|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

 |
| KleidungkommuniziertDie Macht des ersten Eindrucks |
| Seminare für Image, Outfit und Umgangsformen |

Inhaltsverzeichnis

Das Image 3

Sie wirken immer! 5

1.1 Ihr Erscheinen sendet eine Botschaft! 5

Die Wirkung der Farben 7

Kleidung als Ausdruck von Respekt und Wertschätzung 8

1.2 Investition in Ihre Kleidung 9

Stilrichtungen 10

1.3 Klassischer Businessstil 10

1.4 Klassisch-sportlich im Beruf 11

1.5 Stilvoller Freizeitschick - Smart Casual 11

1.6 Sportlich 11

1.7 Extravagant 12

Was trägt „Mann“ im Business? 13

1.8 Stillosigkeiten im Business 13

1.9 Grundgarderobe für den Mann im Business 14

1.10 Was gehört zu einer Grundgarderobe? 15

1.11 Der Einkauf 16

1.12 Der Schnitt 16

1.13 Die Farbe 17

1.14 Die Stoffqualität 17

Die Kleidersprache 18

1.15 Die kommunikative Wirkung Ihres Erscheinungsbildes 18

1.16 Overdressed – Underdressed 19

1.17 Das trägt man im Büro 19

1.18 Das Geschäftsessen 19

1.19 Das geschäftliche Abendessen 19

1.20 Das Gespräch mit Vorgesetzten 20

1.21 Hundstage 20

1.22 Messe- und Ausstellungsbesuche 20

1.23 Fortbildungsveranstaltungen 21

1.24 Vertretersitzungen 21

1.25 Betriebsversammlung 21

1.26 Auftritt als Referent oder Rednerin 22

Farbkontraste in der Kleidung 23

Die Psychologie der Farben 24

1.27 Schwarz 25

1.28 Grau 26

1.29 Rot 27

1.30 Gelb 28

1.31 Blau 29

1.32 Grün 30

1.33 Orange 31

1.34 Violett 32

1.35 Braun 33

Allgemeine Wirkung 34

1.36 Sie möchten freundlicher wirken 34

1.37 Sie möchten strenger wirken 35

# Das Image

Mit der Wahl Ihrer Garderobe drücken Sie unübersehbar Ihre geschäftliche und gesellschaftliche Position aus.

Aber nur, wenn Ihr Aussehen mit Ihrer Persönlichkeit und den Image-Botschaften Ihres Unternehmens übereinstimmen, wird es Ihnen gelingen, Ihre Mitmenschen von Ihrem Können zu überzeugen.

# Sie wirken immer!

Die Aussage: „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“ kommt nicht von ungefähr. Innerhalb von Sekunden, in denen wir jemanden kennenlernen, analysiert unser Unterbewusstsein die für uns vermeintlich wichtigsten Merkmale des Gegenübers: seine Mimik, seine Körperhaltung und natürlich seine Kleidung.

Dabei ist zunächst zweitrangig, ob die Schuhe sauber geputzt sind oder die Ärmellänge des Jacketts korrekt ist. Solche Details erkennen wir erst auf den „zweiten Blick“. Der erste Eindruck ist reine Gefühlssache!

Unbewusst ordnen wir unser Gegenüber anhand seiner Kleidung in kompetent, überlegen, andere soziale Schicht/Berufsgruppe usw. ein. Das uralte Schema „Freund oder Feind“ hat bis heute nicht an Wirkung verloren.

## Ihr Erscheinen sendet eine Botschaft!

Stilexperten weisen immer wieder darauf hin, dass man durch die Auswahl seiner Kleidung die eigene Persönlichkeit unterstreicht und seine Einstellung anderen gegenüber zum Ausdruck bringt. Damit kann jeder selbst beeinflussen, wie er von anderen wahrgenommen wird. Im Geschäftsleben haben sich Kleidervorschriften bzw. für bestimmte Berufe und Positionen entsprechende Business- und [Berufskleidung](http://www.arbeitsratgeber.com/berufskleidung_0221.html) etabliert, deren Einhaltung für eine [Karriere](http://www.arbeitsratgeber.com/karriere_0114.html) neben einwandfreiem [Benehmen](http://www.arbeitsratgeber.com/business-knigge_0054.html) unerlässlich ist.

Ihre Kleidung soll folgende Botschaft senden:

* Ich kann meinen Job.
* Ich habe genau was Sie brauchen.
* Sie können mir vertrauen.

Ihre Business-Kleidung sollte Ihrem Arbeitsumfeld angemessen sein. Nicht jeder braucht täglich einen Anzug zu tragen, aber es spricht auch nichts gegen ein elegantes und modisches Auftreten.

Es zählt: das richtige Outfit zur richtigen Zeit.

