



Über das perfekte Outfit im Geschäftsalltag und die stilvolle Präsentation eigener Persönlichkeit

Zu einem guten Auftritt im Berufsalltag gehört die passende Kleidung. Dem Anlass entsprechend, bequem und knitterfrei für lange Arbeitstage oder Dienstreisen. Brigitte Frank hat ihre Leidenschaft zum Beruf gemacht und designt elegante und praktische Geschäftskleidung für selbstbewusste Karrierefrauen. Wir haben Sie getroffen.

Frau Frank, Sie wollten mit 18 Modedesign studieren, jetzt sind Sie als Gründungsberaterin tätig und haben mit b.dress eine Kollektion speziell für Businessfrauen designt. Wie passen diese unterschiedlichen Aktivitäten zusammen?

In den vielen Jahren der Beratung von Unternehmen und insbesondere als Gründercoach stellte ich meinen Kunden immer Fragen wie: „Was machen sie am liebsten? Was können sie am besten? Wofür schlägt ihr Herz und warum?“

Ich durfte an vielen Ideen und unterschiedlichen Konzepten teilhaben, daher weiss ich, dass es für eine Unternehmensgründung sehr viel Engagement, Durchhaltevermögen und Überzeugungskraft braucht. Wenn ich für meine Idee und mein Konzept nicht „brenne“ wird es schwierig die erste Zeit vor und vor allem nach der Gründung zu überstehen und Tiefschläge zu verkraften.

Nach vielen Jahren der Selbstständigkeit und bedingt durch den Umzug in die Schweiz habe ich mir eine kleine Atempause gegönnt, mir diese Fragen selbst gestellt und mich mit dem Ergebnis auseinandergesetzt. Meine Zeitreise führte zurück zu den Stoffen und dem designen von Kleidungsstücken, meiner grossen Leidenschaft in meiner Jugend. Und nach all den Jahren war sie immer noch da - die Begeisterung für Stoffe und Schnitte.

Während meines 30jährigen Berufslebens bin ich viel gereist und habe bestimmte praktische Funktionen und Kleiderkombinationen vermisst. Daraus ist dann nach einigen Überlegungen das Konzept der b.dress-Kollektion geworden.

Wenn Sie in die Vergangenheit zurückblicken: Was sind Ihrer Meinung nach die ausschlaggebenden Faktoren für Ihren Erfolg?

Ich mag Menschen und den Umgang mit Menschen. In meinen Beratungen habe ich immer die Menschen gesehen und nicht Zahlenwerke. Des Öfteren wurde ich gefragt, wie ich als kontaktfreudiger Mensch denn so viel mit Zahlen arbeiten könnte?

Meine Antwort war immer die gleiche: hinter Zahlen stecken immer Menschen.

Wenn Zahlen nicht stimmen in einem Unternehmen, liegt es nicht unbedingt nur an den Märkten oder den Produkten, sehr oft spiegelt sich in den Zahlen auch die Unternehmenskultur, der Umgang miteinander, wider.

Für mich war immer wichtig, dass ich in meinen Beratungen dem Kunden wirklich das offerieren konnte, was er brauchte. Jede Beratung hatte somit ihre sehr individuellen Aspekte und Ergebnisse. Durch gutes Fragen, was mir nie schwer fiel, bekam ich dazu die richtigen Antworten.

Was genau war Ihre Idee zu b.dress? Was raten Sie unseren Leserinnen in Bezug auf das „perfekte Business-Outfit“?

Die b.dress-Kollektion sollte eine Basiskollektion werden, mit Teilen, die ich im Business immer gut tragen kann. Zudem sollten alle Teile waschbar sein und knitterarm.

Dies waren Aspekte die oft genannt wurden in den Umfragen und Meetings, die ich im Vorfeld mit Businessfrauen in meinem Umfeld gemacht hatte.

Die Teile sollen eine Grundgarderobe sein, auf die ich immer zugreifen kann und die ich dann mit modischen Accessoires ergänzen kann und mich damit stylen kann je nach Anlass und Branche.

Es geht mir darum, dass die Businessfrau ihren persönlichen Stil entwickelt und damit ihre Kompetenz (noch) besser zum Ausdruck bringt.

Das perfekte Business-Outfit: „Es sollte die Farbe(n) haben, die der Trägerin am besten stehen, jede Frau hat 2-3 Farben die „ihre Farben“ sind. Der Stil sollte der Position der Trägerin und der Branche entsprechen, was allgemein mit Dresscode benannt wird. Die Kleidungsstücke sollten gut sitzen, richtige Ärmellänge, Saumlänge und passende Accessoires, auch in Punkto Schuhe und Tasche.“

Daher kaufen wir Stoffe ein in kalt- und warmtonigen Farben und nicht die Farben, die für die kommende Saison angesagt sind.

Unsere Musterkollektion ist nur bei ausgesuchten Farb-, Stil- und Imageberaterinnen ausgestellt und kann dort probiert werden. Und ab 2016 werden wir für einige Kollektionsteile die Maskonfektion anbieten.

In der Geschichte von b.dress zitieren Sie Giorgio Armani: „Eleganz heißt nicht, ins Auge zu fallen, sondern im Gedächtnis zu bleiben“. Kleidung alleine macht aber doch nicht Eleganz aus, oder?

Zum einen Teil sicher, da kann ich wiederholen, was ich zum „Perfekten Outfit“ gesagt habe – der Kleiderstil sollte zu mir und meiner Persönlichkeit passen.

Der andere Teil ist sicher, wie ich etwas trage und das hat sehr viel mit dem eigenen Selbstwertgefühl zu tun. Wie ich mich bewege, meine Körpersprache und meine Ausstrahlung. Passt alles zusammen, dann bleibe ich bei meinen Gegenüber immer in bester Erinnerung. Es ist dieses stimmige Bild, das im Unterbewusstsein abgespeichert wird.

Als Gründungsberaterin wissen Sie, dass das Konzept einer erfolgreichen Geschäftsidee ein Alleinstellungsmerkmal enthalten sollte. Wie können Frauen ihr persönliches Alleinstellungsmerkmal herausfinden und dementsprechend präsentieren?

Am einfachsten ist: frag zwei bis drei Deiner wirklich guten Freunde, die Dich gut kennen. Sie können Dir genau sagen, was Deine Stärken sind und warum sie Dich so schätzen. Die Antwort kann zum Teil überraschen, wir sind erstaunt, dass wir Fähigkeiten, die wir als nicht so wichtig erachten, von unserem Gegenüber anders gespiegelt bekommen. Und der andere Weg ist darüber nachzudenken und aufzuschreiben, was ist mir gut gelungen und warum ist es mir gut gelungen, welche meiner Fähigkeiten habe ich dazu genutzt. Dies kann ein gutes Stück Arbeit sein, denn ich muss wirklich ehrlich zu mir sein und mir nichts vormachen.

Habe ich mein Alleinstellungsmerkmal gefunden, hilft mir eine gute Selbst-PR-Strategie weiter. Die Erfinderin dieser Strategie, Sabine Asgodom, ist das beste Beispiel dafür, wie's geht.