

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich

Ausgabe 18

DER MATRIX
EFFEKT
Buchauszug

DIGITALE
WIRKUNG

DER
NETFLIX
MILLIONEN-
DEAL



KLEIDER
MACHEN
LEUTE

BODO
SCHÄFER **DER**
MONEYCOACH

Bodo Schäfer ist 60 geworden:
Grund genug, mit ihm über sein Leben zu sprechen



KLEIDER MACHEN LEUTE

Bestimmt haben Sie mitbekommen, was aktuell durch die Presse und die sozialen Medien ging: Der Discounter Lidl hat Mitte September seine eigene Modekollektion gelauncht. Schuhe und Bekleidung hatte Lidl zwar schon öfter im Angebot, doch noch nie als eigene Marke. Von der Kappe bis zum Sneaker – alles prominent mit dem Unternehmenslogo versehen und in den nicht gerade unauffälligen CI-Farben gelb, rot und blau gehalten.

Auf den ersten Blick fand ich die Idee ganz schön schräg. Ich meine, wer möchte denn freiwillig als Werbebanner für den Discounter rumlaufen? Natürlich ist der Gedanke dahinter nicht neu. Der Trend Firmenlogos übergroß auf T-Shirts, Hoodies und Co. zu drucken, kommt und geht immer mal wieder. Und wenn es Firmen wie Versace, Calvin Klein und Co. sind, ziehen die Kunden auch nur zu gerne mit – und an. Louis Vuitton präsentierte im Jahr 1896 erstmals Koffer mit dem heute weltbekannten und charakteristischen Muster aus Logo und stilisierten Blüten, dem Toile Monogram. Ursprünglich als Markenzeichen und Schutz vor Nachahmern gedacht, ist das Design heute eines der meistkopiertesten Objekte der Welt.

Deine Kleidung sagt, wer du bist und was du arbeitest

Warum ich Ihnen das erzähle? Weil Sie sich als Unternehmer davon etwas abschauen können. Kleider machen Leute – das Sprichwort kommt nicht von ungefähr. In vielen Branchen gibt es eine charakteristische Berufsbekleidung. Zum einen, weil sie als Schutz- und Arbeitsausrüstung vorgeschrieben ist. Zum anderen hilft sie jedoch auch dabei, jemanden direkt als Zugehörigen eines bestimmten Berufstandes und damit als potenziellen Ansprechpartner zu identifizieren. Denken Sie mal an den weißen Kittel im Krankenhaus oder in der Arztpraxis, die Outfits von Flugbegleitern in den jeweiligen CI-Farben der Airline oder auch die meistens orangefarbene Arbeitsjacke von Bauarbeitern. Als Kunde wissen Sie da sofort, an wen Sie sich wenden müssen.

Mal abgesehen von Banken und Versicherungen herrscht heute in vielen Branchen eine deutlich lockerere Kleiderwahl als noch vor einigen Jahren. An sich finde ich das nicht schlecht. Wenn ich Kundentermine habe, passe ich mich natürlich den Gepflo-



Martin Limbeck verrät: Was es mit der Psychologie und dem Nutzen von Arbeitskleidung auf sich hat

» Wäre es nicht cool, wenn Ihre Mitarbeiter ihr Arbeitsoutfit nicht als notwendiges Übel betrachten, sondern es stattdessen gerne anziehen? Wie wäre es also mit ein paar Kleidungsstücken, die Ihre Mitarbeiter mögen und auch wirklich benutzen – und was dann auch noch auf Ihr Unternehmen einzahlt? Die Lösung dafür heißt Corporate Fashion. «

genheiten der jeweiligen Branche an und werfe mich auch in Anzughose, Hemd und Jackett. Doch an meinen Office-Tagen trage ich auch gerne mal etwas legere Klamotten. Für mich völlig selbstverständlich, dass das dann auch für meine Leute gilt.

Einer für alle, alle für einen

Gehören Sie zu den Menschen, die abends nach Hause kommen (wenn Sie nicht im Homeoffice arbeiten), und sich erst mal die Arbeitsklamotten vom Leib reißen? Viele Unternehmer machen sich darüber keine weiteren Gedanken – das sollten sie jedoch.

Martin Limbeck, Inhaber der Limbeck® Group, ist einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Zusammen mit seinem Team hilft der vierfache Bestseller-Autor Unternehmen dabei, ihren Vertrieb auf den Punkt zu bringen – denn Vertrieb. Macht. Zukunft.



Wäre es nicht cool, wenn Ihre Mitarbeiter ihr Arbeitsoutfit nicht als notwendiges Übel betrachten, sondern es stattdessen gerne anziehen? Wie wäre es also mit ein paar Kleidungsstücken, die Ihre Mitarbeiter mögen und auch wirklich benutzen – und was dann auch noch auf Ihr Unternehmen einzahlt? Die Lösung dafür heißt Corporate Fashion.

Ich habe für meine Mitarbeiter ein paar Klassiker produzieren lassen: T-Shirts, Polo-Hemden, Sweatjacken und Hoodies, alles in schwarz. Bestickt und bedruckt mit unserem Firmenlogo und unserem Slogan und einem kleinen lila Schmuckelement, das ebenfalls in unserer CI aufgegriffen wird. Bei uns im Office herrscht weiterhin freie Kleiderwahl. Doch wissen Sie, was passiert? Immer öfter tragen die Mitarbeiter ihre Shirts und Jacken – einfach so, weil sie ihnen gefallen. Weil sie eine gute Qualität haben, praktisch und bequem sind. Und neben der Funk-



tionalität sollten Sie auch den psychologischen Faktor nicht außen vorlassen: Mit dem Tragen identifizieren sich Ihre Leute als Teil Ihres Unternehmens. Es entsteht ein echtes Zusammengehörigkeitsgefühl, was sich definitiv positiv auf den Arbeitsalltag auswirkt. Gleichzeitig wächst auch das Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen, wenn er sichtbar seine Zugehörigkeit zum Unternehmen zeigt. Eine tolle Möglichkeit, das Teamwork in Ihrer Company nochmal zu stärken! Und auch der positiven Effekt nach außen spricht für sich. Denn Ihre Mitarbeiter werden mit Sicherheit auch in dieser gebrandeten Kleidung morgens zum Bäcker und nach der Arbeit einkaufen gehen – oder auch in der Freizeit mal den Pulli überwerfen, wenn es kühler ist. Und auf diese Weise auf Ihr Unternehmen aufmerksam machen.

Worauf warten Sie also noch? Es lohnt sich, das eigene Unternehmen zur (Fashion-) Marke zu machen!