



Trainer-Image (1) Kleider machen Leute...?!

Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin

Auf einem Neujahrsempfang traf ich eine Geschäftspartnerin. Mit ihrem Team hatte ich vor einem Jahr ein Training durchgeführt. Inzwischen hatte sie mit einem weiteren Trainer zusammengearbeitet. Eigentlich mit seiner Leistung zufrieden, runzelte sie trotzdem die Stirn: Die Art seiner Vor- und Nachbereitung hatte keinen guten Eindruck bei ihr hinterlassen. So schnell wird Ihnen ein Image verpasst.

„Nach deiner Kleidung wirst du empfangen ... (Chin. Sprichwort)“

Ich kannte den Trainer, sah ihn businessmäßig gestylt vor meinem inneren Auge. So strahlte er Kompetenz und Erfahrung aus. Damit hatte er die ersten Punkte für sein professionelles Image gesammelt. Epiktet, ein griechischer Philosoph meinte dazu sinngemäß: Es ist nicht wichtig, was wir tun, sondern was die anderen von uns denken, was wir tun.

Viele Kollegen wünschen sich, dass nur ihre Kompetenz über den Zuschlag entscheidet. Doch so, wie Sie sich präsentieren, drücken Sie Ihre Wertschätzung gegenüber den anderen aus: Für Sie kleide ich mich entsprechend – und für mich. Denn auch unser Unterbewusstsein registriert, wie wertschätzend wir mit unserem Körper umgehen. Im Winter sind davon nur ca. 10 % zu sehen. Wie stark wirken dann die restlichen 90 % durch ihre Umhüllung?

Stilvoll auftreten

Meist wissen Sie nicht, welcher Ruf Ihnen vorausgeht. Doch wenn Sie auf den Kunden treffen, sollten Sie sich schon im Vorfeld genau überlegen, mit welchem Outfit Sie sich präsentieren.

Oft hilft da ein Blick auf die Firmenfarben des Kunden, um sich entsprechend zu kleiden. Wenn diese zu grell sein sollten, z.B. orange, dann greifen Sie eher zu gedeckten Farben, wie Grau, Blau- oder Grüntönen. Das wirkt seriös. Außerdem senken Blau und Grün den Adrenalinausstoß bei beiden Seiten. Der andere kann sich leichter auf Sie einstellen. Vorsicht mit Rot. Es vereint Aktivität wie Aggressivität – je nach Bedingungsgefüge.

Hier noch ein paar weitere Outfit-Tipps:

- **Kleine Leute** sollten sich eher Ton in Ton kleiden bzw. die **Mittellinie in einer Farbe** halten. Das streckt.
- Und wenn es unbedingt ein **Hell-Dunkel-Kontrast** sein soll, dann möglichst den dunkleren Teil im unteren Bereich tragen. Sonst tritt ein Kipp- oder Staucheffekt auf.
- Frauen sollten klackende Absätze vermeiden, Herren quietschende **Schuhe**. Schade, wenn statt ins Gesicht, ständig auf die Füße geguckt wird.

- Weibliche Reize sind schön, doch worüber wollen Sie Ihre Leistung verkaufen – durch Ihre Kompetenz oder Ihr Frau-Sein? So ist meist **weniger Haut** mehr. Spaghetti-Träger können z.B. unter einem Jackett verschwinden.
- Ein **Jackett** wird im Stehen immer geschlossen. Beim 3-knöpfigen Jackett reicht nur der mittlere Knopf. Ein Doppelreihert muss auch im Sitzen geschlossen werden.



- Wenn Sie einen leichten Rundrücken oder **schmale Schultern** haben, würden Schnitte mit Raglan-Ärmeln dies verstärken.

Wenn Sie verspielt wirken wollen, dann empfehle ich lustige Krawatten, bunte Motive auf Hemden und Blusen oder Rüschen...

Nein, doch eher kompetent? Dann gilt die Regel: Klare Formen, klassische Schnitte, dezente Muster. Herren sollten niemals mehr als zwei Muster tragen, also zwischen Krawatte und Jackett oder Hemd entscheiden.

- Der **Schmuck** sollte edel sein und sparsam eingesetzt werden. Auch Modeschmuck kann heute schon sehr edel wirken.

Auftragsvor- und Nachbereitung als Imagefaktor

Die Kleidung bestimmt nur einen Teil Ihres Images, auch wenn sie oft als Eintrittskarte gilt.

So, wie Sie in allen Bereichen auftreten, auch wenn Sie Ihrem Partner nicht mehr gegenüberstehen, wird das Bild, was der andere sich von Ihnen macht, beeinflusst. Wenn schon Ihr Image durch

die Fremdsicht entsteht, so können Sie es kommunikativ aktiv beeinflussen – mündlich und schriftlich. Eine klare Auftragsklärung und schriftliche Darstellung dessen hinterlässt auf alle Fälle Spuren beim potenziellen Auftraggeber.

Deshalb lautet meine Empfehlung: Nach jedem Erstgespräch folgt ein **Brief an den / die Geschäftspartner** mit:

- Dank für den Einblick ins Unternehmen,
- Zusammenfassung der Ziele des Auftraggebers,
- **Kurzdarstellung des Angebots**,
- Versicherung über erfolgreiche Durchführung als verstärkenden Abschluss.

In der Anlage befindet sich dann das Angebot, bestehend aus folgenden Punkten:

1. Darstellung der Gesamtsituation,
2. Ziele des Unternehmens,
3. Warum ich / wir als potenzieller Lösungshelfer?
4. Lösung des Problems durch meist modular gestaltete Trainings-/Coachings- u.a. Schritte,
5. Möglicher Zeitplan,
6. Methoden und Medien,
7. Ihre Investition,
8. Abschlussversicherung (siehe oben).

Ein rundes Angebot, **optisch aufbereitet**, ist schon mal die halbe Miete bzw. sorgt für ein professionelles Image.

... nach deinen Worten verabschiedet.“

Dass Sie Ihren Auftrag zur Zufriedenheit durchführen, ist selbstverständlich. Doch was dann? Dann heißt es, Ihr Image zu festigen, durch eine schriftliche **Nachbereitung**. Dem Dienstleistungsparat folgt also z.B. ein Anschreiben mit:

- Dank für die gute Zusammenarbeit,
- Nochmalige Nennung der Ziele,
- Zielerreichung durch...
- Empfehlung für nächstes Vorgehen bzw. weitere Zusammenarbeit.

Drei Tage später telefonieren Sie nach. Sollten Sie alleine und vom Home-Office aus telefonieren, spielt auch hier die Kleidung eine Rolle. Korrekte und kompetente Telefonkommunikation ergab eine Korrelation mit Business-Outfit.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viele nachhaltige Kontakte.

Katrin Seifert, Jg. 62, Dipl.-Soziologin, Trainerin, Kommunikationsberaterin (F. Schulz von Thun), Farb- und Stilberaterin, NLP-Practitioner. Mit **kimages Training+Beratung** unterstützt sie Einzelpersonen und Unternehmen in ihrem Wachstum durch Trainings, Coaching und Farbpsychologie.

**kimages Training + Beratung
für Persönlichkeit, Vertrieb und Image**
Dipl.-Soziol. Katrin Seifert
Am Kolonieweg 26
D-14798 Tietzkow
Tel. 033834-40914
Fax 033834-40915
info@kimages.de, www.kimages.de