

Trainer Journal

Trainertreffen Deutschland ▪ www.trainertreffen.de ▪ Tel. 05036 - 92 47 90
Ausgabe 93 ▪ November/Dezember 2018 ▪ ISSN 2192-5801



Ein Wimpernschlag reicht aus Ihre Kleidung spricht ...

Weitere Themen u.a.:

- Rechte und Pflichten als Urheber
- Kollektive Intelligenz plus Werteorientierung
- ISO 9001 + DSGVO = ein optimales Managementsystem
- Reflexive Kommunikation als zentraler Erfolgsfaktor des Managements



Ihre Kleidung spricht ...

Isabel Schürmann

Als Weiterbildner sind Sie in erster Linie Kommunikationsexperte. Von Ihrer gelungenen Kommunikation hängt Ihr Erfolg ab. Wussten Sie, dass auch Ihre Kleidung zu Ihren Kunden und Teilnehmern „spricht“? Eine Vielzahl von Studien belegen, dass das Sprichwort „Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck!“ stimmt und der erste Eindruck bleibender ist, als wir denken.

Es ist Freitagabend, ich werfe einen letzten Blick auf mein Smartphone, bevor ich den Arbeitstag beenden möchte. Auf dem Bildschirm meines Telefons werden neben den Emailneuzugängen auch diverse YouTube-Videos von angesagten Business Speakern, Coaches und Trainern, die ich abonniert habe, angezeigt. Ein Titel reizt mich. Entgegen meinen ursprünglichen Absichten logge ich mich erneut ein, um mir den angepriesenen Clip zum Thema „Überzeugen mit Persönlichkeit und Redekompetenz!“ anzusehen. Auf dem Bildschirm erscheint ein vor einem Flipchart stehender Redner mit Dreitagebart, aschblond, gekleidet in einer verwaschenen Jeans ohne Gürtel und schwarzem Hemd. Seine Ärmel sind ungleichmäßig hochgekrempelt. Die Knopfleiste des Hemdes klafft etwas auseinander. Der Hemdkragen steht so weit offen, dass aus dem Ausschnitt ein weißes T-Shirt blitzt. Um den Hals trägt der freundlich blickende Mann ein abgenutztes Lederband mit einem silberfarbenen Anhänger. Ich lausche seinem Kurzvortrag, allerdings nicht konzentriert, denn sein optischer Auftritt irritiert mich doch sehr. Ich frage mich zunehmend, welche Wirkung er wohl bei anderen in seinem überaus legeren Outfit mit den hochgekrempelten Ärmeln hinterlässt? Als der Videoclip zu Ende ist, über-

lege ich, was die Kernbotschaften des Redners waren und muss feststellen, dass ich diese nicht im Detail erinnern kann. Einzig das ordentliche Schriftbild auf dem Flipchart ist mir noch gut präsent. Ich beschließe, das Video ein zweites Mal anzuhören - ohne Bild. Nun nehme ich die Stimme des Mannes als klar und angenehm wahr. Der Vortrag ist gut strukturiert und meines Erachtens im Sinne eines „Marketing-Teaser“ zur Neukundengewinnung (in einem durchaus hart umkämpften Trainer- und Coaching-Markt) inhaltlich sehr gelungen.

Ich habe dem Redner eine zweite Chance gegeben, um mir ein „umfassenderes“ Bild von seinen Fähigkeiten zu machen, aber wie oft machen wir dies in unserem (Berufs-)Alltag? Eher selten – und dabei sind oftmals die ersten Sekunden doch so entscheidend.

Ein Wimpernschlag reicht aus ...

In Bruchteilen einer Sekunde (Experten gehen von 100 bis maximal 230 Millisekunden aus) machen wir uns von einem uns unbekanntem Menschen einen ersten Eindruck - und das passiert ganz automatisch. Trotz



Bild 1: Farbfächer und Stoffmuster helfen bei der Zusammenstellung einer ansprechenden Garderobe

Kürze der Zeit kann man dabei verschiedenen Phasen unterscheiden. Die wohl wichtigste Phase ist der Bewertungsprozess, in dem wir alle wahrgenommenen Merkmale (sensorische und visuelle Schlüsselreize; Details später) verdichten und ein finales (subjektives) Urteil über unser Gegenüber fällen. Dabei führt ein Minimum an Informationen zu einem Maximum an – möglicherweise auch nicht belegbaren und/oder aus Sicht des Gegenübers eher unerwünschten – Schlussfolgerungen. In welche „Schublade“ wir unser Gegenüber dabei einsortieren, hängt von unserem intuitiven Gefühl ab, für das es keine rationale Begründung gibt.

