

Das richtige Outfit

Mit Kleidung zum Erfolg

Von Robert Heller [Stand: 01/2012]

Erfolg im Job hängt auch vom richtigen Outfit ab, da sind sich Psychologen, Imageberater und Personalchefs einig. Bei der Auswahl der Kleidung können Bewerber viel falsch machen. WISO sagt, mit welchen Tricks man auf der Karriereleiter richtig durchstarten kann. Und welche Rolle dabei der Preis spielt.

Kleider machen Leute

Der erste Eindruck zählt. Gerade bei einem Vorstellungsgespräch. Doch die wenigsten wissen, was genau den ersten Eindruck prägt. Ist es das erste Gespräch oder schon die Begrüßung? Der Händedruck, das Lächeln oder alles zusammen? Es ist vor allem das Aussehen und die Kleidung, sagt der amerikanische Kommunikationspsychologe Albert Mehrabian. Er hat herausgefunden, dass der erste Eindruck zu 55 Prozent durch nonverbale Signale bestimmt wird. Auf Platz zwei stehen der Klang der Stimme und die Sprache mit 38 Prozent - der Inhalt des Gesagten ist nur zu 7 Prozent entscheidend.

Fakten, die Personalchefs und Imageberater in Deutschland kaum überraschen. Längst geht es auch in den Coachings von Auftrittstrainern wie Birgit Jakobowsky verstärkt darum, Tipps für das richtige Outfit zu geben. „Kleidung ist Kommunikation. Kleidung setzt psychologische Wirkung, und ich kann ganz gezielt Erwartungen wecken“, ist das Credo der Sozialpsychologin. Seit 15 Jahren berät Jakobowsky Berufseinsteiger und -aufsteiger, gibt deutschlandweit Seminare bei namhaften Firmen. Die einfache Karriereformel: Wer seine Fähigkeiten durch die richtige Kleidung unterstreicht, hat größere Erfolgchancen im Beruf.

Am Anfang steht die Analyse

„Ich unterscheide auf drei Ebenen“, erklärt Birgit Jakobowsky ihre Herangehensweise. „Punkt eins: Wohin bewirbt sich jemand?“ Hier spielen Firmenkultur und die Rahmenbedingungen der Branche eine Rolle. Bei Fondsgesellschaften oder einer Rechtsanwaltskanzlei handelt es sich meist um eine hochwertige Firmenpräsentation. Bei Wohnungsgenossenschaften, in der Politik oder in einer Beratungsgesellschaft kommt es auf Partnerschaftlichkeit und Kooperation an, in Werbeagenturen auf Kreativität und ein Gespür für Trends. Diese Merkmale sollte der Bewerber auch über die Kleidung transportieren.

Im zweiten Schritt geht es um die zukünftige Funktion und Aufgabe des Bewerbers im Unternehmen. Wichtig ist hier die Unterscheidung von eher introvertierten und eher extrovertierten Berufsmerkmalen. Wird man zum Beispiel als Programmierer oder Analyst eingesetzt, gehört es zu den Aufgaben, zu planen, Strategien zu entwickeln und zu koordinieren. Diese Fähigkeiten sollten man mithilfe der Kleidung unterstreichen. Vertriebler, Kundenberater und kreative Köpfe in Werbeagenturen müssen über die Kleidung zum Beispiel Überzeugungskraft und Organisationstalent ausstrahlen. Bei jedem Job sind intro- und extrovertierte Anteile unterschiedlich stark vertreten.

In einem dritten Schritt schaut sich die Imageberaterin an, welche Persönlichkeit vor ihr sitzt. „Gemeinsam mit dem Bewerber stelle ich individuelle Stärken und Schwächen, Pluspunkte und Potentiale heraus und erarbeite die Wirkungsmittel, die zur Verbesserung des eigenen Auftritts beitragen“, erklärt Jakobowsky. Dabei spielen auch Ausstrahlung, Körpergesten, Alter, Typ, Sitz- und Stehpositionen eine Rolle. „Das Ziel ist, dass hinterher das gesamte Auftreten konsequent stimmig ist.“ Also ein Bewerber aus einem Guss, an dem nichts das Gefühl vermittelt, er wäre für die angestrebte Aufgabe nicht geeignet.

