

Das Image wirken lassen

Wer sind Sie? Wie sind Sie so? Was sagt man im Allgemeinen über Sie? Und, letzte Frage: Stimmt das mit dem Bild überein, das Sie von sich haben? Möglicherweise besteht zwischen dem Bild, das Sie vermitteln wollen und dem, was bei Ihrem Gegenüber ankommt, eine gewisse Diskrepanz. Sie dachten, Sie seien ein lockerer Typ und erfahren nun, dass Sie schon auf Grund Ihrer Kleidung als erzkonservativer Spieler gelten. Oder Sie traben täglich im Sweatshirt zur Arbeit und wundern sich, dass Sie seit Jahren in der Firmenhierarchie nicht aufsteigen?

Die Arbeit am eigenen Image wird immer wichtiger. Wer sich selbst schlecht verkauft, hat den Schwarzen Peter im Spiel um Karriere und Zukunftsplanung. Sprünge im Image wie beispielsweise betont jugendliche Kleidung aufen und ziemlich enge Horizonte innen liefern dem Gegenüber ein unstimmliges Bild. Sie werden nicht ernst genommen. Andererseits: Wie soll man sich überhaupt benehmen und kleiden, heute, in einer Zeit, in der man im Freizeitlook zur Arbeit geht und es eher ein Zeichen von Reviermarkierung zu sein scheint, wenn man sich krass daneben benimmt? Fachkompetenz drückt sich im Auftreten aus. Denken Sie an Polizisten, Richter, Ärzte, hier wirkt allein schon die Kleidung. Testen Sie sich: Wie laufen Sie in Jeans und Turnschuhen, wie im Smoking? Sie fühlen sich unwohl im Smoking? Dann brauchen Sie nicht weiter über Imagepflege nachdenken, dann ist ein Mitgliedsausweis im Sportverein die bessere Wahl.

Imageberatung ist ein bedeutender Faktor geworden im Kampf um Arbeitsplätze und die wenigen wirklich guten und interessanten Jobs. Fachwissen wird vorausgesetzt, die meisten von uns besitzen eine umfangreiche Bildung, wir sind in unserem je eigenen Gebiet informiert und sorgen dafür, dass wir auf dem neuesten Stand bleiben. Wie sieht es aber mit unseren anderen Kompetenzen aus? Oder mit unserem Wissen zum Thema Kleidung, wobei man Arbeitskleidung heute mit dem Wort Dress-Code gleichsetzen muss? Das ist weitgehend einer tief unten angesiedelten Nivellierung zum Opfer gefallen, obwohl jeder eine Person anders beurteilt, die hervorragend gekleidet (was schlicht und dezent, aber gut bedeutet) ist als eine Gestalt, deren unrasiertes Kinn weniger auf Genie denn auf mangelnde Selbstorganisation zurückzuführen ist. Das Thema Benehmen scheint nicht mehr topaktuell, obwohl es mittlerweile sogar Kinder-Benimmkurse gibt. Offenbar spricht es sich langsam wieder herum, dass ein Benehmen, das man von klein auf so gut lernt, dass es in Fleisch und Blut übergegangen ist, das Leben ungemein erleichtert. Kaum Fettpfchen, in die man treten könnte, kein böser Faux-Pas in Kleider- und Tischmanieren, von vielen anderen Peinlichkeiten abgesehen ...

Wer sein Image verändern will oder überhaupt erst einmal eines aufbauen möchte, muss zuerst eines tun: Sich selbst analysieren. Das bedeutet, sich zu hinterfragen: Wer bin ich, wo sind meine Vorzüge und Schwächen? Wie bin ich im Allgemeinen so gelaunt, wie ist mein Führungsstil? Nicht nur Doris Dörrie fragt: "Bin ich schön", wobei sicher eines klar ist: Geschmack ist eine persönliche Frage und für unsere Optik sind wir nur begrenzt zuständig. Die totale Verantwortung tragen wir aber für die Verpackung! Wer einmal erlebt hat, dass falsche Farben aus frohen Menschen Miesepeter machen, kauft nie mehr ultramarinblau, wenn er in Türkis wirkt wie nach vier Wochen Ferien. Kniebedeckend oder wadenlang? Betrachten Sie ehrlich Ihre Beine und beziehen Sie die Frage mit ein: Möchte ich Karriere machen oder fragwürdige Bekanntschaften? Das ist Imageaufbau. Das macht erst einmal ein wenig Mühe, aber das lohnt sich wirklich.

