



Erkennbar besser sein

Sie sind einzigartig – zeigen Sie es!

von Christiane Dierks

Informationen zur Ausgabe

Gebundene Ausgabe: 160 Seiten

Verlag: Gabal

Erscheinungsjahr: 2009

ISBN: 978-3-89749-920-1

Preis: 19,90 €

Zur Autorin

Die Hamburgerin Christiane Dierks studierte Modedesign. Sie arbeitete über 15 Jahre lang als Managerin in der Modebranche für Firmen wie Adidas, s.Oliver, Tchibo und Levi's. Als Christiane Dierks im Jahre 2000 an Krebs erkrankte, ließ sie sich in den USA zur Image-Beraterin sowie in Deutschland zum Trainer und Coach ausbilden. Ihre Schwerpunkte setzte die Autorin auf Imagebildung, Stilpsychologie, Farbsensibilität, Physiognomie, Chromomorphologie, Make-up, Business-Etikette, Rhetorik und Techniken der Präsentation.

Seit der Gründung 2002 ist sie Mitglied des „The Image Institute“ und dort als hauptberufliche Image-Beraterin tätig. Zudem ist sie zertifiziertes Mitglied des Weltverbands der Imagerater (AICI, Association of Image Consultants International), der DGTA (Deutsche Gesellschaft für Transaktionsanalyse) und der GSA (German Speakers Association).

Darum geht es im Buch

Leistung ist nicht alles – auch das persönliche Auftreten trägt maßgeblich zum beruflichen Erfolg bei. Die Autorin räumt mit Vorurteilen auf und rät im knallharten beruflichen Wettbewerb zur Herausstellung der eigenen Persönlichkeit.

Nutzwert der Infos aus dem Buch

THEORETISCH								PRAKTISCH
-------------	--	--	--	--	--	--	--	-----------

Anwendbarkeit/Umsetzbarkeit der Inhalte/Tipps

NIEDRIG								HOCH
---------	--	--	--	--	--	--	--	------

Themen, die das Buch behandelt

<u>Themen</u>	<u>behandelt ja</u>	<u>behandelt nein</u>
Selbstvermarktung	x	
Image	x	
Individualität	x	
Auftreten	x	
Benehmen	x	
Typen	x	

Das können Sie aus dem Buch lernen

- Die Herausstellung der eigenen Persönlichkeit wird im beruflichen Wettbewerb immer wichtiger.
- Die berufliche Leistung ist zwar existenziell, dennoch trägt das persönliche Erscheinungsbild maßgeblich zum beruflichen Erfolg bei.
- Gemäß dem Motto „Kleider machen Leute“ achtet der Mensch unbewusst auf das Aussehen und beurteilt im ersten Augenblick dementsprechend auch sein Gegenüber.
- Kompetenz, Charakter und Typ können durch die Art der Kleidung zum Ausdruck gebracht werden.

Leseprobe/Zitate

„Insgesamt betrachtet, gibt es in den modernen Gesellschaften die Tendenz, dass Kleidung immer legerer wird. Selbst hochrangige Politiker zeigen sich heutzutage gelegentlich im lässigen Freizeitlook, um beispielsweise die Vertrautheit mit dem Gesprächspartner oder den privaten Charakter eines politischen Treffens zu demonstrieren.“ S. 35

„Guter Stil ist in sich konsistent und eindeutig in der Aussage. Klobige Birkenstockschuhe, feiner, romantischer Perlenschmuck, ein Nasenpiercing und dazu ein exklusiver Designerblazer – mit einem solchen „Stilmix“ sendet man zu unterschiedliche, vielleicht sogar gegensätzliche Signale.“ S. 104

„Um ihre Wiedererkennbarkeit zu verbessern, ist es empfehlenswert, im Beruf nur ein Parfum zu verwenden. Sie werden von den anderen bald mit diesem Duft in Verbindung gebracht werden, er wird dann Teil Ihres Markenzeichens.“ S. 149

Rezension

Gesellschaftliche Regelungen geben vor, wer sich wie wann zu kleiden hat. Zu einem Vorstellungsgespräch mit Bademantel? – Undenkbar! Ebenso haben beispielsweise auch Uniformen ihre feste Wirkung, und zwar die des Respekts. Autorin Christiane Dierks beschreibt in „Erkennbar besser sein“, welche Wirkung

gute Kleidung hat und wie sie karrierefördernd eingesetzt werden kann, denn Leistung ist nicht alles! Innerhalb einer Zehntelsekunde entscheidet das Gehirn über Sympathie oder Kompetenz.

