

Kleider machen Leute

Anzug und Kostüm oder doch lieber Pullover und Sneaker? Wer den Dresscode beherrscht, hat es im Berufsleben leichter.



Nur 150 Millisekunden. Genau so lange dauert es, bis man sich ein Urteil über einen Menschen gebildet hat. Noch bevor die ersten Worte gewechselt sind, checkt man sein Gegenüber, gleicht die Signale mit seinen eigenen Erfahrungen und Erwartungen ab, macht sich ein Bild von der Person.



Kennt sich aus mit der Etikette: Nicole Dornberger ist Imageberaterin in Hannover.

Dabei spielen viele Faktoren eine Rolle. Die Körpersprache zählt dazu, ebenso die Frisur oder die Stimme – und die Kleidung. Umso wichtiger ist es, im Büro und bei geschäftlichen Terminen die Regeln des jeweiligen Dresscodes und die Umgangsformen zu beherrschen. Sie sind ein Türöffner, der die Zusammenarbeit vom ersten Augenblick an erleichtert.

Jede Form, sich zu kleiden, ist ein Statement. Auf einen Blick und ohne Worte erzählt es davon, ob jemand beispielsweise konservativ ist oder eher unangepasst. Ob jemand karrierebewusst agiert oder Individualität und Selbstverwirklichung in den Vordergrund stellt. Aber die Garderobe zeigt ebenso wie die Umgangsformen auch das soziale Milieu und die berufliche Position ihres Trägers an. Dabei haben Studien gezeigt: Ähnlichkeit gilt als Sympathiefaktor. „Die gleiche Art sich zu kleiden signalisiert. Der oder die andere kennt und akzeptiert die Regeln, ist mir auch vom Verhalten her ähnlich“, erklärt Nicole Dornberger, Imageberaterin in Hannover.

Ein sicheres Stilempfinden sowohl beim Äußeren als auch im Benehmen stellt sofort und unmittelbar eine gemeinsame Ebene bei Meetings, Konferenzen und Geschäftsessen her – was auch die Konzentration auf die zu erledigenden Aufgaben fördert. Ein bewusster Verstoß gegen die Konventionen sorgt dagegen für Irritationen und Ablenkung, erklärt Dornberger. „Wenn zum Bei-

spiel ein Topmanager im edlen Anzug, aber eben auch mit einem Brillanten im Ohr mit am Tisch sitzt, lenkt das sehr von der eigentlichen Kommunikation ab. Die übrigen Teilnehmer der Runde werden sich fragen, was ihnen diese Kombination sagen soll.“

Welchen Stil genau die Etikette vorschreibt, hängt im Wesentlichen von der jeweiligen Branche und der Stellung innerhalb des Unternehmens ab. Zwar hat heutzutage kaum noch eine Firma schriftlich festgelegte Kleidungsregeln, aber dennoch wird in den meisten Büros subtil vermittelt, was im Arbeitsalltag an Garderobe erwünscht ist und was nicht. So ist der Dresscode etwa bei Finanzdienstleistern, Unternehmensberatern und Versicherern weitaus konventioneller als zum Beispiel in der IT-Branche oder in Werbeagenturen. Auch im öffentlichen Dienst oder im wissenschaftlichen Bereich ist der Kleidungsstil legerer. Darüber hinaus spielen Kundenkontakte eine große Rolle. Wer nur im Innendienst tätig ist, unterliegt in der Regel weniger strengen Vorschriften als die Kollegen, die das Unternehmen nach außen hin vertreten.

„Was die Kleidung angeht, hat man umso weniger Freiheiten, je höher man in der Firmenhierarchie steht“, sagt Dornberger. Bei gehobenen Führungskräften stehen im Grunde nur die Farben Schwarz, Blau oder Grau für Anzug oder Kostüm zur Verfügung – kombiniert mit einfarbigen, meist weißen,

Hemden oder Blusen. Hier zählen hochwertige Stoffe und elegantes Understatement, modische Extravaganzen stehen nicht hoch im Kurs. Der stärkste Dreiklang ist eine Kombination aus schwarzem Anzug, weißem Hemd und roter Krawatte. „Rot signalisiert Macht“, erläutert die Beraterin.

