



Foto: Schwitzke

Businessmode im edlen und natürlichen Ambiente des von der Schwitzke Gruppe, Düsseldorf, entwickelten neuen Store-Konzepts von Eduard Dressler, hier der Store in Montabaur.

SCHÖNE NEUE BUSINESS-WELT

BUSINESS GOES CASUAL: DIE IM BUSINESS-KONTEXT GEWOHNTE DRESSCODES WEICHEN ZUNEHMEND AUF, SELBST IN DEN HÖHEREN ETAGEN DEUTSCHER UNTERNEHMEN IST DIE KRAWATTE MANCHMAL NUR NOCH EIN NICE-TO-HAVE. UND SEIT MERCEDES-VORSTAND DIETER ZETSCHKE IN SNEAKERS, JEANS UND OFFENEM HEMD AUF AKTIONÄRSVERSAMMLUNGEN HERUMTURNT, IST DER KRAWATTEN-VERZICHT QUASI „OFFIZIELL ERLAUBT“. VOR DIESEM HINTERGRUND TUN SICH VIELE FRAGEN AUF. WAS GENAU WOLLEN DIE KUNDEN IN IHREM BERUFSALLTAG HEUTE TRAGEN? WIRD DIE KRAWATTE IRGENDWANN DAS GLEICHE SCHICKSAL ERLEIDEN WIE DER HUT UND FAST VOLLSTÄNDIG AN BEDEUTUNG VERLIEREN? WELCHEN STELLENWERT HAT DER ANZUG, UND WIE BRINGT MAN FRISCHEN WIND INS ANZUG-BUSINESS? WIE KOMBINIERT, INSZENIERT UND VERKAUFT MAN HEUTE BUSINESS-LOOKS? DIE BERUHIGENDE GEWISSHEIT VON MARKUS BRÜNING, HASARDEUR IN MÜNSTER, JEDOCH VORAB: „AM ENDE IST ES DOCH SO – WENN MAN EINEN ANZUG BRAUCHT, BRAUCHT MAN EINEN ANZUG.“ PUNKT. // VON ANNETTE GILLES

Was tut die Krawatte für den Mann?

„Viele meiner Kunden tragen eine hochwertige Uhr, schöne Manschettenknöpfe und ein Einstecktuch. Wenn sie aber auch noch eine Krawatte wählen, die ihre Persönlichkeit unterstreicht, dann ist sie gleichzusetzen mit einer schönen Uhr, sie ist ein Schmuckstück. Man muss als Berater aber auch den Mut haben, dem Kunden die Krawatte wie ein Schmuckstück anzubieten. Bevor ich einem Kunden zu einer bestimmten Krawatte rate, sehe ich ihm in die Augen, ich registriere seine Haarfarbe, seine Figur und die Art, wie er sich bewegt. Wenn ich diese Faktoren beachte, kann ich ihm eine Krawatte empfehlen, die seine Persönlichkeit unterstreicht. Viele nehmen die Krawatte nicht mehr so ernst und machen sich nicht die Mühe, den Anzug im Beratungsgespräch auf dem Vorlagetisch mit einem passenden Hemd und der perfekten Krawatte zu präsentieren. Das ist natürlich eine Zusatzarbeit, aber hier sind wir Einzelhändler in der Pflicht, dem Kunden durch eine individuelle Inszenierung die Krawatte näherzubringen.“

Manfred Müssig, M&W Moden, Bad Soden

Wie sieht ein zeitgemäßes Business-Outfit aus?

„Das ist mittlerweile sehr individuell. Eine gepflegte Baumwollhose, dazu ein schönes Hemd und ein Sakko oder sogar auch mal ein Polo-Shirt, so eine Kombination funktioniert sehr gut. Auch der klassische Anzug funktioniert ohne Krawatte. Wenn beispielsweise ein Einstecktuch als Eyecatcher und farbige Socken dazu getragen werden, hinterlässt die fehlende Krawatte keine Leerstelle.“

Heinz Illinger, Baltz, Bochum

Ist die Fliege die neue Krawatte?

„Die Krawatte ist stark rückläufig, nur zu Anlässen ist sie noch unerlässlich. Wir beobachten aber, dass Schleifen ein richtiges Revival erleben. Sie sind klein und knuffig, kariert, gepunktet, im Paisley-Muster oder uni, in jeder Farbe, die man sich vorstellen kann – es ist ein richtiges Feuerwerk an Farben und Mustern. Viele Kunden haben auch Spaß daran, ihre Schleife selber zu binden. Allerdings ist die Schleife ein ausgesprochen junges Thema.“

Heinz Illinger, Baltz, Bochum



Schadet die Casualisierung der Business-Abteilung?

„Im Gegenteil, wir tun uns durch diese Entwicklung sogar leichter, der Bereich bereitet uns überhaupt keine Sorgen. Bei uns nimmt der Broken Suit einen großen Raum ein, denn da wird das Thema Business legerer umgesetzt. Man kann es sehr modisch interpretieren, auch mit dem Jersey-Anzug. Wir arbeiten in der Herrenabteilung sehr viel mit Themen und stellen das Thema ‚Business‘ sehr relaxed dar. In der kommenden Orderrunde werden wir weiterhin darauf achten, dass das Gesamtkonzept rund und stimmig ist. Der Schwerpunkt liegt auf legeren Anzug- und Sakko-Themen. Der strenge, klassische Business-Look dagegen steht bei uns nicht im Vordergrund. Das ist ein Thema, das wir über die Baukästen abwickeln.“

Peter Schödlbauer, Modehaus Schödlbauer, Bad Kötzting



Wird der Banker ohne Krawatte zur Norm?