Die **Wahrnehmung des Menschen ist hauptsächlich visuell** (siehe [Mindmap A](#)). Das bedeutet, dass Kompetenz und Leistung auf den ersten Blick nicht erkennbar sind. Hinzu kommen Emotionen und Erfahrungen, die das Bild des anderen zu einem Gesamtbild und -eindruck entstehen lassen. Diese Emotionen und Erfahrungen helfen dem Empfänger sein Gegenüber in eine Kategorie einzuordnen. Während der Sender von einem „idealisierten“ Bild ausgeht, empfängt sein Gegenüber ein ebenso verfremdetes, durch Emotionen beeinflusstes Bild.

In Bezug auf Erfolg appelliert die Autorin deshalb auf den **Dreiklang von Persönlichkeit, Leistung und Präsenz**. Dabei sollte der **Dreiklang stets im Gleichgewicht** gehalten werden, um so die Authentizität zu bewahren und Glaubwürdigkeit erhalten zu können.

Um die eigene Persönlichkeit nicht gänzlich aufzugeben, empfiehlt die Autorin die **Bildung einer eigenen Marke** (siehe [Mindmap B](#)). Diese Marke, basierend auf visuellen Codes wie charakteristischem Schmuck oder Schuhe, garantiert nicht nur in der Masse einen Wiedererkennungseffekt, sondern ist Ausdruck der eigenen Persönlichkeit. Dabei ist stets zu beachten, dass gewisse gesellschaftliche Regelungen eingehalten werden und ein Mittelmaß gewahrt wird. Individualität also ja, aber nicht zu viel. Es sollte immer die eigene Persönlichkeit zum Ausdruck gebracht werden, aber es sollten auch gewisse Normen beachtet werden!

Das beinhaltet auch eine typgerechte Kleidung, die wiederum eine gewisse Wirkung nach sich zieht. Es muss nicht immer ein strenger Hosenanzug sein oder die obligatorische Krawatte. Je nach Umfeld, Position und Körpertyp sind Farben und Schnitte zu wählen. Obwohl sich die Gesellschaften im Wandel vom streng konservativen zum legereren Gewand befinden, bedeutet das nicht, – überspitzt formuliert – im „Bademantel zum Bewerbungsgespräch“ zu gehen.

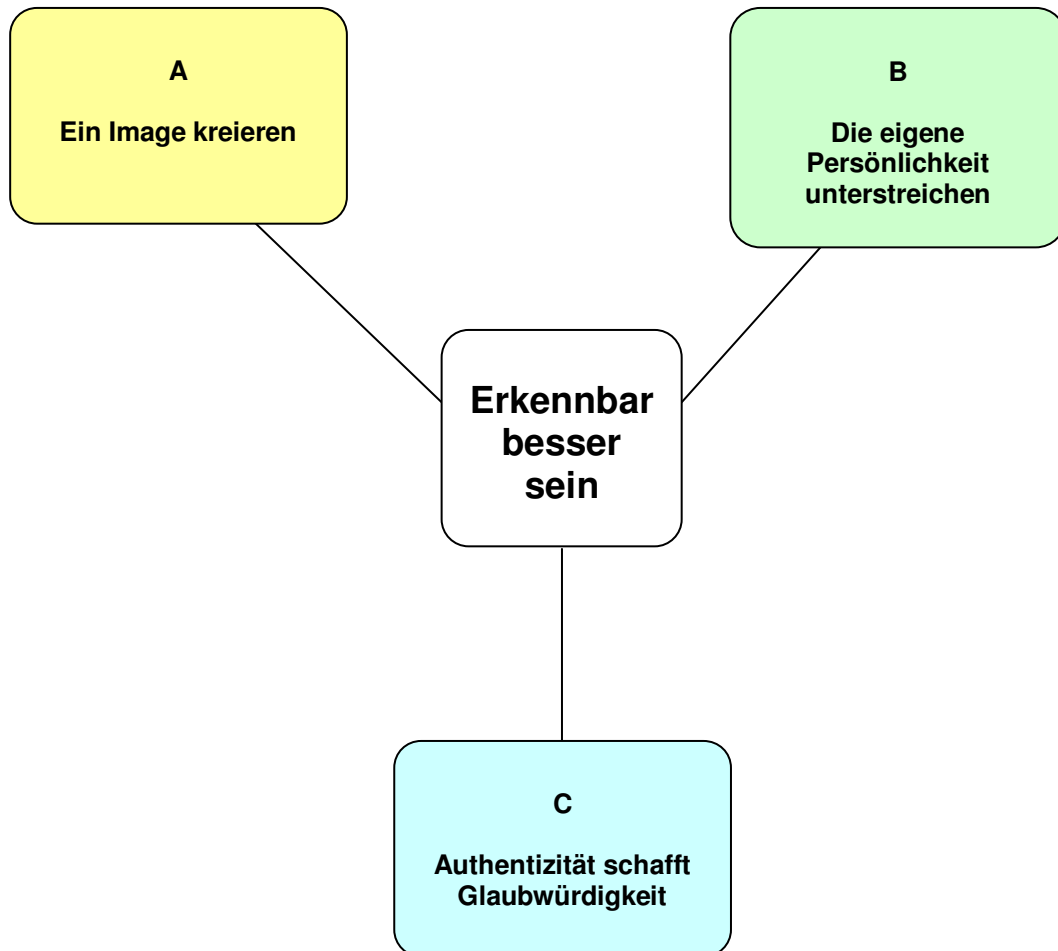
Dasselbe Prinzip gilt auch im Bereich des Verhaltens. Gesten und Mimiken verraten die Persönlichkeit. Ob Unsicherheit, Sicherheit, Dominanz und Schüchternheit, die Haltung verrät den Charakter. Gleiches gilt für die Umgangsformen. Auch die nonverbale Kommunikation, die **Authentizität** schafft, wird meistens unterschätzt und dennoch ist sie das Salz in der Suppe der Selbstpräsentation (siehe [Mindmap C](#)).

