

Kleidung.Macht.Erfolg

Berufsspezifische Kleidung hat eine lange Tradition. Während sie früher jedoch in erster Linie Schutz- und Sicherheitskriterien erfüllen musste, ist Corporate Fashion heute Teil der Corporate Identity. Wie Mitarbeitende auftreten und wirken, kann heute für ein Unternehmen ein erfolgskritischer Faktor sein.

Von Heike Rüter und Sabine Schritt

Auch wenn im digitalen Zeitalter viele Kontakte online stattfinden und Teams virtuell und global zusammenarbeiten, kommt doch irgendwann der Augenblick der Wahrheit – die Mitarbeitenden müssen raus. Eine Messe steht an und nun werden hektisch Dresscodes ausgegeben. Plötzlich sind alle Repräsentanten des Unternehmens an einem Ort. Und alle müssen gleich sympathisch, gleich vertrauensvoll, gleich kompetent, gleich seriös wirken. Daher sollen nun alle Mitarbeitenden die gleiche Kra-

watte, das gleiche Tuch oder ein Poloshirt mit Firmenlogo tragen und damit ein Wir-Gefühl schaffen und Zusammengehörigkeit demonstrieren.

Dies kann schnell nach hinten losgehen, denn ein solches Vorgehen verfehlt in der Regel die gewünschte Wirkung. Zum einen, weil Menschen einen Dresscode unterschiedlich interpretieren und sich mit den Vorgaben oft nicht identifizieren können. Zum anderen, weil das Konzept nicht durchdacht und somit nicht authentisch ist, die Kleidung nicht zu Körpersprache und Umgangsformen passt. Und das Gesamtbild damit nicht stimmig und nicht vertrauenserweckend ist.

Kleider machen Leute

Der Titel der berühmten Novelle von Gottfried Keller ist noch heute, nach 250 Jahren, eine gängige Redensart. Doch was bedeutet dieser Satz heute für eine einheitliche Unternehmenskleidung? Ist denn der Pilot, die Ärztin, der Koch, die Bankerin, der Monteur in Berufskleidung eine andere Person als in Freizeitkleidung? Das äussere Erscheinungsbild ist das Erste, was wir bei einem Menschen wahrnehmen. Daran orientieren wir uns, und es dauert nur wenige Sekunden, dann steht das Urteil. Blitzschnell entscheidet der erste Blick über Sympathie und Antipathie, Vertrauen und Respekt.



Die Wahl unserer Kleidung bestimmt unser Denken, Fühlen und Handeln.

Schon William Thourbly schrieb in seinem Buch «You are what you wear» im Jahr 1978 darüber, wie sehr unsere Entscheidungen vom äusseren Erscheinungsbild des Gegenübers beeinflusst werden. Erfolgreiche Repräsentanz schafft Loyalität, gibt Orientierung und macht Zuständigkeiten und Hierarchien deutlich. Mit der Person, die die Kleidung trägt, werden automatisch ganz bestimmte Eigenschaften verbunden.

Uniformen im Dienste der Wirtschaft

Unsere Kleidung hat eine starke Symbolkraft und mit ihr senden wir bestimmte Botschaften aus. Täglich begegnen uns die visuellen Codes zum Beispiel bei Fluggesellschaften, Fast-Food-Ketten, Transportunternehmen oder Banken. Vor allem die Uniform inspiriert die Berufskleidung bis heute. Sie nimmt einen faszinierenden Platz in unserer Gesellschaft und in unseren Kleiderschränken ein und wird durch ihre Allgegenwart im Alltag oft übersehen. Berufsbekleidung ist im Prinzip eine modische «Uniform» im Dienste der Wirtschaft und des eigenen Unternehmens. Und weil Mode sich an der Vergangenheit orientiert, um Ideen für die Zukunft zu entwickeln, basiert auch die heutige Berufsbekleidung in der Regel auf den alten Stilquellen Arbeit, Militär, Schule und Sport. In die erste Kategorie fällt der «Blaumann», aber auch Schürzen und Hauben in der Gastronomie oder die weissen Kittel in Medizin und

«Ein Firmenlogo auf dem Poloshirt macht noch keine Corporate Fashion!»

