

Perfekte Business-Kleidung

So ist's korrekt

Zum guten Auftreten gehören eine ansprechende äußere Erscheinung, eine positive Körperhaltung und überzeugende Ausstrahlung

TEXT: KARIN LINDNER

Hosenanzüge stehen mir nicht“, sagt die Managerin missmutig und blickt in den großen Kristallspiegel mit Barockrahmen. Es ist das einzige Schmuckstück im puristisch eingerichteten Büro der Frankfurter Modedesignerin Anke Schmidt-Hildebrand. „Es ist nicht der Hosenanzug an sich“, sagt die Modeexpertin. „Es ist der falsche Schnitt“, sagt sie und demonstriert, wie eine engere, kürzere Jacke und eine andere Hosenform ihrer Kundin besser steht. Kurz hier und da gezupft, dann sitzt die Kombi wie angegossen. „Wenn sich die Leute selbst gefallen, ändert sich ihre Haltung und Ausstrahlung automatisch“, sagt die Designerin. „Sie wirken dynamischer.“

Psychologie des Spiegels

Der Spiegel ist für Schmidt-Hildebrand und ihrem Mann und Geschäftspartner Dietrich kein Möbelstück, sondern ein Kommunikationsmittel. „Hier zeigen wir unseren Kunden, welche positive oder negative Wirkung Farben, Stoffe und Kleidungsstücke auf sie haben“, erklärt die Expertin.

Häufig werden die beiden Modeberater von Firmen geordert, damit sie Mitarbeiter über den richtigen Stil und das korrekte Aussehen aufklären. „Für viele Unternehmen ist es wichtig, dass ihre Leute nicht nur Kompetenz haben, sondern insgesamt perfekt auftreten“, sagt Schmidt-Hildebrand. Damit das persönliche Erscheinungsbild stimmig wirkt, werden psychologische Aspekte wie Körpersprache, Ausstrahlung und Stärkung des Selbstbewusstseins bei der Beratung berücksichtigt. Die Beratung dauert drei bis vier Stunden. Auf Wunsch begleiten die Modedesigner ihre Kunden beim Einkauf.

Der erste Eindruck ist entscheidend, wissen die beiden Imageberater. „Ein gepflegtes Äußeres

sieht nicht nur gut aus, es gibt Rückschlüsse auf die innere Einstellung des Menschen.“ Geschäftsleute müssen nicht unbedingt supereure Anzüge oder Kostüme tragen oder jede neue Mode mitmachen, sagt die Modeexpertin. „Sie sollten allerdings auf Qualität achten und ein Gespür dafür entwickeln, sich am Zeitgeist zu orientieren, aber dennoch ihren persönlichen Stil zu bewahren“, sagt sie.

Fast 70 Prozent der Ratsuchenden sind Frauen. Männer dagegen achten nicht so streng auf ihr Äußeres, lieben es eher gemütlich. Gern fällt der Anzug zu groß aus, die Hosen fallen in Kaskaden auf die Schuhe und die Ärmel sind zu lang. Immerhin wächst das Interesse der Männer an modischer Geschäftskleidung, stellt Hildebrand fest.

Bei der Wahl der Kleidung spielt auch die Berufssparte eine Rolle. In konventionellen Unternehmen wie Banken wird Wert auf einen konservativen Business-Look gelegt. Branchen wie die Werbeindustrie akzeptieren einen lockeren Auftritt.

Managerinnen im klassischen Hosenanzug müssen dennoch nicht zu streng wirken. Mit stilvollen Accessoires geben sie ihrem Outfit den letzten Schliff und betonen so ihre – wichtige – feminine Seite.

biztravel.de

Mehr zum Thema jetzt online unter: biztravel.de/mode

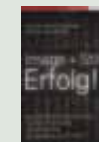


EXPERTEN FÜR AUSSTRAHLUNG
Der Gesamteindruck ist entscheidend, betont Modedesignerin Anke Schmidt-Hildebrand und ihr Partner Dietrich Hildebrand.



Tipps für den Erfolg

IMAGE + STIL = ERFOLG ist der Titel des Buchs von Anke Schmidt-Hildebrand und Dietrich Hildebrand. Die beiden Modedesigner und Imageberater geben auf 199 Seiten Tipps und Ratschläge über korrekte Kleidung und Verhaltensweisen im Geschäftsleben.



Verlag: Redline-Wirtschaft, ISBN 978-3-636-01562-4
Preis: 17,90 Euro

Modische Fettnäpfchen

► ZU WEIT GESCHNITTENER ANZUG

Der Business-Anzug ist Imageträger. Die zeitgemäße Jacke ist tailliert, die Ärmel reichen bis zur Daumenwurzel. Die Hose mit Bügelfalte fällt gerade herunter, setzt vorn leicht auf dem Schuh auf. Grundsätzlich gilt (auch für Frauen): Die richtige Hosenlänge variiert mit der Saumweite: Je enger, umso kürzer – und umgekehrt.



► ZU WEITE HEMDEN

Moderne Hemden sind körpernah geschnitten, passend zur Figur. Der Kragen liegt eng an. Die Hemdfarbe soll ein Kontrast zur Jacke sein, das betont das Gesicht. Ton-in-Ton wirkt langweilig. Kein T-Shirt oder Unterhemd darunter tragen. Kurze Ärmel passen nicht zum Business Outfit – auch nicht im Sommer.



► KEINE SCHMALEN KRAWATTEN

Sie ist wieder in, aber nicht im Business. Hier ist die aktuelle Normalform richtig. Je nach Material, Muster und Farbe kann der Träger seine Individualität betonen. Achtung: Satte Farben sind erlaubt, grelle Farben nicht. Der Knoten muss eng anliegen. Die Krawattenspitze endet an der Gürtelschnalle.

► AUSEINANDERKLAFFENDE BLUSE

Sie wirkt nicht sexy, sondern ungepflegt. Beim Einkauf auf eine enge Verknöpfung achten. Der Schnitt ist schlank. Die Bluse sollte so lang sein, dass sie bei Bewegungen nicht aus der Hose oder dem Rock herausrutscht.



► ZU KURZE SOCKEN

Beim Sitzen werden so die nackten Beine sichtbar. Perfekt sind Kniestrümpfe.

► KEINE GEPFLEGTEN SCHUHE

Die Südländer machen es vor: die Schuhe glänzen, sind von guter Qualität. Das hebt das Niveau des Erscheinungsbilds. Für Frauen sind Pumps und Slipper die Business-Schuhe schlechthin. Stiletto und High Heels mindern die Standfestigkeit und machen unsicher. Auf jeden Fall: Qualität statt Quantität.

► AUFFÄLLIGER SCHMUCK

Modische Kette, lange Ohrringe, glitzernder Haarschmuck – alles zusammen ist zu viel des Guten. Einzelne eingesetzt wirken schöne Stücke vorteilhafter. Es darf auch Schmuck sein, wenn er edel wirkt.



► PROTZIGE UHR

Sie wirkt unseriös. Eine diskret aussehende, geschmackvolle Uhr am Handgelenk strahlt Zuverlässigkeit aus.