

## Telefonieren – aber richtig!

Ab sofort gelten keine Ausreden mehr! Die Teilnehmerinnen des Vortrages „Professionelle und zeitgemäße Kundenansprache – Tipps für aktive Kundenakquise“ werden keine Ausflüchte mehr nutzen wie „Ich muss noch Fenster putzen“ oder „da mach ich lieber meine Steuererklärung“, statt sich der Telefonakquise zu widmen.



**Bettina Angerer** von „Training nach Maß“ konnte am 17. März nicht nur viele Fragen rund um Telefonakquise und Telefongespräche klären, sondern auch motivieren, mutiger und professioneller

zum Hörer zu greifen. „Wie meldet man sich richtig?“ lautete eine der Fragen, wobei die Teilnehmerinnen die Antwort erst nach der eigenen Tonaufnahme bekamen: Zuerst die Begrüßung, damit sich das Ohr an die Stimme gewöhnt, gefolgt vom Firmennamen und dann dem eigenen Vor- und Nachnamen – und dabei das Lächeln bitte nicht vergessen! Man konnte dies auch

gleich üben - der Vorher-Nachher-Effekt war bei manchen recht deutlich zu hören.

„Wie unterbreche ich Dauerredner?“ lautete eine andere Frage: „Freundlich und bestimmt, keine offenen Fragen stellen“!

Ganz wichtig war den Teilnehmerinnen, wie ein Akquisitions-Telefonat und der optimale Einstieg in ein Gespräch aufgebaut sein sollten. „Kommen Sie immer schnell auf den Punkt“, so Angerer, „und bieten Sie dem anderen mindestens zwei Nutzen“.

Selbstbewusst, freundlich, verbindlich solle man sein und die direkte Sprache vorziehen. Auch sollte man nicht zu schnell reden und die Ich-Form meiden.

„Vorteilhaft ist außerdem eine „Ja-Kette“ – also Wahrheiten, bei denen der Gesprächspartner automatisch zustimmend nickt, damit er in eine positiven Stimmung gelangt“, war ein weiterer Tipp. Vorbereitung ist also alles, so lautete das Fazit des Abends. Es gilt, sich vorher gut zu überlegen was man sagt, wenn der Gesprächspartner ans Telefon geht – oder wenn sich auch nur der Anrufbeantworter meldet.

Anabel Schröder (a.schroeder@beratung-und-coaching.com)

## THE INTERVIEW:

### One on one with Bettina Angerer

An encouraging and uplifting experience. Such was my interview with Bettina Angerer, a self-employed business coach specializing in telephone training. This intriguing woman immediately captured my attention with her positive and energetic attitude, something that really stands out these days in an often pessimistic world.

Born and raised in Nürnberg, Bettina worked as an advertising agent and business coach before moving with her husband to Norderstedt in 1995. Three years later, she fulfilled her life's dream of opening her own business when she founded *Training nach Maß*. Bettina derives a great deal of joy from telephone training and is most satisfied when her clients discover something new about themselves, a frequent occurrence during her training sessions. Not only does Bettina provide her customers with the know-how they need in order to conduct themselves in a more competent and professional manner, but she also gives them the confidence to make the necessary changes. This is where her most important philosophy comes into play, namely positive thinking - '*Nur Fledermäuse lassen sich hängen*', Bettina told me with a big smile. In addition to her optimistic outlook, she also possesses a willingness to learn and continues to further her own education while promoting this philosophy of life-long learning among her clients.

When Bettina has a spare moment, she likes to spend time outdoors, whether it's a walk along the Alster or a hike in the Harz Mountains. She also enjoys cooking (and eating!) Italian food. If the opportunity presents itself, Bettina would love to take a long cruise - the location is not important. Although she misses some things about Nürnberg, particularly the yummy *Klöße*, she feels settled and welcome here in Hamburg. We look forward to seeing and hearing more from Bettina in the future!

Merrie Arnold-Schlutz ([mearnold@web.de](mailto:mearnold@web.de))

# Kleider machen Karrieren

Mögen Sie es formal oder leger? Ihr Äußeres ist Ihre Visitenkarte.

