

KATHARINA STARLAY

## STILGEHEIMNISSE

Die unschlagbaren Tricks und Kniffe  
für erfolgreiches Auftreten

**Frankfurter Allgemeine Buch**

Was nützt schöne Kleidung, wenn sich der Mensch, der darin steckt, schlecht benimmt? Ob Niete oder Kompetenzträger in Nadelstreifen – die Optik ist eben nur ein Teil des ersten Eindrucks, für den man bekanntlich keine zweite Chance bekommt: Sie macht die Hälfte der ersten unwiederbringlichen Sekunden aus. Fast genauso bedeutend ist aber auch der emotionale Anteil einer ersten Begegnung. Und so bekommt der Spruch, dessen sich Heerscharen von Stilberatern seit den 80er-Jahren bedienen, eine neue Bedeutung. Denn: Wer anderen keine Wertschätzung entgegenbringt, braucht für die Frage nach dem richtigen Anzug keine Zeit zu verschwenden. So die subjektiv empfundene Wahrheit im zwischenmenschlichen Umgang. Die Eleganz des Geistes – „Grace of mind“ – prägt die Wirkung eines Menschen maßgeblich.

Dieses Buch liefert Ihnen Antworten auf die Frage, was eine gewinnende Ausstrahlung überhaupt ausmacht: Tipps und Anregungen sowie funktionierende Rezepte für gutes Aussehen und Auftreten, Zusammenhänge, die Ihnen sonst niemand erklärt, und die Grundlagen des guten Stils – geschäftlich wie privat.

Viele Knigge-Ratgeber vermitteln die Spielregeln einer noch immer männerdominierten Geschäftswelt, schreiben Rocklängen vor, definieren Businessfarben und verkaufen Manschettenknöpfe. Die Etikette wird bestens bedient.

- 12 Mit steigendem Anspruch der Frauen an ein erfülltes Berufsleben und anerkannte Karrieren steigt aber auch die Unsicherheit – nicht nur in Kleiderfragen. Und so kommt es, dass sich die Leserin eines solchen Businessknigge anschließend mit einem kniebedeckenden Rock im dunkelgrauen Kostüm, mit Bluse, Blockabsatz-Pumps und lederner Aktentasche wiederfindet – und garantiert nicht mehr auffallen wird, schon gar nicht positiv. Die Frau wird befördert – aber nur bis zur mittleren Ebene. Andererseits gibt es Bücher über Farb- und Stilberatung oder sogenannte Stilbücher, die meistens klein und schwarz sind. Deren Autoren, Ikonen aus der Mode- oder Medienbranche, zielen auf ein individuell vorteilhaftes, vor allem aber betont weibliches Styling ab. Da werden Augenbrauen gezupft, Haarschnitte empfohlen, Muster kombiniert und High Heels als das Nonplusultra der Eleganz gelobt. Die Leserin eines solchen Buches sieht hinterher vielleicht umwerfend sexy aus – kann aber in der Geschäftswelt nicht punkten. Sie bleibt Sekretärin.

Dieses Buch verbindet deshalb die Stil- und Modeberatung mit dem Geschäftsleben: Ich habe große Unternehmen von innen gesehen und den Beauty-Alltag zwischen Job und Identität selbst oft genug auf den Prüfstand gestellt. Mit diesem Buch möchte ich Erprobtes vermitteln, Ihnen Sicherheit geben und zu einem entspannten Umgang mit Stil anregen. Seit der Erstauflage 2012 hat sich „Stilgeheimnisse“ zu einem Evergreen entwickelt. Denn obwohl sich manches seitdem verändert hat und jede Auflage entsprechend dem sich schnell wandelnden Zeitgeist von mir überarbeitet

wird (zum Beispiel sind Herrenkrawatten in Deutschland 13 auf dem Rückzug), bleiben die großen Züge, die guten Stil ausmachen, gültig. Wie dieses Buch.

Ich habe mir vorgenommen, Ihre Fragen zur richtigen Kleidung im Geschäftsleben zu beantworten und Mut zum sanften Ausstieg aus der „klon-gleichen“ Business-uniformierung zu machen, hinter der viele Frauen ihre Kompetenz verstecken. Die Orientierung am Dresscode der Männer wird Frauen im Business genauso wenig gerecht wie die Orientierung an Modetrends. Stilgeheimnisse, die früher von Generation zu Generation weitergegeben wurden, werden hier auf unsere moderne, mobile Welt übertragen, erweitert und modernisiert, bevor sie verlorengehen.

In Geschichten verpackt, die sich auch in einem straff organisierten Businessalltag zwischendurch lesen lassen, soll Ihnen das neue alte Wissen Spaß am guten Aussehen bringen – oder erhalten – und Ihnen eine strahlende Souveränität verleihen. Damit wird das Thema Stil zu dem, was es ist: zu einer sehr wichtigen Nebensache. Und wenn Sie das Buch am Ende aus der Hand legen und nicht nur etwas für sich mitnehmen konnten, sondern auch Lust bekommen haben – an der Lektüre und dem Spiel mit Stil –, dann habe ich mein Ziel erreicht: dass Sie einfach gut aussehen und sich dabei authentisch wohlfühlen.