**Tipps für Ihre Business-Kleidung:**

* Businesskleidung vermittelt dem Kunden Respekt und Vertrauen.
* Nicht bei jedem Termin ist Business-Kleidung von Vorteil. Es kommt auf die Branche an.
* Die Kleidung darf nicht nachlässig wirken. Die Verarbeitung und die Stoffqualität bestimmen, ob es nachlässig oder lässig wirkt.

# Die Wirkung der Farben

Frauen wird bei der Businesskleidung mehr Farbigkeit zugestanden als ihren männlichen Kollegen. Um Stilsünden zu vermeiden, sollten Farbe und Stil gut durchdacht sein. Modische Übertreibungen sind im Berufsalltag unangemessen.

Es gilt - aus Karrieregründen - die eigene Kompetenz und Persönlichkeit durch eine angemessene Kleidung positiv zu unterstreichen.

Für die meisten Berufe im gehobenen oder mittleren Management ist der Anzug oder eine Kombination nach wie vor die erste Wahl. Neben hoher Qualität sollten die einzelnen Kleidungsstücke vielfältig miteinander kombinierbar sein.

Neutrale und einfarbige Töne eignen sich hierfür am besten. Dunklere Farben strahlen mehr Kompetenz aus und sind somit grellen und sehr femininen Tönen im Berufsleben vorzuziehen.

# **Kleidung als Ausdruck von Respekt und Wertschätzung**

Ein Geschäftstermin, ein Aufnahmegespräch oder einfach ein Treffen unter Freunden wird durch die Kleidung weit mehr beeinflusst, als dies von vielen Menschen wahrgenommen wird. Denn die Kleidung ist nicht nur Ausdruck des eigenen Wohlbefindens, sondern auch Symbol des Respekts vor Anderen.

Dabei ist durchaus Geschick und vor allem Gespür gefragt. Nicht immer ist der Anzug die richtige Wahl. Es gilt daher vor allem in der Geschäftswelt auszuloten, welchen Termin man wahrnehmen möchte oder muss und welche Kleidung, aber auch welche Farben und Formen, am besten zum Anlass passen.

**Tipps für wichtige Termine:**

* Für den Geschäftsabschluss oder für Verhandlungen vermitteln dunkle Farben mehr Kompetenz.
* Vermeiden Sie im strengen Business Erdtöne bei wichtigen Terminen. Diese können die Autorität beeinflussen.
* Mit Pastellfarben werden Sie übersehen.
* Farben sollten nicht nur zum Anlass passen, sondern auch Ihre Persönlichkeit zur Geltung bringen.

Während ein hochoffizieller Termin bei einem möglichen potenziellen Partner eine ebenso gewählte Kleidung erfordert, ist bei einem Partytreff Lockerheit gefragt. Manchmal ist es aber sehr schwierig, die richtige Wahl zu treffen, weil man über den späteren Gesprächspartner zu wenig weiß und auch deren Gepflogenheit, vor allem, wenn man zum Beispiel als Jungunternehmer seine ersten Termine abspult und man sich in der neuen Branche noch nicht so kennt.

## Investition in Ihre Kleidung

Qualität statt Quantität. Sehen Sie den Kleidungskauf als langfristige Investition. Geben Sie selten viel statt häufig wenig aus.

Investieren Sie in die Garderobe, mit der Sie Ihr Geld verdienen.

80 % berufliche Kleidung

15 % private Kleidung

 5 % festliche Kleidung

Diese Empfehlung gilt nur, wenn Sie Vollzeit arbeiten. Bei Teilzeitarbeit verändern sich die Prozentempfehlungen.

#  Stilrichtungen

Die Wahl der richtigen Stilrichtung ist nicht immer nur eine Frage der Persönlichkeit, sondern auch des Umfeldes. Ein Verkäufer sollte seinem Produkt entsprechend gekleidet sein. Die Kleidung kann und sollte die Person in ihren Aktivitäten unterstützen.

## Klassischer Businessstil

Die Materialien sind edle und feine Wollqualitäten. Die Oberfläche des Stoffes ist glatt.

* Der edle Nadelstreifanzug ist typisch klassisch.
* Der Schnitt ist elegant.
* Die Farbe ist immer dunkel.
* Der dunkelblaue, dunkelgraue oder schwarze Anzug.
* Die Hemden sind immer hell.
* Die Krawatten sind aus Seide und dezent im Muster.
* Die Schuhe sind schwarz.

## Klassisch-sportlich im Beruf

Die Materialien sind edel.

Der Schnitt kann sportlicher oder eleganter sein.

* Eine klassische Flanellhose mit einem edlen Polopullover (sportlich).
* Auch Blazer ohne Krawatte in schöner Qualität.
* Wichtig ist, dass es nicht nachlässig wirkt, sondern lässig und edel.

## Stilvoller Freizeitschick - Smart Casual

Dies heißt, gute Kleidung locker tragen.

Gute Accessoires sind der Stil im Detail.

* Naturmaterialien prägen den Freizeitstil.
* Vorsicht vor Business-Farben.
* Edles wird schlicht getragen.

