



### **Die neue Lockerheit**

Hamburg, 13. Oktober 2018. Erleben wir gerade den Beginn eines Kulturwandels? Was Internet-Pioniere aus dem Silicon Valley vorgemacht haben, scheint inzwischen auch in der eher konservativen deutschen Wirtschaft anzukommen. Eine neue Lässigkeit hält Einzug in die Unternehmen.

Die deutsche Arbeitswelt macht sich locker, Vorstände bieten Mitarbeitern das „Du“ an, Digitalisierung wirft gelernte Kleiderordnungen über den Haufen, der Krawattenzwang fällt – sogar von der Casualisierung des textilen Zeitgeistes ist die Rede. Wer diese Headlines in den Wirtschaftsmedien der letzten Monate liest, gewinnt den Eindruck, Hierarchien spielen im Job quasi keine Rolle mehr – und jeder kann anziehen, was er möchte.

Eine spannende Frage ist allerdings, wie sich die generelle Lässigkeit auf die Produktivität auswirkt, vor allem, wenn aus lässig allmählich nachlässig wird. Kleidung drückt ja auch Respekt aus – gegenüber dem jeweiligen Anlass und gegenüber uns selbst. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass betont lässige Kleidung etwas mit uns macht: Viele verlieren darin ihre Haltung – auch die zu ihrer Arbeit. Das war übrigens ein Grund dafür, dass der „Casual Friday“ in den USA in vielen Unternehmen wieder abgeschafft wurde.

Vieles hängt bekanntlich vom ersten Eindruck ab. Der Moment, in dem Sie jemand das erste Mal sieht, ist ausschlaggebend für sein Urteil über Sie. In einem Zeitfenster von 100 Millisekunden wird jeder vom anderen in eine Schublade gesteckt. Die Einordnung kann komplett verkehrt sein, aber es ist nachgewiesenermaßen sehr schwer, dort wieder herauszukommen. Wie viele Chancen bekommen wir denn im Geschäftsleben? Für ein Bewerbungsgespräch, ein Verkaufsgespräch, für eine Wettbewerbspräsentation beim Kunden? Wie oft dürfen wir wiederkommen, wenn der erste Eindruck schlecht war? In der Regel gar nicht.

Darum ist es wichtig, dass Sie Ihren ersten Eindruck bewusst und bestmöglich steuern. Sie haben es selbst in der Hand, wie Sie wahrgenommen werden. Wesentlich für diesen ersten Eindruck sind Attraktivität, Kleidung und Körpersprache. Vor allem die beiden letzten Faktoren können Sie selber beeinflussen. Dabei geht es zurzeit oft um Fragen zur neuen Lässigkeit, Duzen und Siezen sowie um die neuen Dresscodes. Die lassen sich allerdings nicht einfach pauschal für alle gleichermaßen beantworten. Erst recht nicht, weil jede Firma und jeder Mitarbeiter unter der neuen Lässigkeit etwas komplett Unterschiedliches versteht. Sie geht einher mit einer allgemeinen Verunsicherung. Früher wusste jeder, was Business-Kleidung bedeutet: dunkler Anzug und Krawatte für den Mann, dunkles Kostüm oder dunkler Anzug für die Frau. Heute gibt es so viele Variationsmöglichkeiten und Stile, Individualismus wird großgeschrieben, jeder will „authentisch“ sein und dem Zeitgeist entsprechend locker. Aber nicht jeder ist locker, insofern wirkt auch nicht jeder mit der neuen Lässigkeit authentisch. Hier gilt es also, für jedes Unternehmen individuell und situationsgerecht Richtlinien zu erarbeiten, mit denen sich sowohl Mitarbeiter als auch Führungskräfte wohl



## Etikette Trainer International

fühlen – und die zugleich den Geschäftserfolg unterstützen.

Die Wirkung von Farben spielt dabei eine ganz entscheidende Rolle. Egal, was gerade „in“ ist und ob uns das gefällt oder nicht: Dunkelblau, Anthrazit sowie Schwarz sind immer noch die Farben, die die höchste Autorität – und damit auch die höchste Kompetenz – ausstrahlen. Menschen bringen ihnen den größten Respekt und das meiste Vertrauen entgegen. Das gilt für den klassischen Anzug genauso wie für die Lederjacke, die Chino oder die Jeans. Entscheidend ist doch: In welcher Branche bewegen Sie sich, mit welchen Hierarchiestufen arbeiten Sie zusammen, mit welchen Zielgruppen kommunizieren Sie, in welchem Kulturkreis leben Sie – aber vor allem: Welche Wirkung wollen Sie persönlich in einer bestimmten Situation erzielen?

Gesellschaftliche Verhaltensweisen verlaufen ja immer wellenförmig: Auf die Maßlosigkeit des Adels und der Ständegesellschaft folgte im 18. Jahrhundert die Französische Revolution; auf die streng reglementierte, traditionelle Gesellschaft mit der Familie als tragender Säule nach dem zweiten Weltkrieg folgten die 70er Jahre mit der antiautoritären Erziehung, freier Liebe und Kommunen als Lebensformen. Nach dem Platzen der Dotcom-Blase im Jahr 2000 und der allgemeinen Verunsicherung nach der Katastrophe 9/11 folgte die Kehrtwende in Form einer Rückbesinnung auf alte Werte und Traditionen, selbst 16-Jährige gingen plötzlich mit Krawatte und Sakko abends in die „Disco“, Ehe und Familie standen wieder hoch im Kurs.

Im Zuge der Startup-Gesellschaft scheint das Pendel jetzt gerade wieder in die Gegenrichtung auszuschlagen. Doch egal, was kommt und wie lässig und locker alles wird, an der Funktionsweise unseres Unbewussten und der seit Urzeiten in uns angelegten Reaktion auf Situationen und Menschen ändert das nichts. Insofern machen Sie sich bewusst: Außenwirkung ist zwar nicht alles – aber ohne die für den entscheidenden Moment genau passende Außenwirkung ist alles nichts.

5.027 Zeichen inklusive Leerzeichen

*Redaktion: 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.