

## Es zählt was bleibt: Repräsentation und Ausstrahlung

- zwischen Unternehmensimage und persönlicher Identität -

Die Wahl fällt auf Hannes Jensen<sup>1</sup>.

Für die Position des Vertriebsleiters Europa eines expandierenden größeren Konzerns waren zuletzt zwei Kandidaten im Rennen gewesen, zwei *High Potentials* der Wirtschaft, beide mit hervorragenden Abschlüssen, vergleichbarer Berufs- und Führungserfahrung, gutem Netzwerk. Beide Kandidaten waren jung, ehrgeizig, extrovertiert und sprachen mehrere Sprachen. Was war entscheidend?

Der „Gewinner“ – nennen wir ihn Hannes – ist schließlich auch als Persönlichkeit überzeugender. In Gesprächen und Verhandlungen wirkt er authentischer und themenbezogener. Anstatt sich selber zu verkaufen, führt er Gespräche auf Augenhöhe, die inhaltlich überzeugen. Hannes hat die Souveränität eines Menschen, der sich um sein Auftreten und Aussehen keine Gedanken mehr machen muss, weil er sich selber und sein Image kennt, darstellt und lebt.

Diese Sicherheit ist kein Privileg selbstbewusster Jungmanager – sie ist erlernbar für jeden, in jedem Beruf. Hannes hat vor ein paar Jahren den *letzten Schliff* erhalten, als er bei seinem vorherigen Arbeitgeber für eine neue Aufgabe fit gemacht wurde.

Ein Unternehmen glaubhaft und überzeugend nach außen zu vertreten ist eine Gratwanderung zwischen Unternehmensimage und Persönlichkeit. Schon deshalb ist es wichtig, Stellen nur zu besetzen, wenn Kandidat und Unternehmen voneinander überzeugt sind (gegenseitiges *Commitment*) und die formellen Erwartungen, die an einen potenziellen Repräsentanten gestellt werden, klar und detailliert zu artikulieren. Dieser wichtige Punkt wird in Stellenbeschreibungen oft nicht oder nicht deutlich genug formuliert – fragen Sie also, wenn Sie der Bewerber sind, und erklären Sie Ihre Vorstellungen, wenn Sie die Stelle zu besetzen haben: Wie möchte das Unternehmen nach außen repräsentiert werden? Was ist der Eindruck, den die Person hinterlassen soll? Ein Kandidat sollte wissen, wenn er auf Kulturveranstaltungen Reden halten oder als Gastgeber auf *politischem* Parkett fungieren soll.

Image-Beratung berücksichtigt Persönlichkeit, Statur und Aussehen einer Person genauso wie die Etikette und die praktischen Anforderungen, die ein Berufsleben an den Menschen und seine Kleidung stellt.

Mitarbeiter und Unternehmensvertreter sind in erster Linie auch als Persönlichkeiten gefragt – unabhängig von Dresscodes oder „Uniformen“ – und als solche hinterlassen sie bleibende Eindrücke. Die zielführende Imageberatung befasst sich daher mit dem Individuum genauso wie mit den Erwartungen der Umwelt.

<sup>1</sup> Ähnlichkeiten mit lebenden Personen sind zufällig

## Repräsentation + Auftritt

Einzelberatung für Hannes Jensen, 1 Tag

Arbeitsmittel: Laptop, Flipchart, Ganzkörperspiegel, Arbeitsbögen, abzugebende Unterlagen

Inhalt	Zeit
Vorstellung, Einführung: <b>Erste Wahrnehmung im persönlichen Kontakt</b> und deren Bedeutung	¼ h
Übung: <b>Ausstrahlung in der Selbsteinschätzung</b>	¼ h
Im Fokus: Alles um Gesicht und Kopf <b>Stilistische Grundlagen</b> und Rückschlüsse auf die Wahl von <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frisuren</li> <li>- Brille, Schmuck</li> <li>- Kragenlösungen</li> </ul>	¼ h
<b>Silhouette/ Körperlinien</b> und die Wahl von Materialien, Mustern, Schnitten	¼ h
<b>Linienführungen sehen und verstehen</b> persönliche Beratung und individuelle stilistische Anregungen und Tipps anhand von Tages-Outfit und Gardeobenteilen	¾ h
Übung: <b>Stil-Check</b>	
Übung <b>Dezenz in Kleidung und Styling</b> Der Einsatz von Eyecatchern/ Punktezahlen für eine elegante Wirkung	¼ h

