



Innere Schönheit nach außen tragen - optimal wirken (4) Mit Stil zum Ziel Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin

Eine große Krankenkasse überrascht ihre Mitarbeiter auf einer Führungskräftekonferenz mit einem Vortrag über Farbpsychologie. Die Projektgruppe einer Mittelstandsbank diskutiert sich den Kopf heiß, wie sie ihre Philosophie mittels des Outfits der Mitarbeiterinnen nach außen transportieren kann. Sie möchte Kompetenz, Persönlichkeit und Regionalität miteinander verbinden – und sich von anderen unterscheiden. Uniform versus Kleider-Standard steht zur Debatte. Als fachliche Unterstützung holen sie sich externe Hilfe. Immer mehr werden sich die Unternehmen auch der subtilen Außenwirkung wie z.B. durch die Kleidung ihrer Mitarbeiter bewusst. Gilt das auch für uns Trainer und Trainerinnen?

Eine kompetente Kollegin führt ein Prozessorientiertes Teamtraining durch. Als Co-Trainerin beobachte ich, dass die Orientierung eines Teilnehmers eher auf ihre Beine gerichtet ist, als auf den Prozess. Sie trägt einen Minirock. Sieht sehr chic, aber auch erotisch aus. Ich frage mich, ob sie diese Wirkung beabsichtigt hat.

So wie Kollegen schnell zur „Verbrüderung“ greifen („Ich bin Bernd und wer seid ihr? Ihr habt doch gegen das Du nichts?“) erlebe ich bei manchem Kollegen auch ein lässiges Outfit. Da werden Jeans und Pullover ausgeführt, in der Annahme, so den Teilnehmern schnell näher zu kommen, keine Distanz zu zeigen. Doch funktioniert dieser Wirkungsmechanismus tatsächlich so?

Die Kleidung ist ein Teil Ihrer Persönlichkeit. Noch klingt mir ein kurzer Dialog mit einer Bekannten über ihre Bank im Ohr. Ich fragte sie, wie sie das Outfit ihrer Kundenbetreuer empfinden würde. „Eher lässig“, gab sie zur Antwort. „Und was das für sie bedeute“, wollte ich weiter wissen. „Na, dass es ihnen - also ich ihnen nicht so wichtig bin.“ Ich bohrte weiter, was das denn für Folgen hätte? „Na, ich gehe da nicht mehr so oft hin...“ Über die Kleidung zeigen wir also, wie wir zu uns stehen und zu den anderen, ob sie uns wichtig sind oder eher nicht.

Stil ist Farbe und Form

Oft wird Image mit Stil gleichgesetzt, was nicht ganz korrekt ist. Stil macht einen Teil des Images aus. So wird Stil über Farbe und Form definiert. Tragen Sie z.B. Schwarz, so vermitteln Sie Distanz. Mit roter Kleidung wiederum können Sie schnell dominant wirken. So überlegen Sie mal, welche Analogien Ihnen zu einer Frau mit Lockenköpfchen einfallen, oder zu einer Lady mit zurückgekämmten und zusammengefassten (gebändigten) Haaren? Oder Beispiel Brillen: ein Gesicht wirkt verändert, wenn es statt der gewohnten runden Fassung plötzlich eine eckige erhält.

Wir Menschen bringen von Natur aus Farbe mit durch unsere Pigmentierung bei Haaren, Augen, Augenbrauen und der Haut. Je nach Veranla-

gung ist sie eher hell oder dunkel, warm oder kalt angelegt. Danach sollte sich der Farbton Ihrer Kleidung ausrichten, wenn Sie harmonisch wirken wollen (siehe dazu auch Artikel 1 – 3 in den TKB Nr. 39 – 41).



