

# Sündenfall Krawatte

**IMAGEBERATER** Anke Schmidt und Dietrich Hildebrand gehen Managern an die Wäsche – damit das Outfit stimmt.

**Sie verdienen Ihr Geld damit, Männern und Frauen der Wirtschaft Nachhilfeunterricht in Stilfragen zu geben. Sind die in ihrem Berufsalltag so schlecht angezogen und leiden an Geschmacksverirrung?**

Hildebrand: Nein, es ist nicht so, dass unsere Kunden keine Ahnung von Mode haben. Wer zu uns kommt, möchte vor allem eine Art Feinschliff, möchte im Detail wissen, worauf es ankommt und wie er sich durch sein Outfit positionieren kann.

**Nennen Sie uns einen Manager, der Ihre Beratung nicht nötig hat?**

Hildebrand: Helmut Panke, bis vor Kurzem noch Chef von BMW – der ist immer perfekt gekleidet.

**Wie dürfen wir uns denn Ihre Beratungstätigkeit vorstellen? Wie profitiert Ihr Klient von Ihnen?**

Hildebrand: Wir versuchen zuerst herauszufinden, welche Farben zu unseren Kunden passen. Erst dann kommen

Outfit, Kleidungsstil, Eigenwahrnehmung, Fremdwahrnehmung. Im Prinzip bekommt er eine umfassende Imageberatung.

**Gibt es, was die Kombination der Farben angeht, eine Faustregel?**

Hildebrand: Schwarz und Weiß ist der härteste denkbare Kontrast. Das wirkt ganz anders als eine Mischung von Grautönen. Und signalisiert, so die Regel, höchste Kompetenz.



**Guter Rat:** Anke Schmidt (45) und Dietrich Hildebrand (48) beraten Führungskräfte bei Imagefragen und beim Kleidungsstil. Nach einem Modedesign-Studium arbeiteten beide zuletzt zwölf Jahre lang als Chefdesigner beim Modeunternehmen Windsor; 2005 haben sie sich als Imageberater in Frankfurt selbstständig gemacht.

## Peinlichkeit am Bein

Die häufigsten Stilfehler beim Business-Outfit



**Hosenslänge:** Das Beinkleid sollte den Schuh nur knapp berühren

**Sockenlänge:** Das Bein darf nicht entblößt werden



**Krawattenknopf:** Der Binder muss eng am Hemdkragen anliegen

**Hemdenschnitt:** Zu weite Hemden bauschen sich am Bauch



### Woran hapert es denn am häufigsten beim Aussehen?

Hildebrand: Bei Sakkos erleben wir immer wieder, dass die zu weit geschnitten sind. Die Deutschen tragen gern üppig, anders als Italiener und Engländer ...

Schmidt: ... das Sakko ist in Deutschland Ersatz für Handtaschen, da muss alles rein, vom Schlüsselbund bis zur Brieftasche.

### Der deutsche Mann hat es gern luftig – was werfen Sie ihm noch vor?

Hildebrand: Die Krawatte ist ein berühmtes Thema. Da werden ganz viele Fehler gemacht bei der Wahl der Farben und des Musters. Oft sehe ich grelle Krawatten in Knallfarben wie Rot und Gelb. Unmöglich. Bei den Mustern gilt: Bitte keine gegenständlichen Motive, seien es nun Bären oder Affen, Pauken oder Trompeten.

Schmidt: Ich würde jedem Manager empfehlen, zuallererst auf die Schuhe zu achten.

### Und worauf kommt's da an?

Schmidt: Auf Hochwertigkeit. Wenn Sie einen teuren Anzug anhaben und

dazu billige Schuhe tragen, ist das ganze Bild im Eimer. Der Schuh soll zwar nicht im Blickpunkt stehen, also kein heller Treter zum dunklen Anzug, aber das Schuhwerk legt die Klasse fest. Also: eher einen teureren Schuh zum günstigeren Anzug tragen als umgekehrt.

### Dürfen braune Schuhe zum dunkelblauen Geschäftsanzug getragen werden?

Hildebrand: Wenn es nicht gerade ein hochoffizieller Anlass ist, kann das durchgehen. Ein brauner Schuh wirkt immer etwas sportlicher und rustikaler als ein schwarzer. Allerdings sollte das Braun nicht zu hell sein.

### Wie viel modischen Schnickschnack trägt ein Business-Outfit?

Schmidt: Da kommt der Unterschied zwischen Modernität und Mode ins Spiel. Modisch wäre, wenn man das anziehen würde, was in Paris gerade auf dem Laufsteg gezeigt wird. Modernität dagegen heißt, dem Zeitgeist zu folgen. Und das spielt sich in Details ab, etwa darin, ob Sie einen Zweiknopf- oder ein Dreiknopfsakko, ob Sie breite oder schmale Schultern tragen.

### Was empfehlen Sie?

Schmidt: Den klassischen Dreiknopf-Einreihler für den konservativen Typ und das Zweiknopfsakko für den modisch Interessierten. Im Übrigen sollte man bei der Schulterpolsterung die schmalere Variante wählen – sie sieht einfach besser aus.

Hildebrand: Wenn wir modern sagen, bedeutet das nicht Firlefanz, schon gar nicht, den neuesten Trends hinterherzurrennen. Im klassischen Business-Outfit darf man nie die Extreme bedienen, also nie eine Mode bis zur Grenze ausreizen.

### Wie viel Buntes verträgt der Berufsalltag?

Schmidt: Es gibt Menschen, die haben kein Farbgefühl und die sollten besser die Hände von Farbkombinationen lassen. Generell gilt: niemals ein buntes Jackett, weil das immer einen Schein von Unseriosität ausstrahlt.

### Wie steht es mit Zubehör, Schmuck oder Glitzerzeug?

Schmidt: Der Manager sollte außer einer schönen Uhr, die seiner Stellung angemessen ist, und seinem Ehering, wenn er verheiratet ist, nichts weiter tragen, keinen Schmuck, keine Ketten, keine Ohringe.

### Wer perfekt angezogen ist, aber trotzdem Individualität beweisen möchte: Darf er dann Modegesetze brechen?

Hildebrand: Stilbruch gehört zum guten Stil. Nur so kann ich meine Persönlichkeit ausdrücken, indem ich nicht alles mitmache, was irgendwelche Institute oder Modefirmen vorschreiben. Also etwa ein T-Shirt statt des Oberhemdes unter dem Nadelstreifanzug tragen oder sich mit einem bunten Einstecktuch schmücken und auf die Krawatte beim Business-Outfit verzichten.

### Sie geben auch Rat zu Körpersprache, Umgangsformen, Lebensweise gar. Ist das nicht ein bisschen viel des Guten?

Hildebrand: Wenn ein Mensch geschniegelt und gebügelt dasteht, im feinsten Anzug, weiß sich aber nicht darin zu bewegen, nicht den richtigen Stand zu finden, und glänzt gar noch durch unreine Haut, dann nützt ihm der ganze feine Zwirn nichts, die Wirkung verpufft. ♦

Das Interview führten die mm-Redakteure Klaus Ahrens und Hanno Pittner.