## Sportlich

Hier wird der sportliche Freizeitstil getragen.

* Jeans, Polos, Karohemden, Sneakers, Turnschuhe, grobe Pullover.
* Dieser Stil hat nichts Edles an sich.

## Extravagant

Ausgefallene Formen, aber auch schlichte dekorative Elemente prägen diesen Stil.

* Sehr spitze Schuhe, eine ausgefallene Krawatte, ein modisch bedrucktes Sakko.
* Eine Hose mit wildem Muster.

Farb- und Musterkombinationen, die ein klassischer Mann niemals tragen würde. Auch eine Farbe kann extravagant sein.

Ein Stecktuch im Anzug und eine gegelte Frisur wirken extravagant im Business. Aber Vorsicht, die gegelte Frisur kann polarisieren.

# Was trägt „Mann“ im Business?

Alle Herren haben im strengen Business Anzug zu tragen. Die Krawatte ist selbstverständlich. Kombinationen nur im lockeren Business. Es werden keine kurzen Hemden unter dem Sakko getragen, ausgenommen es entspricht dem Stil Ihres Hauses. Der Hemdknopf ist selbstverständlich geschlossen. Es wird sehr viel Wert auf passende Schuhe und eine gepflegte Kleidung gelegt. Sakkogrößen, Ärmel- und Hosenlängen haben perfekt zu sein. Haare und Barthaare sind selbstverständlich ordentlich.

## Stillosigkeiten im Business

* Weiße Socken
* Witzfiguren auf der Krawatte
* Grelle Krawattenfarben und Muster
* Lederkrawatten
* Bunte, stark gemusterte Hemden
* Hemden aus Seide oder Viskose
* Sportliche Hemden aus Baumwolle, die nicht mit Krawatten getragen werden sollten, da der Kragen nicht verstärkt ist
* Schlecht gebügeltes Hemd
* Abgestoßene Hemdkragen
* Intensiv gemusterte oder bunte Anzüge/Sakkos
* Schuppen auf dunklem Sakko
* Mehr Schmuck als die Uhr und den Ehering (evtl. klassischer Ring am Ringfinger)
* Ohrring
* Hausschuhe
* Tennisschuhe, Sandalen oder Stiefel
* Ausgelatschte, abgetretene Schuhe
* Metallüberzogene Absätze
* Kurze Socken, bei denen man Ihre Waden beim Sitzen sieht
* Ungepflegte, fettige Haare
* Heraushängende Nasenhaare
* Barthaare, die den Mund nur noch erahnen lassen
* Sichtbare Piercings
* Sichtbare Tattoos
* Kurze Hosen
* Totenköpfe

## Grundgarderobe für den Mann im Business

Die Grundgarderobe muss gut aussehen und zugleich Wohlfühlgefühl vermitteln. Deshalb sollten Sorgfalt, Zeit und Geld in die Auswahl gesteckt werden. Maßstab sind gute Qualität, perfekter Sitz, harmonische Farbzusammenstellungen. Gute Anzüge kosten von EUR 350,00 an aufwärts, Hemden ab EUR 50,00 aufwärts. Das sollte im Budget drin sein. Die Kleiderinvestition rentiert sich. Denn Klassisches ist zu vielen Anlässen einfach zu kombinieren und lange tragbar. Schnelle Modewechsel gehen am Business-Look fast spurlos vorüber. Langweilig sieht er dennoch nicht aus. Nadelstreifen, Hemden, Krawatten, Einstecktücher für Herren setzen Akzente im herrschenden Blau, Grau, Braun des Anzugbildes. Frauen haben eine größere Farbfreiheit.

## Was gehört zu einer Grundgarderobe?

* Zwei Mäntel (Wollmantel und Trenchcoat, Jacken wirken zu sportlich).
* Drei Anzüge und/oder Kombinationen, eher dunkel als zu hell.
* Zehn Hemden, gern einfarbig oder dezent gemustert, nicht zu knallig.
* Zehn Krawatten, ergänzt um zwei bis drei passende Einstecktücher, wenn Sie diese tragen.
* Zwei Ledergürtel, auch diese dunkel und elegant.
* Zehn Paar Socken, farblich passend zu den Hosen, sonst zu den Schuhen.
* Drei bis fünf Paar Schuhe, schwarz oder dunkelbraun, passend zu Ihrer Kleidung.
* Eine Aktentasche in der Farbe der bevorzugten Lederfarbe wie Gürtel und Schuhe.

Ist Ihre Berufsgarderobe eher sportlich, so ist der Anzug nur für Anlässe gedacht. Für die Anzahl der Tage, die Sie arbeiten, haben Sie Kleidung im Schrank. D. h., für 5 Tage fünf verschiedene Oberteile und evtl. nur 3 bis 4 verschiedene Unterteile zum Kombinieren.

