

Eva Ruppert

# Das perfekte Business-Outfit

**REDLINE** WIRTSCHAFT

bei vertag moderne industrie

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>13</b>
----------------------	-----------

<b>You never get a second chance to make a first impression.</b> .....	<b>15</b>
Garderobe als Instrument der nonverbalen Kommunikation	17

19

<b>Qualitätsmerkmale der Business-Basics.</b> .....	<b>20</b>
Das ABC der Tuchqualitäten. ....	20
Entscheidend sind die Details. ....	23

<b>Check-up der Business-Basics.</b> .....	<b>26</b>
Das Sakko. ....	27
Die Hose. ....	34
Die Weste. ....	37

## Inhalt

<b>Hier geht's um Kopf und Kragen.</b>	39
Das Business-Hemd.	39
Kragenformen.	41
Die ausreichende Ärmellänge.	44
<b>Die Krawatte - Mode von Dauer.</b>	45
Der Sitz der gebundenen Krawatte.	45
Die Qualität.	46
Die Dessinierung.	47
Die korrekte Bindung.	49
<b>Mantel-Enthüllungen.</b>	55
Mantelschnitte.	55
Mantelstoffe.	57
Gut behütet	58
Handschuhe.	58
<b>Statur und Passformkriterien.</b>	60
Über 185 cm und schlank.	60
Unter 175 cm und kräftig.	61

<b>Körperhaltung</b> . . . . .	.63
Stehen. . . . .	.63
Standübungen. . . . .	.64
Gehen. . . . .	.65
Sitzen. . . . .	.65
Aktive Pausen. . . . .	.66
Workout . . . . .	.66
 <b>Fit für den Arbeitstag</b> . . . . .	 .68
Auftanken. . . . .	.68

<b>Immer passend gekleidet</b> . . . . .	.72
Casual Wear. . . . .	.72
Formeller Anlass. . . . .	.74
Offizieller Anlass am Tag. . . . .	.76
Trauerfeierlichkeiten. . . . .	.77
Offizieller Anlass am Abend. . . . .	.78
Festlicher Anlass. . . . .	.80

	83
<b>Der gute Stil</b> . . . . .	84
Was ist eigentlich ein guter Stil? . . . . .	84
<b>Die Definition der Stiltypen</b> . . . . .	86
Der natürliche Männertyp . . . . .	86
Der klassische Männertyp . . . . .	87
Der auffallende Männertyp . . . . .	89
 _____> <i>mw deii/ tföusuiess^c/'a/wen/</i> . . . . .	93
<b>Erstellen Sie Ihr Farbkonzept</b> . . . . .	94
Wie Sie mit Business-Farben eindeutige Signale setzen . . . .	94
„Natural-Unis“- Die neuen Business-Farben . . . . .	103
Der Einsatz von Mustern im Business . . . . .	105

<b>Ihr starker Auftritt</b> . . . . .	108
„Vier Richtige“ - Die offiziellen Schuhe. . . . .	108
Strumpfwaren. . . . .	112
 <b>Die Lederwaren.</b> . . . . .	113
Der Gürtel. . . . .	113
Die Aktentasche. . . . .	115
Die Handtasche. . . . .	116
 <b>Das ABC der Accessoires.</b> . . . . .	117
Die Armbanduhr. . . . .	117
Das Einstecktuch. . . . .	119
Das Halstuch. . . . .	120
Die Hosenträger. . . . .	120
Der Schmuck. . . . .	121
Das Schreibgerät. . . . .	122
Das Taschentuch. . . . .	123
Das Mobiltelefon - ein verblassendes Statussymbol. . . . .	124