Katharina Starlay  
[www.starlay.de](http://www.starlay.de), [katharina@starlay.de](mailto:katharina@starlay.de)  
 +49 - 171 / 159 37 59

Ein Fahrplan für ein 1-Tages-Seminar unter vier Augen kann je nach Briefing oder Vorgespräch mit der Klientin oder dem Klienten zusammengestellt werden. Im Beispiel von Hannes sah das Briefing so aus: Um die vorgesehenen repräsentativen Aufgaben besser erfüllen zu können, sollte er für die Wahrnehmung und Befindlichkeit von Gesprächspartnern sensibilisiert werden, sein natürliches Selbstbewusstsein, von dem er reichlich besaß, etwas feinsinniger vermitteln, seine Kleidung eleganter, der Position angemessen auswählen sowie seine Tischmanieren verbessern. **Kurz: Sein Auftreten sollte seine Qualifikation spiegeln und Kompetenz sichtbar machen.**

Es ist klar, dass ein einziger

Beratungstag nur Anstoß für eine Veränderung sein kann, die mehrere Monate in Anspruch nimmt.

Da Hannes mich als Beraterin durch das Vorgespräch kannte, begannen wir direkt mit einer Grafik, welche die Sinne und die Bedeutung der visuellen **Wahrnehmung im persönlichen Kontakt** noch einmal verdeutlicht: Der erste Eindruck, der in nur 10 Sekunden entsteht, setzt sich zu 50 % aus optischen Eindrücken, 35 % emotionalen, 10 % verbalen und 5 % anderen Wahrnehmungen zusammen.<sup>2</sup>

In der folgenden Übung setzt sich Hannes Jensen mit seiner **Ausstrahlung und der eigenen Selbsteinschätzung** auseinander. Er beschreibt zunächst die visuelle Sicht, indem er aus einer Sammlung von entsprechenden Begriffen wie *gepflegt* oder *unauffällig* die für ihn zutreffendsten auswählt. Dann beschreibt er sich unter dem Gesichtspunkt des Verhaltens (z. B. *witzig* oder *ruhig*) und letztlich subjektiv/inter-

<sup>2</sup> Siehe auch DGfK „Karriere-Spots“, Artikel über Self-Marketing

pretiert (z. B. *empfindsam* oder *ausgeglichen*). So entsteht ein Bild auf drei Ebenen, die jede auf ein eigenes Vokabular zurückgreift. Interessanterweise gibt es für die subjektive, interpretierte Beschreibung eines Menschen viel mehr Attribute als für die sachlichere visuelle.

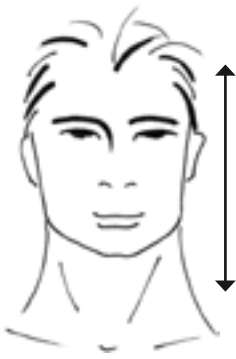
starlay <sup>+</sup> careercoaching	
Der Umgang mit Duft <b>Instinkt, Nähe und Distanz</b> Wie finde ich einen typgerechten Duft	¼ h
<b>Begrüßen und Vorstellen</b> Händedruck, Visitenkarten etc.	¼ h
<b>Small talk und Takt</b> Themensammlung, Do's and Don'ts Gesprächsaufhänger andere mit einbeziehen	½ h
<b>Gemeinsames Lunch</b> Entspannter Small-talk und Tischmanieren im Feedback	1 h
<b>Modeknigge: Stilfragen und Etikette</b> Spielregeln, Tipps und Kniffe, Do's and Don'ts	½ h
<b>Businessgarderobe</b> Dresscodes: Was trage ich zu welchem Anlass Farbsignale: strategische Farben Farbaufteilung: Neutralfarben – Basisfarben - Accentfarben Passform: wie Kleidung richtig sitzt Qualitäts- und Schnittmerkmale bei Anzügen	1 h
<b>Modische Stilinterpretationen</b> Eigenbild und Fremdbild im beruflichen Kontext – und wie die Gratwanderung zwischen Berufsanforderung und gelebter Individualität gelingt	½ h
Selbstkontrolle <b>Checkliste Bewerbung und Auftritt</b>	¼ h
Feedbackgespräch	----- 6 h
<small>Katharina Starlay  <a href="http://www.starlay.de">www.starlay.de</a> <a href="mailto:katharina@starlay.de">katharina@starlay.de</a>            +49 – 171 / 159 37 59</small>	