Sind Sie Anzugträger, haben Sie mind. 3 bis 5 Anzüge im Schrank. Statt des Wollmantels oder des Trenchcoats können Sie Jacken tragen, ausgenommen im strengen Business – hier gilt es, Mantel zu tragen. Es empfiehlt sich, für Anlässe einen Mantel im Schrank zu haben. Sonst gilt die oben stehende Liste. Nach oben gibt es keine Grenze.

Tragen Sie selten Krawatten, so können diese mit der Zeit unmodern werden. Erneuern Sie Krawatten hin und wieder, damit Sie hier up to date bleiben.

## Der Einkauf

Gehen Sie niemals einkaufen, wenn Sie ärgerlich, deprimiert oder hungrig sind. Es kommt zu Fehlkäufen.

Entwerfen Sie eine Einkaufsstrategie, einen Plan. Nehmen sie die Stücke mit, welche Sie ergänzen möchten, und erstellen Sie einen Finanzplan darüber, wie viel Sie ausgeben möchten.

Gehen Sie ausgeruht und nicht hungrig einkaufen. Wenn Sie erschöpft sind, brechen Sie das Einkaufen ab, um Fehlkäufe zu vermeiden.

Nehmen Sie Ihre Frau/Partnerin/Freundin mit, wenn diese Ihnen nichts einzureden versucht und Ihren Stil kennt.

Nehmen Sie sich mehr als 5 Minuten Zeit zum Einkaufen. Männer kaufen zu überstürzt.

Entscheiden Sie kritisch, was Sie kaufen und was nicht.

## Der Schnitt

* Unterstreicht er Ihre Figur?
* Passt er zu Ihrer Garderobe und fühlen Sie sich wohl darin?
* Handelt es sich beim Schnitt um einen Modegag oder ist er auch im nächsten Jahr noch aktuelle und tragbar?

## Die Farbe

* Passt sie zu Ihrer Farbharmonie?
* Harmoniert sie mit Ihrer Garderobe?
* Ist sie vielseitig kombinierbar?
* Hat das Kleidungsstück ein Farbmuster, welches schwierig zu kombinieren ist?
* Ist die Farbe schmutzempfindlich?

## Die Stoffqualität

* Ist sie vorteilhaft für Ihre Figur?
* Handelt es sich um Natur- oder Kunstfaser?
* Eignet sie sich für den geplanten Zweck?
* Knittert sie leicht?
* Wie kann sie gereinigt werden?

# Die Kleidersprache

## Die kommunikative Wirkung Ihres Erscheinungsbildes

Sie sollen sich unbedingt in Ihrer „Haut“ wohlfühlen. Das heißt, dass die Kleidung zu Ihnen, zu Ihrem Typ und zum jeweiligen Anlass passen muss. Somit entsteht eine positive Auswirkung auf Ihre gesamte Körpersprache.

Die Kleidung, die Sie tragen, soll dem Firmenimage entsprechen. Die firmeneigene Kleiderordnung soll auf jeden Fall berücksichtigt werden. Die Kleidung soll Ihrem Stand und Status in der Firma entsprechen.

Die Kleidung soll auf die Aufgabe, die Sie am jeweiligen Tag haben, zugeschnitten sein. Bei alltäglichen Gesprächsverhandlungen kann sie ruhig etwas sportlicher als bei wichtigen Geschäftsabschlüssen sein.

Ein sportlich-leger gekleideter Gesprächspartner wird es schätzen, wenn Sie ähnlich gekleidet sind, außer es entspricht nicht Ihrem Firmenimage. Ist Ihr Gegenüber dagegen formell gekleidet, sollte Ihre Kleidung dem gleichen Niveau entsprechen.

Die Kleidersprache ist eine nonverbale Sprache und soll ein stimmiges und harmonisches Bild vermitteln.

*„Wie du kommst gegangen, so wirst Du auch empfangen“.*

*(Carl Zuckmayer)*

## Overdressed – Underdressed

Overdressed und underdressed sind Bezeichnungen, mit denen man das „Zuviel“ oder das „Zuwenig“ in der Bekleidung beschreibt.

Ist Ihre Firma auf einer Messe vertreten, so ist die Jeanshose mit Turnschuhe und T-Shirt underdressed. Sollten Sie sich nicht sicher sein, was man zum gegebenen Anlass trägt, so erkundigen Sie sich.

Buchempfehlung: „Immer richtig angezogen“.

Der Mode-Knigge für Sie und Ihn von Herbert L. Piedboeuf

## Das trägt man im Büro

Für den Büroalltag eignet sich fast jede Kleidung, wenn man die festliche Kleidung und die ausgesprochene Sportkleidung am anderen Ende der Skala ausschließt. Der Stil Ihrer Bürokleidung richtet sich nach dem Stil Ihres Unternehmens.

## Das Geschäftsessen

Für die Dame empfiehlt sich ein dezentes Kostüm oder Hosenanzug mit einer hochwertigen Bluse oder Shirt. Für den Herrn ist der Anzug gefragt.

