

**Handout zum Podcast: Online Konferenzen – So wird es erfolgreich für Sie!
auf Online-Zeitung.de**

Inhalte

- 1. Umgangsformen allgemein (S. 1 – 5)**
- 2. Die korrekte Anrede generell (S. 6 – 9)**
- 3. Digitale Meetingkultur – digitale Meeting - Etikette (S. 10 – 15)**
- 4. Literaturempfehlungen (S. 15)**

1. Umgangsformen allgemein

Umgangsformen

Manieren, die in unserer Gesellschaft gefordert werden, basieren auf Empfehlungen, die als Orientierung dienen können.

Umgangsformen galten jahrelang als verstaubt. Heutzutage sind sie wieder „in“. Fast jede Stellenbeschreibung fordert vom Kandidaten "gute Umgangsformen“. Nur wer Know How mit guten Umgangsformen verbindet, kann erfahrungsgemäß erfolgreich wirken. Wertschätzung untereinander, Zuverlässigkeit im Team stärken den Erfolg und das Betriebsklima. Aspekte wie z. B. Toleranz, Respekt, Hilfsbereitschaft in unserem Leben sind Kernpunkte der Umgangsformen und letztlich die Grundlage von wertschätzendem (und wir legen in einer Wertegesellschaft) Verhalten.

In diesem Zusammenhang sei noch darauf hingewiesen, dass die aktuellen Umgangsformenregeln auch im digitalen Bereich wirken. Sie sind dort nicht ausgehebelt.

Aktuelle Entwicklungen, moderne Höflichkeitsstandards

Smartphone / Handy & Co. / Dos und Don'ts

Höflichkeit und Sicherheit verbieten hier das sichtbare Mitführen und die Nutzung des Handys / Smartphones:

Beerdigung / Trauerfeier
Krankenhaus / Krankenbesuch
Kirche
Vorstellungsgespräch
Prüfung
Flugzeug / Tankstelle
Während der Autofahrt (verboten!!)

Funkstille ist in folgenden Situationen angesagt:

Handyfreie Zonen im Zug / Speisewagen
Restaurants, wenn Verbotsschilder
Theater / Kino
Bibliothek
Wartezimmer beim Arzt
Seminar / Vorlesung
Busreise
Kundengespräch (es sei denn, es gibt Einverständnis)
Geschäftsbesprechung (es sei denn, es gibt Einverständnis)

Stillos:

In einer Versammlung, bei gesellschaftlichen Anlässen allgemein

Rücksicht nehmen:

Klingelton leise stellen, Abstand wahren, insb. in öffentlichen Verkehrsmitteln, Supermärkten

Einige Gedanken zum Smartphone-Knigge ¹

Auch im Geschäftsleben etablieren sich die „smarten Medien“ immer mehr im Kommunikationsverhalten mit Kunden und Geschäftspartnern: Es stellt sich immer wieder die Frage, welche Kommunikationskanäle für den einen oder anderen am sinnvollsten sind, und wie man sich möglicherweise auch von den diversen alltäglichen digitalen Reizen abgrenzen kann im Sinne des Aspekts der kritischen Frage einer (fortwährenden) Erreichbarkeit.

„Smart und stilvoll“...

Um auch mit den neusten Medien professionell und stilvoll Kontakte zu pflegen, folgen hier nun einige persönliche Tipps von mir hinsichtlich des Umgangs mit Messengers, Chats und Co.:

1. Wenn Sie Messenger-Systeme beruflich nutzen, muss Einverständnis zwischen Ihnen und Ihrem Kunden und dem Geschäftspartner darüber sein, dass diese Medien überhaupt genutzt werden können. Darüber hinaus muss auch ganz klar im Unternehmen eine Übereinkunft über die Nutzung der neuen Medien bestehen.

2. Beachten Sie die AGBs der diversen Anbieter. Informieren Sie sich, welche Privatsphäreinstellungen möglich sind und nutzen Sie diese. Bleiben Sie kritisch und wägen Sie ab, wie weit Sie sich dem anderen gegenüber öffnen. Beachten Sie auch immer wieder die aktuelle Rechtsprechung, sowohl bezüglich der Messenger- und Chat-Systeme, die größtenteils über Smartphones genutzt werden, als auch hinsichtlich social Media generell. Hier geht es u.a. um den Aspekt des Datenschutzes. So können wohl Kontakte auf dem Smartphone von bestimmten Diensten, die hinter etwaigen Messenger-Systemen stehen, abgegriffen werden. Die entsprechenden Kontakte im digitalen Telefonbuch müssen letztlich um schriftliche Zustimmung gebeten werden, dass deren Daten / Telefonnummern weitergeleitet werden dürfen. Darüber hinaus müssen die aktuellen Datenschutzgesetze und –Verordnungen (z. B. die DSGVO) beachtet werden.

