

Outfit

Ansehen durch Aussehen

Erfolg im Beruf hängt auch vom Erscheinungsbild ab / Typ- und Stilberater empfehlen sich als Planungshelfer für ein angemessenes Äußeres

Regina-C. Henkel

Sie offerieren Outfit-Seminare und bieten Unterstützung in Imagefragen an, die hohe Kunst des Marketings beherrschen sie auch: Typ- und Stil-Berater. Ihre Werbung in Kleinanzeigen und immer häufiger im Internet reicht vom zurückhaltenden "Ein optimales und angemessenes Erscheinungsbild kann das Selbstbewusstsein enorm stärken" bis hin zum fast schon bedrohlichen Hinweis "Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance". Kein Wunder, dass vor allem Berufseinsteiger und Arbeitsuchende die "erste Chance" nutzen wollen und eifrig Kurse buchen. "Wahnsinn, wie das Interesse am Thema Geschäftsetikette zugenommen hat, ich bin inzwischen in ganz Deutschland unterwegs", freut sich Persönlichkeitstrainerin Nandine Meyden.

Nicht nur sie allein. Vor allem Outfit-Berater, die sich mit ihren kleinen Tipps und großen Ermahnungen bis in die Chefetagen der Buchverlage herumgesprachen haben, sind glücklich. Lektüreangebote wie "Job-Knigge" (Harald Schäfer und Burghard Schäfer, Falken Verlag, Niedernhausen 2000, 29 Mark 90) finden reges Interesse. Schade, dass viele Empfehlungen so gediegen und sittsam sind. Wie mag die Reaktion junger Leute sein, wenn sie subjektive Ratschläge bekommen wie etwa: "Das Dekollete sollte nicht zu groß und aufreizend sein, da dies primitiv wirken kann."

Persönlichkeitstrainerin Nandine Meyden jedenfalls kann sich bei solchen Tipps das Schmunzeln nicht verkneifen. Sie sagt: "Es ist völlig uninteressant, was eine Stilberaterin in ihrer Jugend in einem Schweizer Internat gelernt hat. Gott sei Dank ändern sich die Verhältnisse und damit auch ein paar Spielregeln."

Einige wenige Grundfeste aber haben auch weiterhin Bestand. Ein perfekt sitzender Anzug in einer der Situation angemessenen Farbe - oder ein Kostüm, das die Proportionen seiner Trägerin auch in der Stoffwahl berücksichtigt - trägt unbestritten zur Sicherheit im Auftritt bei. Häufig genug sind es doch eher Selbstbewusstsein und Souveränität als die Sachargumente, die über Erfolg oder Misserfolg bei Geschäftspartnern und Kunden entscheiden.

Gezielte Garderobenplanung

Gleichwohl bleibt die Frage, ob man in drei Stunden oder auch zwei Tagen wirklich eine "gezielte Garderobenplanung" lernen kann. Die meisten Outfit-Berater erwecken die Hoffnung, dass aufmerksame Workshop-Teilnehmer nach dem Training sowohl dem eigenen Typ als auch den branchenspezifischen Gepflogenheiten gerecht werden können. Außerdem, so heißt es etwa auf der Homepage von Theresa Dietz in Lingen an der Ems (<http://t-online.de/home/philippdietz/home.htm>), spart man Geld: "Keine Fehlkäufe mehr -zielsicheres Einkaufen, bessere Kombinationsmöglichkeiten, alle Farben passen zueinander."

Das liest sich gut, weist aber auf ein grundlegendes Problem hin: Die eifrigen Stilberater haben inzwischen Tipps und Kleidungs-Codes für so viele Berufsgruppen definiert, dass eine textile Neuanschaffung durchaus zum Akrobatik-Akt werden kann. In der einen Hand die schriftlichen Anleitungen für die "do's" und "don'ts" (für Mitarbeiter der Computerbranche, der pflegenden Berufe, für den Diätartikel-Verkauf, für Hochschule oder das Hotelwesen), in der anderen Hand die inzwischen berühmte Farbkarte von Carole Jackson. Die Amerikanerin gründete 1974 das Unternehmen "Colour me Beautiful" (CMB) und entwickelte das Prinzip der vier Jahreszeiten-Theorie. Danach wirkt ein so genannter Winter-Typ mit dem "Winter"-Rosa der CMB-Farbkarte frisch, dynamisch und tatkräftig, ein Rosa aus der "Sommer"-Palette dagegen würde ihn müde aussehen lassen. Wer möchte das schon?

Goethes Farbenlehre

Wenig überraschend deshalb, dass es Farbberatungsstudios inzwischen in beinahe jedem Dorf gibt, allein CMB (www.colormebeautiful.de) ist mit über 300 Beratern in Deutschland vertreten. Mit ein Grund: Die meisten Outfit-Profis dienen sich als Komplett-Berater an. Die Offerten reichen von handfesten Tipps für Bankerinnen "Nur Kostüme; falls überhaupt Hosenanzüge; weich fallend; Ton-in-Ton; Neutralfarben nicht zu kontrastreich; farbige Blusen, um nüchterne Kostüme zu beleben" (www.hannelore.de) über persönliche Einzelberatungen unter dem Motto "Wie Du kommst gegangen, so wirst Du auch empfangen" (www.topoutfit.ch) bis hin zu Empfehlungen, gewisse "Grundregeln" im Umgang der Geschlechter zu berücksichtigen: "Stretch im Arbeitsleben ist unangebracht; Kein Dekollete mit Einblick; Kein (geschlitzter) Rock mit Einblick" (www.hannelore.de). Dazu kommt dann auch noch die Aufforderung zum Selbsttest: "Setze dich in einen weichen, tiefen Sessel vor einem Spiegel".