## Das geschäftliche Abendessen

Es wird das dunkle Kostüm oder der dunkle Hosenanzug empfohlen. Vermeiden Sie zu modische Details.

## Das Gespräch mit Vorgesetzten

Sie sollen das tragen, was auch sonst betriebsüblich wünschenswert ist. Die Kleidung sollte auf jeden Fall einen gebügelten und korrekten Eindruck machen.

## Hundstage

An heißen und schwülen Sommertagen ist auch im Büro eine leichte Kleidung zu empfehlen. Nur wenige Arbeitgeber verlangen bei extremer Hitze Sakko. Bei einem Kundentermin tragen Sie sehr wohl ein Sakko.

Für die Dame empfiehlt sich sommerliche Kleidung, die nicht zu viel Haut zeigt.

## Messe- und Ausstellungsbesuche

Im weitesten Sinne wird Business-Kleidung erwartet und getragen. Je nach Branche sind die Anforderungen etwas strenger oder lockerer. Tragen Sie gutes und bequemes Schuhwerk. Für die Dame eignet sich ein bequemes Kostüm oder ein Hosenanzug.

Viele Firmen legen Wert auf eine einheitliche Kleidung Ihrer Mitarbeiter. Insbesondere Großfirmen lassen eine einheitliche Kleidung, so etwas wie eine „zivile Uniform“, entwerfen, die sie als Teil ihres äußeren Erscheinungsbildes und der Corporate Identity betrachten.

Ist keine einheitliche Kleidung vorhanden, so lohnt es sich, das Messe- oder Kongressteam bezüglich der Kleiderordnung anzusprechen.

## Fortbildungsveranstaltungen

Durch Ihre Kleidung wird Ihre Firma der Tagungsöffentlichkeit präsentiert. Sie sind nicht als Privatperson anwesend, sondern als Mitarbeiter eines weithin bekannten Unternehmens.
Eine zurückhaltende Bürokleidung ist in dieser Situation die richtige Kleidung.

## Vertretersitzungen

Der Kleidungsstil soll in etwa dem entsprechen, was in der jeweiligen Branche bei Kundenbesuchen getragen wird. So können die Vertriebs- und Firmenleiter einen Eindruck davon gewinnen, wie sich ihre Repräsentanten nach außen darstellen.

Wer unsicher ist, sollte ruhig den Vorgesetzten einmal nach der firmeneigenen Auffassung zum Kleiderstil fragen.

## Betriebsversammlung

Die Betriebsversammlung besucht man im Allgemeinen in der normal entsprechenden Bürokleidung.

## Auftritt als Referent oder Rednerin

Die Zurückhaltung bestimmt die Kleidung. Je kleiner das Publikum, desto zurückhaltender sollte der Stil und die Farbe Ihrer Kleidung sein.

Der Auftritt vor einem großen Publikum erfordert mehr Farbe, um gesehen zu werden. Sie werden durch einfarbige Kleidung und feine Stoffe mehr auffallen als durch große Muster, die zu sehr von Ihrem Gesicht ablenken.

*„Understatement ist die Zierde der Erfolgreichen“.*

# Farbkontraste in der Kleidung

Untersuchungen haben gezeigt, dass große Farbkontraste in der Kombination kompetenter wirken, als die Kombination von ähnlichen Farbnuancen. Ein dunkler Anzug mit hellem Hemd wirkt überzeugender als ein hellgrauer Anzug mit weißem Hemd. Kontrastarmut wirkt - im wahrsten Sinne des Wortes - eintönig und farblos. Man wirkt inkompetenter. Man besticht durch keine Auffälligkeiten und wird als unbedeutend eingestuft.

* **Hoher Farbkontrast**

Schwarz-Weiß ist der höchste Farbkontrast. Wirkt streng und sagt aus: Ich habe meinen Standpunkt und den vertrete ich. Wird im strengen Business getragen.

* **Mittlerer Farbkontrast**

Mittelgrau mit Hellblau ist ein mittlerer Farbkontrast. Wirkt verbindend und teamorientiert. Man wirkt weniger streng und sagt aus: Ich lasse mich ein auf Dich und Deine Meinung.

* **Wenig Farbkontrast**

Nur Weiß, nur Schwarz, nur Beige. Wirkt farblos auf den Betrachter. Ist im Geschäftsleben nicht zu empfehlen. Im kreativen Business sehr wohl möglich. Kann ein Statement sein.

# Die Psychologie der Farben

Mit Farben können wir unser Wohlbefinden steigern, Emotionen beeinflussen, unser Aussehen verbessern, unser Image verstärken oder Aufmerksamkeit erregen.

Durch die Wahl unserer Kleidung können wir auf 3 Ebenen mit Farben wirken:

**Die sinnlich-optische Ebene**

Farben beeinflussen Emotionen; so können wir unser Wohlbefinden steigern, in dem wir bewusst emotionale Zustände verstärken oder ausgleichen und bei unseren Mitmenschen Emotionen auslösen.