Ihre Katharina Starlay

## 14 Stil-Check – zehn Impulse zu Beginn der Lektüre

Inzwischen schreibe ich schon lange für Sie und Euch – meine Leser. In meiner sehr angenehmen Zusammenarbeit mit dem *Manager Magazin*, für das ich seit Jahren eine Online-Kolumne (Starlay Express) schreibe, wurde ich zu einem Jahreswechsel einmal gebeten, Lebensimpulse in Stilfragen zu formulieren. Sie sind genauso zeitlos gültig, wie sie im Netz kaum auffindbar sind. Daher habe ich diese wichtigen Fragen des Stil-Daseins für Sie noch einmal zusammengefasst. Zehn Fragen, die Sie beschäftigen mögen:

### **Wie zufrieden bin ich mit mir und meinem Äußeren?**

Sie ist eine gewagte Angelegenheit, die Zufriedenheit mit sich selbst – noch viel mehr, wenn es um Äußerlichkeiten geht. Erstens ist der Weg manchmal weit, zweitens wird – wer sie hat – schnell als eingebildet und eitel abgestempelt. Das spiegelt schon unser gesellschaftlicher Umgang mit Komplimenten: „Ach, das habe ich doch im Ausverkauf erworben!“ ist eine von vielen leider üblichen Antworten auf verbale Blumen. Das biedermeierliche Herunterspielen ist aber keine Äußerung, die wir von Menschen mit Selbstwert, die im Geschäftsleben viel erreicht haben, erwarten. Als gestandene Persönlichkeit dürfen wir unsere Erziehung und unsere Glaubenssätze also ruhig auch einmal hinterfragen: Ist Eitelkeit wirklich etwas Schlechtes? Und Bescheidenheit eine Zier?

Sind Sie allerdings nicht zufrieden oder sehen noch Potenzial, dann hilft Ihnen die Erkenntnis, dass sich die Garderobe und auch der Körper mit professioneller Hilfe gestalten lassen. Man muss es nur beschließen.

### **Erinnert man sich an mich oder meine Marke?**

In Firmen und Branchen, Clubs und gesellschaftlichen Kreisen werden wir sehr schnell gleichgeschaltet. Und wer seinen Kopf hinaus wagt, wird schnell zurückgepiffen: Wehe, Sie greifen für ein Bühnentraining zu einer Farbe, die Ihnen großartig steht – unauffälliges Marineblau sieht man lieber an Ihnen ... Das hat jahrzehntelang so funktioniert. Dabei verwechseln die meisten Dresscode und persönlichen Stil: Manche Berufe setzen eine bestimmte Formalität voraus, die Vertrauen erwecken soll. Innerhalb dieses Rahmens ist aber jeder für seinen eigenen Ausdruck verantwortlich, und der sollte einprägsam sein.

In einem Markt, in dem verglichen wird, Produkte und Leistungen austauschbar sind und die Preise nicht weiter heruntergeschraubt werden können, sind es Persönlichkeit, Charakter und Service, die den Unterschied machen.

Diesen Charakter sollte man Ihnen auch ansehen, denn Sympathie entsteht zunächst durch den nur scheinbar oberflächlichen Eindruck. Deshalb sollte er eine Geschichte über Sie und Ihre Marke erzählen, eine gute. Denn nur wer sein Äußeres und sein Inneres in Einklang bringt, zieht Kunden

16 an, die dazu passen – und bleiben. Diese einfache Formel funktioniert für Menschen und für Unternehmen.

### **Kann ich selbst meine Kleidung vergessen?**

Was tun wir, wenn wir an einem Frühsommertag in einem Café in der Fußgängerzone sitzen und einen Cappuccino genießen? Richtig: Wir beobachten Menschen – und meistens registrieren und kommentieren wir das, was uns an ihrer Erscheinung *nicht* gefällt.

Kleidung wird also immer dann wichtig, wenn sie nicht stimmt. Wenn wir uns aber in unserer Haut und Kleidung wohlfühlen und sicher sein können, dass alles zu uns als Typ und zu unserem Körper und seinen Bewegungen passt, dann wird das Outfit zu einem Kommunikationsmittel – es sagt über Sie aus, wozu Sie selbst oft keine Gelegenheit mehr haben.

### **Welche drei Begriffe beschreiben meine Ausstrahlung?**

Der Elevator-Pitch wird in Netzwerken, Seminaren und Foren bis Ultimo trainiert. Da wird am Kundennutzen und der stärksten Formulierung gefeilt – nur manchmal fehlt der Bezug zur Basis, die Verbindung zu der Person, die das Ganze leisten will. Gerade Gründer und Selbstständige neigen dazu, die eigene Persönlichkeit als treibendes Element nicht genügend zu beleuchten.

