

Auch wenn der Kunde schlecht sieht ...

... schlechten Benimm erkennt er sofort!

Beruflicher Erfolg gründet auf vielen Pfeilern. Guter Stil zählt dazu. Deshalb müssen Sie als Augenoptiker im täglichen Kundenkontakt die Benimm-Regeln kennen und beherrschen. Alle Menschen mit einer guten Kinderstube sind hierbei eindeutig im Vorteil, denn sie wissen, worauf es ankommt. Zudem vermitteln gekonnte gesellschaftliche Spielregeln Selbstvertrauen. Die Zeitung „Die Woche“ startete vor geraumer Zeit eine Umfrage. Ergebnis: 90 Prozent der unter 29jährigen bestehen auf höfliche Umgangsformen. Die Codes, in denen wir uns in dieser komplexen Gesellschaft verständigen können, werden offenbar wieder wichtig.

Der gesellschaftliche Erfolg ist von der emotionalen Entscheidung in den ersten Augenblicken einer Begegnung geprägt. Wir alle sind auf ein stimmiges Image angewiesen. Äußerlichkeiten machen heute schon 80 Prozent aus. Wir alle senden Botschaften aus, deren Wahrnehmung zu neunzig Prozent von Gefühlen bestimmt ist. 55 Prozent entfallen auf Körpersprache, Kleidung, Statussymbole und Geruch, 38 Prozent auf den Klang der Stimme und 7 Prozent auf den Inhalt des Gesagten. Sie sollten daher intensiv auf Ihre persönlichen Wirkungsmittel achten: Aufrechte Körperhaltung, offener Blickkontakt, Gestik, Mimik, Händedruck (fest, aber nicht brutal!), Distanzverhalten (Berührungen im Erstkontakt vermeiden), freundlicher Klang der Stimme, angemessene Kleidung. Und Ihre Aufmachung muss stimmen: Schmuck, Frisur, Geruch – also eine rundherum gepflegte Erscheinung.

Nach neuesten Untersuchungen bleibt uns für den berühmten ersten Eindruck nicht viel Zeit: Wir beurteilen eine Person in drei bis fünf Sekunden. Und natürlich macht sich unser Gegenüber in dieser Zeit auch ein Bild von uns. Das ist ein Augenblick der Wahrheit, in dem der andere Mensch sein Bild



von uns formt. Wir wirken immer und der erste Eindruck haftet wie Kaugummi an den Schuhsohlen.

Für Kleidung und Stil im Geschäftsleben gilt: Wo gehe ich hin? Was möchte ich erreichen? Ist das wichtig für mich? Das sind wichtige Fragen, die uns vor dem falschen Griff in den Kleiderschrank bewahren können. Immer nur lebhaftes Mausgrau muss es aber wirklich nicht sein. Es geht nicht darum, jemandem zu sagen: „Kaufen Sie sich dies oder jenes Kleidungsstück, tragen Sie diese oder eine andere Farbe, damit Sie Erfolg haben.“ Es geht nicht um's Verkleiden, sondern um's Bekleiden.

Wer ordentlich, der Situation angemessen, gekleidet ist, ist auch gesammelter, fühlt sich

nicht zu lässig, geht aufrecht, bewegt sich im ganzen anders, signalisiert dem Gegenüber, dass die Situation ernst genommen wird. Ein Wohlgefühl in der Kleidung überträgt sich auch auf die Gestik und Mimik eines Menschen.

Angesichts der Vielfalt auf dem Bekleidungsmarkt möchte ich sagen: „Erlaubt ist, was gefällt – und nicht billig, vulgär oder peinlich wirkt!“ Aber so weit sind wir leider noch lange nicht. Formelle Kleidung wird immer dann noch zum Muss, wenn ein Unternehmen in der Öffentlichkeit vertreten wird. Wichtige Fragen sind hierbei: Wie sieht das Firmenimage aus? Falle ich mit meinem derzeitigen Persönlichkeitsbild sehr aus dem Rahmen? Was möchte ich ausdrücken: Kompetenz, Seriosität, Kreativität? Welchen Eindruck mache ich auf andere?