Das so gezeichnete Selbstbild wird mit dem eigenen Wunschbild und mit dem Profil der (zukünftigen) Berufsaufgabe verglichen. Welche Botschaft soll beim Betrachter ankommen?

Ein Ziel des Trainings ist es, dem Klienten ein Gefühl für Formen und Linien zu geben, die seine charakteristischen physischen Merkmale beschreiben. Auf dieses individuelle „Grundrezept“ von Gesichtsform, Körperlinie, Gesamtproportion und Temperament werden die Wahl von Frisur, Brille, Schmuck und Krägen abgestimmt, außerdem die Wahl von Materialien, Mustern und figurgünstigen Schnitten, die den Typ zur Geltung bringen. Das Styling rund um Gesicht, Kopf und Figur wird dadurch so harmonisch, dass das Aus-

sehen aufgewertet und die Persönlichkeit unterstrichen wird. Da nun nichts mehr ablenkt, blickt der Gesprächspartner in die Augen anstatt auf unpassende Accessoires, wodurch das gesprochene Wort mehr Bedeutung erhält und die Aussage stärker wird.

Der harmonische Ausgleich von Proportionen beispielsweise kann sich so darstellen:



**Kragen und Frisur für kurze Gesichter, hier markant**

**Wichtig:** Längsbetonung

**Richtig:**

- Die Frisur ist seitlich schmal und oben höher
- Der Kragen ist so weit, dass er tiefer sitzt und der Hals dadurch länger wirkt
- Karos eignen sich für markante Gesichter, weil sie die gerade Linie wieder aufnehmen

**Richtig:**

- Koteletten machen das Gesicht schmaler
- Längere Kragendenen strecken
- Der Krawattenknoten ist mit einem Four-in-Hand mäßig breit gebunden, damit er nicht wuchtig wirkt



**Falsch:**

- Die Frisur hat seitlich Volumen und ist oben flach
- Der Kragen sitzt zu hoch und verkürzt den Hals
- Der Kentkragen verbreitert unnötig
- Eine weiche Krawatte im Floraldruck stört die hier markante Linie des Gesichts



**Kragen und Frisur für lange Gesichter,  
hier mit abgerundeter Linie**

**Wichtig:** Querbetonung



**Richtig:**

- Die Frisur ist seitlich voller und oben flach
- Der Kragen sitzt höher, so dass der Hals nicht zu lang wirkt
- Die weiche Linie des Button-down entspricht der abgerundeten Gesichtskontur



**Richtig:**

- Feine Querstreifen im Kragen verbreitern etwas und unterbrechen die Länge für eine ausgewogenere Proportion
- Der Kragen ist flach und kompakt und sorgt für Querbetonung, was die Länge unterbricht
- Der Krawattenknoten ist breit und voluminös gebunden (Windsor)



**Falsch:**

- Die Frisur ist seitlich schmal und höher auf dem Oberkopf
- Der Kragen sitzt zu tief und verlängert den schon sehr langen Hals
- Die langen Kragendenen strecken
- Der Krawattenknoten ist zu schmal und wirkt unproportioniert