„Die meisten unserer Kunden tragen nach wie vor Krawatte, und das sind Finanzdienstleister, Unternehmer, Rechtsanwälte, aber auch Marketingleute oder selbständige Handwerker. Daher halten wir die Entwicklung der Krawatte nicht für so problematisch, wie es oft dargestellt wird. Das Business-Outfit par excellence ist immer noch der Anzug oder die Hose plus Jackett, dazu eine Krawatte und ein Einstecktuch. Natürlich sieht ein Einstecktuch auch immer gut aus, wenn man keine Krawatte trägt.“

Gabriele Diehl, Diehl & Diehl, Frankfurt



Was bedeutet Eleganz heute für den Mann?

„Die Dresscodes sind weltweit in Bewegung, das Formelle löst sich zunehmend auf, es geht mehr um Codierungen. Wir sind kein klassischer Herrenausstatter, wir haben hier am Standort Berlin ja eine spezielle Situation und sind mit unserem Sortiment mit beispielsweise Saint-Laurent, Dior oder Thom Browne eher designorientiert, denn unsere Kunden sind meist keine ausgesprochenen Businessleute, sondern kommen vorwiegend aus dem Umfeld der Kunst, des Designs, des Films und Theaters. Aber auch in diesem Bereich spielt der Anzug eine Rolle, jedoch immer mit einem speziellen Twist. Das beobachtet man selbst im englischen Tailoring. Grundsätzlich ist letzten Endes die Design-Qualität entscheidend: Der Mann kann auch eine Lederjacke und eine zerknitterte Hose anziehen – wenn es eine hohe Design-Qualität hat, dann kann man das so tragen. Sie sehen also: Die Codierung von Eleganz hat sich sehr geändert.“

Josef Voelk, The Corner, Berlin



Worauf kommt es beim Anzug an?

„Wir verkaufen den Anzug natürlich sehr oft anlassbezogen, stellen aber fest, dass die Kunden zunehmend darauf achten, dass ein Anzug nicht ausschließlich für den einen bestimmten Anlass zu tragen ist; er sollte sich für viele verschiedene Gelegenheiten eignen, vom Business bis zur privaten Feier. Wir verkaufen auch weniger Westen mit Floralmustern, sondern eher unifarbene Westen aus dem gleichen Oberstoff wie der Anzug. Dazu verkaufen wir sehr oft passende Hosenträger und Fliegen. Grundsätzlich legen unsere Kunden beim Anzug sehr großen Wert auf die Passform und die Optik. Besondere Oberstoffe von italienischen Webern, wie zum Beispiel Cerruti, Barberis und Guabello, in einer engen Passform sind sehr stark nachgefragt.“

Michael Böhmer, Bredl, Ravensburg



Dietrich Hildebrand, Schmidt Hildebrand Imageconsulting, Frankfurt, der Führungskräften, Unternehmen und ihren Mitarbeitern zu einem überzeugenden Erscheinungsbild verhilft, über die neuen Dresscodes im Business, das Schicksal der Krawatte und Outfits mit Kompetenz.

„DIE WELT HAT SICH ENTSPANNT“

Welche Funktion hat die Krawatte? Die Krawatte ist ein wunderbares Accessoire, das dem Mann die Möglichkeit gibt, ein Schmuckstück anzulegen. Der Anzug mit Hemd allein bietet nicht viel Spielraum zur individuellen Gestaltung, aber eine Krawatte kann ein Eyecatcher und ein Statement sein. Ein grauer Anzug, ein weißes Hemd und dazu eine Krawatte in Marineblau, Violett, Moosgrün oder Oliv – das hat schon eine Signalwirkung. Die Krawatte ist definitiv auch eine Botschaft für Kompetenz.

Warum verzichten dann so viele Männer darauf?

Weil unsere Gesellschaft insgesamt entspannter geworden ist. Werte, die vor zehn, zwanzig Jahren nicht verhandelbar waren, verlieren ihren zwingenden Charakter. Die Herren empfinden diese Entwicklung modisch nach und werden so zum Spiegelbild unserer momentanen Gesellschaftsstruktur. In der vergleichsweise begrenzten Welt der Vergangenheit konnte man bestimmte Looks ganz klar definieren. Doch die Vielfalt an Optionen, die sich in der digitalen Welt eröffnet, macht auch vor dem Outfit nicht Halt: Es muss nicht immer der perfekte Anzug sein, vieles ist möglich, auch ein deutlich entspannterer Auftritt im Business.

Wird die Krawatte – ähnlich wie der Hut – in der Bedeutungslosigkeit versinken?

Auch wenn ich mir manchmal wünsche, dass es wieder formeller wird: So wie die Struktur unserer Gesellschaft sich entwickelt, kann man schon davon ausgehen, dass die Entspannung uns erhalten bleibt. Dennoch bin ich sicher, dass die Krawatte nicht verschwindet. Sie ist ein fester Bestandteil der Businessmode – und das wird sie auch bleiben.

Wie strahlt man auch mit einem entspannteren Look Kompetenz aus?

Indem man Kontraste erzeugt. Wenn ich mit einem grauen Sakko, grauer Chino und grauem Hemd in einer Farbschiene auftrete, dann gebe ich insgesamt ein verwaschenes Bild ab. Wenn ich aber ein dunkelblaues Sakko mit weißem Hemd und mittelblauer Chino trage, dann zeige ich Präsenz und strahle auch ohne Krawatte Kompetenz aus.

Ist der entspannte Look in jeder Branche gern gesehen?

In der Regel ist der sportiv-entspannte, aber gepflegte Business-Look heute in sehr vielen Branchen möglich. Aber ich rate grundsätzlich dazu, genau zu prüfen, wie die Situation im Unternehmen tatsächlich ist. Entscheidend ist nicht zuletzt, mit welchen Geschäftspartnern man es zu tun hat.