Einmal abgesehen von der richtigen Farbwahl und den günstigen Proportionen, sollte der Optiker auf gute Materialien achten und seinen Kleidungsstil auf seine Position abstimmen. Der berufstätige Mensch sollte immer seinem Berufszweig und dessen Kundenkreis entsprechend gekleidet sein. Die Garderobe ist natürlich gepflegt und vollständig.

Für den Anzug gilt: Einmal tragen, lüften, einige Tage auf einem breiten Bügel „verschnaufen“ lassen. Für Schuhe: Einen Tag tragen – einen Tag auf Spannern ruhen lassen. Alles, was unter Freizeitmode fällt, gehört nicht in den Berufsalltag. Und für eine Frau gibt es wirklich keinen triftigen Grund, einen Rock zu tragen – außer sie möchte es, weil sie sich darin wohl fühlt.

Vorstellungsgespräche werden bisweilen mit einer Einladung zum Essen verbunden. Dort werden dann ganz unauffällig das gesellschaftliche Auftreten und die Umgangsformen der

Bewerber beobachtet. Dieser Test lässt sich meistern, wenn Sie nachfolgende Tipps beherzigen: Bei einer Einladung zum warmen Essen ist klar, dass mit 20 Uhr auch 20 Uhr gemeint ist. Der große VIP-Auftritt durch Zuspätkommen ist ganz out. Ein Gast verhält sich interessiert, ist amüsan, kann zuhören, betrinkt sich nicht, meidet Tabuthemen, die zum Beispiel in Streit ausarten könnten. Ein Gast sollte die drei Dont's beherzigen: Nicht unaufgefordert an einen Tisch setzen, nicht als erster zu essen beginnen, nicht als erster trinken. „Guten Appetit“ zu sagen, gilt heute bei offiziellen Essen als zu familiär – und bloß nie „Maaahlzeit!“

Während des Essens wird nicht geraucht, wenn Nichtraucher am Tisch sitzen – auch nicht zwischen den einzelnen Gängen, sondern nach dem Dessert, bei langen Essen frühestens vor dem Dessert, aber erst wenn wirklich niemand mehr isst. Und dann sollten Sie unbedingt fragen: „Stört es Sie, wenn ich rauche?“ Und nicht überrascht sein, wenn jemand „Ja“ sagt. Stehen bei privaten Einladungen keine Aschenbecher auf dem Tisch, ist Rauchen unerwünscht. Pfeifen, Zigarren und Zigarillos sollten im Restaurant und in engen Räumen generell Tabu sein.

Eine weit verbreitete Unsitte möchte ich an dieser Stelle nicht aussparen: Handys gehören nicht ins Restaurant. Und an keinen Ort, an dem Menschen ihre Ruhe haben wollen oder sich konzentrieren müssen.

Lassen Sie sich kein X für ein U vormachen – Umgangsformen ändern sich. Wenn ältere Menschen z. B. aus Gewohnheit alte Flaskeln benutzen, müssen Sie diese wirklich nicht übernehmen. Akzeptieren Sie es, machen aber auch deutlich, dass Ihr aktuelles Etikette-Know-how respektiert wird. Und bei allem Wissen bedenken Sie: Sie

werden ja nicht gleich dem Yeti begegnen. Aber wer die Geschäftswelt bereist, macht sich selbstverständlich mit den wichtigsten Regeln vertraut. Das verhindert Missverständnisse und schafft sofort ein positives (Gesprächs-)Klima. Rücksicht ist immer eine gute Basis für (Geschäfts-)Beziehungen.

Susanne Heibach-Grosser

Weitere Informationen erhalten Sie bei Takt & Stil in Schwäbisch Gmünd, www-takt-und-stil.de

**ZUR
AUTORIN**

Susanne Heibach-Grosser

erlernte von der Pike auf das Abc der Umgangsformen, denn Gastfreundlichkeit gehörte in ihrem Elternhaus zu den zentralen Lebensmaximen. 1993 gründete sie ihr Institut TAKT & STIL. In offenen und firmeninternen Seminaren vermittelt sie die aktuellen gesellschaftlichen Spielregeln. Zu ihrem Kundenkreis gehören im deutschsprachigen Raum Führungskräfte aus Privatwirtschaft und Banken. Autorin des Ratgebers „Erfolg mit Takt & Stil“, Expert-Verlag, Renningen.