In den ersten Stunden des Trainings lernt Hannes die theoretischen **Grundlagen von Linie und Ästhetik kennen**. (Außer auf Kleidung kann er diese übrigens auch auf Inneneinrichtungen und gestaltende Arbeiten anwenden.) Seine **persönliche Linienführung** von Gesicht und Körper wird dann vor einem Spiegel analysiert. Anschließend kann er seine Garderobe, aus der er ein paar exemplarische Kleidungsstücke mitgebracht hat, im gemeinsamen Gespräch unter diesen Gesichtspunkten neu betrachten und bewerten. Er lernt, mit neuen Augen zu sehen und entwickelt einen eigenen Geschmack, der ihn – mit etwas Übung – zu einem stilsicheren mündigen Kunden macht, der auf die Beratung in Geschäften nur bedingt angewiesen ist.

In einem **Stil-Check** kann er seine persönlichen Stil-Merkmale noch einmal zusammenfassen. Diese Angaben dienen ihm wie eine persönliche Route-Map durch den Dschungel der Mode.

Zuviel Schmuck, Muster und Accessoires überfrachten die Erscheinung und lenken von der Persönlichkeit ab. In solchen Fällen entsteht der sogenannte „Christbaum“-Effekt, bei dem der Betrachter nicht weiß, wohin er zuerst blicken soll. Geht man umgekehrt zu sparsam mit wichtigen Blickfängern um, wird der Auftritt schnell langweilig. Um das richtige Maß im Umgang damit zu finden, wird Hannes mit einem Punktesystem **Dezenz in der Kleidung** vertraut gemacht, das ihm Sicherheit für Auftritte im Geschäftsleben und auf Veranstaltungen gibt. Dabei wird jedem sichtbaren Merkmal an der Erscheinung – vom Muster bis zum Schmuckstück – ein Punkt gegeben: Acht bis neun sind im Business erlaubt. Das **Punktezählen** lässt sich fast spielerisch sofort anwenden und kann in funktionierenden Teams zu einer Art Gesellschaftsspiel werden. So fragte mich eines Tages der Geschäftsführer eines Dienstleistungsunternehmens, was ich denn in meinen Kursen mit seinen Leuten gemacht hätte – die vor Beginn des Tagesgeschäftes Punkte zählten.

Ein weiteres Ziel der Beratung ist es, den Sinn für gesellschaftliche Spielregeln zu stärken und den Umgang damit zu vereinfachen.

Parfums und Düfte gehören in den unmittelbaren „Dunstkreis“ einer Person, sie stärken oder schwächen die Ausstrahlung. Der Geruchssinn ist stärker als andere Sinne an emotionale und unterbewusste Reaktionen gebunden und entscheidet in Bruchteilen von Sekunden über **Nähe und Distanz** im Gespräch zwischen Menschen. Keinen Duft zu verwenden ist eine bequeme Lösung, nimmt aber die Chance einer ganzheitlichen und abgerundeten Inszenierung der eigenen Person. Hannes Jensen lernt, worauf bei der Auswahl eines typgerechten und dem Anlass angemessenen Duftes zu achten ist, der zur Identität passt und nicht nur Modethemen abbildet.

Themenwechsel. Die nächste knappe Stunde vor dem Lunch verbringen wir mit allgemeinen Kniggefragen rund um **Begrüßung** und **Small talk**. Bei der Gelegenheit kann ich Hannes auf seinen sehr kräftigen Händedruck aufmerksam machen, ihn neu

einüben und eine eigene Visitenkarte von ihm einfordern. Es gehört zur Höflichkeit und Wertschätzung einem Gesprächspartner gegenüber, zu Beginn einer Sitzung eine Visitenkarte abzugeben – auch bei internen Meetings mit neuen Ansprechpartnern, wie heute bei mir.