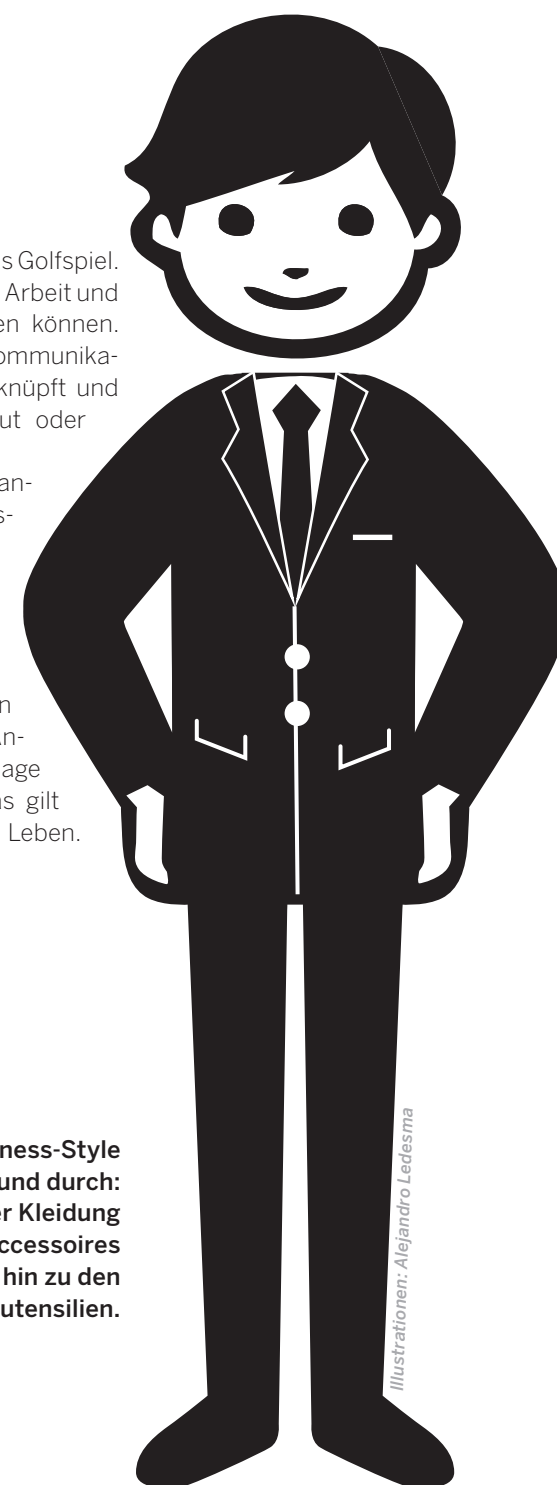
Umso mehr Bedeutung bekommen besonders bei Führungspersonlichkeiten die Accessoires. „Je höher die Position, desto mehr wird auf die kleinen Zeichen geachtet“, sagt Dornberger. Das können der teure Schweizer Chronograf sein, der edle Füllfederhalter und die hochpreisige Aktentasche, aber ebenso die hochwertigen Manschettenknöpfe oder die rahmengenähten Lederschuhe. Auch gemeinsame Hobbys wirken identitätsstiftend, sie schaffen zusätzliche Gemeinsamkeiten. Als Klassiker

gilt in diesem Zusammenhang das Golfspiel. Wobei hier die Grenzen zwischen Arbeit und Freizeit durchaus verschwimmen können. Der Golfplatz ist oft auch eine Kommunikationsplattform, wo Kontakte geknüpft und Geschäftsbeziehungen aufgebaut oder vertieft werden.

Nicht zuletzt drücken angemessene Kleidung und respektvolles Verhalten eine Wertschätzung sich selbst und den anderen gegenüber aus – unabhängig davon, ob es sich dabei um Kollegen, den Chef, Geschäftspartner oder Kunden handelt. Und gegenseitige Anerkennung bildet die Grundlage für gelungene Beziehungen. Das gilt im Job ebenso wie im privaten Leben.



Business-Style durch und durch: Von der Kleidung über die Accessoires bis hin zu den Arbeitsutensilien.



Dresscode-Abc



Formal Business

Ein sehr formeller und konservativer Kleidungsstil, der von leitenden Persönlichkeiten getragen wird. Die hochwertigen Anzüge und Kostüme sind aus glatten Stoffen, haben eine perfekte Passform und dunkle Farben. Der Stil lässt wenig Kreativität zu, klassische Eleganz wird erwartet.



Come As You Are

Wie aus dem Büro gekommen, was aber nicht mit Freizeitkleidung zu verwechseln ist. Anlass ist oft ein Geschäftsessen, ein Drink oder eine Vernissage nach Feierabend. Erwartet wird ein Business-Look mit gelockerter Krawatte, keine Jeans. Die Frau darf ihren Blazer gegen eine feine Strickjacke eintauschen.



Modern Business (Daily Business, Business Attire)

Ein gepflegter Stil für den Geschäftsalltag. Kleinere Muster sind erlaubt, die Farben sind insgesamt heller, Trendfarben werden mit klassischen Basisfarben kombiniert. Frauen tragen Blazer zu Hose oder Rock, Männer Kombinationen mit Krawatte.



