

Wissen+Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung



Vertriebs-Millionär Ilhan Dogan
gründet Coaching Company

Der Praktiker für Praktiker



**Vertrieb 2.0 mit
Xing, Facebook,
Twitter und Co.**

Tjalf Nienaber: „Wie Sie
mit Hilfe des Internets
erfolgreicher verkaufen“



**Über die Kunst,
den anderen richtig
wahrzunehmen**

Claudia Fischer über
erfolgreiche
Businesstelefonate



**Der richtige Mix
aus Karriere und
Familie**

Ralph Goldschmidt:
„Stürzen Sie sich doch
einfach ins Funkloch“



Kleider machen Leute

Textilbetriebswirtin Ulrike Mayer: „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“

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.

Wie 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 Prozent 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 vom Kunden entschieden, 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 Prozent des ersten Eindrucks ausmachen, erst dann wirken Wortwahl, Sprachmelodie und Fachkenntnisse. Ob ein Kunde gewonnen wird, ob er Vertrauen hat oder sich beim Mitbewerber zusätzli-



Lassen Sie sich von Fachleuten beraten.

chen Rat einholt, all dies wird unbewusst über einen guten ersten Eindruck entschieden.

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 Kunden das gewünschte Signal zu setzen. Die wichtigsten Fragen morgens vor dem Kleiderschrank lauten: „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. Eine 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 perfekten Passform zu kennen und die richtige Qualität zu wählen, macht den Unterschied.

Kompetenzfarben im Business

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 Grauabstufungen eine gute Wahl. Ein grauer Anzug signalisiert außerdem, dass der

Träger oder die Trägerin nicht viel von sich preisgeben will 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



Geben Sie stets eine gute Figur ab.

Geschäftsterminen nur die vierte Geige. Bei der Wahl der Accessoires ist bei den Damen und Herren gute Beratung essenziell. 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. 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

Der Kauf der Kleidung und der Aufbau der Basisgarderobe sollte einigen Prinzipien unterliegen. Das „magische Dreieck“ bei Herren ist von Anzug, Hemd und Krawatte geprägt. Deshalb ist es entscheidend, dass der Mann weiß, was ihn gut aussehen lässt und welche Kleidung seiner Persönlichkeit einen würdigen Rahmen gibt. Für eine organisierte und gut funktionierende Basisgarderobe ist eine gute Passform entscheidend.

Hochwertige Qualität und feine Verarbeitung sind die Eintrittskarte für einen stimmigen und gepflegten Auftritt. Die Basisgarderobe sollte grundsätzlich geprägt sein von dezenter Klassik und einem schlichten 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. Die Damen sind ebenfalls gut beraten, Stil und Klasse in der Garderobe durch gute Passformen zu unterstreichen. Durch Schals, Tücher,



Ulrike Mayer

ZUR PERSON

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

Schmuck, runde Ausschnittsformen und farbige Akzente kann die Dame eine feminine Ausstrahlung in der sonst doch männlich geprägten Businesswelt erzielen.

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 wahren 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 harmonieren. Für Herren stellen der schwarze Budapester oder der Oxford der elegantesten Business-Schuh dar. Eine Regel besagt, dass solche 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. ■