Unsere Form wiederum wird durch Kopf, Rumpf und Extremitäten bestimmt, die ein bestimmtes Verhältnis zueinander bilden. Meinen Sie, bestimmte Problemzonen zu haben, dann können Sie mit dem Wissen über Proportionen gezielt ausgleichen. Eine Stilberaterin hilft Ihnen dabei. Ihren Stil können Sie also bewusst beeinflussen. Bereits Kleinigkeiten bringen Veränderung. Die Farbe betrifft dabei die emotionale Seite. Die Form liegt eher auf der Sachebene. Sie kennen das: Zu 55 % beeinflussen wir unsere Gesprächspartner über die Körpersprache. Da der Körper meistens umhüllt ist, sprechen also unsere Kleidungsstücke – mit ihrer Farbe und ihren Formen.

Image mit Stil

Wie bildet sich überhaupt Image und ist es wichtig? Mir als Trainer oder Trainerin muss es doch letztendlich gut gehen. Ich muss mich in meiner Kleidung wohl fühlen. Das ist richtig, aber eben nur die halbe Wahrheit.

Im Duden nachgeschlagen findet sich unter „Image“: „Vorstellung, Bild von jemanden oder etwas (in der öffentlichen Meinung).“ Das bedeutet, dass unser Image im Gegensatz zum Stil nur

durch unser Vis-à-vis gefüllt werden kann. Es kommt also zur Existenz durch die Reflexion bzw. Beurteilung unseres Auftretens durch einen anderen Menschen bzw. einen Beobachter (siehe Grafik).

Dabei spielen für das Image zwei Punkte eine Rolle:

- Zum einen unser Auftreten, das durch eine Vielzahl von Faktoren bedingt wird, wie Geschlecht, Alter, Stimme, Sprache, Sprachmarotten, Körperhaltung, Größe, Mimik, Gestik, Temperament, Bildung, Umgangsformen, aber auch unsere Aura oder Charisma.
- Zum anderen die Einstellung des Beobachters. Über beides müssen wir uns im Klaren sein, wollen wir gezielt ein bestimmtes Image erhalten.

Letztendlich geht es bei Image nicht mehr und nicht weniger um soziale Anerkennung. Wir wollen einen Partner, einen Job oder guten Auftrag bzw. Kunden für uns gewinnen.

Wie du kommst gegangen ...

Trainer müssen oft zwischen verschiedenen Interessen vermitteln. Und sie sind schnell Zielscheibe, wenn sie da vorne alleine stehen. Da passiert es schon mal, dass der oder die eine denkt, wenn er bzw. sie sich leger kleidet, würde er oder sie keine Distanz aufbauen. Aber wollen die Teilnehmer das wirklich? Sie buchen einen Trainer, in der Hoffnung auf Wissens- und Kompetenzzuwachs, nicht jemand, der so ist wie sie bereits sind.

Natürlich kommt es auf unsere Ideen, unseren Geist, unsere Wortwahl an. Doch ehe diese sich voll entfalten können, stecken Sie schon in einer dieser berühmten Schubladen. Und da ist wieder schwer raus zu kommen.

Selbst in unserer Sprache wird dies manifestiert: „Nach deiner Kleidung wirst du empfangen, nach deinen Worten verabschiedet“ (chinesisches Sprichwort). „Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.“ „Kleider machen Leute“, meinte schon 1856 Gottfried Keller. Oder überlegen Sie mal, wie Sie ein Geschenk bewerten, das sehr gut eingepackt wurde oder eines, das in zerknittertem Papier daher kommt?

Wir sind also oberflächlich in unserer ersten Beurteilung. Je wertvoller etwas aussieht, umso vorsichtiger geht man damit um. Man schätzt es wert. Deswegen, liebe Kolleginnen und Kollegen, machen Sie's sich leicht und sichern Sie sich Ihre soziale Anerkennung.

Katrin Seifert, Jg. 62, Dipl.-Soziologin, Trainerin, Zusatzqualifikationen: Kommunikationsberaterin (IWL) und Farb- und Stilberaterin, Gründerin von **kimages Training+Beratung**. Vorwiegend Trainings bei Banken, Bausparkassen, Immobiliengesellschaften und einer Fachhochschule zum Beziehungsmanagement, zur Selbstorganisation und Auftreten (Körpersprache, Präsentation, Outfit).

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