

Office Exzellenz

DER NEWSLETTER FÜR ASSISTENZ UND SEKRETARIAT

ZEIT-WELTEN

**MIT EISENHOWER
ÜBER DIE ALPEN**

Seite 4

ORGANISATIONS-WELTEN

**AUFGABENMANAGEMENT
MIT ONENOTE**

Seite 6

CHEF-WELTEN

**PROFILING – DECODIEREN
SIE IHREN CHEF**

Seite 7

KULTUR-WELTEN

**EXZELLENT
SERVICEKULTUR –
EINE FRAGE
DES VERTRAUENS**

Seite 8

SPRACH-WELTEN

**STEHN SIE BLOSS NICHT
«ZUR VERFÜGUNG»**

Seite 10

TOP-THEMA

**HAPPY NEW WORK?!
MIT SMARTEN ARBEITSWELTEN
IN DIE ZUKUNFT**

EDITORIAL

LIEBE LESERIN,
LIEBER LESER

Herzlich willkommen im neuen Jahr und im neuen WEKA Newsletter «OfficeExzellenz». Hier dreht sich alles um Ihren Arbeitsbereich Assistenz und Sekretariat, das Multi-Servicezentrum im Unternehmen.

Themen wie Digitalisierung, New Work oder demografischer Wandel gewinnen zunehmend an Bedeutung. Verbunden mit dem enormen Tempo in der Arbeitswelt sorgen sie für ständig neue Herausforderungen. Das gilt insbesondere für Führungskräfte und damit in mindestens gleichem Masse auch für deren Assistenz – nämlich Sie.

Mit Ihrer zentralen Rolle im Unternehmen sind Sie gefordert, Ihre «berufliche Fitness» durch den kontinuierlichen Ausbau von Kenntnissen und Fähigkeiten dauerhaft zu stärken.

«OfficeExzellenz» bietet Ihnen einen Navigator durch die Vielfalt der Aufgaben- und Themenwelten, in denen Sie sich tagtäglich bewegen. Damit Sie das Beste daraus für sich und Ihr Unternehmen nutzen. In Anlehnung an diese Welten sind auch die Rubrikennamen des Newsletters entstanden. Das Wort vor den «Welten» bezeichnet den jeweiligen Schwerpunkt. In den «Chef-Welten» beispielsweise finden Sie wertvolle Anregungen zur Chefentlastung und Zusammenarbeit mit Ihrem Vorgesetzten. Ganz um Sie, Ihr Wohlbefinden am Arbeitsplatz sowie Ihre berufliche und persönliche Weiterentwicklung geht's in den «Assistenz-Welten».

Begeben Sie sich auf Entdeckungstour. Wir freuen uns, Sie dabei zu begleiten, und ebenso über Ihre Anregungen und Rückmeldung an info@impulswerk.ch.

Dorit und Michael Schmidt-Purrmann
Ihr OfficeExzellenz-Redaktionsteam

HAPPY NEW WORK?!

An dem Megatrend New Work kommt in unserem heutigen Arbeitsumfeld niemand vorbei. Doch inwieweit findet die Theorie bisher tatsächlich den Weg in die Praxis, insbesondere für Assistenz und Sekretariat? Die Bandbreite reicht von «noch gar nicht angefangen» bis «mittendrin». OfficeExzellenz hat recherchiert zu Hintergründen und Lösungen.



Für einen Grossteil der Führungskräfte sind ihre Mitarbeitenden in Assistenz und Sekretariat immer noch «die, die immer da sind». Das spiegelt sich auch in den Aussagen der Assistentinnen, die wir dazu befragten. *«Mein Chef legt grossen Wert auf meine Präsenz am Arbeitsplatz. Effiziente Zusammenarbeit und die Erledigung der anstehenden Aufgaben ist für ihn am einfachsten, wenn ich ‚next door‘ bin. Daran ist er gewöhnt – ich übrigens auch»,* bringt es Annette H.¹, Assistentin in einer internationalen Unternehmensberatung, auf den Punkt.

Eine Auffassung, die der im Kontext von New Work angestrebten Flexibilität für Arbeitszeiten und -ort (Homeoffice) widerspricht. Schon hier zeigt sich, dass die Umsetzung von New Work umfassendere Veränderungen fordert.