Small talk gelingt besser, wenn man sich ein eigenes Repertoire an Themen zurechtlegt, die einen persönlich interessieren, über die man gerne spricht und sich auf einem aktuellen Stand hält. Wir machen ein Brainstorming am Flipchart. Hannes Jensen interessiert sich für Segelfliegen und urbane Architektur. Das erste ist ungeeignet, weil es zu stark an Fachwissen gebunden ist, Städte und Architektur erlauben ihm aber, von der Fassadengestaltung bis zu öffentlichen Verkehrsmitteln und Tempolimits in Wohngebieten verschiedene Themen ins Gespräch einzubringen, die von allgemeinem Interesse sind.

Die nun entstandene angeregte Unterhaltung führen wir beim Lunch fort. Da ich inzwischen Hannes' Vertrauen habe, kann ich ihm Feedback zu seiner Körperhaltung beim Essen geben, außerdem einige Hinweise auf Besteckfolge und Bestecksprache und seine Rolle als Gastgeber, die er dankbar annimmt.

Schlüssiges Folgethema nach der Pause sind **Modeknigge, allgemeiner Stil und Etikette**. Es gibt Tipps zur optimalen Krawattenlänge, alltagstauglichen Krawattenknoten, von denen ein Herr mindestens zwei beherrschen sollte, passender Unterwäsche und allgemeiner Körperpflege. Obwohl Hannes bei den letzten Punkten leise lächelt, stimmt er zu, dass vieles, was so selbstverständlich scheint, in der Praxis manchmal nicht funktioniert.

Guter Stil ist eben die Summe vieler durchdachter Details.

Eine Garderobe oder **Businessgarderobe** wird diesem Anspruch an Stil gerecht, wenn sie vorausdenkend ist, wenn die Kleidungsstücke und Ensembles den Lebensstil abbilden und die Persönlichkeit wirkungsvoll unterstreichen. Deshalb ist es sinnvoll, Kleidung immer dann zu kaufen, wenn man sie findet – nicht, wenn eine Einladung oder ein Anlass einen dazu zwingen. Das in der letzten Minute gekaufte Abendkleid oder der geliehene Smoking verfehlen oft die Wirkung.

Wer sich in Gesellschaft und Etikette bewegt, sollte die Dresscodes kennen. Nichts ist unangenehmer als bei einem Anlass hoffnungslos *overdressed* oder *underdressed* zu sein. Mit der Liste der Dresscodes gebe ich Hannes den Rat, auch als Gastgeber immer eine Kleidungsempfehlung (im französischen Sprachgebrauch Tenue genannt) auszusprechen – als Wertschätzung der Gäste und eingeladenen Freunde.

## Dresscodes

### White Tie

*Einladungen zu Bällen, Banketten, Jubiläen, Festakten und die Abendeinladung großer Hochzeiten*

**Große Abendrobe:** Langes Abendkleid mit Decolleté, Mantel, Stola, Schmuck und aufwendiger Frisur, z. B. hochgesteckt. Schuhe mit Absatz.

Der Herr trägt klassischerweise Frack, Frackschleife, Manschettenknöpfe und Taschenuhr.

### Black Tie/Tuxedo

*Hochzeiten, Standesamt, Vernissagen, gesellschaftliche Feste*

**Abendgarderobe/Festliche Kleidung:** Seidenanzug oder ein Etuikleid (analog dem „Kleinen Schwarzen“), Schmuck, und ein festlicheres Make-up.

Für den Herren Smoking mit Satinschleife.

### Smart Business

*Geschäftsanlässe, internationale repräsentative Meetings*

**Hochwertiges Businesskostüm oder Hosenanzug,** eventuell mit einem formellen Nadelstreifen, ein dunkler, vorzugsweise 3-teiliger Anzug für ihn.

### Business

*Tagesgeschäft*

**Kostüm und Anzug** entsprechend der Gepflogenheiten Ihrer Firma und Branche.

Ein qualitatives Upgrade kann die Karriere genauso behindern wie eine Missachtung der internen Spielregeln.

