

Stilsicher für den perfekten ersten Eindruck

BUSINESS DRESSCODES UND CORPORATE FASHION

Kann Mann Sneakers zum Anzug tragen? Welches Outfit eignet sich für welchen Anlass? Wie lege ich als Unternehmer eine Corporate Fashion für meine Angestellten fest? Gesellschaft und Mode wandeln sich, doch manche Knigge Dresscodes sind so elementar, dass Sie damit immer einen guten Eindruck hinterlassen.



Bettina Phleps-Thiele

Eine allgemein bekannte Knigge-Regel lautet: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. „Aber dieser kann nachjustiert werden“, ergänzt Bettina Phleps-Thiele, Knigge- und Stilberaterin von „Feinschliff –

das Gesellschaftscoaching“ aus Blaustein. Attraktiv, sympathisch und professionell wirkt, wer ein in sich geschlossenes Bild abgibt, das zu den zu vermittelnden Inhalten passt.

„Eine Farb- und Stilberatung sollte die Basis bilden“, rät Bettina Phleps-Thiele. Je nach Hautton, Haar- und Augenfarbe stehen kühle oder warme Farben, klare oder sanfte Nuancen besser. Ebenso wichtig ist die Schnittführung. Beispiele: „Hochgewachsene, schlanke Menschen sehen mit großen Schulterpolstern oft aus wie ein Fernsehturm.“ Auch auf die Proportionen kommt es an: „Es gibt so genannte Sitz- und Stehriesen.“ Sprich: Die Betroffenen verfügen über einen langen beziehungsweise kurzen Oberkörper. Statt also blindlings jedem Mode-

trend hinterherzulaufen, empfiehlt es sich, zu den Modellen zu greifen, welche die eigenen Proportionen vorteilhaft betonen.

„Eine typgerechte Businessgarderobe hat den Vorteil, dass Sie nur wenige Teile benötigen. Investieren Sie dafür in hochwertige Kleidungsstücke, die sich gut miteinander kombinieren lassen.“ Dies sei ein wesentliches Argument für die Maßschneiderei. Hierbei spielen Nach-



haltigkeitsgedanken eine Rolle ebenso wie faire Produktionsbedingungen, ein schonender Umgang mit Ressourcen sowie das Thema Wertigkeit.

Von Tattoos bis Hippster-Feeling

Jedoch scheint Wertigkeit heute zunehmend vom Streben nach ewiger Jugend abgelöst zu werden. Influencer propagieren den Stilbruch. Während in der Kultur- oder Medienwelt ein gewisses Maß an Extravaganz erwartet wird, treibt dies auch andere Branchen um: Muss ich Sneakers zum Anzug tragen, um nicht als „old fashioned“ abgestempelt zu werden? Wirke ich als Frau 10 Jahre jünger, wenn ich den Blazer offen trage und Cropped Jeans dazu kombiniere?

„Damit kreieren wir oft ein Bild der Zerrissenheit“, weiß die Knigge- und Stilexpertin und führt ein konkretes Beispiel an: Allianz Konzernchef Oliver Bäte trug einmal bei der Hauptversammlung knallrote Turnschuhe zum Anzug. „Der Auftritt war nicht konsequent, denn sowohl bei einer Hauptversammlung, als auch in der Versicherungsbranche sollte Verlässlichkeit ausgedrückt werden.“



Selbst Vertreter von legeren Branchen, zum Beispiel der Sport- und Fitnessbranche, können Standards erfüllen. „Eine schwarze Hose geht immer. Auch eine Jeans, solange sie in einer dunklen, einheitlichen Färbung gehalten ist.“ Statt Hemd kann zu einem Poloshirt gegriffen werden. Es müssen auch nicht gleich Sneakers sein. Slipper wirken auf gehobenerem Niveau casual.

Ein weiterer Streitpunkt ist das Thema Tattoos, da sie in vielen Branchen als Ausschlusskriterium für eine Einstellung gelten. Ist das noch zeitgemäß? Hier ist entscheidend, wo das Tattoo angebracht und welches Motiv abgebildet ist. „No-Go's sind Motive, die in eine gruselige oder schlüpfrige Richtung weisen.“ Unbedingt frei bleiben sollten Gesicht, Hals, Dekolleté und Hände. „Mit einem Totenkopf-Tattoo am Hals können Sie sich schlecht in der Medizinbranche bewerben, weil dies nicht mit der Vorgabe nach Unversehrtheit zusammenpasst.“ Die Stilberaterin rät, Tattoos gut zu überdenken. „Sie entstehen oft aus einer Mode heraus, haben aber nicht die Kurzlebigkeit der Mode.“

Out of office: Was anziehen bei Events?