<b>Die Brille.</b> . . . . .	.125
Die Farbe des Brillengestells. . . . .	.125
Die Farbtönung der Gläser. . . . .	.126
Die Form der Brille. . . . .	.127
 <b>Das gepflegte Erscheinungsbild.</b> . . . . .	.129
Haare sind der Rahmen zu Ihrem Gesicht . . . . .	.129
Hände sind Ihre Visitenkarte. . . . .	.130
Die Botschaft Ihres Lächelns. . . . .	.131
Haut - der Spiegel Ihres Wohlbefindens. . . . .	.132
Rasur und die Pflege danach. . . . .	.133
Seien Sie gut zu Ihrer Garderobe. . . . .	.133
Schnelle Hilfe gegen Flecken. . . . .	.134
 <b>Das Parfüm - Ihr engster Begleiter.</b> . . . . .	.135

## 137

<b>Die Einkaufsstrategie.</b> . . . . .	138
Wie Sie aus Herrenausstattern Verbündete machen. . . . .	138
Jetzt bloß nicht aufgeben, so schlimm muss es nicht sein . . .	138
Tätigen Sie Ihre Einkäufe zweimal pro Jahr!. . . . .	139
Hinweise darauf, dass Sie im richtigen Geschäft sind ....	139
Entwickeln Sie Routine beim Einkaufen!. . . . .	140
Konzentrieren Sie sich auf Ihre besten Farben!. . . . .	140
Halten Sie Ihren Kleiderschrank „in Form“!. . . . .	141
Was ist eigentlich ein Klassiker?. . . . .	142
 <b>Kleiderschrank-Inventur.</b> . . . . .	 143
 <b>Nachwort.</b> . . . . .	 145
 <b>Kontaktadresse.</b> . . . . .	 147



Eva Ruppert

# **Das perfekte Business-Outfit**

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>13</b>
<b>Kleider sagen mehr als tausend Worte.</b> .....	<b>16</b>
Garderobe als Instrument der nonverbalen Kommunikation	18
<i>c/e/<sup>1</sup> &amp;esc/täftsq/H:/e/H)6e/</i> .....	21
<b>Qualitätsmerkmale der Business-Basics.</b> .....	<b>22</b>
Das ABC der Tuchqualitäten. ....	22
Entscheidend sind die Details. ....	26
<b>Passformkriterien der Business-Basics.</b> .....	<b>28</b>
Die Legende vom Knöpfen. ....	28
Die Jacke. ....	30
Der Rock. ....	33
Der Hosenrock. ....	34
Die Hose. ....	35
Das Kleid. ....	35

<b>Passformkriterien der Kombi-Teile. . . . .</b>	<b>37</b>
Die Bluse. . . . .	37
Die Strickwaren. . . . .	39
Der Body. . . . .	40
Die Wäsche. . . . .	40

<b>Mantel-Enthüllungen.</b> . . . . .	41
Mantelschnitte. . . . .	41
Mantelstoffe. . . . .	42
Gut behütet. . . . .	43
Handschuhe. . . . .	44

45

<b>Immer passend gekleidet</b> . . . . .	46
Casual Wear. . . . .	46
Formeller Anlass - Teamplayer. . . . .	47
Formeller Anlass - Teamleader. . . . .	48
Formeller Anlass - Referentin oder Rednerin. . . . .	49
Offizieller Anlass. . . . .	50
Offizieller Anlass - Trauerfeierlichkeiten. . . . .	51
Festlicher Anlass. . . . .	51

<i>unc<sup>cl</sup> -ausa/t&amp;eitufu//</i> . . . . .	53
--	----

<b>Der gute Stil</b> . . . . .	54
--------------------------------	----

Was ist eigentlich ein guter Stil? . . . . .	54
--	----

<b>Der individuelle Stiltest</b> . . . . .	56
--	----

Auflösung des Stiltests. . . . .	60
----------------------------------	----

<b>Die Definition der Stiltypen</b> . . . . .	62
---	----

A- Die Sportlich-Natürliche. . . . .	62
--------------------------------------	----

