



Achtung, Schublade!

Auch in Zeiten großer *Lässigkeit* sollte man sich am Arbeitsplatz lieber etwas konservativer kleiden, rät unsere Kolumnistin Maren Lehky



Maren Lehky, 50,

war viele Jahre Personalchefin großer Unternehmen. Jetzt leitet sie eine Unternehmensberatung, die auf Personal- und Führungsthemen spezialisiert ist

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance – dieser Satz ist leider wahr. Wer einmal in einer Schublade steckt, kommt so schnell nicht wieder heraus. Ich kenne das aus eigener Beobachtung, zum Beispiel im Fall »Kurzrock«: Ein Trainee, nennen wir sie Lea, hatte diesen Spitznamen schon wenige Wochen nach ihrem Start in einem internationalen Unternehmen weg. Lea war eine attraktive und intelligente Frau, studiert und promoviert. Sie hatte eine vielversprechende Karriere vor sich. Doch ihre Röcke waren so kurz, dass von der Sachkompetenz nichts überkam. Leas Karriere verlief nur mäßig.

In vielen Firmen gibt es heute keine schriftliche Kleiderordnung mehr. Das heißt aber nicht, dass es egal wäre, wie Sie dort auftreten. Kleidung unterstreicht Kompetenz, sie ist eine Leinwand, vor der unsere Äußerungen gesehen werden. Der kurze Rock, ein ungepflegter Haarschnitt oder Sandalen im Büro schwächen Ihren professionellen Eindruck. Auch ein unangepasster und schräger Look mit Selbstgenähtem oder einem wilden Mustermix kann Ihnen in vielen Berufen schaden. Man könnte unterstellen, dass Sie so nachlässig und schräg arbeiten, wie Sie aussehen.

Was heißt das alles, wenn Sie nicht in einer klassischen Anzugträgerbranche arbeiten? Schauen Sie sich um, verschaffen Sie sich vor Ihrem ersten Arbeitstag einen Eindruck vor Ort. Und orientieren Sie sich an den besser gekleideten Kollegen. Es ist hilfreich, sich so anzuziehen, wie es die Funktion erfordert, die man anstrebt. Aber übertreiben Sie dabei nicht. Wer overdressed ist, schafft schnell Grenzen zu seinen Kollegen. Es ist

Ihrer Karriere nicht förderlich, als Praktikant im dreiteiligen Anzug aufzulaufen – es sei denn, alle kleiden sich so. Auffällige Markenlogos und Statussymbole können ebenfalls Abstand schaffen.

Einige Tipps, die auch heute noch fast überall gelten: Tragen Sie gute und geputzte Schuhe, Socken, die zur Hosenfarbe passen, und einen Gürtel, den man sieht (also: Hemd in die Hose, bitte). Ein gepflegter Haarschnitt schadet nicht, und Hemden und Blusen halten Sie am besten so weit geschlossen, dass weder vom Brusthaar noch vom Dekolleté eine Ablenkungsgefahr ausgeht. Ihre Tasche sollte nach Arbeitsleben aussehen, und der Mantel oder die Jacke, mit der Sie morgens ins Büro kommen, braucht nicht expeditionstauglich zu sein. Beide Geschlechter sollten auf gepflegte Hände und Nägel achten, die Herren den Nagellack aber Seal überlassen. Es geht darum, nicht unangenehm durch Äußerlichkeiten aufzufallen.

Auch in Branchen, in denen es lockerer geht, sollten Sie stilvoll bleiben. Auf Nummer sicher gehen Sie, wenn Sie sich zwei Kleiderschrankschrankabteilungen einrichten: eine private und eine für den Job. Die gemütliche Cargohose, das verwaschene Lieblings-T-Shirt oder das kurze Sommerkleidchen sind im Privatfach wahrscheinlich am besten aufgehoben.

Wenn Sie immer noch unsicher sind: Fragen Sie nach! Zum Beispiel bei interessanten, erfolgreichen Kollegen. Oder bei der Fachverkäuferin in einem Kleidungsgeschäft. So vermeiden Sie, mit einem gemeinen Spitznamen in der falschen Schublade zu landen.



IMPRESSUM

Herausgeber Thomas Kerstan | **Chefredaktion** Simon Kerbusk (Chefredakteur), Malin Schulz (Art-Direktorin) | **Redaktion** Dr. Christian Heinrich, Nadja Kirsten, Caterina Lobenstein, Oskar Piegsa; Beate Pietrek (Grafik); Sabine Schröder (Assistenz) | **Art-Direktion** Malin Schulz | **Mitarbeiter dieses Extras** Katharina Wagner (redaktionelle Mitarbeit); Franziska Bauer, Tin Fischer, Kristin Haug, Dinah Hayt, Simon Hurtz, Maren Lehky, Marie-Charlotte Maas, Karolina Pyrcik

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, Buceriusstraße, Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg | **Gesamtleitung Magazine** Sandra Krefit | **Objektleitung** Christiane Dähm
Geschäftsführung Dr. Rainer Esser | **Gesamtanzeigenleitung** Matthias Weidling | **Anzeigenleitung Magazine** Maren Henke (verantwortlich)

Gesamtanzeigenleitung **Empfehlungsanzeigen iq media marketing** Axel Kuhlmann | **Anzeigenleitung** **Empfehlungsanzeigen iq media marketing** Karsten Völker
ZEIT CAMPUS-Anzeigenpreisliste Nr. 6, 1. Januar 2012 | *Dieses Extra ist eine Beilage zu ZEIT CAMPUS 4/12 (vollständiges Impressum dort)*