Smoking oder Black Tie

Erkennungsmerkmal des Smokings ist das mit glänzendem Material abgesetzte Revers sowie der Satinstreifen auf der Außennaht der Hosenbeine. Zu dem kleinen Gesellschaftsanzug werden eine schwarze Fliege und der Kummerbund getragen. Anlass sind elegante Empfänge nach 18 Uhr, Hochzeitsdinners oder Bälle.



Casual Business

Dieser Dresscode birgt die meisten Fettnäpfchen in sich. Der Stil ist lässig, aber nicht nachlässig: Ilegere Kombination von Einzelteilen, Pullis, Button-Down-Hemden ohne Krawatte, Polos, edle Lederjacken, nicht zu rustikale Denim-/Baumwollstoffe.



Frack oder White Tie

Der Frack ist der große Gesellschaftsanzug, der eleganteste Abendanzug für den Mann. Die dazu getragene Fliege ist stets weiß. Neben großen Bällen und Staatsempfangen gibt es heute nur noch selten Anlässe, das Ensemble zu tragen.

Von der Vision zur Vollendung

Möller & Möller setzt auf Führung und Nachhaltigkeit – eine Erfolgsgeschichte für Hannover.

Kompromisslose Qualität, meisterhafte Handwerkskunst, unvergleichbarer Service, lang anhaltende Gebrauchsdauer der angebotenen Waren, denen kein Verfallsdatum anhaftet: Vor 40 Jahren hatte Herbert B. Möller die Vision von einer im tiefsten Sinne fairen Verkaufsform, die den Kunden und das jeweilige Produkt und nicht das schnelle Geld verdienen in den Vordergrund stellt. Heute zählt Möller & Möller zu den angesehensten Herrenausstattern in Deutschland oder ist, wie Bernhard Rötzel in seinem Buch „Der Gentleman: Handbuch der klassischen Herrenmode“ ausführt, „einer der besten Herrenausstatter Europas“. Die Auszeichnung „Beste Herrenausstatter Deutschland“ wurde ihm 2008 durch eine hochkarätige Jury aus Herstellern und Journalisten attestiert.

„Die Engländer bevorzugen sehr feste Stoffe, wir nennen diese Konfektion Ritterrüstung“, sagt der Geschäftsmann lachend, aber nicht arrogant. Daher kommen für Möller nur Stoffe aus Italien in Betracht. „Ein Kition-Anzug aus Neapel ist das Beste und Leichteste, was es auf dem Weltmarkt gibt. Konkurrenzlos!“, erklärt H.B. Möller, der seit 1984 mit dem italienischen Familienbetrieb exklusiv zusammenarbeitet.

Maßteile anfertigen lassen

H.B. Möller bietet neben der Maßkonfektion in seinem Geschäft auch die Möglichkeit, aus einer umfangreichen Stoffkollektion jederzeit mit seinem Kunden ein Maßteil zu besprechen und nach dessen Wünschen in Neapel anfertigen zu lassen. Außerdem sind die Schneider der Firma Kition aus Neapel zweimal im Jahr zu Maßtagen anwesend. Sie zeigen die außergewöhnlichsten Stoffe aus der eigenen Weberei Carlo Barbera, damit die „tedeschi“ erfahren, was „Anzügliche Lebensfreude“ ist.

Weil H.B. Möller in Hannover ein Alleinstellungsmerkmal mit all seinen Innovationen hat – er war der Erste, der den Neuwertservice für Schuhe vor 30 Jahren einführt –, ist er ein Vorbild für Mitbewerber geworden. Diese nehmen das System Möller & Möller gerne einmal für sich in Anspruch. Aber das Original bleibt das Original!

Möller bietet seinen Kunden, die aus ganz Deutschland kommen, eine fast familiäre Geschäftsatmosphäre. Dazu trägt das angenehme und unaufdringliche Ambiente des 420 Quadratmeter großen Luxustempels bei, den Möller mit seiner Frau selbst entwickelt hat. Parkettboden, üppige Möbel, eine Ordnung mit klaren Strukturen und Linien sowie eine filigrane Beleuchtung charakterisieren die Räumlichkeiten.



Angenehmes Ambiente mit klaren Strukturen: Das Luxusgeschäft Möller & Möller an der Joachimstraße 4–6.