Imageberaterin Angelica Egerth hat für solche Empfehlungen nicht besonders viel übrig. Ihrer Überzeugung nach besteht bei allzu kategorischen Vorschlägen die Gefahr, der individuellen Persönlichkeit nicht ausreichend gerecht zu werden. Und über die Farbkarten nach Carole Jackson sagt sie: "Teilweise sind die Nuancen regelrecht falsch und schicken die Personen in die komplett falsche Richtung. Mit Goethes "Zur Farbenlehre" von 1810 habe das ebenso wenig zu tun wie mit den Lehren von Bauhaus-Meister Johannes Itten. Egerth befürchtet Schlimmstes bis hin zur "Miss Piggy-Wirkung".

Auch für Nandine Meyden sind solche Tipps ein weiterer Anlass zum Schmunzeln. Ihre Überzeugung: "Die Kunst, gut gekleidet zu sein und sich gut zu benehmen, besteht eigentlich nur darin, aufmerksam zu sein und nachzudenken. Man muss vorher überlegen: Wo gehe ich hin, was für eine Art Firma ist das, welche Philosophie wird dort vertreten. Gut gekleidet zu sein, heißt passend gekleidet zu sein." Genauso sieht es auch Angelica Egerth, Modedesignerin und Imageberaterin in Wilmersdorf. Außer Privatpersonen, die bei ihr Hilfestellung für die Zusammenstellung eines typgerechten Outfits suchen und parallel dazu auch ihre Körpersprache und Stimmwirkung optimieren wollen, füllen vor allem Unternehmen ihren Terminkalender. Mehr und mehr Personal- oder Weiterbildungsabteilungen spendieren nicht nur Vorständen und Führungskräften Nachhilfe-Lektionen in Sachen Outfit. Ganze Vertriebsabteilungen werden im Umgang mit Farben geschult und mit der Wirkung von Kleiderformen vertraut gemacht - und in Berlin kommen bisweilen bereits Berufsschüler in den Genuss.

Outfit-Beratung für Schüler

Am Oberstufenzentrum Banken und Versicherungen hat Outfit-Beratung bereits Tradition. Klaus Gehrman, ehemaliger Schulleiter am OSZ Banken und Versicherungen, hat schon Ende der 80er Jahre die Seminarreihe "Der künftige Banker und Versicherer auf dem gesellschaftlichen Parkett" eingeführt - und organisiert sie auch jetzt noch. Über das Jahr verteilen sich eine "Einführung in Begriffe der Gastronomie", Gespräche mit dem Restaurantchef, Sommelier und Floristin vom Hotel Berlin über "Lebensart bei Tisch" und Seminare mit den Themen "Krawattenbinden", "Flambieren" oder "Das Protokoll im Bundestag. Zu den Höhepunkten gehört die Lösung der Praxisaufgabe "Eine Versicherungsagentur möchte das 30jährige Bestehen mit 100 Gästen feiern. Bereiten Sie ein Full-Service-Catering auf etwa 150 Quadratmetern - drei ineinander gehende Räume -vor."

Ein weiteres Highlight: "Outfit-Veranstaltung im KadeWe für zwei Schüler". Ein Los entscheidet, wer sich für das Geld aus dem Topf des Fördervereins und der Spende des Kaufhauses ein neues Business-Outfit zusammenstellen darf. In diesem Jahr waren es Isabelle Perscheid und Rayk Spory, beide 21 Jahre alt und im zweiten Ausbildungsjahr zum Banker. Das Glückslos empfanden sie "besser als einen Lottogewinn". Denn Outfitberaterin Angelica Egerth war dabei. Sie bewahrte die beiden Business-Outfit-Anfänger nicht nur vor einem Fehlkauf. Statt grauer Theorie in der Tradition von Knigge und Co zeigte sie den Nachwuchsbankern, wie sie sich angemessen für ihre Tätigkeit in einer konservativen Branche kleiden können, ohne dabei ihre Persönlichkeiten verbiegen oder auf modischen Chic verzichten zu müssen.

Petra Begemann: Business Knigge - wie Sie überzeugend auftreten, Eichhorn, Frankfurt 2001, 14 Mark 90.

Inge Wotff: Business Knigge von A-Z, Falken, Niedernhausen 1997, 39 Mark 90.

Harald Schäfer, Burghard Schäfer: Job-Knigge, Falken, Niedernhausen 2000, 29 Mark 90.

*Quelle: Tagesspiegel Online, Nachrichten: Sonderseiten: Karriere & Beruf
04.08.2001*