



Trainer-Image (3)

Business-Anzug für Business-Trainer

Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin

„Männer haben es einfach“, höre ich immer wieder. „Die brauchen sich nur in einen Anzug zu stecken und schon wirken sie kompetent.“ Stimmt, vorausgesetzt, der Anzug passt richtig – im doppelten Sinne. Wir leben nun mal in einer patriarchalischen Gesellschaft. Immer noch werden Kompetenz und Durchsetzungsvermögen als männliche Eigenschaften angesehen. Umso erstaunlicher, dass oft dieser „natürliche Vorteil“ nicht genutzt wird.

„Sage mir, was du anziehst und ich sage dir, wer du bist...“

Anzugträger erhalten von manchem Trainerkollegen schnell das Etikett konservativ, starr, unbeweglich, verkleidet. Nur ohne Anzug könnte man sich frei bewegen und sich voll auf seine Teilnehmer einlassen.

Fakt ist, Anzüge werden eher in den oberen Etagen getragen bzw. in Berufen, die mit viel Kompetenz, Geld und Macht in Verbindung gebracht werden: Finanzberater, Versicherungskaufmann, Steuerberater, Banker. Aber auch: Vorstand, Chef und – jemand, der auf sich achtet und andere wertschätzt.

Fühlen Sie sich absolut unwohl im Anzug, dann ist es vielleicht nicht der richtige Stoff, Schnitt oder auch nicht Ihre **Zielgruppe**?

Innerhalb von Sekunden wird über Sie ein (Vor-) Urteil gefällt: Wert- und Moralvorstellungen, Erziehungen, Erwartungen und **Image-Bilder** werden äußerlich abgeglichen und auf die Persönlichkeit transportiert. Korrespondiert das Äußere mit dem Inneren? Oder wirkt derjenige verkleidet?

Ein klarer Ausdruck für diese Korrelation war das Experiment „Casual Friday“. Untersuchungen haben gezeigt, dass Jeans, T-Shirts und Turnschuhe sich auf die Arbeitseinstellungen auswirken.



ten. Die Arbeitsleistung sank. Deshalb wurde der „Casual Look“ im September 2002 in der Deutschen Bank wieder zurückgenommen.

Alte Regeln zählen wieder

Dagegen ist allgemein ein Trend zur Rückkehr des Anzuges zu beobachten. Ganz offensichtlich suchen gerade junge Leute ihren Platz in der Business-Welt und wollen diesen über konservative Kleidung dokumentieren. Besonders interessant,

laut „mobil 09/2004“, S. 57f: „Zudem kommen viele aus Bildungsinstitutionen, die in der öffentlichen Diskussion mittlerweile als praxisfern verunglimpft sind. Um ihr Anfänger-Handicap zu schmälern, suchen sie wenigsten die Nähe zu klassischen Vorbildern und Autoritäten.“ In unsicheren Zeiten trachten die Menschen nach Orientierung. Der uniformierte Look erzeugt Sicherheit.

Das gilt auch für Ihre Teilnehmer: Seriosität, Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit werden in der Geschäftswelt eher den Anzugträgern als den Pulloverfreaks zugeordnet, auch wenn die Teilnehmer „casual“ erscheinen dürfen. Da Sie im Allgemeinen einen Schritt weiter sein wollen, als Ihre Teilnehmer: Kleiden Sie sich entsprechend.

Dabei ist **Individualisierung** durchaus erwünscht. Moderne Business-Mode unterstreicht die Persönlichkeit, zeigt Farbe, pointierte Details, straffe und schlanke Silhouetten und besteht aus modernen Stoffen wie Lycra oder Natur-Streichgewebe. Anzug tragen kann heutzutage mit Tragekomfort Hand in Hand gehen.

Kleines Anzug-ABC

Wie können Sie nun **very business** wirken?

Worauf sollten Sie achten?

- Aktenkoffer, Aktentasche: aus hochwertigem Material; im hochoffiziellen Business braun vermeiden (am besten schwarz oder silber); edel, wenn Schuhe, Gürtel, Tasche und Brille zusammen passen.
- Anzugfarbe: dunkel, also schwarz oder mitternachtsblau, im traditionellen hochoffiziellen Sinne.
- Ärmel: beim Kauf ruhig ein bisschen zu lang, da Hemden beim Waschen schrumpfen.
- Ärmelfalten: Übergang zwischen Manschette zum Ärmel, sichern guten Sitz; je mehr umso besser.
- Bart und Brille: sind der Rahmen Ihres Gesichts; sollten zu Ihrer Gesichtsform passen; ziehen die Aufmerksamkeit besonders auf sich; Gläser entspiegeln.
- Bermudas: absolut out im Business!
- Duft: ist in, aber er sollte nicht vor Ihnen im Raum sein oder nach Ihnen bleiben; guter Duft, incl. Deo, ist übrigens ein Sortierkriterium für Frauennasen.

- Einreicher: optimal für kräftige Männer; darf im Sitzen offen getragen werden.
- Einstecktuch: harmoniert mit Krawatte, aber anderes Muster.
- Haare: halblange und mit Seitenscheitel suggerieren laut „Psychologie heute“ Wohlstand und Intelligenz; kurze mit Strähnchen auch Flippigkeit und Kreativität.
- Hemdkragen: schmalere für kurzen, dicken Hals; ragt 1,5 cm über Jackettkragen heraus; Spitzen berühren Hemdbrust und heben sich bei keiner Bewegung ab.
- Jackett: muss Gesäß bedecken; Schlitze dürfen nicht spannen; keine Querfalten am Rücken.
- Kombinationen: für große Herren und Winter-typen; Materialmix vermeiden.
- Kragenstäbchen: herausnehmbar; verhindern Hochstellen der Spitzen; Qualitätshemd.
- Krawatte: dezent; Seide; Spitze bis zum Gürtel.



- Krawattenknotengröße: auf Hemdkragen abstimmen; eher kleiner als zu groß; sitzt genau im oberen Dreieck und füllt die Kragenschenkel aus.
- Manschette: bei gestrecktem Arm schaut sie 1,5 – 2 cm unter Ärmel hervor; verhakt sich nicht mit Uhr; rutscht nicht über Hand, also bis Handwurzelknochen.
- Nähte: ca. 8 Stiche auf einen Zentimeter verhindern das Wellen nach dem Waschen.
- Poloemd: unter Jackett mit Halstuch getragen; oberer Knopf offen.
- Präsentation, Begrüßen: immer Anzug schließen, auch wenn Weste darunter.
- Revers: bedeckt den äußeren Rand des Kragens; nach oben geöffnet wirkt gut bei schmalbrüstigen Personen; breite nur bei breiten Schultern tragen; lange schmale strecken.
- X, Y, Z und dazu noch auf Ihre individuelle Situation bezogen erfahren Sie bei einer Imageberaterin.

Ich wünsche Ihnen für Ihre weiteren Aufträge sichere Auftritte und ein Outfit, das schon auf den ersten Blick Ihre Gesprächspartner überzeugt.

Katrin Seifert, Jg. 62, Dipl.-Soziologin, Trainerin, Kommunikationsberaterin (F. Schulz von Thun), Farb- und Stilberaterin, NLP-Master. Mit **kimages** Training+Beratung unterstützt sie Einzelpersonen u. Firmen durch Trainings, Coaching und Farbpsychologie.

kimages Training+Beratung
für Persönlichkeit, Vertrieb und Image
Dipl.-Soziol. Katrin Seifert
Am Kolonieweg 26, D-14798 Tiefckow
Tel. 033834-40914, Fax 033834-40915
info@kimages.de, www.kimages.de