¹ Schleines, Karin - Moderne Umgangsformen – Business Etikette aktuell: Auszug aus Beitrag in www.business-etikette-blogspot.com

3. Im Erstkontakt mit Kunden und Geschäftspartnern empfehle ich eine Kommunikation via klassischem Telefonat, dem persönlichen Gespräch (in unserer aktuellen Corona-Krisen-Situation selbstverständlich gemäß der staatlichen Anordnungen mit Abstand) und dem Brief. Im weiteren Verlauf der Geschäftsbeziehung wird der E-Mail-Kontakt hinzukommen.

Sollten dann auch mobile Telefonnummern ausgetauscht werden, so kann denn auch via SMS und bei zeitgleicher Nutzung anderer Messenger-Dienste auch über eben letztere Wege kommuniziert werden. Wichtig hierbei ist, wie oben erwähnt, das Einverständnis des anderen einzuholen.

4. Nutzen Sie die „smarten Medien“ für kurze Nachrichten. So können beispielsweise Verspätungen zu einem Meeting, Terminverabredungen oder die Zusendung einer Anfahrtsskizze über diese Wege erfolgen.

Offizielle geschäftliche Schreiben erfolgen weiterhin über den normalen Postweg.

5. Aufgrund der diversen digitalen Kommunikationskanäle sollten Sie sich entscheiden, welche digitalen Wege Sie nutzen und welche nicht. Filtern Sie die für Sie sinnvollsten Kanäle heraus.

Bleiben Sie nicht immer „smart“ ...

Irgendwann sollten Sie sich eine Ruhepause gönnen, insbesondere wenn Sie die neuen Medien täglich dienstlich nutzen. Galt früher beim Telefonat „bis 20 Uhr“ als letzte Möglichkeit, jemanden telefonisch zu kontaktieren (bei Notfällen natürlich auch später), so erleben wir es heutzutage, dass auch am späten Abend noch Nachrichten hin- und hergeschickt werden. Das mag für den einen oder anderen ok sein, setzen Sie sich aber selbst eine Grenze an Uhrzeit, bei der Sie Ihr digitales Werkzeug ausschalten bzw. nicht mehr nutzen.

Von Gesprächen von Angesicht zu Angesicht geht ein Zauber aus...

Auch wenn wir zunehmend digital global erreichbar sind, eine gute Geschäftsbeziehung hat ihren Anfang generell immer im Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Hier lerne ich die Person mit all ihren Facetten kennen. Hier kommt es zu einem „Ersten Eindruck“, geleitet von Haptik, Duft, dem Äußeren der Person, dem Auftreten mit Gestik und Mimik. (In der aktuellen Situation der Kontaktbeschränkung aufgrund des Corona-Virus sind derartige analoge Treffen unwahrscheinlich). Und wenn wir uns alle wieder in ruhigem Fahrwasser befinden ohne entsprechende staatliche Vorgaben bezüglich einer Kontaktbeschränkung: Machen Sie einen Kompromiss: Nutzen Sie die sozialen Medien und die smarte Technik als Mittel zum Zweck, zur Vereinbarung eines persönlichen Treffens oder z. B. zur kurzen Info über Ihre mögliche Ankunft. Sehen Sie die neuen digitalen Medien und Techniken als Hilfsmittel an - nicht mehr und nicht weniger

Emails

Da muss schnell noch eine Information weitergegeben werden, und dann denkt man nur daran, die Mail so schnell wie möglich loszuschicken, weil es eilt, und im Nachhinein gefällt das "Styling" der Mail überhaupt nicht, aber da ist die elektronische Post schon verschickt. Und dann wiederum kommt man zum Schluss: na, ja, es ist doch „nur“ eine E-Mail.