### Business Casual

*Geschäftliche Treffen in einem ‚anderen‘ Rahmen. Gerade hier wird oft „Business gemacht“ und Verhalten und Outfit werden genau registriert.*

**Hosenanzug oder helleres Kostüm,** dezenter Schmuck, keine hohen Schuhe. Sportive Kleidungsstücke wie Pullover oder Jeans sollten immer hochwertige Markenartikel sein.

Er trägt einen helleren Anzug, zum Beispiel mit einem sportlichen Hemd.

### Smart Casual

*Private Einladungen mit festlichem Anlass (Geburtstage, Weihnachtsfeiern)*

**Gehobene Freizeitkleidung** wie Hosenanzug, Kleid oder Rock-Blusen-Kombination,

getragen mit etwas mehr Schmuck. Qualitäten dürfen einen festlicheren ‚Touch‘ haben – beispielsweise als glänzende Seidenbluse. Für den Herren Freizeithose, Sakko und Hemd (ohne Krawatte), Pulli oder Shirt.

## Casual

*Für private, informelle Treffen in kleinerem Kreis*

Für beide: **Kombinationen aus Hose-Pulli oder Rock-Pulli bis zu Jeans und T-Shirt.**  
Immer flache Schuhe!

## Tipp

Aufmerksamkeiten und klassisch-gesellschaftliche Gesten gegenüber Frauen (auch bei Business Treffen!) haben Stil. Auch Ihre emanzipierte Geschäftspartnerin lässt sich gerne in den Mantel helfen und sich die Tür öffnen.



**Farbsignale**

<b>Schwarz</b>	Dominanz, Distanz, geringe Emotion
<b>Grau</b>	Neutralität, Seriosität, Ausgleich, Hintergrund
<b>Dunkelblau</b>	Kompetenz, Kontrolle, Zuverlässigkeit
<b>Weiß</b>	Klarheit, Ehrlichkeit, Eigenständigkeit (Metall)
<b>Braun</b>	Wärme, Entspannung, Ruhe
<b>Blau</b>	Leistungswille, Leistungsverhalten, „Fluß“ (Wasser)
<b>Rot</b>	Aktivität, Dynamik, Herausforderung (Feuer)
<b>Grün</b>	Willen, Zukunftsorientierung, Wachstum (Holz)
<b>Gelb</b>	Selbsteinschätzung, Entwicklung (Erde)

Stilberatungen werden oft mit sogenannten Farbanalysen begonnen, in denen ein Klient lernt, welche Farbnuancen ihn am vorteilhaftesten und gesündesten aussehen lassen. Der Beratungstag mit Hannes Jensen aber ist auf einen Schwerpunkt ‚Business‘ abgestimmt. Für eine klassisch-seriöse Optik sind etwa 60-70 % der Farberscheinung von Neutralfarben wie Schwarz, allen Graunuanzen von hell bis dunkel, Braun-Beige oder Marineblau abgedeckt, 20-30 % von sogenannten Basisfarben (alle Rot-Töne, mittlere Blau- und Grüntöne) und nur 10 % von Akzentfarben, den

bunten Farbvitaminen der Garderobe. So wirkt das Outfit nie zu laut.

In der Wahl der Farben ist für Hannes das Wissen um die Farbsignale interessant, das er je nach Gelegenheit für sich nutzen kann. Flächig eingesetzt haben die Farbgruppen, zum Beispiel *Rot- oder Blautöne*, eine eigene Ausstrahlung, die man sich zunutze machen kann. So eignet sich beispielsweise Schwarz kaum dazu, Wärme und Vertrauen im 4-Augen-Gespräch herzustellen.

Wir sprechen über Passformen, den richtigen Sitz von Kleidung und Qualitätsmerkmale bei Kostümen und Hosenanzügen. Woran erkennt man Qualität? Unabhängig vom Preis gibt es ein paar Merkmale, die ein Kleidungsstück hochwertig und stilvoll wirken lassen. Zu diesem Thema erhält Hannes eine Checkliste, mit deren Hilfe sich Textilverarbeitung differenziert beurteilen lässt. **Extratipp:** Viele, auch teure Kleidungsstücke haben billige Knöpfe, die schlecht angenäht sind. Neue Knöpfe geben dem Look eine individuelle und hochwertigere Optik.

