

## Dresscode

# Kleider machen Karriere

Der optische Außenauftritt entspricht einem visuellen Smalltalk. Er ist Teil eines sozialen Spiels, bei dem – ob bewusst oder unbewusst – Kompetenz, Sympathie, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Vertrauen und auch Macht abgefragt werden. Daher ist ein kompetentes Wissen rund um das Thema „wie kleide ich mich richtig“ bereits beim Start in die Karriere ein „Muss“, um Kompetenz und Erfolg nach außen sichtbar zu machen. Stil und Klasse sind durchaus erlernbar.

„**W**ie Du kommst gegangen, so Du wirst empfangen“ – schon Goethe wusste um die Macht und Kraft des ersten Eindrucks. Wie sich ein Mensch kleidet, sagt sehr viel über seine Persönlichkeit, seine Werte und seine Umgangsformen aus. Wer erfolgreich nach oben will, sollte sich früh einen guten, authentischen Stil aneignen, die Sprache der Kleidung kennen und ein fundiertes Wissen rund um den Dresscode haben. Nach Umfragen in deutschen Großunternehmen sind über 90 % der Führungskräfte der Meinung, dass Mitarbeiter noch erfolgreicher sein könnten, wenn Sie sich besser kleiden würden.

Psychologische Studien zeigen, dass sich der Mensch innerhalb weniger Sekunden ein Urteil über eine Begegnung bildet. In diesen Sekunden wird z. B. vom Kunden entschieden,

**Wenn Entscheidungen anstehen oder ein wichtiger Auftrag winkt, ist schwarz eine sehr gute Wahl.**

ob er den Repräsentant eines Unternehmens vertrauensvoll, sympathisch, glaubwürdig und kompetent wahrnimmt. Die äußere Erscheinung spielt bei den bewussten und unbewussten Signalen eine extrem wichtige Rolle und ist nicht zu unterschätzen! Experten sind sich einig, dass Auftreten, Erscheinen und Körpersprache bis zu 75 % den ersten Eindruck prägen, erst dann wirken Wortwahl, Sprachmelodie und Fachkenntnisse. Ob ein Kunde gewonnen wird, ob er Vertrauen hat oder sich beim Mitbewerber zusätzlichen Rat einholt, all dies wird unbewusst über einen guten ersten Eindruck entschieden. Und: Für

einen guten ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

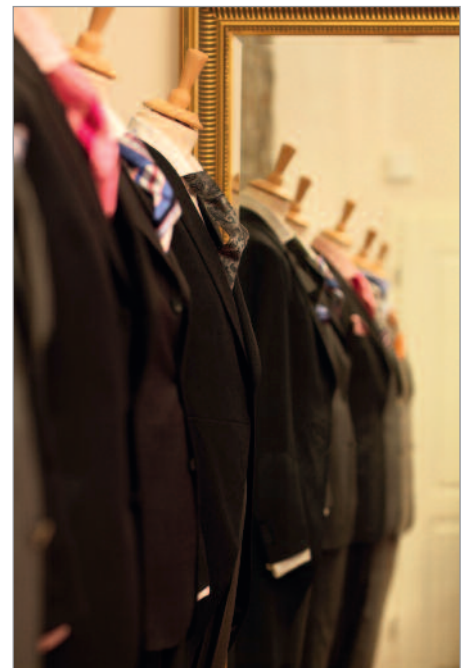
## Die nonverbale Sprache der Kleidung

Die nonverbale Sprache der Kleidung zu kennen und entsprechend umzusetzen, ist ein wichtiger Schlüssel für den beruflichen Erfolg. Die Wirkung von Kleidung, Formen, Schnitten und Farben ist vergleichbar mit einer Funkantenne: Wir senden und empfangen ständig Signale. Deshalb ist es wichtig, die Grundsignale zu kennen, um erfolgreich nonverbal kommunizieren zu können.

Wer sich in Sachen Kleidung dezent inszeniert und die Grundregeln beherrscht, kann alle Register ziehen, um beim Gegenüber das gewünschte Signal zu setzen. Die wichtigste Frage morgens vor dem Kleiderschrank lautet: „Wo gehe ich hin? Wen treffe ich? Was will ich erreichen?“ Die berufliche Garderobe muss die wichtigsten Variationen abdecken, um nonverbal die Themen Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Neutralität, Macht, Dynamik, Dominanz oder Autorität auszusenden.

