

IMAGE INSTITUT

**So punkten Sie mit
Ihrem Image!**

Wirtschaftskammer Oberösterreich, 5. März 2016



Eva Köck-Eripek, AICI CIM

Tel: 0650 50 660 50

office@imageinstitut.com

www.imageinstitut.com

Mit visueller Kommunikation die eigene Persönlichkeit stärken

Corporate Identity – das richtige Zusammenspiel von Inhalt, Verpackung und Marketing wird in unserer heutigen, visuell orientierten Welt immer wichtiger. Das gilt nicht nur für Produkte, sondern auch für Menschen. Anliegen, Botschaften, Sprache und Bild ergänzen einander zum wirkungsvollen Ganzen.

Personal Corporate Identity

Positive Ausstrahlung, selbstbewusstes Auftreten und gepflegtes Aussehen gehören untrennbar zu einer erfolgreichen Person im heutigen Berufsleben. Schneller als Leistung, Wissen und Verlässlichkeit bewertet werden können, haben Sie schon in den ersten Sekunden Ihres Auftretens durch Ihr äußeres Erscheinungsbild ein Image abgegeben und Sie wurden dadurch bewertet. Und nicht nur Sie wirken beim 1. Eindruck, sondern auch das Bild Ihres Unternehmens wird dadurch geprägt.

Passt das Bild, das andere von Ihnen haben?

Können Sie Ihre Fähigkeiten, Ihr Wissen und Ihre Werte mit Ihrem Aussehen unterstreichen?

Es geht nicht, NICHT zu wirken. Also überlegen SIE sich, WIE Sie wirken wollen, bevor andere diese wichtige Entscheidung für Sie treffen. Und hier ist nicht eine künstliche, unrealistische „Verpackung“ oder Demonstration einer Person gemeint. Das richtige Outfit und die authentische Körpersprache werten eine Persönlichkeit auf und dadurch erreichen Sie eine positive Ausstrahlung, Professionalität und Kompetenz.

Kleidung transportiert IMAGES. Und IMAGE ist ein wesentlicher Faktor im Selbstmarketing und in der Firmenrepräsentanz.

Perfektionieren Sie Ihr Image für die Karriere mit einfachen, leicht umsetzbaren Grundregeln des Imagedesigns und individuellen Tipps. Erreichen Sie ein gewinnendes Auftreten!

Viel Spaß und Erfolg wünscht Ihnen

Eva Köck-Eripek, AICI CIM

Der erste Eindruck

Wenn wir einem fremden Menschen begegnen, nehmen wir einzelne Signale auf, die blitzschnell eine Vielzahl von Reaktionen auslösen.

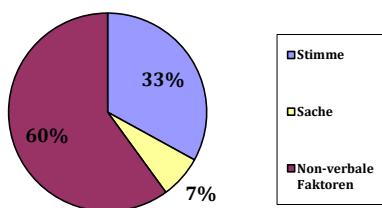
- Welche Kleidung trägt der andere?
- Wie ist sein Gesichtsausdruck?
- Wie klingt seine Stimme?
- Welche Worte sagt er?

Es entsteht ein Bild vom Gegenüber oder etwas konkreter ausgedrückt: Der andere wird in eine Schublade gesteckt. Da man sich im direkten Kontakt nicht immer mit der Persönlichkeit auseinandersetzen kann, ist man eben gezwungen, sich „ein Bild zu machen“. Ob dieses Bild der Realität entspricht, steht auf einem anderen Blatt. Die Eindrucksbildung ist keineswegs immer objektiv und fair.

Welche Faktoren entscheiden nun über Sympathie oder Antipathie?

Der „Mehrabian-Kreis“ (nach Albert Mehrabian, amerikanischer Psychologe) zeigt, dass von der Gesamtwirkung einer Botschaft nur 7 % auf die Worte entfallen, während nonverbale Signale überwiegen. Das Wort überträgt zwar die Inhalte. Die Stimme und die nonverbalen Faktoren die Stimmung. Überzeichnet ausgedrückt:

Für den ersten Eindruck ist es nicht wichtig, „was“ Sie sagen, sondern „wie“ Sie es sagen, bzw. welchen optischen Eindruck Sie hinterlassen!