Andreas Heimann

Ob Bewerbungsgespräch, Geschäftsessen oder Vorstellung des neuen Kollegen: Der erste Eindruck entscheidet. Oft hängt es dann von Kleinigkeiten ab, ob eine Karriere erst richtig beginnt oder vor-schnell endet. Ein schief geknöpftes Hemd oder die unpassende Krawatte – und schon war's das. Das Auftreten zählt nach Einschätzung von Experten oft mehr als die fachliche Qualifikation. „55 Prozent unserer Wirkung auf andere ist durch die Optik bedingt“, behauptet die Coaching-Expertin Bettina Angerer aus Norderstedt.

Es gibt Männer, die sehen immer perfekt angezogen aus. Götz Alsmann ist so einer. Das liegt vielleicht an seiner Prinzipientreue: Anzug, weißes Hemd und Krawatte sind bei ihm Standard – die Krawatte perfekt auf den jeweiligen Anzug abgestimmt und vorzüglich gebunden, wie das Deutsche Mode Institut in Köln urteilte, das den Musiker und Moderator 2004 zum Krawattenmann des Jahres kürte.

Aber als Vorbild für alle beruflichen Lebenslagen taugt das nicht: „Es hängt immer von der jeweiligen Branche und auch vom Firmenimage ab, wie man sich kleiden sollte“, sagt Brigitte Ruhleder, Etikette-Fachfrau und Leiterin des Management-Instituts Ruhleder in Bad Harzburg (Niedersachsen). Für Architekten würden ganz andere Regeln als für Banker gelten. Wer oft Kontakt zu Kunden habe, müsse außerdem darauf achten, daß das eigene Outfit nicht im Widerspruch zu dem stehe, was er verkaufen wolle: Konservative Nadelstreifen paßten nun einmal nicht zu innovativen Produkten, warnt Buchautorin Ruhleder.

„Die Bedeutung der Kleiderordnung wird oft unterschätzt“, sagt Stil-Beraterin Bettina Angerer. Korrekte Kleidung sei sowohl in Bewerbungssituationen als auch im alltäglichen Berufsleben entscheidend. Dabei komme es nicht darauf an, sich ständig nach der aktuellen Mode anzuziehen. Was zähle, sei zu-nächst einmal, daß man ordentlich wirke – das aber vom Scheitel bis zur Sohle. „Doch oft hört ein gepflegtes Auftreten am Hosensaum auf“, hat Bettina Angerer beobachtet. Sie warnt davor, das kleine, aber wichtige Detail Schuhwerk zu mißachten. „Von guter Qualität und vor allem sauber und nicht abgelaufen soll-



ten die Schuhe fürs Büro sein“, betont sie. Ähnliches gelte für Frisuren. Nur in Branchen, die generell eine gewisse Extravaganz erlauben, etwa in der Musik- oder Werbewelt, dürften sie auch gewagter ausgefallen. Der Bart beim Herrn ist kaum mehr angesagt: „Selbst der gepflegte Drei-Tage-Bart ist fürs Business nicht zu emp-

fehlen“, hebt Stilexpertin Angerer hervor.

Auch Jürgen Hesse, Karriereberater in Berlin, ist überzeugt: Kleider machen Leute. Wie jemand wirkt, was er anderen signalisiert, wird nicht zuletzt durch den Kleidungsstil bestimmt: „Warum heißt die Firma wohl Boss?“ fragt Hesse. Durch die Kleiderwahl

kann anderen – nicht zuletzt den Vorgesetzten – gezeigt werden, daß man Ambitionen hat. „Die Kleidung ist immer auch eine Bewerbungshilfe für den nächsten Job“, sagt Hans-Michael Klein, Autor und Benimm-Experte aus Essen. Wer hoch hinaus wolle, sollte deshalb am besten schon den Anzug tragen, der

für die nächste Karrierestufe passe. Das gehe nicht ohne Fingerspitzengefühl: Wer sich allzu offensichtlich zu höheren Aufgaben berufen fühle, ecke damit möglicherweise bei Kollegen an, warnt Klein. Insgesamt allerdings sieht er einen Trend hin zu Kragen und Krawatte. Das Laissez-faire früherer Jahre sei wieder vorbei, den Casual Friday gebe es kaum noch. Den Trend zu formalerer Kleidung bestätigt auch Stil-Beraterin Angerer: Selbst junge Menschen legten wieder großen Wert aufs richtige Business-Outfit.