Nicht zu unterschätzen - der Halo-Effekt

Im Falle eines negativen Eindrucks, bedarf es enormer Anstrengungen und vieler weiterer, positiver Begegnungen, um uns doch noch umzustimmen. Recherchen zu Folge geht man übrigens davon aus, dass es bis zu 22 positiver, erneuter Begegnungen bedarf, um einen schlechten, ersten Eindruck zu revidieren. Grund hierfür ist, dass wir unseren Blickwinkel in der Regel so ausrichten, dass wir nur nach Dingen und Verhaltensweisen suchen, die unser Ersturteil verstärken bzw. bestätigen (auch Halo-Effekt genannt). Positiv zu bewertendes Verhalten kann uns dagegen nur schwer umstimmen, vielmehr werten wir dieses als Ausnahme.

Erfolgsfaktoren Ihrer persönlichen Wirkung

Ganz gleich ob Sie als Geschäftsführer, Führungskraft, Vertriebler, Berater, Trainer oder Coach tätig sind, Ihre Auftritts- und Wirkungskompetenz bestimmen in hohem Maße den Erfolg Ihrer Arbeit.

Überlegen Sie einmal, welche Bewertungskriterien Sie für ein Ersturteil heranziehen? Oder anders formuliert: Was bestimmt ihr persönliches Bauchgefühl? Stelle ich diese Frage in meinen Trainings, wird in der Regel das optische Erscheinungsbild zuerst genannt. Und genau das hatte der Redner aus dem Videoclip meines Erachtens vollkommen unterschätzt. Eine Vielzahl von Faktoren bestimmen unseren optischen Auftritt und unsere Wirkung, nämlich die Farb- und Musterauswahl, der Kleidungsstil, die

Accessoires, das Haarstyling, die Rasur, das Make-up, der gewählte Duft und ganz allgemein die Gepflegtheit. Andere Bewertungskriterien, wie beispielsweise unsere Körpersprache (Mimik, Gestik, Haltung, Gang und Distanzverhalten), unsere Sprechweise und Stimme, unser Kommunikationsstil oder unser Verhalten (z.B. bei der Begrüßung) werden oftmals von den Befragten erst viel später genannt. Das macht deutlich, welchen Einfluss unser Aussehen auf die Bildung des ersten Eindrucks hat.

Kleidung als Kommunikationsmittel

Kleidung spricht eine eigene Sprache – das ist lange bekannt. Nicht zuletzt bestätigt dies auch die Vielzahl der immer wieder zitierten Redewendungen: „Kleider machen Leute“, Die Außenseite eines Menschen ist das Titelblatt des Innern.“ „Kleider sind die einfachste und fundamentalste Möglichkeit der Selbstdarstellung.“

Nachfolgende drei Schlüsselfragen können eine erste, sehr wertvolle Hilfestellung sein, wenn es um die Zusammenstellung einer situationsangemessenen Garderobe geht:

Zusammenstellung einer situationsangemessenen Garderobe

- Wo gehe ich hin?
- Wer ist mein Gegenüber?
- Wie will ich wirken und wahrgenommen werden?

Darüber hinaus ist es für eine ansprechende Gesamterscheinung wichtig, zum einen Farben, Materialien, Muster, Schnitte und Accessoires aufeinander abzustimmen. Zum anderen die individuellen Proportionen eines Menschen, aber auch die Persönlichkeit, die Selbstwahrnehmung (Selbstbild) und den Gemütszustand² zu berücksichtigen. Fühle wir uns in unserer Kleidung, der sogenannten „zweiten Haut“ nicht wohl, sondern verkleidet, ist ein authentischer Auftritt nur schwer möglich.