Insgesamt präsentiert Christiane Dierks einen knappen und prägnanten „Knigge der Selbstdarstellung“ und unterbreitet dem Leser auf gut 160 Seiten die wichtigsten Regeln der erfolgreichen Präsentation.

Das Mindmap zu „Erkennbar besser sein“

Themenschwerpunkte im Überblick:

Kleider machen Leute



Das Gesamtpaket entscheidet über Sympathie und Antipathie. Bleiben Sie sich selbst treu, um erfolgreich zu sein!

Das Mindmap zu „Erkennbar besser sein“

Themenschwerpunkte im Detail:

Der erste Eindruck entscheidet

A – Ein Image kreieren

Das Image

- Ein Image ist die Möglichkeit, sich selbst zu präsentieren, ohne die Authentizität zu verlieren.
- Image zu haben bedeutet auch, bei anderen Menschen besser anzukommen und die persönlichen Ziele besser erreichen zu können.
- Das Image unterliegt aber auch gewissen gesellschaftlichen Regelungen, denn niemand geht beispielsweise im Bade-Outfit auf eine Konferenz.
- Fazit: Ziel ist es, sich im Rahmen gesellschaftlicher Regelungen erfolgreich zu bewegen und sich dabei nicht zu verstellen.

Wahrnehmung von Images

- „Bilder“ entstehen durch das geglaubte gesendete Selbstbild und das empfangene subjektive Bild.
- Dabei divergieren das eigene gesendete Bild und das geglaubt erhaltene.
- Mitunter großen Einfluss haben bei der Einordnung des Gegenübers Emotionen und Erfahrungen aus der Vergangenheit, die das empfangene Bild des anderen verfärbt.
- Fazit: In einer Zehntelsekunde entscheidet der Mensch über Sympathie und Antipathie.

Ein Image kreieren

Inhalt und Optik

- Selbstverständlich ist die Leistung im Beruf ausschlaggebend, dennoch ist das Äußere entscheidend, ob Arbeitnehmer als kompetent oder vertrauenswürdig eingestuft werden.
- Der Gesamteindruck und die äußere Erscheinung überwiegen in Bezug auf die erste Beurteilung.

Die Autorin zeigt, wie das optische Selbstbild optimiert werden kann.

Das Mindmap zu „Erkennbar besser sein“

Themenschwerpunkte im Detail:

Nicht zu viel und nicht zu wenig – das gesunde Mittelmaß finden

B – Die eigene Persönlichkeit unterstreichen

Visuelle Codes

- Visuelle Codes geben Einblicke in die Persönlichkeit.
- Diese Codes können besondere Brillen, charakteristischer Schmuck, ausgefallene, typgerechte Schuhe oder eine abgewetzte Lederjacke sein.
- Visuelle Codes heben den Menschen aus der Masse heraus und machen ihn „typisch“.
- Sie können zum Wiedererkennungszeichen bzw. zum Markenzeichen avancieren, wenn diese konstant getragen werden und wenn diese eben zum Typ passen.