In puncto Karriere ist das sicher eine erfolversprechende Maßnahme. „Kleidung hat Auswirkungen auf die Stimmung des Trägers, auf seine Körperhaltung und damit schließlich auch auf die Stimme“, erklärt Angerer, die auch Verkaufsmitarbeiter für ihren Einsatz am Telefon trainiert. Kleidung könne sogar die Betriebsergebnisse verbessern, sagt sie. Eine Agentur habe vor einigen Jahren diesen Test gemacht: Die Mitarbeiter seien gar in Festtagsrobe zur Arbeit erschienen. Ihre Telefonate seien entscheidend erfolgreicher verlaufen. Aus diesem Grund gebe es heute sogar in einigen Callcentern Bekleidungs-vorschriften.

Doch wenn das nötige Kleingeld für edle Stoffe fehlt, muß man dann auch auf die Karriere verzichten? Sicher nicht. Der Dreh: lieber wenige klassische Kleidungsstücke kaufen, die gut kombinierbar sind, als auffällige Mode-Gags, die nur in einer Konstellation zu tragen sind. Dezent, aber qualitativ hochwertig, sei die Faustregel, rät Etikette-Expertin Ruhleder. Hilfreich sei die Orientierung am Umfeld: Wer modisch aus der Reihe tanze und den anderen dadurch auffalle, mache wahrscheinlich etwas falsch.

Und eines sei immer zum Scheitern verurteilt, meint Ruhleder: Wenn jemand durch die Kleidung ein ganz anderer werden wolle. Der Jeansträgertyp wirke im Designeranzug eben selten authentisch. Doch wie sagte schon Oscar Wilde? „Natürlichkeit ist die schwierigste Pose, die man einnehmen kann.“ (gms)

## IMMER RICHTIG ANGEZOGEN: TIPS FÜRS BÜRO

Bei der Kleiderordnung kommt es auf Details an. Krawatten-Nadeln zum Beispiel sind „out“. Das gleiche gilt für Hemden mit Button-down-Kragen oder den weißen Kragen am blauen Hemd. Anders als vor Jahren üblich sollte die **Krawatte** bis zum Gürtel reichen – und nicht bis zum Bauchnabel. Bunt gemusterte Krawatten wirken außerdem

unseriös. Wichtiger als die Frage, ob zum unifarbene Hemd gestreifte oder gepunktete Krawatten besser passen, ist allerdings der **Gesamteindruck**. Sind an einer Hose Gürtelschlaufen vorhanden, gehört auch ein Gürtel hinein. Ob die Knöpfe an Jackett oder Sakko offen oder geschlossen sein sollten, hängt davon ab, ob der

Träger steht oder sitzt: Im Sitzen öffnet man sämtliche **Knöpfe**, im Stehen schließt man mindestens einen, bei vier Knöpfen untereinander die mittleren beiden. Für Frauen gilt, im Geschäftsleben so wenig nackte Haut wie möglich zu zeigen. **Strümpfe** sind deshalb auch im Sommer meist unverzichtbar. Außer dem klassischen Kostüm hat

auch der **Hosensatz** inzwischen viele Freundinnen gefunden und ist vielseitig einsetzbar: Im Büro wirkt er seriös, auf Events lässig und modern. **Schuhe** sollten klassisch und geschlossen sein – ob flache Ballerinas, Pumps mit moderaten Absätzen oder Stiefeletten. Als **Accessoires** empfehlen sich „die magischen Fünf“: Einschließlich der

Uhr sollten es nicht mehr als diese paar Schmuckstücke sein. (gms/apa)

■ **Literaturtipps:**  
**Business Knigge für Männer** von Dirk Pfister u.a.; Haufe, 19,80 Euro.  
**Anti-Blamier-Knigge** von Inge Wolff; Gräfe & Unzer, 12,90 Euro.  
**Benimm im Business** von Hans-Michael Klein, Cornelsen, 14,95 Euro.