“Nur“ eine E-Mail? Weit gefehlt. Auch wenn die E-Mail neben der SMS die schnellste Möglichkeit der Nachrichtenübermittlung ist, ist es keinesfalls egal, wie die Eil-Botschaften formuliert und gestaltet sind, denn eine voreilige falsche Anrede oder ein nachlässig aufgesetzter Text wirken unprofessionell und hinterlassen beim Empfänger keinen guten Eindruck.

Hier kommen ein paar kleine Anregungen, damit Ihre Mail „gut“ ankommt:

Auf eine Anrede sollte in einer Email nicht verzichtet werden. Einen relativ fremden Geschäftspartner, den man im Brief mit "Sehr geehrter Herr Dr. Mustermann" anspricht, sollte man auch in einer Mail entsprechend ansprechen.

Auch der Gruß am Ende einer Mail sollte - wie im Brief - nicht fehlen. Der Gruß sollte zu Ihrem Firmenimage und zu Ihrer Beziehung zum Empfänger passen.

Abkürzungen sollten in Emails vermieden werden. "SgDuH" ("Sehr geehrte Damen und Herren") oder auch "asap" - "as soon as possible" – wirken nicht ansprechend und sollten vermieden werden.

Bei der Darstellung einer Email sollte die "Dringlichkeit" beim Empfänger ehrlich gemeint sein.

Aber auch ein Absender darf nicht erwarten, dass der Empfänger innerhalb von wenigen Minuten antwortet. Die Antwortfrist richtet sich - wie bei Briefen- nach der Wichtigkeit des Inhalts. Es wird empfohlen, auf eine E-Mail spätestens am kommenden Tag zu antworten. Und verzögert sich eine Antwort, weil man z. B. unterwegs ist, ist es professionell, einen Zwischenbescheid zu geben. Hier kann z. B. der Abwesenheitsagent des Email-Programms helfen.

Pünktlichkeit

Was heute immer noch zählt – Pünktlichkeit

Bei hochoffiziellen Anlässen können Ihnen folgende Zeitangaben auf der Einladungskarte erscheinen:

18.00 s.t. („sine tempore“)

-> Der Gastgeber bittet Sie, Punkt 18 Uhr Ihren Platz eingenommen zu haben, da die Veranstaltung pünktlich um 18:00 Uhr beginnt.

18.00 c.t. („cum tempore“)

-> Die Veranstaltung beginnt um 18:15 Uhr

Beachten Sie: Seien Sie bitte auch pünktlich bei Online-Treffen.

2. Die korrekte Anrede

Der Name ist das Wichtigste eine Person

Da der Name Teil der Persönlichkeit eines jeden Einzelnen ist, ist es bedeutsam, die Person korrekt anzusprechen und korrekt vorzustellen. Der Name ist das Wichtigste einer Person, auch digital.

Hier einige wichtige Tipps rund um die korrekte Ansprache:

1.

Akademische Grade werden genannt, es sei denn, die Person teilt Ihnen mit, dass man den Titel in der Anrede weglassen darf. Bei Titelhäufungen wird der höchste Titel genannt.

Beispiel für die mündliche Ansprache:

Herr Prof. Dr. Dr. Schulz wird mit Herr Professor Schulz angesprochen.

Frau Prof. Dr. Dr. Schneider wird mit Frau Professorin Schneider angeredet.

2.

Adelsbezeichnungen sind Bestandteil des Nachnamens und werden entsprechend genannt.

In Verbindung mit „Fürst“, „Graf“ oder „Baron“ werden die Anredewörter

„Frau“ / „Herr“ in der Regel bei der mündlichen Anrede nicht ausgesprochen, diese kommen nur in der schriftlichen Anrede vor.

Beispiel: Tatjana Gräfin von Musterhausen wird in der mündlichen Anrede mit „Gräfin Musterhausen“ begrüßt. Das „von“ kann hier weggelassen werden.

3.

Ehrentitel, Amtsbezeichnungen, verliehene Titel sind anredefähig, wie z. B. „Frau Professorin Müller“, auch wenn ein h. c. (honoris causa) hinter dem Titel angefügt ist.

Tipp:

Wer kurzfristig wissen muss, wie eine ganz bestimmte Person angeredet werden soll, der kann im Internet unter www.protokoll-inland.de² nachsehen. Es handelt sich hier um eine Webseite des Protokollamts der Bundesrepublik Deutschland.

² Vgl. Online im Internet www.protokoll-inland.de.