Folgende Fragen können die Entscheidungsfindung erleichtern:

- Bin ich Gast oder aktiver Teil der Veranstaltung, zum Beispiel als Redner?
- Handelt es sich um ein firmeninternes, öffentliches oder gesellschaftliches Event?
- Findet die Veranstaltung nachmittags oder abends statt?
- Wie exklusiv ist das Treffen (z. B. Geschäftsessen im Sterne-Restaurant, Opernbesuch)? Drückt meine Garderobe diesbezüglich die angemessene Wertschätzung aus?
- Ist ein gewünschter Dresscode (z. B. „Smart Casual“, „Morning Dress“, „Black Tie“) oder gar ein Motto („White Night“ etc.) auf der Einladung vermerkt?
- Welche Aussagen / Inhalte möchte ich vermitteln?

Um bei dem Beispiel mit den roten Turnschuhen zu bleiben: Bei einer firmeninternen oder gesellschaftlichen Feier wie Filmfestspielen wären die roten Turn-

schuhe angemessen gewesen, denn hier darf man sich als Privatperson inszenieren. Auf der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft sollten jedoch geschäftliche Informationen im Vordergrund stehen.

Corporate Fashion im Unternehmen

Für Firmen ist Corporate Fashion oft ein schwieriger Spagat. Einerseits soll ein einheitliches Image nach außen transportiert werden. Andererseits benötigen Mitarbeiter individuellen Spielraum. Logo- bzw. Unternehmensfarben wie Gelb, Orange oder Pink ins Business Outfits zu implementieren, ist wenig ratsam. Dadurch wirken viele Träger übermüdet und kränklich. So möchte sich keine Firma repräsentiert sehen. Besser die Farben subtil als Einstecktuch tragen oder auf der Rückseite eines Textils anbringen.

Weiteres Problem: Trotz firmeninterner Dresscodes gibt es Mitarbeiter, die negativ auffallen. Chefs oder Zuständige aus der Human Resources Abteilung können behutsam im Vier-Augen-Gespräch darauf hinweisen, wenn sich Angestellte unvorteilhaft kleiden. Selbiges gilt bei Schweißflecken, Körper- oder Mundgeruch. Sofortiger Handlungsbedarf besteht bei unbewussten Kleider-Fauxpas, wie dem offenen Hosenschlitz. „Es sollten immer Vertreter des eigenen Geschlechts den/die Betroffene darauf ansprechen, um die Situation nicht noch unangenehmer zu machen.“ Höflich, diskret, ohne ironische Doppeldeutigkeiten. Auch wenn es Überwindung kostet. „Dies ist ein Notfall. Hier zu schweigen, wäre unterlassene Hilfeleistung.“

Weitere Tipps:

1. Nicht zu viel Haut zeigen.
2. Aufmerksamkeit liegt im Gesichts- und Oberkörperbereich. „Wenn Sie Inhalte vermitteln oder mit anderen ins Gespräch kommen wollen, benötigen Sie Augenkontakt, Mimik und Gestik.“ Da nützt es wenig, mittels auffälliger High Heels den Blick gen Boden zu lenken. Besser sind schöne Ketten und Ohrhinge, edle Halstücher und Krawatten.
3. Weder over- noch underdressed sein. „Sie werden sich in beiden Fällen unwohl fühlen.“
4. Setzen Sie Prioritäten. Stehe ich als Person im Fokus oder meine Dienstleistung?

5. Aus Wertschätzung heraus handeln. Die beste Garderobe ist wertlos, wenn Sie sich unhöflich vordrängeln oder so rücksichtslos in eine Drehtür stürmen, dass sich ihr Gegenüber den Kopf stößt.

Im Idealfall prägt das Stichwort „Wertschätzung“ unseren Stil und unsere Handlungen. „Wertschätzung entsteht immer aus einer inneren Haltung heraus“, betont Bettina Phleps-Thiele.

Stimmen Innen- und Außenwahrnehmung überein, wirken wir auf andere glaubwürdig und attraktiv. Unabhängig von Modetrends oder einer möglichen „Fernsehturm-Statur.“ dwi ■