

Kompetent und feminin – aber nicht aufgesetzt

Eine Expertin gibt Styling-Tipps für die neue Generation der „Businesswomen“

von Marina Jung

Vermutlich kennt jede berufstätige Frau das Gefühl, zum Vorstellungsgespräch nicht passend gekleidet zu sein, oder die Angst, am ersten Arbeitstag in Sachen Kleidung aus dem Rahmen zu fallen. Natürlich gibt es diverse Möglichkeiten, sich Anregungen und Tipps zu holen: Internet, Einzelhandel, Fernsehen. Was macht Frau aber, wenn sie sich selbst im schicken neuen Business-Outfit nicht mehr wieder findet? Sich womöglich gar verkleidet fühlt und trotzdem eine Karriere anstrebt, die ihrer langen und/oder intensiven Ausbildung endlich Rechnung trägt?

Cornelia Gumm ist erfolgreiche Stilberaterin aus München. Sie berät gleichsam Frauen, Männer und Firmen, erstellt sogar ganze Firmenkonzepte. 90 Prozent ihrer weiblichen Einzelkunden sind berufstätige Frauen, die vorankommen wollen. Sie weiß, worauf es beim Thema Mode im Beruf ankommt. Längst haben sich die strengen Reglements in den unterschiedlichen Berufsbranchen gelockert: Wo es früher verpönt war, Piercings oder Tattoos offen zu zeigen, ist dies mittlerweile ein Zeichen von Authentizität und Persönlichkeit, so zum Beispiel in der Hotelbranche oder bei

den Sterneköchen. Unlängst sei auch die Krawatte kein Muss mehr im Vorstand oder im Recruiting, erklärt Gumm. Doch längst gilt dies nicht für alle Berufssparten oder Ebenen.

» „Wenn sich eine Frau als Mann verkleidet, tritt sie in direkte Konkurrenz“

Besonders Frauen im Big Business haben es schwer, selbst wenn sie dasselbe Know-How mitbringen wie ihre männlichen Kollegen. Dabei besitzen sie diese „emotionale, strategische, verbindende Intelligenz“, meint Cornelia Gumm. „Beide Geschlechter könnten sich als Team wunderbar ergänzen und an einem Strang ziehen.“ Bis in die 90er Jahre des vorigen Jahrhunderts hätten sich erfolgreiche Frauen oftmals quasi als Mann verkleidet. Designer wie Giorgio Armani oder Jil Sander prägten mit ihrem androgynen Stil die Frauenmode der Vorstandsetagen. Für Cornelia Gumm ist diese Kleiderwahl überholt: „Wenn sich eine Frau als Mann verkleidet, tritt sie in direkte Konkurrenz. Dann geht der Rankampf los und eine Frau muss erst einmal beweisen, dass sie toll ist.“ Für Cornelia Gumm ist das

Ziel daher, nach Business auszusehen, eine subtile elegante Weiblichkeit zu transportieren und dabei die eigene Persönlichkeit nicht auszuklammern: „Gerade in Führungspositionen sollte das Selbstbewusstsein für die Einzigartigkeit ausgestrahlt und auch gelebt werden. Was aufgesetzt ist, funktioniert nicht“, so Gumm. Bei aller Persönlichkeit sollte Frau sich natürlich aber „im Vorfeld mit dem äußeren Erscheinungsbild befassen und darüber nachdenken, ob der Businesslook, der nach dem Studium oder der Ausbildung noch genau passend war, auf dem Weg in die Führungsetage immer noch stimmig ist.“

Für ein Business-Outfit braucht es nicht viel, aber es braucht ein in sich stimmiges Gesamtkonzept. Weiblichkeit hat viel mit Farbe und Stoffen zu tun, erklärt Cornelia Gumm. Farben können die eigene Persönlichkeit unterstreichen und sind dabei ein subtiler Hingucker. Warum also nicht Anzug, Blazer oder Rock mit einer neuen Farbe kombinieren – Angela Merkel oder Marissa Mayer, ehemalige Geschäftsführerin von Yahoo, tragen schließlich auch rot. Auch bei Materialien darf laut der Stilberaterin experimentiert werden. Blusen im T-Shirt-Schnitt aus hochwertiger



Catharina Hohaus ist im Mentoring tätig und berät vor allem Vorstände im Bankwesen. Laut Cornelia Gumm unterstreicht sie mit fließenden Stoffen ihre Weiblichkeit.

Fotos: Peter Lund



Monika Gietl ist als Global-IT-Prozess-Managerin bei einem großen Versicherungsunternehmen tätig. Cornelia Gumm rät ihr in Sachen Styling zu dunkler Jeans und Blazer. Pastelltöne unterstreichen zudem ihren Typ.

Fotos: Ina Zabel Photography

