Der Stil macht den Unterschied

Teil 6: Weihnachtsfeier und Weihnachtspost

Wie verhält man sich angemessen auf der betrieblichen Weihnachtsfeier, und wie wird aus einer herkömmlichen Weihnachtskarte ein besonderer Moment? Business-Knigge-Trainerin Susanne Beckmann gibt Tipps, mit denen Sie stilsicher durch die Weihnachtszeit kommen.

Susanne Beckmann ist Business-Knigge-Trainerin. Sie gibt in Unternehmen über alle Hierarchieebenen hinweg Seminare zu modernen Umgangsformen im Geschäftsleben. www.susanne-beckmann.de

Alle Jahre wieder kommen die betriebsinternen Weihnachtsfeiern: Meistens herrscht lockere Atmosphäre, dennoch sollten Sie sich bewusst sein, dass diese Feiern betriebliche Feiern sind. Auch hier gelten bestimmte Regeln.

Die Einladung annehmen

Die Teilnahme an einer Weihnachtsfeier ist keine Pflicht, bedenken Sie jedoch, dass ein Nichterscheinen den Eindruck erwecken kann, dass Sie kein Interesse am Unternehmen haben.

Der Dresscode

Ist ein Dresscode in der Einladung vorgegeben, halten Sie sich daran, denn Ihr Chef hat sich Gedanken dazu gemacht. Ist nichts vorgegeben, ist der Ort der Feier entscheidend: Auf einer Kegelbahn macht ein Anzug oder ein Kleid wenig Sinn. Sind Sie dagegen in ein schickes Restaurant eingeladen, sind Anzug oder Kleid passend.

Zurückhaltung beim Alkohol

Wer zu tief ins Glas schaut, läuft Gefahr, Sätze zu sagen, die ihm am nächsten Tag peinlich sind. Im Zweifelsfall können sie sogar der Karriere schaden. Außerdem erweckt übermäßiger Alkoholkonsum den Eindruck, dass Sie es sich auf Kosten der Firma mal so richtig gut gehen lassen wollen. Also lieber ein Glas weniger als eins zu viel.

Vorsicht mit dem „Du“

Bietet Ihr Vorgesetzter Ihnen das Du an, sollten Sie es annehmen. Laut Business-Knigge gilt die Regel: Der Ranghöhere bietet dem Rangniederen das Du an. Spontane „Duz-Angebote“ von Kollegen sind mit Bedacht zu behandeln, denn manche dieser Angebote werden am nächsten Tag revidiert. Am besten warten Sie erst einmal ab und begrüßen Ihren Kollegen mit „Guten Morgen“. Siezt er Sie, lassen Sie das am besten unkommentiert.

Weihnachtspost: E-Mails

Mein zweites Thema ist die Weihnachtspost. Überlegen Sie selbst: Wie wirken auf Sie Weihnachtsgrüße von Geschäftspartnern per E-Mail? Wahrscheinlich unpersönlich. Meistens landen sie ohne große Beachtung schnell im Papierkorb.

Klasse statt Masse

Eine gute Druck- und Papierqualität signalisiert Wertigkeit. Stilvoll sind Weihnachts- oder Neujahrskarten, die man mit eigenen Zitaten oder Texten drucken lässt. Bei den wichtigsten Kunden können zwei bis drei handgeschriebene Zeilen hinzufügt werden, die sich direkt an den Empfänger richten. Vermeiden Sie anonyme Anreden wie: „Liebe Kunden“ oder „Sehr geehrte Damen und Herren“. Achten Sie auf eine leserliche Unterschrift. Eine Briefmarke statt eines Freistemplers ist das I-Tüpfelchen Ihres Weihnachtsgrußes. Die Karte muss nicht immer vom Chef selbst verfasst werden. Am besten schreibt derjenige Mitarbeiter, der am engsten mit dem Geschäftspartner zusammenarbeitet. Verwenden Sie niemals die Weihnachtspost als Werbung.

Der richtige Zeitpunkt

Da viele Berufstätige schon vor den Feiertagen Urlaub nehmen, sollten die Weihnachts- oder Neujahrskarten spätestens in der Woche vor Weihnachten eintreffen. Am besten schicken Sie die Post Anfang Dezember, um auf Nummer sicher zu gehen.

BUCHTIPP:

Susanne Beckmann: „#Benehmen: Aktuelle Umgangsformen für Berufseinsteiger“, 132 S., 22,99 €.