Keine Qual der Wahl

So individuell der Bewerber und die Jobs sind, auf die er sich bewirbt, so unterschiedlich können auch die Outfits ausfallen. Jakobowsky erklärt die grobe Marschrichtung bei Männern anhand konkreter Beispiele. Der 27-jährige Jan bewirbt sich auf einen Job als Programmierer - eine eher introvertierte Tätigkeit, passend zum ruhigen, unauffälligen Informatikstudenten. „Bei Jan würde ich die Kleidung Ton in Ton halten. Grau und Blau stehen für Kompetenz. Gürtel und Schuhe sollten unauffällig schwarz sein.“ Das gesamte Outfit wirke dann sehr reduziert, minimalistisch. „Nicht so aufdringlich, nicht so stark dominiert. Ich würde das Ganze ergänzen mit einer Krawatte, die Struktur und Geradlinigkeit demonstriert, im Sinne von: Ordnungsprinzipien, da ist wirklich Konzept dahinter. Das verdeutlichen zum Beispiel Streifen auf der Krawatte.“

Auch die Wahl der Schuhsohle ist entscheidend. Zu einem introvertierten Auftreten passen geräuschlose Schuhe mit Krepp- oder Gummisohle. Eine Brille ohne Rahmen wirkt intelligent. Und in puncto Frisur vermitteln Scheitel, liegende Haare oder Ponyfrisur: Ich bin der Richtige für einen eher introvertierten Job.

Auffallen um jeden Preis

Der 26-jährige Cornelius möchte gern als Kundenberater arbeiten - ein extrovertierter Job, bei dem es auf ein selbstbewusstes Auftreten ankommt. Auch hier hat Birgit Jakobowsky ein passendes Outfit parat: „Ich würde mich für ein weißes Hemd und einen schwarzen Anzug entscheiden. Zusätzlich braune Schuhe, brauner Gürtel und eine rote Krawatte.“



Es gehe darum, Kontraste zu erzeugen. „Die optische, psychologische Wirkung der Kontraste: Man dehnt sich aus, also es entsteht der Eindruck von Raum einnehmen. Und das ist das Ziel. Er soll in seinem Job ja selbstbewusst und überzeugend rüberkommen. Mit der Wirkung von Macht, Kraft, Führungstendenz.“

Zu extrovertierter Kleidung passen klackernde Schuhe mit Ledersohle, denn die fallen auch den Ohren auf. Die Brille darf gern einen auffallenden, farbigen Rahmen haben – runde Rahmen symbolisieren zudem Kontaktfreudigkeit. Abgerundet wird das extrovertierte Outfit durch eine freie Stirn, zum Beispiel durch aufgestellte Haare.

Übrigens gilt laut Jakobowsky noch ein weiterer Grundsatz bei der Anzugwahl: „Je dunkler der Anzug, desto höher die Position!“ Das gilt sowohl für Bewerber als auch für Chefs. Dunkle Anzüge vermitteln Karriereabsichten, Power, Motivation und Vorbildfunktion, wirken zudem energiegeladen.

Vorteil für Frauen

Männer können also viel falsch machen, Frauen haben dagegen mehr Freiheit in der Gestaltung. Der simple Grund: Bei Frauen gibt es mehr Trends. Auch der Typ spielt eine größere Rolle. So muss bei Männern der Businessschuh ein Schnürschuh sein, bei Frauen waren es bis vor einigen Jahren die Pumps. „Inzwischen ist der Markt an Stiefeln explodiert. Und die Frau kann zu ihrem Businessoutfit Stiefel verschiedener Arten mit verschiedenen hohen Absätzen tragen“, sagt Birgit Jakobowsky.

