



Wirtschaftsclub Köln e.V.

**Pressemitteilung zur Podiumsdiskussion
Aussehen Macht Erfolg
Haben schöne Menschen im Berufsleben mehr Erfolg?
Am 07. April 2009, 19.00 Uhr im Dom Hotel, Köln**

Auf dem Podium diskutierten:

Gabriele Koch, L - Gabriele Koch, Modedesignerin

Claudia Türp, nonmodo Kommunikationsdesign

Yvonne Bosner, CLEÄGE ÄSTHETIK-HAUT-CENTRUM

Edmund Mastiaux, ZFM Management- und Personalberatung

Die Veranstaltung wurde moderiert von **Katja Mitchell**, Schauspielerin und Moderatorin von RTL-Produktionen und der beliebten WDR-Sendung „Zimmer frei“.

„Kein ernstes – aber ein sehr schönes Thema“ – so kündigte Moderatorin Katja Mitchell die Podiumsdiskussion im Kölner Wirtschaftsclub an. „Kleider machen nicht nur Leute, sondern auch Erfolg“, betonte Designerin Gabriele Koch, für die Kleidung als äußeres Erscheinungsbild des Menschen Signalwirkung hat: „Sie unterstreicht die Persönlichkeit der Trägerin oder des Trägers, ist direkter Ausdruck der Individualität. Dies war“, wie die Designerin hervorhob, „nicht immer so, denn bis zum 18. Jh. gab es eine Kleiderordnung, die an die Standeszugehörigkeit gebunden war und keine persönlichen Gestaltungsmöglichkeiten bot. Auch heute noch gibt es noch Uniformen – für Schulen, Berufe, religiöse Vereinigungen oder auch in Trauerfällen. Weiterhin gibt es Dresscodes für bestimmte gesellschaftliche Anlässe, deren Missachtung als Faux Pas aufgefasst werden kann.“

Das äußere Erscheinungsbild entscheidet für Personalberater Edmund Mastiaux über den Erfolg im Beruf. Seiner Ansicht haben attraktive und gepflegte Menschen mit positiver Ausstrahlung bei Vorstellungsgesprächen bessere Startbedingungen: „Männer, die größer als der Durchschnitt sind, sportlich und dynamisch wirken, verfügen über die besseren Karrierechancen.“ Darüber hinaus gelte es, den Kleiderordnungen der jeweiligen Branche Tribut zu zollen, die in einer Bank sicher strenger sind als im Kommunikationsdesign. Äußerlichkeiten allein genügen jedoch nicht, ausschlaggebend sei die fachliche Kompetenz. „Wenn ein Personalberater allerdings die Wahl zwischen zwei gleich qualifizierten Bewerbern hat, wird er sich sicher eher für den mit dem ansprechenden und gepflegten Äußeren entscheiden. Schöne Frauen haben“, so Mastiaux, „wie sich beim Coaching herausstellt, erstaunlicherweise häufig ein mangelndes Selbstbewusstsein. Sie fühlen sich den hohen Erwartungen ihrer Umwelt ausgesetzt und werden in vielen Fällen sogar depressiv. Frauen stehen generell heute immer noch stärker unter Erfolgsdruck als Männer, woraus häufig eine Anpassung an männliche Verhaltensweisen resultiert.“

Ein gepflegtes Äußeres, eine reine klare Haut ist, wie Yvonne Bosner hervorhob, ein wichtiger Sympathiefaktor und kann Türen öffnen. Attraktive und gepflegte Menschen

sind ihrer Ansicht nach – vor allem im Kundenkontakt – vielseitiger einsetzbar; auch Fehler verzeihe man ihnen leichter. „Von diesem Bonus kann“, so Bosner, „jeder profitieren, da jeder Mensch seine schönen Eigenschaften habe, die es zu finden und herauszustellen gelte, während man die Schwachstellen entsprechend kaschieren sollte. Gute Kleidung allein genügt folglich nicht zur Herausstellung der eigenen Vorzüge, darüber hinaus ist die dem Altern und den individuellen Bedürfnissen entsprechende, bei Bedarf auch korrektiv wirkende Pflege unerlässlich. Computergesteuerte Hautanalysen und höchstwirksame kosmetische und medizinische Mittel stehen der ästhetischen Dermatologie heute zur Verfügung. Schon mit 80 € im Monat kann man“, so Bosner, „spürbare Effekte verbuchen, und diesen Service nehmen heute bereits 35% Männer in Anspruch, Tendenz steigend.“