**Die psychische Ebene**

Als Ausdruck unserer Gefühlslage; um unsere Persönlichkeit zu unterstreichen und Individualität zum Ausdruck zu bringen.

**Die intellektuell-symbolische Ebene**

Um gezielt bestimmte Zwecke zu erreichen, zB unser Image zu verstärken oder unser Aussehen zu verbessern.

Diese Wirkungsebenen können Sie gezielt einsetzen, um bestimmte Wirkungen bei sich selbst und anderen zu erzielen. Entdecken Sie Ihre Farben, und spielen Sie mit Ihnen. Ob im Alltag, Berufsleben oder in der Freizeit. Wenn Sie im Beruf strenge Kleidungsvorgaben haben, wählen sie einfach bunte Unterkleidung wie Wäsche oder Strümpfe.

## Schwarz

Positive Assoziation:

Eindrucksvoll, dramatisch, dominant, feierlich

Negative Assoziation:

Trauer, Verlust, Hoffnungslosigkeit, Eitelkeit

Zu tragen …

Bei eleganten Anlässen.

Wenn Sie sich Distanz verschaffen wollen.

Zu vermeiden …

Bei wichtigen Terminen, wenn Nähe erforderlich ist.

Wenn man im Hintergrund stehen möchte.

Die Farbe Schwarz ist …

Die Farbe der Macht, der Gewalt und des Todes.

Die Lieblingsfarbe der Designer und der Jugend.

Die Farbe der Negation und der Eleganz.

**Farbempfehlungen:**

In Schwarz mit Weiß wirken sie sehr festlich und distanziert. Nur in Schwarz gekleidet wirken Sie unnahbar!

## Grau

Positive Assoziation:

Neutral, vorsichtig, diskret, kompromissbereit

Negative Assoziation:

Die graue Maus, die Farbe des Alten, kann altmodisch wirken

Zu tragen …

Wenn Sie unauffällig bleiben wollen.

Gemischt mit verschiedenen Grautönen, kann Grau sehr interessant wirken.

Zu vermeiden …

Bei wichtigen Terminen, wenn Sie Kompetenz ausstrahlen möchten.

Wenn Sie beachtet werden wollen.

Die Farbe Grau ist …

Die Farbe der Langeweile und des Altmodischen.

**Farbempfehlungen:**

Je dunkler das Grau, ins Anthrazit gehend, umso mehr Autorität strahlen Sie aus. Grau wirkt in Kaschmir edel und in Polyester billig.

## Rot

Positive Assoziation:

Aktiv, dynamisch, aufregend

Negative Assoziation:

Aggressiv, dominant, stressig

Zu tragen …

Wenn Sie erkannt oder im Mittelpunkt stehen möchten.

Wenn Sie einen Energiestoß benötigen.

Zu vermeiden …

Wenn Sie sehr gestresst sind.

Wenn Sie nicht bereit sind, die eigene Person zu verteidigen.

Die Farbe Rot ist …

Die Farbe aller Leidenschaften – von der Liebe bis zum Hass.

Die Farbe der Könige und des Kommunismus.

Die Farbe der Freude und der Gefahr.

**Farbempfehlungen:**

Je mehr das Rot zu Braun tendiert, umso beruhigender wird der Farbton.

## Gelb

Positive Assoziation:

Heiter, optimistisch, ungehemmt

Negative Assoziation:

Impulsiv, launisch

Zu tragen …

Wenn ein hoher Intellekt gefragt wird.

Wenn Sie sich aufheitern möchten.

Zu vermeiden ...

Wenn Sie ein seriöses und vertrauensvolles Image vermitteln möchten.

Die Farbe Gelb ist …

Steht für Optimismus, Geiz und Eifersucht.

Die Farbe des Vergnügens.

**Farbempfehlungen:**

Kräftiges Zitronengelb ist keine sozial akzeptierte Farbe in der Kleidung im Business.

## Blau

Positive Assoziation:

Ruhig, entspannend, beruhigend

Negative Assoziation:

Monoton, kalt, vorhersehbar

Zu tragen …

Wenn Sie sich frisch und entspannt fühlen möchten.

Wenn Sie Autorität vermitteln möchten.

Zu vermeiden …

Wenn Sie einen Energiestoß benötigen.

Wenn Sie nicht lehrerhaft wirken möchten.

Die Farbe Blau ist …

Die Lieblingsfarbe von vielen.

Die Farbe der Sympathie, der Harmonie und der Treue.

Trotzdem kalt und fern.

Die weibliche Farbe und die Farbe der Tugenden.

**Farbempfehlungen:**

Blaue Kleidung wirkt vornehm, elegant und unaufdringlich. Blau löst ein Gefühl von Ruhe, Geborgenheit und Harmonie aus und vermittelt Entspannung.