Die schriftliche Ansprache

Nach der DIN-Vorschrift 5008 sind die ersten drei Zeilen reserviert für die Bezeichnung des Adressaten, dann folgt die Zeile mit Straße und Hausnummer, danach die Zeile mit Postleitzahl und Ort.

Schema eines Adressfelds im Regelfall:

Zeile 1	Herrn / Frau			
Zeile 2	Doktor / Professor	Vorname	Adelsbezeichnung	Nachname ggf. mit „von“, „zu“
Zeile 3	Position Amtstitel, Berufsbezeichnung, Abteilung (hilfreich, aber nicht Pflicht)			
Zeile 4	Straße Hausnummer			
Zeile 5	Postleitzahl Stadt			

Wird ein Brief an eine Person geschrieben, die eine besondere Stellung innehat, so wird die Funktion der Person bzw. die Amtsbezeichnung vorangestellt:

Zeile 1	Herrn / Frau	Funktion / Amtsbezeichnung		
Zeile 2	Doktor / Professor	Vorname	Adelsbezeichnung	Nachname ggf. mit „von“, „zu“

Beispiel:

Frau Bürgermeisterin Annette Kappel

Gibt es Platzprobleme, weil z. B. die Amtsbezeichnung des Empfängers mehrteilig ist, kann auch folgendes Schema gewählt werden:

Zeile 1	Amtsbezeichnung / Funktion			
Zeile 2	Herrn / Frau	Doktor / Professor	Vorname	Adelsbezeichnung Nachname ggf. mit „von“ ...

Beispiel:

Vorstandsvorsitzender der Beispiel AG
Herrn Professor Max Graf von Burgeck

Die Selbstvorstellung

Formulierungsmöglichkeiten können z. B. sein:

„Ich bin Andreas Müller“. Das ist die wirkungsvollste Form.

„Ich heiße Andreas Müller“: Dies ist die zweitbeste Form.

Die Formulierungen „Ich heiße Müller“ oder „Mein Name ist Müller“ werden als altmodisch eingestuft. Bei der modernen Selbstvorstellung wird der Vorname immer mitgenannt.

Akademische Titel werden bei der Selbstvorstellung nicht genannt. Hier gilt Understatement.

Ihre Selbstvorstellung kurz und prägnant - Der Elevator Pitch / Die Elevator Speech

Der so genannte „Elevator Pitch“ kommt aus dem Marketingbereich, bei dem Produkte / Dienstleistungen innerhalb einer kurzen Zeit - zwischen 30 Sekunden und 3 Minuten - vorgestellt werden sollen. Diesen „Elevator Pitch“ kann man auf eine Selbstvorstellung bzw. kurze Vorstellung Ihrer Person oder Ihres Unternehmens / Ihrer Institution, in denen Sie arbeiten, übertragen, was bedeutet, dass Sie innerhalb von 30 Sekunden bis 3 Minuten (so lange, wie eine Fahrt mit dem Aufzug dauert) sich kurz vorstellen.

Diese Kurzvorstellung ist in Situationen geeignet, in denen nicht so viel Zeit für eine Selbstvorstellung bleibt, so z. B. beim Smalltalk, oder im Rahmen einer Selbstvorstellung auf einem Kongress oder einem Seminar oder Workshop.

Die Selbstvorstellung:

1. Vorname Nachname
2. Ihre Funktion und Ihr Arbeitgeber
3. Warum Sie z. B. auf der Veranstaltung sind

Duzen und Siezen

Im deutschsprachigen Raum unterscheiden wir das „Sie“ vom persönlichen „Du“. Im internationalen Kontext, insbesondere im Anglo-Amerikanischen Raum, gibt es kein „Sie“, sondern lediglich das respektvolle „you“. Diese direkte Ansprache mit „you“ und dem Vornamen ist dort eine Usance. Allerdings ist das „you“ nicht mit unserem „Du“ zu verstehen.

Bei uns im deutschsprachigen Raum gibt es - je nach Firmenkultur - die Möglichkeit, das so genannte „Hamburger Sie“ anzuwenden. Ihr Gegenüber wird hierbei mit dem Vornamen angesprochen, jedoch gesiezt. Es handelt sich hier um einen Kompromiss, stellt er zum einen eine Distanz durch das „Sie“ dar, zum anderen wird das Persönliche durch die Nennung des Vornamens hervorgerufen.