Das Bild wird langsam rund. Hannes Jensen hat gesehen, worauf es ankommt: Seine Vorzüge zu kennen und entsprechend darzustellen, dabei die Etikette zu berücksichtigen und durch gepflegtes Aussehen und Verhalten auszudrücken, dass er seine Umwelt wertschätzt. In den nächsten Monaten wird er noch einige vertiefende Beratungsstunden in Anspruch nehmen.

Und wie gelingt der persönliche Ausdruck, der mehr mit Gefühl als mit Körperformen zu tun hat?

Eigenbild und Berufsanforderung müssen in Einklang gebracht werden. Im Gespräch über **modische Stilinterpretationen**<sup>3</sup> wird vermittelt, wie man sich innerhalb einer formellen Berufskleidung durch Muster, Stoffe und Schnitte persönlich ausdrücken kann. Wer sich mit seinem Selbstbild und Lebensstil einmal gründlich auseinandersetzt, führt entspanntere Gespräche, weil er sich dann um seine authentische Wirkung keine Gedanken mehr machen muss.

Ein Auftritt, eine Bewerbung und was davon haften bleibt, wird unter vielen Gesichtspunkten der verbalen und nonverbalen Kommunikation bewertet. Aktives Zuhören, Augenkontakt, Gespür für Nähe und Distanz und angenehme Umgangsformen spielen dabei eine genauso große Rolle wie angemessene und gepflegte Kleidung.

Was macht einen Menschen glaubwürdig? Worauf achtet ein Interviewer? Welche scheinbar nebensächlichen Kriterien entscheiden eine Karriere?

Zum Abschluss des Tages erhält Hannes Jensen eine Checkliste, die er in Eigenregie immer wieder neu ausfüllen kann, um an sich selber zu arbeiten. Schließlich sind Spaß an der Entwicklung und Eigenverantwortung das beste Vehikel, um voranzukommen.

---

<sup>3</sup> Siehe auch DGfK „Karriere-Spots“



## Bewerbung und Auftritt

### Beurteilungskriterien im Weitwinkel

	gut	verbessern
<b>1. Optik/Zielgruppenorientierung</b>		
1.1 Branchen-Dresscode wird respektiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 Material, Accessoires und Statussymbole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 Kleidung aufgabenbezogen/ angemessen, nicht overdressed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4 sachlich, dezent, wenig Schmuck	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5 Typgerecht: Stimmgerecht mit der Persönlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6 gepflegt, lässt Sorgfalt erkennen (z.B. Schuhe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7 Hautfarbe, Körperspannung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.8 Duft (Parfum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.9 Gerüche (Tabak, Alkohol)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2. Verhalten/nonverbale Kommunikation</b>		
2.1 Augenkontakt direkt, nicht penetrant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2 Stimmhöhe/ Stimme kommt aus dem Bauch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3 Händedruck: warm mit flächiger Berührung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4 Instinkt für Nähe und Distanz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5 glaubhafte Körpersprache, Interesse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6 aktives Zuhören, Initiative, Dialogfähigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7 Natürlichkeit/ Wohlbefinden im Gespräch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.8 Ruhe, Selbstsicherheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.9 Umgangsformen und Manieren (z.B. Handy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.10 gewinnende Gesten, Wertschätzung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3. Inhalt/verbaler Auftritt</b>		
3.1 Sprachgebrauch/gepflegte Sprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2 positive Wortwahl/natürliches Selbstbewusstsein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3 Information/Vorbereitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4 Qualität der Fragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5 Allgemeinbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6 Fachliches Know-how und Stellenprofil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7 Stärkenprofil und Lösungsorientierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.8 Antworten auf schwierige Fragen (worst case)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.9 Nicht drängen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.10 Nachfassen/Feedback	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4. Authentizität und Gesamteindruck</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>