



Dresscodes 2017: Alles bleibt anders – so zeigen Sie Stil

Hamburg, 31. August 2017. "Schau mal, wie sieht die denn heute aus! Das soll unsere neue Chefin sein? Einfach nur peinlich, so zum Kundenevent zu erscheinen." Egal, in welcher Branche, unter vorgehaltener Hand wird immer wieder über peinliche Auftritte und Outfits getuschelt. Angemessene Kleidung ist nach wie vor im Beruf ein Erfolgsfaktor und sollte mit entsprechender Sorgfalt ausgewählt werden.

Dresscodes von heute

Selbstverständlich gibt es branchenspezifische Dresscodes, die heute mehr oder weniger streng eingehalten werden. Zunehmend begegnet man Führungskräften, die bewusst mit den Regeln brechen. Männer verzichten auf die Krawatte zum Anzug und tragen statt hochwertiger, rahmengenähter Budapester flotte Sneakers. Bequemlichkeit geht über alles: Kleidung muss für Mann und Frau praktisch sein. Jeans, Leggings, T-Shirts, Ballerinas, Flip Flops oder kurzärmelige Hemden sind Teil der Kleidung am Arbeitsplatz geworden. Aber überlegen Sie sich immer, welche Signale Sie aussenden wollen. Denn jedes Outfit vermittelt eine Botschaft – an Kunden, Vorgesetzte und Kollegen.

Kleidungsstilwechsel im Unternehmen

Durch lässige Dresscodes wollen viele Unternehmen vor allem an potenzielle junge Bewerber vermitteln: Wir sind ein modernes, zeitgemäßes und lockeres Unternehmen. Wenn diese neu gewählten Outfits stilgerecht und dem Anlass entsprechend getragen werden, dann passt das auch. Doch sollte die nach außen getragene Lockerheit nichts mit den unveränderten Erwartungen an das Umfeld zu tun haben, dann entsteht Irritation. In den meisten Fällen wird der veränderte Dresscode im Unternehmen nicht angekündigt, sondern es ist ein schleichender Prozess. Werden z. B. mit der neuen Lockerheit im Kleidungsstil Erwartungen erzeugt, die dann gar nicht erfüllt werden? Merken die Mitarbeiter, dass die Vorgesetzten doch nicht so locker sind, wie sie sich neuerdings kleiden, dann hat sich die Unternehmenskultur nur scheinbar verändert. Das Outfit hält nicht, was es verspricht. Legen Sie im eigenen Unternehmen daher klar fest, welche Dresscodes erwünscht sind und kommunizieren Sie das auch an Mitarbeiter und Kollegen. Der Großteil ist für klare Kleidungsregeln dankbar und hält sich auch daran. Schließlich gehört das Outfit genauso zur Außenwirkung wie ein ansprechendes Corporate Design.

Die richtige Wahl

Wenn es um den passenden Kleidungsstil geht, muss immer die Branche, die Position und die eigene Persönlichkeit berücksichtigt werden. Zudem spielt der Anlass eine Rolle. Bei jedem sollte vom Tagesgeschäft über Business Lunch, Besprechung beim Kunden, Besuch einer Wirtschaftsveranstaltung, Einladung ins Theater oder Konzert bis hin zu einem Sportevent bei Kunden oder für die Freizeit etwas Passendes im Schrank sein. Zum Dresscode *Business Casual*, der heute in vielen Unternehmen Einzug hält, gehören übrigens nach wie vor keine Jeans. Ursprünglich bedeutete das schlicht: Anzug ohne Krawatte. Heute kann man sehr wohl eine Chino (= Baumwollhose mit seitlichen Einschubtaschen, keine Nieten, kein 5-Pocket-Schnitt!) in gedeckten Farben wie Blau, Grau, Schwarz und in



Etikette Trainer International

Naturtönen anziehen. Ein Sakko ist kein "Muss" und auch Polohemden in entsprechenden Farben sind bei einem lässigeren Kleidungsstil businesstauglich. Manche Kunden fühlen sich allerdings nicht wertgeschätzt, wenn ihre Gäste oder Geschäftspartner den angegebenen Dresscode nicht kennen oder nicht beachten. Auch wenn heute branchenspezifische Dresscodes nicht mehr so streng eingehalten werden, so senden Sie doch immer noch eine Botschaft mit Ihrer Kleidung. Stellen Sie sich daher die Frage: Sind Sie für die diversen Anlässe auch passend gekleidet? Sonst zweifelt man womöglich an Ihrer fachlichen Kompetenz.

Darauf sollte geachtet werden

Achten Sie beim Kauf darauf, dass sich möglichst viele Teile gut kombinieren lassen. Das gilt für Anzüge, Hosen, Sakkos, Hemden, Röcke, Kleider, Jacken, Blusen, Tops, T-Shirts sowie für Gürtel, Schuhe und Taschen. Für Frauen ist es bedingt durch mehr Möglichkeiten und Farbvielfalt oft noch schwieriger, sich dem Anlass und der Position entsprechend passend zu kleiden. In der Geschäftswelt geht es letztendlich immer darum, vom Gegenüber ernst genommen zu werden. Über eine dem Anlass entsprechende Kleidung wird Vertrauen und ein guter erster Eindruck aufgebaut. Das öffnet Türen zu neuen Aufträgen oder attraktiven Jobs. Denn nicht umsonst sagt man: „Es fällt leicht, sie zu mögen, aber schwer sie ernst zu nehmen!“

4.413 Zeichen inklusive Leerzeichen

Redaktion: Mag. Maria Th. Radinger, Guter Stil in Wirtschaft und Hotellerie, Imme Vogelsang, iv-imagetraining

ETI: Etikette Trainer International

ETI ist ein Zusammenschluss von internationalen Etikette Trainern, die gesellschaftliche Entwicklungen diskutieren, mit traditionellen Formen vergleichen und gegebenenfalls neue Standards setzen. Diese Empfehlungen werden in Seminaren, Pressegesprächen und Veröffentlichungen transportiert. Alle Mitglieder haben eine qualifizierte Ausbildung in den Bereichen Umgangsformen, Hotellerie, Gastronomie oder Protokoll und bilden sich ständig weiter. Dieses Netzwerk von Spezialisten steht für Aktualität, Kompetenz und Qualität.