Verhalten Sie sich jedoch klassisch, so ist man i. d. R. zu Beginn per Sie.

Im Geschäftsleben gilt die Regel, dass das „Du“ vom Vorgesetzten angeboten wird. Auf gleicher Ebene bietet die dienstältere Person das „Du“ an - oder aber auch nicht. Bei

gleichem Dienstalter sollte derjenige das „Du“ anbieten, wenn er mag, der von den beiden der Ältere ist. Geschlechter spielen hier keine Rolle. Man sollte jedoch immer bedenken, dass wenn Sie einmal mit einer Person per Du sind, Sie dann auch immer per Du bleiben. Ein Zurück zum „Sie“ ist zumeist sehr schwierig. Ein „Sie“ gibt Distanz. Auch wenn es sehr förmlich ist, kann es manchmal ratsam sein, sorgsam zu überlegen, wen Sie duzen möchten.

Ob ein „Du“ unter Kollegen im Beisein von Kunden angemessen ist, sollte innerhalb des Betriebs geklärt werden. Auf jeden Fall sollten Sie im Beisein Ihres Kunden, über die Personen, mit denen Sie sonst per Du sind, in der Sie-Form reden.

Beispiel:

Sie sind mit Ihrem Kollegen Hansi Schnell per Du.

Gegenüber dem Kunden könnten Sie z. B. sagen:

„Herr Schnell wird Sie in den nächsten Tagen kontaktieren“.

Sollten Sie in einer Besprechung mit Briten oder Amerikanern zu tun haben, bei denen das „you“ und der Vorname gebräuchlich ist, so sollten Sie im Team abklären (sofern man nicht schon per Du ist), ob es in dieser Situation o.k. ist, dass man sich in der Verhandlung unter Kollegen beim Vornamen nennt.

Beispiel: *„Ist es für Sie o.k., wenn wir uns in der Verhandlung mit den Amerikanern beim Vornamen nennen, auf Deutsch aber beim „Sie“ bleiben?“*

3. Digitale Meetingkultur / Online – Meeting - Etikette

Wie bereits erwähnt, bestehen die Umgangsformenregeln auch im digitalen Bereich.

Im analogen Bereich geleiten Sie jeden Besucher so zur Besprechung, dass er sich sicher und wohl fühlt. Der Gast geht in übersichtlichen Räumen vor. Dies gilt auch für den Aufzug und den Besprechungsraum. Die Person, die die Besucher abholt, öffnet entsprechende Türen und lässt die Besucher eintreten. Der Gastgeber geht dann vor, wenn der Besucher nicht weiß, wohin er gehen soll, wenn es also unübersichtlich ist.

Beim Online-Meeting gibt es auch so etwas wie ein „Geleiten“, nämlich in der Form, in der wir dem Konferenzteilnehmer die Zugangsdaten zukommen lassen, ihn quasi mit Anmeldemaske und der Eingabe des Passwortes oder der Pin in den virtuellen Meetingraum bitten.

Wichtig ist, dass Sie Ihrem Teilnehmer das Gefühl des Willkommenseins geben, und hier lohnt sich nun auch ein Abstecher zum Psychologen Maslow, der die Bedürfnisse des Menschen in einer Pyramide dargestellt hat. Als Gastgeber befriedigen Sie die Grundbedürfnisse des Menschen (z. B. Getränke, Essen anbieten, sicher sein, dazugehören wollen). Natürlich können Sie online keine Getränke anbieten, aber Sie können durch visuelle Reize (z. B. Inspirierendes Intro Ihrer Folien, die man beim Betreten des virtuellen Raumes sieht) und durch Ihre Stimme schon etwas für die Atmosphäre tun. Für Sicherheit sorgen Sie selbstverständlich auch, in dem nur derjenige den Raum betreten kann, der das Passwort oder die Pin kennt.

Auch für ein Online-Meeting gilt: Vorbereitung ist die halbe Miete

Im Folgenden habe ich Ihnen einmal eine kleine Checkliste aufbereitet, die Ihnen bei den Vorbereitungen für ein Online-Meeting behilflich sein kann. Diese können Sie selbstverständlich noch um Ihre persönlichen Vorstellungen erweitern.