## Grün

Positive Assoziation:

Selbstsicher, vertrauensvoll, mutig, konstant

Negative Assoziation:

Konservativ, langweilig

Zu tragen …

Wenn Sie Entscheidungen zu treffen haben.

Wenn Sie sich von Stress befreien möchten.

Zu vermeiden …

Wenn Sie Dynamik und Veränderungsbereitschaft zeigen möchten

Die Farbe Grün ist ...

Die Farbe der Fruchtbarkeit und der Hoffnung.

Ein heiliges Grün und Giftgrün.

Die Farbe der Mitte.

**Farbempfehlungen:**

Grün ist die Farbe der ländlichen Kultur. Im Business nicht wirklich modern.

## Orange

Positive Assoziation:

Heiter, lebhaft, optimistisch

Negative Assoziation:

Oberflächlich, kapriziös, unverschämt

Zu tragen …

Wenn Sie Mut zeigen möchten.

Wenn Sie auch im Dunkeln sichtbar sein möchten.

Zu vermeiden ...

Im Beruf als Kostüm oder Hosenanzug.

Bei eleganten Anlässen.

Die Farbe Orange ist …

Die Farbe des Vergnügens und des Buddhismus.

Exotisch und aufdringlich, trotzdem unterschätzt.

**Farbempfehlungen:**

Orange ist keine Businessfarbe. Gedämpft in Kombination gut zu tragen.

## Violett

Positive Assoziation:

Individuell, interessant, sensibel

Negative Assoziation:

Düster, eingebildet, zerstreut

Zu tragen …

Wenn Sie extravagant erscheinen möchten.

Wenn Sie auffallen möchten.

Zu vermeiden …

Wenn Sie sich für Teamarbeit bewerben möchten.

Im Business.

Die Farbe Violett ist …

Vom Purpur der Macht zur Farbe der Theologie.

Farbe der Magie und des Feminismus.

**Farbempfehlungen:**

Violett ist keine Businessfarbe. Violett erscheint sehr gewagt. Violett ist zeitabhängig, total out, wenn sie wieder mal kurz in war.

## Braun

Positive Assoziation:

Gemütlich, bodenständig, unauffällig, stabil, sicher

Negative Assoziation:

Farbe der Askese

Zu tragen …

Wenn Sie gemütlich erscheinen möchten.

Wenn Sie Stabilität vermitteln möchten.

Zu vermeiden …

Im strengen Business.

Wenn Sie Kompetenz benötigen.

Die Farbe braun ist …

Die Farbe der Gemütlichkeit.

Die Farbe des Altmodischen.

Die Farbe an sich ist eher verachtet.

In der Mode sehr trendy.

**Farbempfehlungen:**

Braun ist keine edle Farbe und ist keine Abendfarbe.

# Allgemeine Wirkung

Die optische Wirkung Ihrer Kleidung können Sie mit Farben und Stoffen beeinflussen. Sie können ein Gleichgewicht schaffen oder das Gegenteil erreichen.

## Sie möchten freundlicher wirken

Wenn Sie streng aussehen und eine starke Präsenz aufweisen, Sie jedoch ansprechender und freundlicher wirken möchten, dann beachten Sie folgende Punkte:

* Weiche Stoffe wirken ansprechender als feste Stoffe.
* Niederer bis mittlerer Farbkontrast (Mittelgrau - Hellblau) ist freundlicher als hoher Farbkontrast (Schwarz - Weiß).
* Verschwommene Muster wirken weicher als klare Muster.
* Farben von mittlerer oder heller Wertigkeit wirken freundlicher als dunkle Farben (nur bei heller Haut).
* Farben von mittlerer bis dunkler Wertigkeit wirken freundlicher als helle Farben (nur bei dunkler Haut).
* Mit Grau oder Braun gemischte Farben, die eine ruhige Ausstrahlung besitzen, dämpfen die Wirkung Ihrer Kraft.

## Sie möchten strenger wirken

Wenn Ihre optische Wirkung eher freundlich und zugänglich wirkt, Sie sich jedoch kraftvoller und präsenter präsentieren möchten, dann beachten Sie folgende Punkte:

* Feste Stoffe sind kraftvoller und aussagekräftiger als weiche Stoffe.
* Kombinationen auf einer hohen Farbkontrastebene sind kraftvoller (haben mehr Autorität) und wirkungsvoller als auf einer niedrigen bis mittleren Farbkontrastebene.
* Strenge/klar dargestellte Muster sind kraftvoller als verschwommene Muster.
* Dunkle Farben sind formeller als helle (bei heller Haut).
* Helle Farben sind formeller als dunkle Farben (bei dunkler Haut).
* Pure oder klare Farben haben eine Wirkung von Strenge und Power.

