

„Es muss nicht immer Krawatte sein“

Manager-Dresscode wird auffallend lockerer

Von unserem Redaktionsmitglied
Dirk Neubauer

Karlsruhe. „Es muss nicht immer Krawatte sein!“ Das sagen sich immer mehr Manager auch in der Region und verzichten auf den förmlichen Binder. Vorangeprescht ist vor allem ein Top-Manager: EnBW-Chef Frank Mastiaux brachte frischen Wind in den Energiekonzern, indem er nicht nur seine Bürotür nahezu immer geöffnet hat, sondern im Büro-Alltag auch auf das Tragen einer Krawatte verzichtet. Selbst auf so manchem offiziellen Foto des größten Konzerns mit Sitz im BNN-Verbreitungsgebiet trägt er keinen Schlips am Hemdkragen.

Gerne mal mit Dreitagebart und ohne Binder – das sagt sich auch Erich Harsch, der Sprecher der Geschäftsführung beim Karlsruher Drogeriefilialisten dm. Und auch der Manager der Nummer drei unter den Umsatzriesen in der Region, Jörg Hoffmann vom Einkaufsverbund Eurobau-stoff („i&M-Bauzentrum“), mag's gerne leger. Da passt es perfekt, wenn es flankierend einen Vorsitzenden der Technologieregion gibt: Frank Mentrup ist bekanntlich ebenfalls kein großer Freund vom Schlips am Kragen. Die große Politik mag's da noch förmlich handhaben – mal abgesehen von einigen Ministern rund um Griechenlands Politiker Alexis Tsipras.

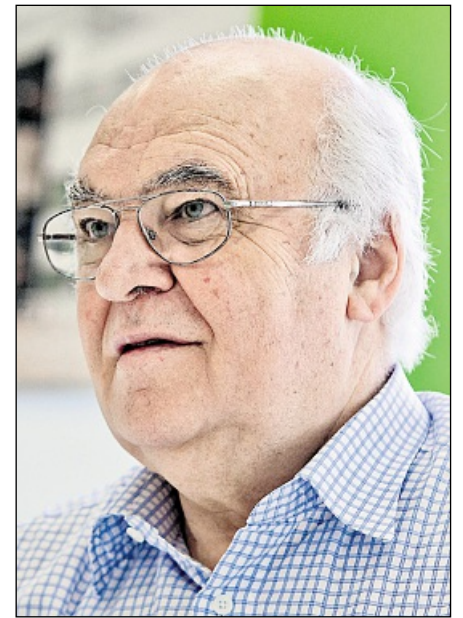
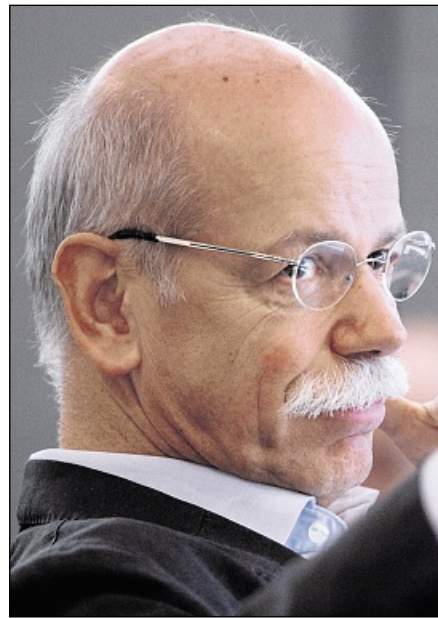
Doch zurück zu Managern und Unternehmern: Man muss erst gar nicht

auf Facebook-Gründer Mark Zuckerberg, Apple-Chef Tim Cook oder die anderen Silicon-Valley-Lichtgestalten mit ihrem kalifornischen Klamotten-Style schauen. Auch ITler in der Region verzichten häufig auf die Krawatte. Die Chefs aus der Kreativwirtschaft haben ohnehin traditionell einen lockeren Dresscode – sie würden in ihrer Zunft sonst eher auffallen, wenn sie sich förmlich wie Banker kleiden würden. Doch selbst die dürfen zunehmend die Jackets ablegen, zumindest wenn sie nicht einen Termin mit einem Kunden haben.