Checkliste für die Vorbereitung eines Online-Meetings (erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit)

Vorbereitung	To do	Bemerkung
Technisch	<p>Web-Konferenz-System kennen lernen:</p> <p>Gibt es ein Whiteboard? Gibt es Umfrage-Möglichkeiten? Wie kann man entsprechende Materialien hochladen und den Teilnehmern zeigen? Gibt es Gruppenräume und wie kann man diese einrichten? Wo befinden sich die „Einstellungen“, um z. B. alle Teilnehmer auf lautlos zu stellen während einer Präsentation? Wie kann ich einen Teilnehmer zum Präsentator machen und diese Einstellung wieder zurücknehmen</p>	
	<p>Technik-Test durchführen sowohl Moderator als auch Teilnehmer</p>	
Organisatorisch	<p>Als Moderator / Organisator: Einladung mit Agenda formulieren</p> <p>Wichtige Eckpunkte: Termin: Datum, Uhrzeit, Dauer, Zielsetzung und Agendapunkte; Hinweis auf Web-Konferenz-System geben inklusive Möglichkeiten des Technik-Tests</p> <p><i>Tipps: Laden Sie die Teilnehmer bereits für 15 Minuten vor dem eigentlichen Beginn ein. So gibt es keine oder nur wenige Verzögerungen.</i></p>	
	<p>Eventuell im Vorfeld einen Protokollanten finden oder noch eine weitere Person, die das Meeting supportmäßig unterstützt.</p>	
	<p>Datenschutz beachten: Soll Meeting aufgenommen werden? Sind alle Einwilligungen da?</p>	
Persönlich	<p>Schreibutensilien und Schreibmappe parat legen.</p>	
	<p>Büro aufräumen</p>	
	<p>Auf professionellen Hintergrund achten</p>	

	Getränke wie Wasser, Tee, Kaffee parat halten	
	Auf ruhige Atmosphäre achten – z. B. Info an die Tür des Homeoffices anbringen mit dem Hinweis, nicht zu stören, da Konferenz.	
	Telefonklarinern ausschalten, Handy ausschalten	

Vorbereitung	To do	Bemerkung
	Auf Ihre Wirkung achten, insb. bei Videokonferenzen: Kleidung entsprechend der Situation (Dresscodes!)	
Im Meeting	Auf Atmosphäre achten – Willkommensgruß auf z. B. erster Folie, die der TN bei Betreten des Raumes sieht, anbringen	
	Auf Körperhaltung achten: Gerader Blick zur Webcam, aufrecht sitzen, lächeln	
	Zu Beginn Teilnehmer auf Meeting inhaltlich einstimmen	
	Bei langen Online-Meetings Pausenzeiten vorab klären. Mein Tipp: nach 1 – 1,5 Stunden die erste Pause einlegen – 20 Minuten Minimum	
	Für Fragen am Ende des Meetings noch im Chat zur Verfügung stehen	
	Auf die Meetingzeit achten – Uhr im Blickfeld haben.	
	Meeting mit Ergebnissen beenden	
Nachbereitung	Feedback zum Meeting einholen, z. B. via Umfragetool und auswerten	
	Protokoll - eventl. digital – spätestens innerhalb der nächsten Tage an die Teilnehmer versenden.	

Über den „guten Ersten Eindruck“ und „guten Letzten Eindruck“

Sie kennen alle den Spruch „für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“. Wir hinterlassen allgemein gesagt bei jeder Person, mit der wir in Kontakt treten, einen Eindruck, und das durchschnittlich in den ersten 7 - 30 Sekunden. Den größten Anteil bestreiten das Äußere wie z. B. Kleidung und Körpersprache mit etwa 55 %, gefolgt von der Stimme mit ca. 38 %, danach gefolgt vom Inhalt der Botschaft mit 7 %.

Man sieht im analogen Bereich das Erscheinungsbild, spürt den Händedruck, „riecht“ die Person und hört die Stimme des Gegenübers. Ob jemand gleich von Anfang an sympathisch wirkt, hängt also von verschiedenen Aspekten ab.

Das bedeutet aber nicht, dass man Wortwahl und Argumente vernachlässigen sollte, im Gegenteil, das Äußere muss mit den anderen oben aufgeführten Aspekten harmonieren.

Auch Im Online-Bereich gibt es einen „ersten gute Eindruck“ und einen „letzten guten Eindruck“. Sowohl Primacy als auch Recency Effekt ist auf eine Online-Veranstaltung übertragbar.