Heike Rüter



© Depositphotos/leblushka

Die Teilnehmer in formaler Kleidung wie Kostüm oder Anzug schnitten unter anderem im abstrakten Denken besser ab.

Pflege. Kleidung aus der Kategorie Militär soll vor allem Seriosität und Pflichtbewusstsein ausstrahlen, dazu zählen beispielsweise zivile Uniformen aus Schiff- und Luftfahrt. Charakteristisch für die Kategorie Schule ist der College-Look, dem wir den Business-Blazer verdanken, für die Kategorie Sport zum Beispiel die Baseball Cap und die Sneakers. Das bringt uns sehr schnell zu dem Punkt, welche Kleidung für ein Unternehmen funktioniert oder nicht. Der schnelle, sportliche Paketzusteller, der pünktlich, sicher, easy drei Treppenstufen auf einmal nimmt, darf nie langsam wirken. Er braucht eine ganz andere Kleidung als der Bankfachmann, der das Vermögen seiner Kunden verwaltet.

Kleidung ist Kommunikation

Die Kleidung der Mitarbeitenden vereinheitlicht das Erscheinungsbild des Unternehmens nach aussen und beeinflusst die Interaktion zwischen Menschen. Der Stellenwert einer Unternehmenskleidung hat sich stark gewandelt. Im Idealfall

transportieren die Mitarbeitenden mit ihrer Kleidung und ihrem Auftreten und Verhalten die Philosophie des Unternehmens. Dann sprechen wir von Corporate Fashion als Instrument der Corporate Identity. Corporate Fashion ist neben der Architektur des Firmengebäudes, dem Internetauftritt und den Visitenkarten sichtbare Werbung für ein Unternehmen. Die Kleidung dient als Projektionsfläche aller Unternehmenswerte und fordert damit auch gleichzeitig vom Träger einen Verhaltenskodex ein. Deshalb ist es mit einer unkommentierten und unbegleiteten Implementierung von einheitlicher Unternehmenskleidung auch nicht getan. Sondern es steht die Frage im Vordergrund, welche Werte ich als Unternehmen transportieren will. Und es geht noch weiter: Von wem und wann soll die Kleidung getragen werden? Von der ganzen Belegschaft, nur von repräsentativen Gruppen, nur für eine bestimmte Zeit? Vor allem aber müssen die Mitarbeitenden wissen, warum sie diese Kleidung tragen sollen, welche Botschaft darin

HINTERGRUNDINFOS

Anmerkungen

1 Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Encllothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 918-925.

2 Stepian, M. L., Ferber, S. N., Gold, J. M., & Rutchick, A. M. (2015). The cognitive consequences of formal clothing. *Social Psychological and Personality Science*, 6, 661-668.

Zu den Autorinnen

Heike Rüter ist diplomierte Designerin, Trainerin und Coach. Sie berät seit 25 Jahren Unternehmen in Sachen Auftritt, Kommunikation und Service Excellence. www.heike-ruether.de
Sabine Schmitt ist freie Journalistin für Arbeitswelt mit den Schwerpunkten Unternehmenskultur, Personalführung und Digitale Transformation. www.sabineschmitt.com

liegt. Denn sie fragen zu Recht: Was hat diese Kleidung mit mir, mit meiner Aufgabe zu tun? Ein Firmenlogo auf dem Poloshirt macht noch keine Corporate Fashion!

Innovationskraft symbolisieren

Gerade in Zeiten des digitalen Wandels müssen Unternehmen heute verstärkt Innovationsfähigkeit ausstrahlen. Dies funktioniert mit einer Businesskleidung aus alten Zeiten nicht mehr. Dies ist ein Grund dafür, warum derzeit viele Outfits überdacht oder neue Dresscodes etabliert werden, bis hin zu einer einheitlichen Unternehmenskleidung oder verbindlichen Trageordnungen. Die Gratwanderung ist, neben einer einheitlichen Unternehmensbotschaft auch die Individualität der Mitarbeitenden zu bewahren. Diese wollen keinen Einheitsbrei mehr aus Formen und Schnitten, sondern individuell angepasste, gut passende Kleidung. Und dies muss nicht nur die administrativen Bereiche betreffen. Gerade in Unternehmensbereichen, in denen eine Schutz- und Sicherheitskleidung vorgeschrieben ist, kann eine neu und gut durchdachte, modische Funktionskleidung technischen Fortschritt symbolisieren.