Doch ein Klischee ist zu meinen, nur die jüngere Managementgeneration meide die Krawatte. Hans

Weber, 79 Jahre alter Chef des Fertighausherstellers WeberHaus aus Rheinau-Linx, hat kürzlich beim abendlichen Plausch mit Journalisten auf einen Binder verzichtet – die Medienvertreter bei sommerlichen Temperaturen übrigens fast auch alle. Und Martin Herrenknecht (73), Boss des Weltmarktführers für Tunnelbaumaschinen aus Schwana, ist nicht nur für seine markigen Worte bekannt, sondern auch für einen Kleidungsstil, bei dem die Krawatte nicht immer ein Muss ist. Noch so ein Beispiel: Daimler-Chef Dieter Zetsche. Der kam vor drei Jahren zur Präsentation der neuen A-Klasse ins Rastatter Werk – ohne Krawatte. Das wirkt für viele dynamischer und passt zu dem erfolgreichen Flitzer aus dem Kompaktwagenwerk.

Selbst Zetsche kam ohne Binder zur Premiere



AUCH MAL OHNE BINDER IM JOB: Daimler-Boss Dieter Zetsche, EnBW-Chef Frank Mastiaux und Tunnelbau-Weltmarktführer Martin Herrenknecht (obere Reihe von links). Darunter von links dm-Manager Erich Harsch, Technologieregion-Vorsitzender und Oberbürgermeister Frank Mentrup sowie Fertighaushersteller Hans Weber. Fotos: Fabry (3), jodo, Moritz Brilo/EnBW, dpa

Essen. Linda Kaiser denkt konservativ in Kleiderfragen – und rät Geschäftsleuten zur Krawatte. „Es ist nach wie vor so, dass die Krawatte zum Arbeitsoutfit dazu gehört“, sagt die stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Deutschen-Knigge-Gesellschaft (Essen) gegenüber den BNN.

Leisten sich die oben genannten Manager also einen modischen Lapsus? Kaiser differenziert da. Wenn ältere Wirtschaftslenker wie Martin Herrenknecht und Hans Weber schon mal auf den Binder verzichten, „dann sei ihnen das gestattet, weil es ein Ausdruck ihrer Persönlichkeit ist“. Dies zumal sie eine berufliche Lebensleistung längst erbracht haben.

Nylons und nackte Zehen

Die Knigge-Gesellschaft zum Business-Dresscode von Männern und Frauen

Und die relativ jungen Manager an der Spitze von Unternehmen ohne Krawatte? Die hätten eine Position erreicht, in der „sie sich diese Extravaganz erlauben können“. Begrüßenswert, das fügt Kaiser hinzu, ist das aber aus ihrer Sicht nicht. Die Krawatte sei schließlich „beim Anzug das einzige Mittel, um Individualität auszudrücken.“ Denn Schmuck trägt Mann nicht, da sind die heutigen Vertreter von Adolph Freiherr von Knigge

streng – allenfalls Ehering und Herrenuhr sind erlaubt.

Die freiberufliche Stil- und Imageberaterin Kaiser ist strenger als so manche Kollegin ihrer Zunft. Dass Dieter Zetsche schon mal ohne Krawatte in ein Mercedes-Benz-Werk geht, wohl um zu demonstrieren „Ich bin einer von euch“, das könne funktionieren. „Der Versuch kann aber auch nach hinten losgehen“, meint Kaiser weiter im BNN-Gespräch.

Für sie gehört für einen Geschäftsmann im Kundenkontakt zum Anzug eine Krawatte und ein langärmeliges Hemd dazu – auch im Hochsommer. Anders könne dies im Back-Office-Bereich aussehen, sofern es der Chef und der Businesscode des Unternehmens erlauben. Dann dürfe das Sakko abgelegt werden. Kaiser: „Wer etwas auf sich hält und seinen Job ernst nimmt, hält das aber auch im Back-Office-Bereich durch.“

Nun zu den Damen in den Büros: „Zu einem vollständigen Business-Anzug oder Kostüm der Dame gehört die Feinstrumpfhose, und die auch bei über 30 Grad.“ Strumpfloß bei tropischen Temperaturen im Büro – das ist nach den aktuellen Knigge-Regeln erlaubt, sofern kein wichtiger Kundentermin ansteht. „Auch behält die Dame im Kundenkontakt ihren Blazer an“, sagt Kaiser. Bei weniger wichtigen Anlässen dürften mittlerweile Sommerkleider mit Strickjacke oder Blazer getragen werden. Kaiser: „Ein tiefer Ausschnitt, unbedeckte Schultern, durchsichtige Tops, zu kurze Röcke oder offene Schuhe – das geht aber gar nicht.“ Dirk Neubauer



BLÜHENDES VERSAND-GESCHÄFT: Die Pakete von Zalando sind bei den Kunden weiter gefragt.