Primacy – Effekt

Dieser ist entscheidend für den „ersten Eindruck“, also das was der Gesprächspartner oder Ihr Gegenüber als Erstes von der Person wahrnimmt.

Recency-Effekt

Dieser ist entscheidend für den „letzten Eindruck“, also das, was der Gesprächspartner oder das Gegenüber als Letztes von der Person wahrnimmt.

Tipp:

Folgende Elemente können im Online-Meeting für einen guten ersten und letzten Eindruck entscheidend sein:

- Visuelle Reize (z.B. Kleidung, Körpersprache bei Videomeetings)
- Umfeld (Ausstattung des virtuellen Raumes, wie z. B. Whiteboard, bei Videokonferenzen aufgeräumtes Büro, Hintergrund), der schriftliche Willkommensgruß
- Stimme des Moderators

Business Outfits / Dresscodes

Zur Kleidung bestehen – nicht nur beim ersten Eindruck – viele Erwartungen. Werden diese nicht erfüllt, kann es „Punktabzug“ bei der Beurteilung einer Person geben. Kleidung kann dazu beitragen, das Image von Menschen zu beeinflussen.
Daher ist es wichtig, bei der Auswahl der Kleidung Sorgsamkeit walten zu lassen.

Je nach Situation sollte man sich auch im Online-Meeting an die Dresscodes halten, insbesondere bei einer Videoschle.

So kann es vorkommen, dass man auch einmal vom Homeoffice aus in „Business“, „Business Casual“ oder auch in „Smart Casual“ als Meetinggast auftreten kann, je nach Situation.

Auch im Web gilt: Je formeller die Besprechung, desto formeller die Kleidung.

Wenn Sie möchten, dass man Ihnen konzentriert zuhört während einer Online-Präsentation, dann empfehle ich, sich in Punkto Kleidung und Accessoires oder auch beim Makeup zurückzunehmen.

Weniger ist immer mehr.

Folgende Kriterien beeinflussen die Wahl Ihrer Kleidung:

- Ihr persönliches Erscheinungsbild
- Anlässe: Beruf / privat
- Art der Arbeit: direkter Kontakt zu Kunden Geschäftspartnern?
- Die Branche, in der Sie arbeiten
- Funktionen innerhalb des beruflichen Wirkens
- Internationaler beruflicher Wirkungskreis oder beruflicher Wirkungskreis in der Region.

Beispiele an Dresscodes generell im analogen Bereich

Dresscodes auf Einladungen sollen dem Gast helfen, die vom Gastgeber gewünschte Garderobe anzuziehen.

Hier einige Beispiele, die Sie auf Einladungskarten bei uns finden könnten:

Business: Anzug, Krawatte oder Kostüm bei der Frau

-> Keine hellen Anzüge, keine Rollkragenpullover, keine Jeans

Casual Z. B. Jeans, Shirt

Smart Casual: Z. B. Schicke Jeans erlaubt, Shirt / Hemd mit Sakko oder Flanellhose/ Hemd / Shirt mit Sakko

Business Casual: Z. B. Kombination, Anzug mit Hemd ohne Krawatte, keine Jeans; bei „Business Casual“ gibt es einen geschäftlichen Kontext.

Come as you are Kommen Sie so, wie Sie (nach Büroschluss) gekleidet sind, Herren lassen den Anzug an, legen aber die Krawatte ab.
Wer direkt von Zuhause kommt, sollte jedoch keine Jeans wählen. Es wird Büro-Look oder mindestens Hemd und Flanellhose erwartet.
Gemeint ist: hochwertige Freizeitkleidung

Herr Schmitt und ich hoffen, Ihnen mit dem Podcast und mit diesem kleinen Handout einige Impulse zu geben. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihren Veranstaltungen, seien sie „offline“ oder „online“.

4. Literaturempfehlungen

Freiherr von Fircks Jarosch
Business-Etikette für Fortgeschrittene
Frankfurter Allgemeine Buch

Kretschmer, Guido Maria
Anziehungskraft
Stil kennt keine Größe
Edel Books

Rath Thomas, Der Fashion Rath für die Frau, Der Fashion Rath für den Mann – beide
Dumont Verlag

Internet

Für die korrekte Anrede:
Bundesinnenministerium, hier: Protokollamt www.protokoll-inland.de