Wer Zahnschmerzen hat, vermittelt keinen glücklichen Eindruck. Körperliche Gesundheit ist ein wesentlicher Plusfaktor im Rennen um den Erfolg. Wer seinen Körper pflegt, vergisst in der Regel die Seele auch nicht ganz. Wir sind in jeder Hinsicht am besten, wenn wir gut gelaunt und frohen Mutes sind. Dafür kann man eine Menge selbst tun, wenn man sich klar macht, dass weder unser Partner noch Kinder oder Kollegen dafür zuständig sind, uns mit unserer täglichen Ration Glück zu versorgen.

Farben sind vollkommen unterschätzte Botschafter. Farben können erfreuen, anregen, wütend machen, krank aussehen lassen. Man sollte also wissen, welche Farben gut zu einem passen und danach einkaufen. Das bedeutet: Farbanalyse

und dann ran an den Kleiderschrank. Wie viele Fundstücke hängen dort, die nicht zu unserem Typ passen (von der Größe abgesehen, in die wir vor 20 Jahren reinkamen)! Wer seine persönlichen Topfarben kennt, braucht weniger Kleider, denn er kauft keine falschen Teile ein und kann besser kombinieren.

Dress-Codes: Extrem unterschätzt. Kluge Leuten laufen niemals schlampig herum oder müssen den ganzen Tag am Rock zippeln, damit er exakt über der Laufmasche liegt, die man morgens in der Hektik gezogen hat. Gentlemen präsentieren im Büro keine Stachelwaden, weil sie nicht in weißen (!) Tennissocken zum Dienst joggen. Wer meint, eine goldene Uhr müsse am Arm baumeln, sollte über deren Größe und Design nachdenken, ehe man ihn in eine falsche Schublade steckt. Sie stellen sich aufgrund Ihrer Kurzsichtigkeit gern nah an Ihre Gesprächspartner. Besser Fehler, wenn Sie den Mindestabstand unterschreiten? Ihnen wird man nie mehr "nahe kommen". Wer geht vor wem auf der Treppe, darf man Kaugummi kauen oder gar rauchen? Wer solche Dinge weiß, hat genug Zeit, um über die wirklich wichtigen Sachen nachzudenken, denn er kann seine Energien sinnvoll einsetzen. Für die Karriere nämlich oder für ein intensives Gespräch mit dem Partner, weil er nicht überlegen muss, ob er das Grillhähnchen etwa mit der Hand essen darf. Gutes Benehmen bedeutet keine roboterhaften Marionettenmenschen. Jeder macht Fehler. Man muss nur wissen, wie man es wieder hinbiegt!

Dagmar P. Heinkes Buch hat eine lebenspraktische Systematik. Nach einer Einführung in die Persönlichkeitsbildung wird erklärt, was Image bedeutet und wie es aufgebaut wird. Die nächsten Themen sind Styling und Verhalten, also das große Feld von Kleidung und Benehmen. Und warum das alles? Ganz einfach. Wenn Sie das erste Mal irgendwo erscheinen, werden Sie in Sekundenbruchteilen eingeschätzt und vorsortiert, da können Sie fachliche Referenzen haben, soviel Sie wollen. Was zählt, ist der erste Blick, der erste Händedruck und das erste Mal Ihre Stimme zu hören. Und Sie dürfen eines niemals unterschätzen: Wir merken sofort, ob jemand ein dressiertes Pflänzchen ist oder Routinier. Uns fallen auch gleich Diskrepanzen auf zwischen Sein und Schein, selbst wenn wir oft genug länger brauchen, um herauszufinden, weshalb wir ein ungutes Gefühl hatten.

Heinkes Buch hilft allen ein großes Stück weiter, die sich mit dem Thema Image grundlegend befassen möchten. Damit das alles keine graue Theorie bleibt, befindet sich im Anhang eine kleine praktische Lebenshilfe: Ein Fünf-Wochen-Plan. In dieser Zeit kann man eine grundlegende Wendung des Lebens einleiten. Arztbesuch, Vorschläge, Tage zum Nachdenken, zur Analyse, wichtige Dates wie die Belohnung für all die Mühen sind erste Maßnahmen auf dem Weg zu einem eigenen Image. Warum sollten ausgerechnet Sie die Chance vergeuden, nichts aus sich zu machen? Lernen Sie sich kennen von Ihrer besten Seite. Und die verkaufen Sie hinterher auch. Dann wissen Sie nämlich, wie das geht. Und es wäre doch dumm, wenn ausgerechnet Sie gern erfolglos bleiben wollen, oder?

csc05.05.2002

Quelle: www.literaturmarkt.info