Die Kunst in der Kleidungswahl liegt darin, nicht steif, verstaubt und modisch, sondern vertrauensvoll, ernst und professionell zu wirken. Ein alte Schneiderweisheit besagt, dass Stil und Klasse in der Garderobe nur über Qualität und Passform zu haben sind. Denn nichts wirkt unprofessioneller, als Geschäftskleidung, die den eigenen Körperproportionen nicht entspricht und Problemzonen, statt Schokoladenseiten betont. Nichts wirkt nachlässiger, als Hosen und Jacketts, die zu lang oder zu kurz, zu weit oder zu eng sind. Nichts wirkt inkompetenter,

als Muster und Farben, die in die Freizeit gehören. Den feinen und schmalen Grad einer



## Professionelle Business-Symbole für Damen und Herren

- dunkle Farben
- weiße oder hellblaue Hemden/Blusen, uni oder mit feinen Musterungen
- glatte Stoffe aus reiner Schurwolle
- wenig oder keine Musterungen
- dezente und hochwertige Accessoires
- stilvolle Schreibgeräte
- feminine Aktentaschen
- stilvolle Schirme
- dezente, edle Uhren

perfekten Passform zu kennen und die richtige Qualität zu wählen, macht den Unterschied.

### Farben treffen immer eine Aussage!

Professionalität, Seriosität und Kompetenz im Businessalltag zu zeigen bedeutet, sich für gewisse Farben zu entscheiden und andere Farben komplett wegzulassen. Geht es um die Wirkung von Neutralität, sind Graustufen eine gute Wahl. Ein grauer Anzug signalisiert außerdem, dass der Träger oder die Trägerin nicht viel von sich preisgeben will

### Für einen guten ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

und sich dezent im Hintergrund hält. Blauvarianten strahlen höchste Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Autorität aus. Blaue Geschäftskleidung wirkt jedoch, wenn die Passform nicht stimmt, die Stoffe billig sind und die Hemden oder Blusen nicht passen, sehr schnell langweilig und un kreativ. Schwarz ist im Dreiklang mit rot und weiß auch auf politischer Ebene als die Farbe der Macht, der Dominanz und der absoluten Präsenz bekannt. Wenn Entscheidungen anstehen oder ein wichtiger Auftrag winkt, dann ist schwarz eine sehr gute Wahl. Braun hat als letzte Farbe Zutritt zur Familie der Businessfarben bekommen und wirkt grundsätzlich offen und zugänglich, aber auch lässiger. Die Farbe Braun spielt nach wie vor bei offiziellen, formellen Anlässen und wichtigen Geschäftsterminen nur die vierte Geige.

Bei der Wahl der Accessoires ist bei den Damen und Herren gute Beratung essentiell.

#### Das sollten Damen vermeiden

- zu enge Passformen
- zu tiefe Ausschnitte
- ärmellose Kleidung und kurze Röcke
- High Heels
- Klipperschmuck
- mehr als fünf Accessoires
- helle Strümpfe zu dunklen Kostümen
- offene Schuhe zum Anzug oder Kostüm

Die richtigen Rot- und Blautöne bilden das Fundament der Garderobe und stehen für Macht (rot) und Vertrauen (blau). Streifen unterstreichen die Zielorientierung und Dynamik noch zusätzlich, das gilt für alle Accessoires wie Krawatten, Tücher und Schals. Grün, gelb und orange sind Farben, die im Business keinen festen Platz haben und schnell unprofessionell wirken können. Orange gehört zu den unbeliebtesten Farben, gelb gilt im Allgemeinen als „nicht ernsthaft“ genug. Violett signalisiert „Kreativität“, steht aber den wenigsten. Die Kunst liegt darin, nicht steif, verstaubt und modisch, sondern vertrauensvoll, ernst und professionell zu wirken. Grundsätzlich gilt: Weniger ist mehr. Farbe lenkt ab und kann sehr anstrengend wirken. Die eigenen, richtigen und stimmigen Nuancen innerhalb der Farbpalette zu kennen, bringt Ausstrahlung und Präsenz und ist die wichtigste Grundlage für eine kompetente Basisgarderobe.