Einige Grundsatzregeln gelten aber auch für Frauen. High Heels oder Overknees sorgen auf der Karriereleiter eher für einen Absturz - zu sexy. Allgemein gilt: Das perfekte Businessoutfit leitet sich vom männlichen Dresscode ab. Wie beim Mann ist ein doppelter Kragen Pflicht. „Der doppelte Kragen symbolisiert Schulter-Brust-Präsenz, das ist ein Zeichen für Behauptung und Durchsetzungskraft“, erklärt Jakobowsky. „Das ist eine Art Statuszone, hier werden ja zum Beispiel auch Orden angeheftet. In den 80er-Jahren versuchte die Frau mit unterwattierten Schulterpolstern Durchsetzungskraft zu symbolisieren.“ Auch beim doppelten Kragen haben Frauen mehr Spielraum als Männer: Rund-, Spitz- oder Stehkragen sind möglich.

Es darf auch farbig sein

Für das perfekte Businessoutfit haben Frauen zwei Möglichkeiten: Entweder eine Komposition aus Kostümjacke und Bluse, die sie dann je nach Beruf und Position sogar locker mit einer Jeans kombinieren können. Oder das Pendant zum Herren-Dreiteiler: Top, Kostümjacke und passende Hose aus einem Stoff – das ist aber meist sehr exklusiv und teuer.

Bei einem introvertierten Job passen zu Frauen wie zu Männern eher gedeckte Farbtöne, leise Absätze, anliegende Haare oder ein Pferdeschwanz. Zu einer extrovertierten Tätigkeit gehören zum Beispiel laute Schuhsohlen oder wallende, offene Haare.

Im Gegensatz zu Männern dürfen Frauen großflächiger mit intensiven Farben arbeiten: An einem Kostüm in Rot, Gelb oder Orange stößt sich niemand, an großen farbigen Tüchern auch nicht. Muster auf der Kleidung bieten Frauen ebenfalls mehr Möglichkeiten. „Plurale, verspielte Muster mit starken Schwingungen, die lieblich, weich und rund sind – zum Beispiel alles Blumige, Schnörkel, Rüschen – stehen stark für Kreativität und Innovation“, beschreibt Jakobowsky. Pünktchen und Kreise passten zu lustigen und kommunikativen Frauen, stünden für Kontaktfreude und Entertainment. Nadelstreifen verkörpern Kompetenz, Strategie und seien somit für logisch-kausale Frauen geeignet. „Wählt die Frau ein Outfit komplett ohne Muster, handelt es sich aus psychologischer Sicht um eine freie Projektionsfläche“, erklärt Birgit Jakobowsky. „Das hat zur Folge, dass der Blick des Gegenübers als Nächstes ins Gesicht wandert. Das Gehirn sucht nämlich nach einem markanten Anker. Der Betrachter muss nun genauer hinschauen, wie tickt die Person denn jetzt eigentlich.“

Erfolg trotz kleinem Geldbeutel

Stellt sich am Ende noch die Frage nach dem Preis. Ist ein erfolversprechendes Outfit überhaupt bezahlbar? Imageberaterin Birgit Jakobowsky hat dazu eine klare Meinung – es muss nicht immer die edelste und teuerste Kleidung sein: „Der Laie sieht kaum, ob es sich um hochwertige oder weniger hochwertige Kleidung handelt. Entscheidend ist, dass die psychologische Wirkung stimmt. Sonst würden Studenten und Azubis mit kleinem Geldbeutel ja nie einen Job bekommen.“

Entscheidet man sich gegen renommierte Labels wie Boss oder Dolce&Gabbana und stattet sich mit günstigen Anzügen, Hemden und Kostümen von H&M oder C&A aus, spart man mehrere Hundert Euro – und erzielt meist dieselbe Wirkung. Ausnahmen bestätigen natürlich auch hier die Regel: Bei der Bewerbung für eine höhere Position oder bei einer Firma, die Wert auf ein hochwertiges Auftreten legt, schaut der Personalchef sehr wahrscheinlich genau hin. Deswegen sind hier exklusive und teure Labelware, hochwertige Schuhe oder feine Seidenkrawatten Pflicht.