Dem voran braucht es auf Führungsebene die Entscheidung, in welchem Umfang sich das Unternehmen auf diesen (Kultur-)Wandel einlassen will und kann. Hier spielen Faktoren wie Branche und Firmengrösse eine wesentliche Rolle. Dazu noch mal Annette H.: *«Die hohe Vertraulichkeit der meisten Projekte und Unterlagen schränkt eine freiere Gestal-*

¹ Name der Redaktion bekannt

EXZELLENTER SERVICEKULTUR – EINE FRAGE DES VERTRAUENS

Herausragender Service hat beinahe magische Anziehungskraft. Wer wüsste das besser als Sie, sozusagen mitten «im Auge des Service-Sturms». New Work und die Arbeitswelten 4.0 verändern die Rahmenbedingungen. Ob und inwieweit das ein neues Verständnis für gelebte Servicekultur erfordert, darüber sprachen wir mit Serviceexpertin Petra Rüegg.

■ OfficeExzellenz im Gespräch mit Petra Rüegg



OfficeExzellenz (OE): Mehr Flexibilität, mehr Kreativität, mehr Freiräume ... alles erklärte Absichten der Arbeitswelten 4.0. Oberflächlich betrachtet, scheint sich hier ein Spannungsfeld zwischen diesen (An-)Forderungen und einer guten Servicekultur aufzutun. Verschärfen wir das Szenario, indem wir uns auf den Multi-Servicepunkt Assistenz & Sekretari-

at (A&S) konzentrieren, stellt sich die Frage, ob New Work nicht automatisch auch ein neues Verständnis von Service, einen «New Service», nach sich zieht. Wenn dem so wäre, welche Kriterien sollte diese neue Servicekultur unbedingt erfüllen, Frau Rüegg?

Petra Rüegg (PR): Aus meiner Sicht begünstigen New Work oder Arbeitswelten 4.0 eine gut gelebte Servicekultur. Eine Zusammenarbeit im Sinne von New Work mit viel Freiräumen, weniger Präsenzzeiten etc. lässt sich nur auf der Basis eines stabilen gegenseitigen Vertrauens erfolgreich umsetzen. Gleiches gilt für die Servicekultur, die insgesamt auf den drei Pfeilern Sympathie, Kompetenz und eben Vertrauen ruht. Ebenso verlangt sie ein hohes Mass an Agilität.

All diese Aspekte sind den Mitarbeitenden in A&S meist bestens vertraut. Dementsprechend konsequent und routiniert

sind sie daher in ihrem Serviceauftrag unterwegs und leisten einen wichtigen Beitrag zur Servicekultur. Sie sind intern wie extern die Visitenkarte des Unternehmens und lösen einen Grossteil der Serviceversprechen ein. Entscheidend für den Erfolg ist der Abgleich von Erwartungshaltung und Umfang der Eigenverantwortung zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden. Dafür braucht es Transparenz und offenen Dialog.

OE: Für Sie ist Servicekultur in erster Linie Chefsache und Führungsaufgabe. Nun sind Chefin oder Chef und A&S ein einflussreiches Team, das gute Chancen hat, eine herausragende Servicekultur im Unternehmen zu prägen. Wie sollten Vorgesetzte für einen gelungenen «Kulturtransfer» in Richtung A&S vorgehen, um mit diesen starke Verbündete zu haben?

PR: Servicekultur gehört zur strategischen Ausrichtung eines Unternehmens,

INFORMATIONEN ZUR PERSON



Petra Rüegg ist Inhaberin von QPM Marketing Services und darauf spezialisiert, die Servicekompetenz und Servicekultur in Unternehmen als wirksamen Erfolgsfaktor zu entwickeln. In der Beratung und im Entwicklungsprozess arbeitet sie mit dem pragmatischen Modell der ServiceCultureCanvas® sowie dem EKUS-Stufen-Modell nach Knaus/Schmidt.