#### Die Geschäftsgarderobe

Kauf der Kleidung und Aufbau der Basisgarderobe sollte einigen Prinzipien unterliegen. Für eine organisierte und gut funktionierende Basisgarderobe ist gute Passform entscheidend. Hochwertige Qualitäten und eine feine Verarbeitung sind Eintrittskarte für einen stimmigen und gepflegten Auftritt. Die Basisgarderobe sollte grundsätzlich geprägt sein von dezenter Klassik und schlichtem Stil. Für den Mann gilt nach wie vor: Die Grundgarderobe im Business besteht aus Anzug, Hemd und Krawatte, kombiniert mit feinen Schuhen und Accessoires. Eine Faustregel besagt, dass der Mann zu jedem Anzug mindestens vier bis fünf Hemden und hochwertige Seidenkrawatten zur Auswahl besitzen sollte. Die Krawatte ist ein höchst persönliches und zentrales Element der männlichen Garderobe und sollte deshalb immer mit großer Sorgfalt ausgewählt werden. Damen sind ebenfalls gut beraten, Stil und Klasse in der Garderobe durch gute Passformen zu unterstreichen. Mit Schals, Tüchern, Schmuck, runden Ausschnittsformen und farbigen Akzenten kann die Dame eine feminine Ausstrahlung in der sonst doch männlich geprägten Businesswelt erzielen.



#### Das sollten Herren vermeiden

- Kurzarm-Hemd unter einem Anzug
- Doppelmanschette + Button-Down-Kragen
- Button-Down-Hemd mit Krawatte tragen
- Sakkos ohne Rücken- oder Seitenschlitze
- bunte Hemden zum Businessanzug
- zu kurz gebundene Krawatten
- brauner Gürtel und schwarze Schuhe
- abgelaufene Absätze
- billige Schuhe mit Plastikabsätzen
- Flechtschuhe zu klassischen Anzügen
- karierte Hemden zu formellen Anlässen
- Manschetten, die unter dem Sakkoärmel verschwinden
- mehr als zwei Muster und drei Farben
- alle Knöpfe bei Sakko geschlossen tragen
- Anzüge aus Kunstfasern
- kurze Socken zum Anzug

#### Mustern, Streifen & Co.

Muster und Linien in der Kleidung haben eine ganz eigene Symbolik. Die Linie repräsentiert grundsätzlich Struktur und Geradlinigkeit, sie wirkt härter und maskuliner. Deshalb hat eine der Diagonalstreifen in einer Krawatte, im Schal oder Stoff immer eine strukturgebende, zielgerichtete, dynamische Wirkung. Punkte und Kreise wirken weicher und können so einen strengen, konservativen Businesslook auflockern. Grundsätzlich gilt: Nie mehr als drei Farben und zwei Muster tragen, dann ist man auf der sicheren Seite. Zierliche Damen und Herren sollten große Muster und Dessins vermeiden, umgekehrt sollten auch große

Damen und Herren zu kleine Muster und Designs aussortieren.

### Noch ein Wort zum Schuh

Ein altes Sprichwort besagt: „Schuhe sind ein Privileg der Götter“, ein Psychologe rät: „Nutzen Sie die Kraft der Schuhe!“ Schuhe haben im wahrsten Sinne des Wortes mit der Fortbewegung zu tun und sagen viel darüber aus, wie sich ein Mensch durchs Leben bewegt. Schuhe sind die Visitenkarte einer gepflegten Garderobe und die Eintrittskarte in die Regionen von Klasse und Niveau. Mehr als jedes sonstige Teil bestimmen Schuhe den Formalitätsgrad der Kleidung. Schuhe sollten mit der Kleidung in Farbe, Struktur und Form har-



### Die Autorin Ulrike Mayer

ist Textilbetriebswirtin und Expertin im Bereich „Kleidungskompetenz“. Sie coacht Führungskräfte, Firmen und Privatpersonen zu den Themen „Stil und Klasse in der Businessgarderobe“. Ulrike Mayer ist Autorin diverser Fachartikel und Kolumnistin der „Stuttgarter Nachrichten“.

■ [www.kleidungskompetenz.de](http://www.kleidungskompetenz.de)

monieren. Für Herren stellen der schwarze Budapester und Oxford der elegantesten Business-Schuh dar. Eine Regel besagt, dass Schuhe niemals heller sein dürfen, als der

Anzug. Für Damen stellen der klassische Pumps und der flache Loafer, der Ballerina und der gepflegte Schnürer die Grundausstattung der Schuhgarderobe.