B - Die Klassisch-Edle . . . . .	64
----------------------------------	----

C - Die Originell-Auffallende . . . . .	67
---	----

D - Die Feminin-Sensible . . . . .	69
------------------------------------	----

73

<b>Statur und Proportionen</b> . . . . .	74
--	----

Garderoben-Prinzipien. . . . .	75
--------------------------------	----

<b>Körperhaltung</b> . . . . .	81
--------------------------------	----

Stehen. . . . .	81
-----------------	----

Standübungen. . . . .	82
-----------------------	----

Gehen. . . . .	82
Sitzen. . . . .	83
Aktive Pausen. . . . .	83
Workout . . . . .	84
<b>Fit für den Arbeitstag. . . . .</b>	<b>85</b>
Auftanken. . . . .	85
Der Model-Tipp. . . . .	86
 <i>mit? &amp;Busine&amp;s^£fja'ken/ . . . . .</i>	 <i>87</i>
<b>Erstellen Sie Ihr Farbkonzept. . . . .</b>	<b>88</b>
Wie Sie mit Business-Farben eindeutige Signale setzen . . . .	88
„Natural-Unis" - Die neuen Business-Farben. . . . .	92
 <i>des/ (S/vtc/ieinu/M/sAi/des/ . . . . .</i>	 <i>101</i>
<b>Ihr starker Auftritt. . . . .</b>	<b>102</b>
Die richtigen Schuhe. . . . .	102

<b>Die Strümpfe</b> . . . . .	<b>.106</b>
<b>Die Lederwaren</b> . . . . .	<b>.108</b>
Handtaschen und Aktentaschen . . . . .	.108
Gürtel . . . . .	.109
<b>Das ABC der Accessoires</b> . . . . .	<b>.110</b>
Accessoires als Schmuck und diskrete Zeichen	
Ihres Erfolgs . . . . .	.110
Die Armbanduhr . . . . .	.112
Der Armreif . . . . .	.113
Die Brosche . . . . .	.113
Die Halskette . . . . .	.114
Die Ohrringe . . . . .	.115
Das Schreibgerät . . . . .	.116
Das Tuch . . . . .	.117
<b>Die Brille - mehr als nur eine Sehhilfe</b> . . . . .	<b>.118</b>
Die Farbe des Brillengestells . . . . .	.118
Die Farbtönung der Gläser . . . . .	.119
Die Form des Brillengestells . . . . .	.120
<b>Haare - der Rahmen für Ihr Gesicht</b> . . . . .	<b>.121</b>
Haarsträubend - oder: worunter Ihr Haar leidet . . . . .	.122
Haargenau - oder: was Ihrem Haar gut tut . . . . .	.123

Haarscharf - oder: worauf Sie Wert legen sollten. . . . . 123

**Formen und Konturen. . . . . 126**

So erkennen Sie Ihre persönliche Gesichtsform. . . . . 126

Hände sind Ihre Visitenkarte. . . . . 132

Haut - der Spiegel Ihres Wohlbefindens. . . . . 133

Die Botschaft Ihres Lächelns. . . . . 134

Schnelle Hilfe gegen Flecken. . . . . 136

**Business-Make-up step by step. . . . . 137**

Utensilien. . . . . 137

**Das Parfüm - Ihr engster Begleiter. . . . . 143**

*£/a/de/o6e/i/}/ami/i<j(/. . . . . 145*

**Die Einkaufsstrategie. . . . . 146**

Wie Sie aus Verkäuferinnen Verbündete machen. . . . . 146

Tätigen Sie Ihre Einkäufe zweimal pro Jahr!. . . . . 146

Hinweise darauf, dass Sie im richtigen Geschäft sind. . . . 147

Entwickeln Sie Routine beim Einkaufen!. . . . . 147

Konzentrieren Sie sich auf Ihre besten Farben!. . . . . 148

Halten Sie Ihren Kleiderschrank „in Form“! . . . . .	148
Was ist eigentlich ein Klassiker? . . . . .	150
<b>Kleiderschrank-Inventur.</b> . . . . .	152
Das gehört in Ihren Kleiderschrank . . . . .	152
<b>Vita.</b> . . . . .	155