**Zum Schluss: 5 Tricks für ein unkompliziertes Business-Outfit**

Wer lange in seinem Job ist, weiß welche Kleidung in welcher Situationen angebracht ist. Um am Anfang Stress zu vermeiden, zeigen wir Ihnen die wichtigsten Regeln für eine unmkomplizierte Businessmode

Was zeihe ich für den heutigen Arbeitstag an?

Business-Kleidung ist schon eine Philosophie an sich und teils gestaltet sich die richtige Wahl als anstrengend und zeitraubend, vor allem, wenn es morgens schnell gehen muss. Je nach Branche, Jobposition oder Firma sind die unterschiedlichsten Regeln zu befolgen, damit man ja keinen modischen Fauxpas begeht. Zusätzlich sollte man sich im Idealfall auch noch wohl fühlen, selbstbewusst auftreten können und es den gesamten Arbeitstag in dem gewählten Outfit aushalten. Um diese Herausforderung etwas einfacher zu gestalten, haben wir 5 Tricks für ein unkompliziertes Business-Outfit für Sie.

**#1 Passen Sie sich dem Unternehmen an**

Jedes Unternehmen hat einen gewissen Dresscode, ob dieser nun offiziell festgelegt ist oder eine Art stille Übereinkunft. Diesem sollten Sie sich in jedem Fall anpassen und unterordnen, um nicht negativ aufzufallen und Ihr Unternehmen auch nach außen professionell repräsentieren zu können. Gerade wenn Sie einen neuen Job anfangen, sollten Sie versuchen ein Gefühl dafür zu entwickeln, was geht und was nicht. Im Zweifel können Sie sich vorher am Online-Auftritt der Firma oder an den Kollegen orientieren, bis Sie selber den Dreh raus haben.

**#2 Kreieren Sie sich eine Arbeitsuniform**

Menschen, die bei der Arbeit Uniform tragen müssen, haben vor allem eins: keine Wahl. Was im ersten Moment vielleicht negativ klingt, ist eigentlich ein sehr hilfreicher Ansatz, um Zeit und Nerven zu sparen. Denn die tägliche Entscheidung, welches Outfit es nun sein soll, ist ein zusätzlicher Stressfaktor. Eine New Yorkerin machte vor einiger Zeit damit Schlagzeilen, dass sie sich selber eine Arbeitsuniform kreierte und nun jeden Tag dasselbe im Büro trug. Ganz so radikal muss es vielleicht nicht gleich sein, aber wenn Sie einmal eine Zusammenstellung gefunden haben, die Ihnen gefällt, halten Sie sich an diese. Je einfacher, desto stressfreier.

**#3 Kombination ist der Schlüssel: die Capsule Wardrobe**

Unter einer ‚Capsule Wardrobe‘ versteht man einen Kleiderschrank, der aus wenigen essentiellen Teilen besteht, die vielfältig miteinander kombinierbar sind. Mit minimalem Aufwand kann man hier einen maximalen Output kreieren. Auch wenn Sie von dieser Idee privat nicht so begeistert sind, kann es für die Business-Garderobe enorm helfen. Sie haben dann für jeden Saison eine limitierte Anzahl an Kleidungsstücken, die alle zusammenpassen, angemessen sind und durchweg Ihrem Geschmack entsprechen. Accessoires bringen dann die nötige Abwechslung. Es hilft zusätzlich, die Business-Kleidung getrennt von Ihrer privaten Kleidung aufzubewahren.

**#4 Es darf ruhig bequem sein**

Ein weit verbreiteter Mythos ist, dass Business-Mode unbequem ist, wenn doch genau das Gegenteil der Fall sein sollte. Schließlich verbringen Sie die meiste Zeit in diesen Klamotten, und wenn Sie acht Stunden am Schreibtisch sitzen, sollte die Hose nicht drücken. Genauso wenig sollte während einer wichtigen Präsentation der Rock hochrutschen. Ihr Business-Outfit darf bequem sein, es muss sogar, damit Sie sich wohl fühlen. Setzen Sie daher auf angenehme Materialien, Schnitte, die Sie nicht einengen, und steigen im Sommer auf luftigere Kleidung um. Langfristig schadet es nicht, in einen maßgeschneiderten Anzug oder ein Kostüm zu investieren, das zu hundert Prozent ihrem Geschmack und Körper entspricht.

**#5 Weniger ist mehr**

Eine allgemeingültige Regel zum Thema ‚Business-Outfit‘ ist und bleibt: Weniger ist mehr. Wilde Muster, auffällige Farben oder zu experimenteller Schmuck kann vom Wesentlichen, nämlich Ihrer Qualität im Job, ablenken. Natürlich darf Ihre Kleidung ruhig Ihre Persönlichkeit unterstreichen und soll Ihnen entsprechen, dennoch gehören Fashion-Experimente eher in die Freizeit. Egal, ob es in Ihrem Beruf der Anzug oder das Kostüm sein muss oder die Jeans sein darf: Geradlinig, klassisch und schlicht ist nie verkehrt.