Bei der Auswahl einer Unternehmenskleidung geht es auch immer um die Magie der Farben. Manche funktionier-



© Depositphotos_photography33

Stilquelle Arbeit.

ten offline ganz gut, online aber nicht mehr. Oder die Erwartungen der Kundschaft an ein Unternehmen haben sich im Laufe der Zeit verändert. Wurde in den 1960er-Jahren bei einer Deutschen Fluggesellschaft beispielsweise durch ein helles Gelb in Kombination mit Dunkelblau Sicherheit versprochen, vermittelt heute ein warmes Dottergelb Herzlichkeit. Es ist zudem ein grosser Unterschied, ob eine Unternehmenskleidung auf militärischen, sportlichen oder trachteninspierten Elementen basiert.

Macht und Kompetenz durch Kleidung

Doch unsere Kleidung wirkt sich nicht nur auf andere aus, sondern auch auf uns selbst. Zu diesem Ergebnis kommen Adam D. Galinsky und Hajo Adam von der Northwestern University in ihrer Studie «encllothed cognition». Die Wissenschaftler untersuchten darin zwei Faktoren. Erstens, die symbolische Bedeutung eines Kleidungsstücks und zweitens, die körperliche Erfahrung, es zu tragen. Sie liessen im Rahmen ihrer Untersuchungen Testpersonen verschiedene Aufgaben lösen, die Konzentration und Reaktionsvermögen erforderten. Dabei zogen sie einer Gruppe Laborkittel an, die einen Arztkittel symbolisieren sollten. Die andere Gruppe trug Alltagskleidung.

Ergebnis: Die Teilnehmer im weissen Kittel machten signifikant weniger Fehler als die Gruppe in Alltagskleidung. In einem weiteren Experiment wurden allen Probanden Kittel angezogen, wobei die Kittel der einen Gruppe als Arztkittel und der anderen Gruppe als Malerkittel überreicht wurde. Ergebnis: Die Aufmerksamkeit der «Ärzte» war beim Lösen der Aufgaben wesentlich höher als bei den «Malern». Offenbar setze das Tragen bestimmter Kleidung entsprechende Assoziationen frei, resümierten die Forscher. Das Experiment zeigt eindrücklich, wie Kleidung unsere Selbstwahrnehmung be-

Arbeit und Militär.



Kittel machen schlau!

© Depositphotos/EcZbarzhyvetsky



Stilquelle Sport.

einflusst. Wir können uns tatsächlich mit unserer Kleidung anders und als andere fühlen. Weil wir mit dem Arztkittel üblicherweise Sorgfalt und Achtsamkeit verbinden, überträgt sich dies auf das eigene Verhalten.

Der Anzug- und Kostüm-Effekt

Kleidung beeinflusst unser Denken, Handeln und Fühlen. So hat die Studie der California State University Northridge «The cognitive consequences of formal clothing» gezeigt, dass Menschen sich in formaler Kleidung mächtiger und bedeutsamer fühlen. Das Forscherteam um Professor Abraham Rutchick liess Probanden mehrere Tests in Businesskleidung und in Freizeitkleidung durchführen. Die Teilnehmer in formaler Kleidung wie Kostüm oder Anzug schnitten unter anderem im abstrakten Denken besser ab.

Viele Menschen greifen – ganz ohne unternehmerische Vorgaben – im Alltag zu ihrer eigenen «Arbeitsuniform» wie Rock-Bluse-Blazer oder Anzug und Krawatte, weil sie sich unbewusst in dem Outfit stärker und kompetenter fühlen und ihren Status damit deutlich machen können.