Dass nicht nur Individuen, sondern auch Firmen Beratung brauchen, um sich optimal zu präsentieren, hob indes Kommunikationsdesignerin Claudia Türp hervor: „Auch für Unternehmen ist das äußere Erscheinungsbild wichtig, um in der Öffentlichkeit adäquat beachtet zu werden. Ein Design zu entwickeln, das die Kompetenzen optimal zum Ausdruck bringt, ist die Serviceleistung der Werbeagenturen, die am Erfolg der Unternehmen maßgeblich beteiligt sein können. Voraussetzung hierfür ist die intensive Auseinandersetzung mit den Leistungen und Stärken des Unternehmens, die es – in adäquater Form – zu kommunizieren gilt.“

Moderatorin Katja Mitchell nutzte im Laufe der Diskussion immer wieder die Gelegenheit, Fakten einzustreuen, und auch Christian Kerner, 2. Vorsitzender des Wirtschaftsclubs Köln, hatte bereits in seiner Einladung seinen Beitrag zur Diskussion geleistet: So glauben 89 Prozent der Frauen, dass Schönheit und Erfolg eng miteinander verknüpft sind. In den USA sind sogar 93 Prozent der Personalchefs davon überzeugt, dass schöne Menschen schneller einen Job finden. Weltweit wird Schönheit mit Intelligenz, Kompetenz und Sympathie verbunden. Wer schön ist, hat mehr Freunde und erklimmt die Karriereleiter leichter, wie einige Studien behaupten. Schönheit befähigt zu sozialer Macht, dient ihrer Inszenierung und verkörpert gesellschaftlichen Status. Attraktivität steigert die Motivation, und genau das entspricht dem neuen Führungsideal: Begeisterung ausstrahlen, mitreißen.

Daniel Hamermesh, Ökonom an der Universität von Texas, beschäftigt sich seit Jahren mit dem Zusammenhang zwischen Schönheit und Erfolg. So hat er beispielsweise herausgefunden, dass schöne Menschen mehr verdienen. „Gutes Aussehen wirkt auf das Gehalt etwa so stark wie eineinhalb Jahre Berufserfahrung mehr“, sagt er. Es sei nicht der Erfolg, der schön mache, weil man beispielsweise eine selbstsicherere Ausstrahlung bekomme oder sich mit dem verdienten Geld bessere Kleidung leiste. Vielmehr mache die Schönheit erfolgreich.

Ein ganz so radikales Resümee schlossen die Teilnehmer der sehr lebhaften und gut besuchten Podiumsdiskussion im Kölner Wirtschaftsclub nicht: Übereinstimmend verwies man abschließend auf die Wichtigkeit der individuellen Kompetenzen, der kommunikativen und sozialen Fähigkeiten als Determinanten des Erfolgs.

Die Bewerbungsphase für den Kölner Unternehmerpreis 2009 läuft!

Der 1. Kölner Unternehmerpreis 2008 – Die Preisträger

Im letzten Jahr hatte **Friedrich Neukirch** als Vorsitzender der **Geschäftsführung Klosterfrau Deutschland GmbH** den ersten Preis für die **Klosterfrau Healthcare Group** entgegengenommen. Den zweiten Preis hatte Hermann-Josef Johanns als Geschäftsführer der Firma **Ströer – Out of Home Media** mit Unternehmenssitz in Köln-Rodenkirchen erhalten. Der dritte Preis war an die die Firma **ECONCERN**, vertreten durch ihren **Geschäftsführer Frank Wouters**, gegangen.

Weitere Informationen zum Kölner Unternehmerpreis unter 0221-9440220 (Ansprechpartner Christian Kerner)

Christian Kerner

Wirtschaftsclub Köln e.V.

www.wirtschaftsclub-koeln.de

Kurzportrait Wirtschaftsclub Köln e. V.

Im Wirtschaftsclub Köln e.V. treffen sich Unternehmer, Führungskräfte und Freiberufler, um der Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Köln mit praxisnahen Ideen und Konzepten neue Impulse zu vermitteln. Der Wirtschaftsclub Köln ist parteipolitisch und wirtschaftlich unabhängig und verfolgt das primäre Ziel, die ökonomischen Interessen seiner Mitglieder zu vertreten, ihre unternehmerischen Aktivitäten zu unterstützen und die Attraktivität der Region Köln zu fördern. Er versteht sich als Ort für politische und wirtschaftliche Diskussionen, aber auch als Plattform für eine niveauvolle interdisziplinäre Kommunikation. Mitgliedern und Gästen bietet er ein differenziertes Netzwerk zur Erweiterung ihrer Geschäftskontakte, das ihnen einen kontinuierlichen Informationsaustausch und Wissenstransfer mit konstruktiven Synergieeffekten ermöglicht.

Weitere Informationen unter www.wirtschaftsclub-koeln.de.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die folgende Adresse.

Mit freundlichen Grüßen,

pr cologne

agentur für kommunikation

Antonie Schweitzer

Ehrenstraße 18

50672 Köln

Tel: 0221-250 8993

Fax: 0221-250 8994

Mobil: 0179-469 0444

antonie.schweitzer@pr-cologne.de

www.pr-cologne.de