

Business-Knigge: Barfuß oder Lackschuh?

Ob man mit einem Kunden ins Geschäft kommt oder nicht, kann auch eine Frage des Stils sein. Zwei Experten geben Tipps.



Protzig: Wer mehr als ein Mal zum Kunden will, sollte sein Outfit den Gegebenheiten anpassen. Beim Business-Look ist weniger meist mehr. Designeranzug oder lieber nicht? Mit dem Sportwagen zum neuen Kunden auf den Firmenparkplatz oder ihn doch besser um die Ecke parken? Beim Geschäftstermin mit Kunden kann auch die äußere Erscheinung ein wichtiger Faktor sein. Für den KURIER haben Verkaufs-Trainerin Ulrike Knauer und Personalberater Peter Marsch (Jobs Personalberatung) einen Knigge für Verkäufer erstellt.

Die Grundregel, da sind sich die beiden Experten einig: Es gibt keine universal gültigen Vorgaben, was Kleidung und Auftreten anbelangt. Vielmehr komme es auf den Kunden

an. "Klassisch seriös, sprich im dunklen Anzug, ohne zu überkandidelt zu sein, geht immer", sagt Knauer. Sie warnt davor, "zu zeigen, was ich für ein toller Hecht bin und wie viel ich verdiene. Der Kunde denkt schnell: Hoppla, das muss ich alles mitbezahlen!" Wer andererseits zu leger auftrete, laufe Gefahr, nicht ernst genommen zu werden. "Es braucht 150 Millisekunden, um nach dem ersten Eindruck in eine Schublade gesteckt zu werden", sagt Knauer. "Und aus der kommt man dann oft schwer wieder heraus."

Authentisch sein

Marsch rät, sich selbst treu zu bleiben: "In Summe geht es um einen authentischen Auftritt. Unser Gegenüber spürt das. Bis zu einem gewissen Grad sollte man sich natürlich dem Kunden, dessen Branche und Unternehmenskultur anpassen - aber nur so weit, wie es sich authentisch anfühlt."

Die Ratschläge der Experten im Detail:

- **Auto** Weniger ist hier in den meisten Fällen mehr. "Wenn der Kunde als Dienstwagen Skoda fährt und ich komme selbst mit einem Mercedes, ist das wenig förderlich", sagt Marsch. "Da ist es besser, ein paar Gassen weiter zu parken." Mit dem Familien-Kombi zu kommen, sei kein Problem - solange man nicht mit dem Kunden eine Ausfahrt mache. "Dann muss das Spielzeug bitte von der Rückbank", sagt Knauer.

- **Kleidung** Für Frauen und Männer gilt gleichermaßen: "Es soll gut ausschauen, darf aber nicht sexy sein, nicht so, wie man auf eine Party gehen würde", sagt Knauer. Bei Damen rät sie: Rock bis (mindestens) knapp übers Knie, hohe Schuhe nur mit dezenten Absätzen. "Man ist im Business-Bereich, da sollte man sich weniger als Frau präsentieren, mehr als fachlich kompetente Ansprechpartnerin." Was beim Sportwagen gilt, trifft auch auf die Handtasche zu: "Die Louis-Vuitton-Tasche um 600 Euro sollte es beim Geschäftstermin lieber nicht sein", sagt Marsch. "In der Regel sollte man nicht besser gekleidet sein als der Kunde." Das heißt zum Beispiel für Männer: Manschettenknöpfe eher nur bei Terminen auf Vorstandsebene tragen. Marsch: "Auch Stecktücher sind eher gewagt, die würde ich tendenziell nicht verwenden." Sein Tipp: Älter als ein bis zwei Jahre sollte die Kleidung nicht sein - und wenn doch, sollte man es ihr noch nicht ansehen. Oftmals eine Problem-Zone: Ungepflegte Männer-Schuhe.

- **Schmuck** Uhren sollten schön, aber dezent sein - "die Rolex ist ein Risikofaktor", sagen die Experten.

- **Styling** Bei Damen-Frisuren "darf man sehen, dass Arbeit dahintersteckt", sagt Knauer. Herren hingegen "sollten mit Gel vorsichtig sein - das wirkt rasch im wahrsten Sinne des Wortes schmierig". Ohringe und Tätowierungen sind ebenfalls ein "No-go", sagt Marsch. Das trifft auch auf Solarium-Bräune im Winter zu.

Link

- www.jobs-personalberatung.com