



Schwarz dominiert in den Salons der Compagnia della Bellezza, Wiesbaden

Farbe wirkt

Berufsbekleidung muss viele Aufgaben erfüllen: Sie soll die CI stärken, soll den Mitarbeitern guttun und Kunden binden, sagt Stilberaterin Regina Först.

Sie will Menschlichkeit und Business zusammenbringen, will in Kunden Begeisterung entfachen und sie so ans Unternehmen binden, will Teams stärken: Regina Först ist die namhafte Expertin für ganzheitliche Erfolgsstrategien im Business. Ein Teil davon ist einheitliche Berufsbekleidung, die sie für die Friseurbranche mit Nachdruck empfiehlt, um aber sogleich einzuschränken, dass **bei der Farbwahl unbedingt die Mitarbeiter einbezogen werden sollten:** „Vielleicht hat jemand eine Farbphobie. Das muss man berücksichtigen.“ Ohnehin verweist sie darauf, wie viele Aspekte eine solche Entscheidung letztlich berühren.

Da ist zuallererst die Corporate Identity, so Regina Först, die dann auch gleich **die Farbe Schwarz als nicht zielführend benennt:** „**Sie ist in der Friseurbranche so verbreitet, dass sie keine Identität schafft!**“ Wenn die Kunden einen Salon also nicht als unverwechselbar, als etwas Besonderes erleben, dann spüren sie auch keine Bindung. Und damit, so das Fazit der Expertin, hat man das Ziel seiner Überlegungen zur Salonbekleidung verfehlt. Hinzu kommt, dass Schwarz „keine Schwingung hat“ und Stillstand verkörpert. Und schließlich: „Wer Farbe verkaufen will, sollte sie auch zeigen: nicht bunt, aber mit schönen Unis!“

Dabei dürfen Hose und Rock durchaus schwarz, dunkelblau oder anthrazit sein; dunkle Töne machen schmal und schmeicheln der

Figur. Oben aber, bei Hemden, Blusen, T-Shirts, ziehen helle Farben die Blicke an, weiß Först, unterstützt vielleicht gar durch schöne Accessoires: „**Ein gebrochenes Weiß steht jedem.** Damit kann man nichts falsch machen!“

Sehr wohl aber mit einheitlich geschnittener Bekleidung. Letztlich sollten sich ja die Mitarbeiter gut und sicher bewegen können, um gute Arbeit zu leisten. Wie aber soll das gelingen, wenn eine Mitarbeiterin mit einem vollen Gesicht auch noch einen runden Ausschnitt, eine Mitarbeiterin mit schmalem, spitzem Gesicht einen V-Ausschnitt tragen soll?! **Wer wenig Busen hat, findet eine Brusttasche womöglich toll;** wer ohnehin zu viel hat, hat damit noch mehr. Allzu viele individuelle Besonderheiten müssten bei einer Salon-Uniform berücksichtigt werden, damit sich alle Mitarbeiter wohlfühlen. Also, sagt Regina Först, möge jeder innerhalb des Farbkonzepts seine Kleidung wählen. In jedem Fall hält sie es für ratsam, **einen Farb- und Stilberater hinzuzuziehen.** Der achtet auch auf die Kleinigkeiten, die den Gesamteindruck gravierend beeinflussen können. Ein Beispiel: Wie hängend wirken Schultern, wenn die Ärmelnähte auf den Oberarm gerutscht sind. Regina Först: „Das wirkt lustlos und unmotiviert.“

Fotos: Jan Kobel, © David Maupile



IM GESPRÄCH

Regina Först

Die Top-Speakerin begann ihre Karriere in der Modebranche.
www.people-foerst.de