Die Wirkung von Farben, Mustern und Materialien

Welche unterschiedlichen Wirkungen die oben genannten optischen Faktoren haben

können, möchte ich Ihnen exemplarisch anhand von zwei Aspekten aufzeigen:

Farben

Jeder Mensch weist von Geburt an eine ganz eigene, individuelle „Farbigkeit“ (Farbtyp) auf, so dass uns verschiedene Farben auch unterschiedlich gut kleiden. Um sicherzustellen, dass wir im Gespräch von unserem Gegenüber auch richtig wahrgenommen werden und möglichst keine optischen/farblichen Ablenkungseffekte vorherrschen, die nämlich von unserem Gesicht ablenken, sollte die Auswahl unserer Kleidung

- innerhalb eines typgerechten Farbspektrums erfolgen,
- die Anzahl der gewählten Farben nicht größer als drei sein, und
- unterschiedliche Kombinations- und Kontrastwirkungen bedacht werden.

Welche unterschiedlichen Wirkungen verschiedenen Farbkombinationen zugesprochen werden, können Sie in Ansätzen nachfolgender Graphik entnehmen.



Welcher Farbtyp Sie sind und wie Ihre individuelle Farbpalette aussieht, kann übrigens im Rahmen einer sogenannten Farbtypanalyse durch eine(n) professionellen Farbberater ermittelt werden. Entscheidend für das Ergebnis sind Ihr Hautunterton, Ihre Augen- und Haarfarbe.

Muster und Materialien

Bei der Musterwahl ist ebenfalls Feingefühl gefragt, so wirken beispielsweise geometrische, symmetrische Muster in der Regel klar, eher sachlich und gradlinig, während florale oder wellige Muster dagegen feminin, verspielt und weich erscheinen.



Bild 2: Geometrische, symmetrische Muster wirken in der Regel klar, eher sachlich und gradlinig, während florale oder wellige Muster feminin, verspielt und weich erscheinen.

Auch bei der Kombination verschiedener Musterdesigns, -größen und Materialien ist für eine harmonische Gesamterscheinung ein gutes Auge gefragt.

Eine zweite Chance für den ersten Eindruck?

Wenden wir uns in diesem Zusammenhang nochmals dem Redner aus dem Videoclip (Eingangsszenario) zu: Als professioneller Kommunikations-Trainer und Coach nutzt dieser ganz offensichtlich auch die bekannten Social Media Kanäle für Marketingzwecke. Kurze Videoclips in Vortragsformat oder auch das Angebot kostenfreier Webinare werden heute zunehmend dazu eingesetzt, um zum einen den eigenen Expertenstatus zu demonstrieren, zum anderen neugierig und „Lust auf mehr“ zu machen. Der erste Eindruck ist hier also ganz entscheidend.

Die Thematik und der Titel des Videos haben bei mir im Vorfeld bestimmte Erwartungen erzeugt. Ich war gespannt. Das (nach-)lässige Outfit (Hemd deutlich zu eng, fehlender Gürtel, ausgewaschene Jeans, unrasiert etc.), die Dominanz des schwarzen Hemdes, die das eher blasse Gesicht überstrahlte und auch die prominente Halskette haben mich dann allerdings so irritiert, dass ich das gesprochene Wort „nur mit halbem Ohr“ aufgenommen habe. Wollte mich der Redner nicht mit Persönlichkeit und Redekompetenz überzeugen? „Kleidung spricht“ und manchmal dann doch lauter, als uns das vielleicht

lieb ist. Wie viele Menschen dem doch wirklich eloquenten Trainer wohl eine zweite Chance einräumen?

Fazit

Ihre Gepflegtheit sowie Farben, Stoffe, Materialien, Schnitte, Muster und andere Details lassen Kleidung sprechen. Visualisieren Sie Ihre Aufttritts- und Wirkungskompetenz und unterstreichen Ihre verbalen Botschaften, in dem Sie die Sprache der Kleidung erlernen und für sich zielgerichtet – je nach Gesprächspartner/Zielgruppe und Situation (auch in der virtuellen Welt) – einsetzen. Es lohnt sich!

Mehr..

- [zur Autorin](#)
- [Interview mit Isabel Schürmann...](#)
- [Workshop für Trainer, Berater und Coachs zum Thema...](#)

1 Titel des Videoclips abgeändert.

2 Dies zeigt ein Experiment von Bettina Hannover und Ulrich Kühnen (A. Schäfer (2016): „Vorsicht bei der Kleiderwahl!“, Psychologie HEUTE, 08/2016, 23-26).

Bildnachweis: Isabel Schürmann - Miriam Bender