Stimme:

Sprachmelodie, Sprechtempo, Aussprache, Lautstärke, Betonung, Stimmlage, Sprechpausen, Satzlänge...

Nonverbale Faktoren:

Mimik, Gestik, Blickkontakt, Haltung, Aussehen, Farben, Gerüche, Kleidung, Frisur, MakeUp...

Zwei, drei Schlüsselreize genügen bereits, um im Schnellverfahren vom äußeren Eindruck eines Menschen auf seine inneren Werte wie Können, Kompetenz und Verlässlichkeit zu schließen. Dieses psychologische Phänomen macht auch Brillenträger „intelligenter“ – obwohl die Brille doch eigentlich nur aussagt, dass jemand fehsichtig ist...

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

Corporate Identity - Image, Werte & Persönlichkeit im Einklang

Wie will ich wirken?

.....

Was soll mein Äußeres über mich aussagen:

Beruflich:

Privat:

Einige Möglichkeiten:

auffallend	gestylt	phantasievoll
aufgeschlossen	gewinnend	praktisch
ausdrucksvoll	großzügig	selbstbewusst
ausgeglichen	herzlich	stark
begeistert	hilfsbereit	tatkräftig
beherrscht	interessant	temperamentvoll
beruhigend	intellektuell	traditionell
bestimmt	klar	überzeugend
bescheiden	kraftvoll	umgänglich
einfallsreich	kreativ	unabhängig
elegant	kultiviert	unnahbar
energievoll	künstlerisch	unerschütterlich
entspannt	heiter	vergnügt
erfolgreich	lebendig	verständnisvoll
erfrischend	lebhaft	vertrauenswürdig
feinfühlig	locker	vielseitig
formell	lustig	vital
freundlich	munter	warmherzig
friedlich	mutig	wohlhabend
geduldig	natürlich	zuvorkommend
geheimnisvoll	offen	zwanglos
gesetzt	ordentlich

Wo sind meine Stärken? Was qualifiziert mich besonders? Was hebt mich von anderen ab?

.....

Welche Firmen-Werte will ich zeigen?

.....

Welche Zielgruppe will ich ansprechen?

.....

Sieht man mir meine Kompetenz(en) an?

Notizen:

Dresscodes

Dresscodes nennt man territoriale, anlassabhängige oder branchenübliche Vorschriften für Bekleidung im Business- und Freizeit-Bereich.

Territoriale Dresscodes

Der jeweilige Kulturkreis und viele andere Umstände prägen immer noch die Bekleidungsvorschriften in den verschiedenen Ländern und Landstrichen. Bitte erkundigen Sie sich immer über die speziellen Dresscodes und die Verhaltensregeln des jeweiligen Umfeldes, um einen „Fettnapf“ oder Schlimmeres zu vermeiden. Im Business werden die territorialen Bekleidungsvorschriften immer internationaler und globaler.

Anlassabhängige Dresscodes

Der soziale Anlass, als auch die äußeren Umstände, prägen diese Bekleidungsvorschriften.

Auf Einladungen werden oft Dresscodes vorgegeben.

- „Casual“ – bedeutet leger, aber nicht Jogging-Anzug. z. B. Jeans mit Bluse, Rock mit Pulli; Herren ohne Krawatte.
- „Sportlich-elegant“ – bedeutet mindestens Jeans mit Blazer und schicken Schuhen; Kleid mit Weste, usw. Ein Teil der Kleidung sollte Business-like sein.
- „Dunkler Anzug oder Kleidung elegant“ – bedeutet Jeans ist absolut tabu. Kostüm, Hosenanzug mit Top oder Bluse; Elegante Accessoires.
- „Smoking – Cocktailkleid“ (Black Tie)– bedeutet für die Herren ausschließlich Smoking; Damen in kurzem elegantem Kleid;
- „Frack oder Cut – Abendkleid“(White Tie) – Herren im Frack oder Cut; Damen langes Abendkleid, Abendrobe;

Prinzipiell gibt es natürlich auch hier territoriale Einflüsse- siehe territoriale Dresscodes. Wichtig ist zu unterscheiden, ob der Anlass untertags oder abends, Indoor oder Outdoor stattfindet, um dementsprechend optimale Kleidung zu wählen.

