- 726 Sog-Selling – Einfach unwiderstehlich verkaufen, Stéphane Etrillard

■ Kundenbindung

- 476 Beschwerdemanagement, Klaus Erlbeck
- 567 Zukunftstrend Kundenloyalität, Anne M. Schüller
- 570 Couponing in der Praxis, Sebastian Dierks; Dirk Ploss
- 573 Kundenwert durch Kundenbindung in der Praxis, Kolja Wehleit; Arno Bublitz
- 577 CRM erfolgreich einsetzen, Prof. Dr. Heinrich Holland
- 610 Faktor Service – Was Kunden wirklich brauchen, Dirk Zimmermann

■ Direkt-Marketing

- 546 Telefonmarketing, Robert Ehlert, Anнемike Meyer
- 563 Telefonmarketing-Kampagnen, Markus Grutzeck
- 584 Perfekt texten, Detlef Krause
- 586 Adress- und Kundendatenbanken für das Direktmarketing, Carsten Kraus

■ PR und Kommunikation

- 478 Kundenzeitschriften, Thomas Schmitz
- 557 Krisen PR – Alles eine Frage der Taktik, Frank Wilmes
- 569 Professionelle Pressearbeit, Anнемike Meyer
- 595 Interne Kommunikation. Schnell und effektiv, Caroline Niederhaus
- 653 Public Relations, Hajo Neu, Jochen Breitwieser
- 594 1×1 für Online-Redakteure und Online-Texter, Saim Rolf Alkan
- 691 Wie Profis Sponsoren gewinnen, 2. Auflage Roland Bischof

■ Online-Marketing

- 506 Besser texten, mehr verkaufen auf Corporate Websites, Stefan Hejnk
- 688 Performance Marketing, 2. Auflage, Thomas Eisinger; Lars Rabe; Wolfgang Thomas (Hrsg.)
- 690 Erfolgreiche Online-Werbung, 2. Auflage, Marius Dannenberg; Frank H. Wildschütz
- 692 Effizientes Suchmaschinen-Marketing, 2. Auflage Thomas Kaiser

■ Marketing-Strategien

- 454 Professionelle Preisfindung, Georg Wübker
- 533 Corporate Identity ganzheitlich gestalten, Volker Spielvogel
- 549 Professionelles Briefing - Marketing und Kommunikation mit Substanz, Klaus Schmidbauer
- 574 Marktsegmentierung in der Praxis, Jens Böcker; Katja Butt; Werner Ziemens
- 603 Die Kunst der Markenführung, Carsten Busch
- 612 Cross-Marketing – Allianzen, die stark machen, Tobias Meyer, Michael Schade
- 630 Kommunikation neu denken – Werbung, die wirkt Malte Altenbach
- 712 Der Wow-Effekt – Marketing mit kleinem Budget und großer Wirkung, Claudia Hilker

■ Zielgruppenmarketing

- 566 Seniorenmarketing, Hanne Meyer-Hentschel; Gundolf Meyer-Hentschel
- 571 Generation 40+ Marketing, Elke Verheugen

■ Gründen und Finanzen

- 622 Die Bank als Gegner, E. A. Bach; V. Friedhoff; U. Qualmann
- 634 Forderungen erfolgreich eintreiben, Christine Kaiser
- 656 Praxis der Existenzgründung – Erfolgsfaktoren für den Start, Werner Lippert
- 657 Praxis der Existenzgründung – Marketing mit kleinem Budget, Werner Lippert
- 658 Praxis der Existenzgründung – Die Finanzen im Griff, Werner Lippert

**Faxen Sie dieses Blatt an:
+49 (5 51) 20 99-105**

Oder senden Sie Ihre Bestellung an:
BusinessVillage GmbH
Reinhäuser Landstraße 22, 37083 Göttingen
Tel. +49 (5 51) 20 99-100
info@businessvillage.de

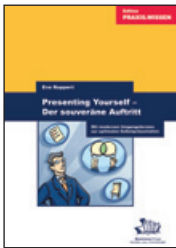


Ja, ich bestelle:

Exemplar(e)

Exemplar(e)

**Presenting Yourself –
Der souveräne Auftritt**



Der souveräne Auftritt ist neben der fachlichen Kompetenz ein entscheidender Karrierefaktor. Nur wer das Business-Protokoll versteht und dieses gepaart mit dem gesunden Menschenverstand anwendet ebnet den Weg für ein rücksichtsvolles und sympathisches Miteinander. Setzen Sie sich perfekt in Szene — dieses Buch ist unverzichtbar für Manger, den Vertrieb, Mitarbeiter mit viel Kundenkontakt und alle jene, die Ihren persönlichen Auftritt perfektionieren wollen.

Art.-Nr. 743
21,80 € • 22,50 € [A] • 35,90 CHF

**Speak Limbic –
Wirkungsvoll präsentieren**



Ein Arbeitsbuch, das Präsentierenden, Verkäufern, Textern und Strategen zeigt, wie sie die limbischen Profile ihrer Zielgruppe herausfinden und diese direkt und gezielt ansprechen.

Art.-Nr. 679
79,00 € • 81,50 € [A] • 130,00 CHF

(Alle Praxisleitfäden der Edition PRAXIS.WISSEN kosten 21,80 € • 22,50 € [A] • 35,90 CHF)

Menge	Art.-Nr.	Titel	Einzelpreis €/CHF
1	669	>> KOSTENLOS – Erfolgsfaktoren	0,00 €

Firma

Vorname

Name

Straße

Land PLZ Ort

Telefon

E-Mail

Datum, Unterschrift