

## KARRIERE

GESCHÄFTSKLEIDUNG: BESSER ZU SCHICK ALS ZU LEGER, RATEN EXPERTEN

# Flipflops und Bermudas unerwünscht

VON DEIKE UHTENWOLDT

2. August 2008, 00:00 Uhr

**"Casual Friday" hat sich nicht bewährt. Dresscodes wurden in den vergangenen Jahren wieder verschärft.**

Die Privatbank lädt ein zum Betriebsfest, "sommerlich-festlich" lautet der Dresscode. Aber was heißt das für den neuen Mitarbeiter, der noch nicht mit den Gepflogenheiten seines Arbeitgebers vertraut ist? Markus B. (Name geändert) ist sich unsicher und stellt die Frage in einem Internetforum. Eine Teilnehmerin empfiehlt Anzug mit kurzärmeligem weißem Hemd plus Krawatte und erntet einen Sturm der Entrüstung. Kurzes Hemd und Krawatte - ein Tabu! Ein weiterer Teilnehmer plädiert für den hellen grauen Anzug, der nächste für den dunklen Zweiteiler aus leichtem Sommerstoff. Was tun? Markus B. entscheidet sich für einen klassischen schwarzen Anzug mit weißem Langarmhemd, Umschlagmanschette und dezenter Krawatte. "Lieber etwas overdressed als anders herum", sagt er.

"Damit liegt Herr B. genau richtig", lobt die Etikette-Trainerin Nandine Meyden. Eine Einladung zum "Ball an Bord", dazu noch von einer Privatbank, lasse den Männern nicht viel Spielraum: "Festlich, das ist immer der dunkle Anzug, sommerlich, das bezieht sich allenfalls auf die Stoffqualität." Meyden empfiehlt eine dünne, atmungsaktive Schurwolle und als Hingucker die "Kreuzfahrtskombination" aus Smoking und cremefarbenem Dinnerjacket: "Das passt thematisch und fällt mit Sicherheit auf." Aber der neue Mitarbeiter möchte selten gleich auffallen. Im Gegenteil, er will der Erwartungshaltung der zukünftigen Vorgesetzten und Kollegen entsprechen und signalisieren: "Ich gehöre dazu."

Kleidung ist auch ein Stück Kommunikation. Sich anlässlich eines Festakts - in Unkenntnis der Firmen-Usancen - passend zu kleiden, ist allerdings schwerer als am ersten Arbeitstag. "Am besten bittet man die zukünftigen Kollegen um Rat", empfiehlt Imageberater Dirk Pfister. "Das ist zugleich ein guter Anknüpfungspunkt." Für den Inhaber des Mannheimer Trainingsinstituts "Treffsicher kleiden" ist die Suche nach dem passenden äußeren Erscheinungsbild immer eine Frage der Kommunikation. "Ich muss wissen: Mit welchen Erwartungen habe ich es zu tun und was sind meine Botschaften, die ich über die Kleidung transportieren will." Zu den Botschaften des Sommers zählen nackte Haut und legere Kleidung. Allerdings passen Flipflops, Shorts und Spaghettiträger nur zum Badesee und nicht in die Berufswelt. Dirk Pfister fühlt sich jedenfalls als Kunde nicht ernst genommen, wenn er von Verkäufern im Camper-Look bedient wird. Und nicht nur er: "Die Arbeitgeber haben die Auswüchse satt", hat der Stilberater festgestellt. Turnschuhe und Jeans gehören nicht in die Geschäftswelt, betont auch Nandine Meyden. "Je mehr Geld im jeweiligen Business eine Rolle spielt, umso offizieller die Kleidung", lautet die Faustregel. Sie gilt für Banken, Versicherungen und Kanzleien.

Aber auch in Werbeagenturen verlegen sich Kontakter und Geschäftsführer - anders als die Kreativen - öfter mal auf Business-Kleidung. "Auch wenn da nicht der Nadelstreifenanzug anzutreffen ist, der passt einfach nicht." Stilberaterin Meyden hat in den vergangenen fünf Jahren eine Rückbewegung zur konservativen Kleidung wahrgenommen: "Der Casual Friday hat sich nicht bewährt." Viele Deutsche hätten diesen "lässigen Freitag" mit Freizeitlook gleich gesetzt. Daraufhin hätten viele Unternehmen mit strengeren Bekleidungs Vorschriften reagiert: "Auch da, wo das niemand zugeben will", sagt Meyden.

"Stille Übereinkunft" in Bekleidungsfragen "Es gibt keinen festgeschriebenen Kodex", erklärt Beate Schlosser, Sprecherin der Commerzbank zum Thema Kleidungs Vorschriften. Aber es gebe die stille Übereinkunft, dass gedeckte Farben, zweiteiliger Anzug oder Kostüm zur Dienstkleidung gehörten. Das entspreche der Erwartungshaltung der Kunden, bestätigt Haspa-Sprecher Andre Grunert: "Eine Studie hat ermittelt, dass selbst jüngere Kunden von Bankberatern im Anzug bedient werden wollen."

Die Haspa probt gerade in einigen Filialen die Einführung einer Betriebskleidung. "Das gibt uns ein einheitliches Gesicht." Dazu mit roter Krawatte oder rotem Halstuch ein klares Markenzeichen. Aber auch ohne Dienstkleidung oder Dienstanweisung gebe es ein ungeschriebenes Gesetz, betont Grunert: "Mit kurzen Hosen, Sandalen oder Knoblauchfahne kommt hier keiner in die Filiale." Werde der Konsens einmal verlassen, sei das ein Fall für die Filialleitung. "Das regelt ein Vier-Augen-Gespräch."

Vielleicht wird der Vorgesetzte dabei auf den Sinn von Bekleidungsregeln hinweisen: Das langärmelige Hemd mit Manschette und Kragen schützt das Jackett. "Schweißflecken am Kragen bekommt man nie wieder heraus", sagt Nandine Meyden und wer nur kurzärmelige Hemden darunter trägt, schabt sich die Ärmel ab. "Außerdem sieht das popelig aus", meint die Beraterin. Dennoch trifft man sie auch in diesem Sommer wieder - den Verkäufer mit Kurzarmhemd und Krawatte und die Sachbearbeiterin mit nackten Beinen. Dirk Pfister wundert das nicht: "Was nützen denn die Regeln der Benimm-Päpste, wenn sie mich aus der eigenen Gruppe ausschließen?"