Branchenspezifische Dresscodes

Berufliche Kleiderregeln ergeben sich aus folgenden Punkten:

- Branche
- Arbeitsplatz/ Art der Tätigkeit
- Status/ Position
- Firmenphilosophie
- Anlässe (Meetings, Kundenbetreuung, Messetätigkeit, Verhandlungen, Repräsentationspflichten oder Büroarbeit)

Business-Kleidung z. B. im Management und in Führungspositionen verlangt meist klassische, gedeckte Farben.

Der Stil ist ebenfalls am besten klassisch, die Formen sind schlicht und von hoher Qualität.

Kleidung in kreativen oder praktischen Berufen ist legerer. Kreativität drückt sich im persönlichen, ausgefallenen Stil am besten aus. Natürlich sollte hier ebenfalls ein Unterschied bei verschiedenen Positionen innerhalb der Unternehmenshierarchie zu sehen sein. Prinzipiell kann gesagt werden, dass

- Seriosität sich in schlichten Formen (der Kleidung) und gedeckten Farben äußert;
- Kreativität sich in einem persönlichen, ev. bunten oder ausgefallenen Stil äußert;
- Respekt vor der Sache oder dem Gegenüber sich in gepflegter, qualitativ hoher und gut kombinierter Kleidung äußert.

Welche Signale mit falscher Kleidung gesendet werden können:

- Ich habe es nicht nötig,....
- Ich will zeigen, dass
- Ich will provozieren....
- Ich lege keinen Wert....
- Ich habe keine Ahnung...

Angemessene Kleidung unterstreicht die Persönlichkeit und die Kompetenz eines Menschen. Sie zeigt: Hier ist jemand in der Lage, zwischen verschiedenen Lebenssituationen und Kulturen zu differenzieren.

Checkliste für Ihre persönliche Wirkung und Ausstrahlung

- ✓ Ich arbeite bewusst an meinem Image.
- ✓ Mein Aussehen unterstreicht meine Fähigkeiten.
- ✓ Ich kenne die Unterschiede zwischen meinem Selbst- und Fremdbild.
- ✓ Ich kann mein äußeres Erscheinungsbild in 2–3 Sätzen beschreiben (So, dass ein Fremder mich erkennt).
- ✓ Ein Teil meiner Kleidung ist ein sicheres Erkennungsmerkmal.
- ✓ Ich habe unverwechselbare Äußerlichkeiten.
- ✓ Ich kenne meine äußeren Stärken und Schwächen und kann sie bewusst einsetzen.
- ✓ Ich kann meinen Stil definieren.
- ✓ Ich habe meine Garderobe darauf abgestimmt.
- ✓ Ich habe eine Mode (-marke) gefunden, die klar zu mir passt.
- ✓ Meine Körpersprache und Gangart unterstreichen meinen Stil.
- ✓ Ich weiß, dass meine Körperhaltung Einfluss auf meine Gefühle und Ausstrahlung nimmt.
- ✓ Meine Stimmlage und Betonung passt zu mir.
- ✓ Ich bewege mich auch auf unbekanntem Terrain sicher und selbstbewusst.
- ✓ Ich kenne die Dresscodes und halte sie ein.
- ✓ In welcher Rolle ich auch auftrete, sie stimmt immer mit meinem Wesen überein- ich bin authentisch.
- ✓ Ich kann die Werte der Firmen-Philosophie auch mit meiner Persönlichkeit unterstreichen.
- ✓ Ich weiß, was ich wirklich will und setze mich auch dafür ein.
- ✓ Ich kann Menschen mit meiner Überzeugung begeistern.