

## Mit den Kleiderregeln spielen – und sie gekonnt brechen

15.05.2008, 14:24 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *LuuBooks e.K.*



Der Dressguide – ein Regelbuch für den Alltag

Wenn Maria Schmutz-Wyder engagiert für die persönlichen Note im graublauschwarzen Einerlei der Businesskleidung plädiert, geht es nicht um die Frage: Wie muss oder kann ich mich «richtig» anziehen? «Entscheidend ist die Wirkung. „Sachlich“, „kompetent“, „überzeugend“ sind Stichworte nach denen sich die Kleidung ausrichten muss.

Eine ketzerische Frage: Zu welcher Wirkung und welchem Anlass passen die mehr oder weniger breiten Streifen blosser Bauch, die mit der Frühlingssonne wieder das Strassenbild in Besitz genommen haben? Die Antwort ist ziemlich kategorisch: «Im Geschäftsleben hat bauchfrei nichts verloren – genauso wenig wie ärmellose Tops oder überdimensionierte Dekolletés. Wir Frauen haben in Sachen Gleichberechtigung doch das eine oder andere erreicht. Da kann es nicht in unserem Interesse sein, dass die nackte Haut in den Vordergrund gerückt wird. Das heisst nicht, dass es keine Gelegenheiten gäbe, bei denen eine Frau ihre Trümpfe durchaus ausspielen darf. In meinen Seminaren illustriere

ich das mit dem (realen) Beispiel einer bekannten Politikerin, die am Fernsehen im ärmellosen Shirt auftritt und mit der Aufforderung an die Teilnehmenden, sich daneben einen der Bundesräte im Unterleibchen vorzustellen – der Effekt bleibt selten aus...»

Nur: Verlieren die Regeln nicht an Bedeutung, wenn sich die Businesskleidung Megatrends der Alltagsmode wie eben «bauchfrei» verweigert? Auch dazu hat Maria Schmutz eine eindeutige Meinung: Die Tendenz zu viel nackter Haut sei eine vorübergehende Modeerscheinung, auf die «garantiert eine Gegenbewegung folgt», ist die professionelle Modebeobachterin überzeugt. «Wenn ich junge Frauen beobachte, habe ich oft das Gefühl, dass sie sich eigentlich gar nicht wohl fühlen, denn sonst würden sie nicht immer wieder an ihrem T-Shirt zupfen. Solche Ausrutscher hat es immer wieder gegeben. So waren vor ein paar Jahren die Leggings auch so ein Trend. Ich kenne mehrere Frauen, die sich heute noch fragen, wie sie so etwas überhaupt je tragen konnten.»

Dann wäre also die Alltagsmode das frivole Spiel der Wellen – und die Businessmode der feste Fels in der Brandung? So einfach sei die Sache dann doch nicht, findet Maria Schmutz-Wyder: «Noch bis zur Mitte des letzten Jahrhunderts gab es feste Regeln in der Gesellschaft, und zwar nicht nur in Bezug auf die Kleidung. Diese lösten sich dann in den Siebziger- und Achtzigerjahren fast vollständig auf, in der Zeit, in der feste Regeln auch in der Erziehung verpönt waren. Inzwischen haben wir gesehen, dass Regeln nicht nur einschränken, sondern durchaus sinnvoll sein können. Dabei dürfen die Regeln kein festes Korsett sein, sondern im Idealfall ein Spielfeld, auf dem sich Frauen und Männer kreativ bewegen.»

Die Gegenfrage des Skeptikers: Wo bleibt diese Kreativität, wenn beispielsweise Banker in grösseren Ansammlungen den Eindruck hinterlassen, sie seien eher uninformierte graue Mäuse, und wenn sich ein Aussenseiter an Anlässen der kreativen Architekten, Grafiker und Designer vorkommt, als habe er sich in eine schwarz gewandete Sekte verirrt? «Kleidung ist immer auch ein Stück weit Identität und Bekenntnis: Ich gehöre zu denen oder denen. In diesem Sinn würde ich das bekannte Sprichwort «Kleider machen Leute» abwandeln in «Kleider sagen etwas aus über die Leute, die sie tragen.» Dass sich viele Leute dabei nach der Mehrheit richten, will ich gar nicht bestreiten. Hier versuchen wir Mode- oder Imageberaterinnen Gegensteuer zu geben. Für mich geht es nicht darum, den Leuten Regeln beizubringen, sondern die Lust für den spielerischen Umgang damit zu wecken.»

Businesskleidung also nicht als Pflicht, sondern als Vergnügen? Auf jeden Fall, erklärt Maria Schmutz, denn «die Kleider haben sehr viel damit zu tun, wie eine Person zu sich selber steht und welchen Respekt und welche Gefühle sie anderen Menschen entgegenbringt. Ein Mensch – Mann oder Frau –, der einem andern gefallen oder ihn gar für sich gewinnen will, putzt sich heraus und macht sich schön. Und zwar tut er das immer auch für sich selber. Warum soll das nicht auch in anderen Lebensbereichen gelten? Allerdings: Wer sich schön macht, exponiert sich auch – und davor haben viele Angst. Wenn ich jedoch höre, dass jemand unter dem «Kleiderzwang» in seinem Job leidet, frage ich mich manchmal, ob er oder sie nicht den falschen Job hat.»

Es gibt relativ wenige (wenn auch gewichtige wie etwas Grossbanken oder Versicherungen) Unternehmen, die in Kleiderfragen klare Vorschriften kennen. Vorschriften allein seien keine Lösung, findet Maria Schmutz-Wyder: «Es geht auch hier um den anlassgerechten Umgang mit den Regeln. Das könnte durchaus eine Aufgabe fürs HR-Management sein.» Ein zweiter Grund: «Viele Vorgesetzte haben ganz einfach nicht den Mut, gewisse Regeln verbindlich zu erklären. Dass das Bedürfnis dafür besteht, erfahre ich in meinen Seminaren sehr eindeutig.»

In den Schulen hat sich dieses Bedürfnis mit der Diskussion um Schuluniformen ja bereits Luft gemacht. Wie sieht die Garderobeberaterin diese Entwicklung? «Uniformen im eigentlichen Sinn haben nur dort einen Zweck, wo es um einen bestimmten Corporate-Identity-Auftritt oder darum geht, Sicherheit zu vermitteln. Die Diskussion heute dreht sich eher um gleichartige Kleidung, der Faktor Identität und Gemeinschaft steht im Vordergrund. Mein Sohn, der das Gymnasium besucht, formulierte dazu eine spannende Hypothese: «Gleichartige Kleidung kann zu Kontakten unter Leuten führen, die vorher allein wegen des gruppenspezifischen Outfits (etwa Punk- oder Hip-Hop-Szene) nicht miteinander geredet haben. Die «Uniform» macht also nicht zwingend gleich und schränkt ein, sondern sie kann auch öffnen.»

Paperback mit 100 Seiten  
ISBN 978-3-033-00644-7

Unter diesem Link können Sie sich weiter informieren:

[www.luubooks.de/product\\_info.php/info/p2630](http://www.luubooks.de/product_info.php/info/p2630)

## **Portrait**

Marketing - Verkauf - Vertrieb von Büchern und Doku-DVDs.

Das Hauptgewicht liegt auf dem Vertrieb und Unterstützung von Klein- und Eigenverlagen. Auch Kleinverlage machen gute Bücher und sind eine Bereicherung in der Bücher- und Verlagslandschaft.

---

News-ID: 211431 • Views: 1858 (Stand: 20.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/211431/Mit-den-Kleiderregeln-spielen-und-sie-gekonnt-brechen.html>