Das Ritual des An- und Ausziehens einer Berufskleidung ermöglicht zudem eine formale Trennung von Arbeit und Freizeit und hilft den Mitarbeitenden, schneller in ihre Rolle zu schlüpfen und diese (selbst-)bewusst auszufüllen. Eine gut durchdachte Unternehmenskleidung vereint die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden nach Ansehen und Macht durch Kleidung mit den positiven Auswirkungen auf Leistung und Motivation und somit auf den Unternehmenserfolg. ■



HEIKE RÜTHER

diplomierte Designerin, Trainerin und Coach

SABINE SCHRITT

freie Journalistin für Arbeitswelt

Wir sind **der** schweizerische Systemlieferant für Persönliche Schutzausrüstungen mit eigener, flexibler Herstellung von Schutzhandschuhen und Schutzbekleidungen in Lotzwil und bei Kooperationspartnern in Ungarn und Polen.

Ihr Besuch in Lotzwil oder in unserem aktuellen Online-Shop freut uns.

www.thomi.com



Thomi + Co AG
4932 Lotzwil

Persönliche Schutzausrüstungen
von Kopf bis Fuss



Telefon 062 919 83 83
Fax 062 919 83 60
E-Mail info@thomi.com
Website www.thomi.com

Qualität und Service – THOMI SUISSE

Nebst unserer eigenen Herstellung von Schutzbekleidungen und Schutzhandschuhen führen wir Persönliche Schutzausrüstungen namhafter Hersteller.

Ansell, Bruxelles/B	Schutzhandschuhe
KCL, Eichenzell/D	Schutzhandschuhe
Mapa Professionnel, Neuilly/F	Schutzhandschuhe
Semperit, Wien/A	Schutzhandschuhe
Showa, Himeji/JAP	Schutzhandschuhe
Asatex, Bergheim/D	Schutzbekleidung
BP Bierbaum-Proenen, Köln/D	Schutzbekleidung
DuPont, Luxembourg/LUX	Schutzbekleidung
Ma-gär, Säsd/H	Schutzbekleidung
Sioen, Ardooie/B	Schutzbekleidung
Artlux Swiss Safety, Liestal	Schutzbrillen
Bollé Protection, Villeurbanne/F	Schutzbrillen
Unico Graber, Münchenstein	Schutzbrillen
JSP, Oxford/GB	Schutzhelme
Abeba, St. Ingbert/D	Sicherheitsschuhe
Baak, Straelen/D	Sicherheitsschuhe
Baites, Heinsberg/D	Sicherheitsschuhe
Ejendals Jalas, Leksand/S	Sicherheitsschuhe
Fernandes, Guimarães/P	Sicherheitsschuhe
ICC, Guimarães/P	Sicherheitsschuhe
Maspica, Casalsarugo/I	Sicherheitsschuhe
Maxguard, Krefeld/D	Sicherheitsschuhe
Mondeox/Lytos, Asolo/I	Sicherheitsschuhe
Bekina, Kluisbergen/B	Sicherheitsstiefel
Dunlop, Raalte/N	Sicherheitsstiefel
The Welly, Prnjavor/BIH	Sicherheitsstiefel
Hellberg Safety, Stenkullen/S	Gehörschutzprodukte
Honeywell Safety Products, Lübeck/D	Gehörschutzprodukte
3M (Schweiz), Rüschlikon	Atemschutzmasken
Dräger Schweiz, Liebefeld	Atemschutzmasken
Moldex-Metric, Walddorf/D	Atemschutzmasken
Scott, Skelmersdale/GB	Atemschutzsysteme
Protecta, Carros/F	Fallschutzsysteme
Vertiqua, Targu Mures/ROM	Fallschutzsysteme
Peter Greven Physioderm, Euskirchen/D	Hautschutzprodukte
Universal, Kungsbacka/S	Augenduschsysteme
Cederoths, Upplands/S	Erste-Hilfe-Produkte
H. Klar, Wuppertal/D	Warnschilder