Der gute Stil

- Guter Stil resultiert daraus, dass die aktuelle Mode aufgenommen wird und das jeweilig Passende angenommen wird, ohne dass dabei die Authentizität vernachlässigt wird.
- Dabei sollte immer das Markenzeichen erkennbar sein, um die Individualität zu unterstreichen.
- Gleichwohl gilt: Maß halten.

Die eigene Persönlichkeit unterstreichen

Den eigenen Typ finden

- Typgerecht „gestylt“ zu sein bedeutet, sich des eigenen Körpers und des eigenen Typs bewusst zu sein.
- Falsche Farben können destruktiv bezüglich der Ausstrahlung wirken.
- Deshalb empfiehlt es sich, sich einer Typ- und Farbberatung zu unterziehen. (siehe den Punkt „Fragen und Antworten“.)

Auch bezüglich der Gestik und Mimik, der Sprache und Körpersprache gibt es einiges zu beachten.

Das Mindmap zu „Erkennbar besser sein“

Themenschwerpunkte im Detail:

Bleiben Sie stets authentisch

C – Authentizität schafft Glaubwürdigkeit

Sich selbst treu bleiben

- ist das oberste Gebot.
- Glaubwürdigkeit und Kompetenz entstehen nur durch Authentizität.
- Demnach sind Verstellungen, um das Gegenüber zu beeindrucken, fehl am Platz.

Bewusstes Sprechen

- Ebenso wie visuelle Eindrücke sind auditive Wahrnehmungen entscheidend für die Beurteilung des Gegenübers.
- Dialekte sollten der Authentizität wegen nicht verheimlicht werden.
- Inhaltsleere Floskeln sollten ebenso wie Kraftausdrücke vermieden werden.
- Die Wortwahl und die damit verbundene Gestik sind entscheidend für die äußere Präsentation.

**Authentizität schafft
Glaubwürdigkeit**

Körpersprache

- signalisiert Unterwürfigkeit oder Dominanz, Selbstsicherheit oder Unsicherheit wird via Händedruck und Schulterhaltung weitergegeben.
- Auf die Haltung achten, heißt, richtige Signale weitergeben und einen positiven Eindruck hinterlassen.
- Offene Handflächen beispielsweise signalisieren Ehrlichkeit.

Wie der eigene Typ ermittelt werden kann, ist im Anschluss zu lesen ...

Frage & Antwort

Frage: Welche Wirkung haben Farben und wie findet man heraus, welcher Farbtyp man ist?

Antwort: Farben können die eigene Persönlichkeit hervorheben und umgekehrt untergraben. Kleidung in richtigen Farben lassen Menschen energievoller, frischer und gesünder aussehen. Kleidung in falschen Farben dagegen kann Unglaubwürdigkeit entstehen lassen. Dabei sind typgerechte Farben taillenaufwärts von größter Wichtigkeit. Ob man ein warmer, kühler oder gemischter Farbtyp ist, hängt von der Augen- und Haarfarbe sowie vom Hautton ab. Sind die drei Komponenten als hell zu bewerten, sollten auch die Farben hell sein, sind sie „mittel“, dann sind mittlere Helligkeitswerte zu benutzen – mit wenig starken Kontrasten. Bei dunklen Typen sind demgemäß dunkle Farbtöne von Vorteil, die helle Farbtypen blass erscheinen lassen.

Frage: Auch die Figur hat Wirkung. Wie ist der Figurtyp zu ermitteln?

Antwort: Der Figurtyp ist zu ermitteln, indem man eruiert, wo die meisten Pfunde sitzen. So gibt es Sanduhrtypen (weiter Brust- und Hüftumfang), den Typ „umgekehrtes Dreieck“ (weiter Brust- und schmaler Hüftumfang), den Figurtyp „Rechteck“ (gleicher Brust- wie Hüftumfang), den Typ „Dreieck“ (schmäler Brust- und weiter Hüftumfang) sowie den ovalen Figurtyp, der sich dadurch auszeichnet, dass die Schultern schmaler oder ebenso breit sind wie die Hüften.

Bewerten Sie ShortBooks

Einfach zuerst unter www.shortbooks.de mit Ihren persönlichen Mitgliederzugangsdaten einloggen.

Wenn Sie dieses ShortBook bewerten wollen, klicken Sie anschließend bitte [hier](#).

Wenn Sie die aktuelle Zusammenstellung der ShortBooks für diesen Monat bewerten wollen bitte [hier](#).