STEHN SIE BLOSS NICHT «ZUR VERFÜGUNG»

Service im schriftlichen Dialog beginnt dort, wo viel strapazierter Standard aufhört. Dafür braucht es neben ernst gemeinter Dienstleistungsbereitschaft auch die Fähigkeit, die Perspektive Ihrer Leserschaft einzunehmen. So schreiben Sie sich sozusagen in deren Wahrnehmung, schaffen Verbindlichkeit und Vertrauen.



«Wir stehen Ihnen gerne (jederzeit) zur Verfügung.» In solcher oder ähnlicher Form vererbt sich dieser Satz seit Jahrzehnten in der Geschäftskorrespondenz. Eine Schlussformel, die zwischenzeitlich so verblasst ist wie manche sonnengebleichte Tapete in renovierungsbedürftigen Räumen. Ihr Serviceangebot wird kaum noch wahr und meist auch wenig ernst genommen. Eine farblose Floskel eben.

Wirklich serviceorientierte Korrespondenz, intern wie extern, ist genau das Gegenteil. Sie ist flüssig und auf den Punkt, stellt Beziehung her und hat persönlich-verbindliche Note. Mit solchen Briefen und E-Mails «punkten» Sie bei Ihren Adressaten. Ganz gleich, ob es nur um eine Terminabstimmung für die nächste Teamsitzung oder ein umfangreiches Kundenanschreiben geht.

Damit Ihnen das sicher gelingt, empfiehlt es sich, diese Fragen vor dem Schreiben kurz zu reflektieren:

- An wen schreibe ich?

- Mit welcher Absicht schreibe ich?
- Welche Information/Botschaft übermittle ich? Welchen (Mehr-)Wert bieten diese Informationen meinem Adressaten?

Das bringt Klarheit für den Inhalt und Ihre persönliche Haltung, die Sie beim Schreiben einnehmen.

Das «Wie» macht den Unterschied

Stil und Struktur bzw. Textaufbau entscheiden darüber, ob der Inhalt richtig und überzeugend ankommt. Versetzen Sie sich einfach in die Perspektive Ihrer Adressaten und Sie merken schnell, was Ihnen Lesevergnügen bereitet bzw. im Sinne von bestem Service seinen Zweck erfüllt.

Einige Stil-Tipps

Kurze Sätze

Leicht verständliche Sätze mit überschaubarer Länge von ca. 15 Wörtern gehören sicher dazu. Das entspricht maximal zwei Informationen pro Satz beim ersten Lesen zu erfassen. Das ist Ser-

vice für die Leserschaft, umso mehr in unseren informationsgefluteten Zeiten.

Mehr Verben, weniger Nomen

Mit verbbetonten Formulierungen gestalten Sie Ihren schriftlichen Dialog abwechslungsreich und leicht. Wenn's schnell gehen soll, schleichen sich manchmal die sogenannten Nominalisierungen ein – Verben, aus denen ein Hauptwort wird wie beispielsweise:

«Nach Prüfung der Unterlagen und Benachrichtigung der Teilnehmer erfolgt eine Wiederaufnahme des Sachverhalts in der nächsten Sitzung.»

Und hier die serviceorientierte Variante: «Sobald die Unterlagen geprüft und die Teilnehmenden benachrichtigt sind, nehmen wir den Sachverhalt in der nächsten Sitzung wieder auf.»

Aktiv statt passiv

Die meisten von uns neigen dazu, das Hilfsverb «sein» in sämtlichen Konjugationen (werden, wird, sind etc.) häufig zu gebrauchen. Das macht Texte oft unnötig lang und schwerfällig. Gleiches gilt auch für den Konjunktiv, d.h. «würden», «möchten», «wäre» etc. Hier einige Beispiele und ihre aktive Alternative:

Passiv: Wir möchten Ihnen mitteilen, dass das Seminar verschoben wird.

Aktiv: Ihr Seminar verschiebt sich. Wir informieren Sie, sobald der neue Termin bekannt ist.

Passiv: Gerne teilen wir Ihnen mit, dass Sie für den Workshop vorgemerkt sind.

Aktiv: Vielen Dank für Ihre Anmeldung zum Workshop, Ihr Platz ist reserviert.

Passiv: Wir würden uns freuen, Sie schon bald zu unseren Kunden zählen zu dürfen.

Aktiv: Wir freuen uns, wenn unsere Offerte/ unser Angebot Sie überzeugt.