Es lohnt sich, in einer stillen Stunde zu reflektieren und aufzuschreiben, welche Begriffe Ihre Ausstrahlung be-

schreiben. Fragen Sie ruhig liebevoll-kritische Freunde und feilen Sie an der Treffgenauigkeit dieser Begriffe, bis Sie haben, was Sie am besten beschreibt. Ihre Sammlung sollte am Schluss auf möglichst wenige Treffer geschrumpft sein. Dabei sammeln Sie auf drei Ebenen: Zunächst Ihr Aussehen, Ihre physische Wirkung (z. B. „elegant“ oder „natürlich“). Dann die greifbaren Verhaltensmerkmale (wie „schüchtern“, „herzlich“ oder „dynamisch“). Schließlich die subjektiv-interpretierbare Schlussfolgerung (z. B. „intellektuell“ oder „selbstbewusst“). Wenn die persönliche Substanz einen Namen hat, lässt sich leichter formulieren, wem sie den besten Nutzen bringt.

### **Wie lange brauche ich morgens, um mich anzuziehen?**

Für manche sind es quälende Minuten vor dem Kleiderschrank, für andere ist es „nicht so wichtig“ und geht daher schnell. Für beide gilt: Eine Garderobeninventur klärt das Selbstbild und sorgt für die richtige Strategie, durch die sich morgens viel wertvolle Zeit sparen lässt. In diesem Buch lernen Sie, wie ein zeiteffizienter Stil-Alltag funktioniert. Eines vorweg: Schranksysteme mit festgelegten Fächern für Liegeware und lange / kurze Hängeware zwingen uns immer wieder dazu, jeden Tag neu kombinieren zu müssen. Machen Sie sich frei von diesen Vorgaben, damit der Schrank Ihrem Stilalltag dient – und nicht umgekehrt.

### **Gibt es „Joker“ in Garderobenfragen?**

Viele Unsicherheiten, ob ein Outfit passt, sitzt, vorteilhaft und vom Dresscode her angemessen ist, lassen sich vermei-

18 den, indem wir den Betrachterblick einnehmen. Ein denkbar einfacher Ansatz, für den sich viele aber nicht die Zeit nehmen. Gönnen Sie sich ab jetzt die wenigen wertvollen Minuten für den Einsatz dieser Möglichkeiten:

Den Spiegel, mit dem Sie Ihr Aussehen von hinten kontrollieren. Unvorteilhafte Rock- und Jackenlängen oder auch eine unerwünschte Silhouette zeigen sich nämlich am deutlichsten in der Rückenansicht ...

Den Fotoapparat: Vor einem wichtigen Auftritt, einer Präsentation oder jeder anderen Gelegenheit, die Ihnen wichtig ist, sollten Sie Ihre Kleidung rechtzeitig checken und auch anprobieren. Wenn Sie Ihr Outfit dann auch noch fotografieren, sehen Sie, was andere sehen. Dadurch entwickeln Sie Bewusstsein für Details und werden mit einem wunderbaren Selbstbewusstsein belohnt! Denn sobald Sie sicher sind, dass alles perfekt ist, werden Sie Ihre Kleidung vergessen können – und sind so charmant und überzeugend wie nie.

### **Welche Geschichte erzählt die Verarbeitung meiner Kleidung über mich?**

Ob Nobelmarke oder Vertikalanbieter – heute produzieren die meisten in weit entfernten Ländern, nicht selten in denselben Produktionsstätten. Wir können die Herkunft der Textilien, die wir an unsere Haut lassen, bisher kaum definieren, denn die Transparenz der Produktionsketten steckt derzeit noch in den Kinderschuhen. Umso wichtiger ist es, ein paar neuralgische Punkte zu kennen, an denen sich gute

von schlechter Verarbeitung abhebt. Ein wacher Blick für diese und weitere Details pflegt Ihr Image und vermittelt, dass Sie auch sonst auf Qualität Wert legen, zum Beispiel in den Ergebnissen Ihrer Arbeit. Elisabeth Arden, eine Ikone der Kosmetikindustrie, sagte einmal: „Qualität erzeugt Vertrauen, Vertrauen erzeugt Begeisterung, Begeisterung erobert die Welt.“

### **Wie gehe ich eigentlich mit Textilien um?**

Es gibt triftige Gründe, mit Textilien gut umzugehen – hier drei von sechs wichtigen.

*Image:* Kleidung, die richtig gepflegt wird, sieht wesentlich länger und wesentlich besser aus, was Rückschlüsse auf den Träger zulässt. Nur mit gepflegter Bekleidung lässt sich ein Image von Zuverlässigkeit, Sorgfalt im Umgang mit Ressourcen und Lebensgewandtheit aufbauen. Nachhaltiges Verhalten kann und darf also durchaus egoistische Motive haben.

*Umwelt:* Wasserverbrauch ist der größte Umweltfaktor im Lebenszyklus eines Kleidungsstücks. Nicht etwa seine Herstellung. Wasser aber ist kostbar – und wird es immer mehr.

*Souveräne Mobilität:* Der global gewordene Bewegungsradius (das Selbstbild des Weltenbürgers / „Ich bin auf der Welt zu Hause“) verlangt eine kleine, überschaubare und stets kofferrfähige Garderobe. Außerdem sollte diese Respekt für Gebräuche und Sitten in anderen Ländern reflektieren und