Möller & Möller H.B. Möller KG

Joachimstraße 4–6
30159 Hannover
Telefon: (05 11) 32 37 93
www.moellerundmoeller.com

Folgende Marken werden geführt:

- Alden Shoes USA
- John Lobb Bootmaker
- Kition High Fashion Neapel
- The Gigi
- Boglioli
- Moncler
- H.B. Möller – fashion
- Broska – Accessoires
- Paul Smith London
- Fioroni – Cashmere

Kompetente Mitarbeiter

Auf die Frage, wie man zu einem der besten Herrenausstatter Deutschlands

wird, sagt der Unternehmer: „Das ist ein Prozess, in den man hineinwächst.“ Kompetente Mitarbeiter seien wichtig – eine Schneidermeisterin und Designerin betreut die Kundschaft. Und natürlich Qualität – beim Innenleben von einem Schuh oder Anzug, bei fachgerechter Änderung oder Reparatur, da trenne sich die Spreu vom Weizen. Seine beiden Söhne wollen das Geschäft einmal übernehmen und gegebenenfalls ausbauen. „Wir alle brennen für das Unternehmen“, sagt Herbert Möller.



Für Herrenausstatter Herbert B. Möller ist das Essenzielle wichtig. Rechts: In meisterhafter Handwerkskunst gefertigte Schuhe.



Freiraum schaffen

Ergezinger Büro komplett ermöglicht eine dauerhafte Wohlfühlatmosphäre am Arbeitsplatz, und das steigert die Produktivität der Mitarbeiter.

Ein Höchstmaß an Wohlbefinden setzt im Menschen das meiste Kreativitätspotenzial frei. Das gilt für Freizeit und Berufslieblingssportarten, doch insbesondere in einer sich permanent im Wandel befindlichen Arbeitswelt sollte ein hohes Niveau an das Umfeld zur Norm gehören. Diesem Anspruch hat sich auch das Unternehmen Ergezinger verschrieben. „Freiraum schaffen“, lautet die Vorgabe von Geschäftsführer und Quality Office Consultant Dan Ergezinger des Langenhagener Familienunternehmens. In der modernen Bürowelt geht es um das Wohlbefinden der Mitarbeiter und Besucher. Dabei gilt: je attraktiver und gleichzeitig funktionaler die Bürogestaltung, desto höher das Wohlfühlniveau und somit auch die Produktivität im Büro. „Bei uns geht es um konzeptionelle Ansätze“, sagt Dan Ergezinger. „Daher bieten wir seit mehr als 25 Jahren innovative und individuelle Lösungen an.“

Einen einheitlichen Baukasten für Arbeitsplatzeinrichtungen gibt es nicht. Büro ist nicht gleich Büro. Und so verfolgt das Team um Dan Ergezinger einen umfassenden Beratungsansatz. „Um eine Bürowelt mit Wohlfühlcharakter zu schaffen, berücksichtigen wir stets die bauphysikalischen Eigenschaften eines Raumes.“ Dazu zählen neben der Akustik und dem Raumklima ebenso Beleuchtung, Luftqualität und Flächeneffizienz. Erst das Zusammenspiel aller räumlichen Einflüsse schafft jenen Wohlfühlcharakter. Nur eine Planung, die alle diese räumlichen Einflüsse berücksichtigt, ermöglicht die Entwicklung eines optimal gestalteten Arbeitsplatzes. „Dies sehen wir als eine unserer Kernaufgaben – für jeden Arbeitsbereich und jede Bedingung ein individuelles Konzept zu entwickeln und somit unseren Kunden den Frei-

raum zu geben, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren und ein für sie optimales Arbeitsplatzkonzept zur Verfügung zu stellen“, erklärt Ergezinger.

Ergezinger ist Problemlöser für alle Bereiche und berät den Mittelstand und Großkonzerne ebenso wie Freiberufler mit Homeoffice und öffentliche Institutionen. „Wir sind die Fachleute mit einer langjährigen Erfahrung für unterschiedliche Anforderungen und beraten unsere Kunden dahingehend zielgerichtet. So haben wir die passenden Angebote, um gestalterisch das zu erfüllen, was den Vorstellungen des Kunden entspricht“, sagt Geschäftsführer Ergezinger. Beratung und Planung zielen darauf ab, aus einer Vielzahl von Angeboten das passende Produkt auszuwählen. Damit ist die Arbeit der Büroplaner indes noch nicht beendet. Auch die Bestelung, Lieferung sowie die fachgerechte Montage gehören zum Angebot des Langenhagener Familienunternehmens. Überzeugen Sie sich selbst und vereinbaren Sie einen Termin.

Wer gemütlich sitzt, schafft auch mehr. Dafür arbeitet Ergezinger Büro komplett.



MANAGEMENT OFFICE

VISIONEN TEILEN. ZIELE SETZEN. FÜR DEN NACHHALTIGEN ERFOLG!

www.bosse.de

Ergezinger

Ergezinger Büro komplett
Bayernstraße 3
30855 Langenhagen
Tel.: 0511/54208960
Fax: 0511/542089650
E-Mail: info@ergezinger-buero.de
www.ergezinger-buero.de