Foto: dpa

Hohes Wachstumstempo

Versandhändler Zalando legte zuletzt deutlich stärker zu als erwartet

Von unserem Mitarbeiter
Bernd Zeberl

Berlin. Der Mode-Versandhändler Zalando ist von April bis Juni deutlich stärker gewachsen als erwartet. Höhere Kosten für die Bezahlvorgänge der Kunden belasteten aber das operative Ergebnis, das möglicherweise schwächer ausfällt als im Vorjahreszeitraum, wie aus vorläufigen Zahlen hervorgeht. Das MDAX-Unternehmen kündigte gestern an, Mitte August die Wachstumsprognose für das laufende Jahr vielleicht zu korrigieren. Näher wollte sich eine Sprecherin nicht äußern.

Der Umsatz wuchs nach vorläufigen Berechnungen um 33 bis 35 Prozent auf 727 Millionen bis 738 Millionen Euro,

wie Zalando mitteilte. Das Wachstum fiel damit deutlich höher aus als Analysten erwartet hatten und sich Zalando selbst zum Ziel gesetzt hatte. Der um Sondereffekte bereinigte Gewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) liege zwischen 22 und 37 Millionen Euro, im Vorjahresquartal waren es 35 Millionen gewesen. Hier würde Zalando die eigenen Ziele nur erfüllen, wenn das endgültige Ergebnis am oberen Ende der Spanne liegt. Die Ebit-Marge – was vom Umsatz als Gewinn hängen bleibt – sei durch vorübergehend gestiegene Kosten für die Zahlungsabwicklung gestiegen, hieß es. Händler müssen etwa

bei Bezahlungen per Rechnung mit höheren Kosten rechnen, zum Beispiel für Bonitätsprüfungen und Mahnungen.

Die detaillierten Geschäftszahlen will Zalando am 13. August veröffentlichen. Im ersten Halbjahr liegt das Unternehmen mit einem Umsatzanstieg um 31 bis 32 Prozent deutlich über dem bisher gesetzten Ziel. Die im Herbst für 21,50 Euro das Stück an die Börse gebrachte Aktie hatte zuletzt deutlich an Wert gewonnen und in der Erwartung starker Zahlen erst vergangene Woche ein Rekordhoch erreicht. Der Versandhändler ist an der Börse mit rund acht Milliarden Euro bewertet.

Auch Aktie auf Rekordkurs

Dauerbrenner bei den Lehrlingen

Auszubildende streben nur wenige Berufsbilder an

Wiesbaden (dpa). Bei den Jugendlichen in Deutschland bleibt die Lehre im Einzelhandel die häufigste Ausbildung. Aldi, Rewe und Co haben im vergangenen Jahr 31 080 neue Lehrlinge eingestellt und damit den Job in den Märkten erneut zum Ausbildungsberuf Nummer eins gemacht. Auf den Plätzen folgen die Dauerbrenner Bürokaufmann, Verkäufer, Kfz-Mechatroniker sowie Industriekaufmann, teilte das Statistische Bundesamt gestern in Wiesbaden mit.

Fast ein Viertel (23,6 Prozent) aller Lehrlinge konzentriert sich auf diese Top-Five-Ausbildungen. Bei den jungen Frauen stürzt sich rund die Hälfte der Bewerberinnen auf gerade einmal zehn Berufe, schildert der Sprecher des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB), Andreas Pieper, die Situation. „Sie machen sich als Bürokauffrau, Arzthelferin oder medizinische Fachangestellte gegenseitig Konkurrenz, während andere Angebote mit glänzenden Aussichten unbesetzt bleiben.“ Dabei ist die Auswahl theoretisch

groß: Das BIBB weist 328 duale Ausbildungen in Handwerk, Industrie und Handel nach. Dazu gibt es noch Dutzende Berufsbilder bei den Freiberuflern und im auch von Frauen einseitig bevorzugten Gesundheits- und Pflegebereich. Zu den Berufen mit tendenziell immer weniger Bewerbern zählt Pieper unter anderem Gastronomen, Lebensmittelhandwerker, Gebäudereiniger oder

Klempner. Ungünstige Arbeitszeiten, geringe Verdienstmöglichkeiten und Aufstiegsmöglichkeiten oder auch kleinteilige Betriebsstrukturen lassen Bewerber auch vor anderen Berufen zurückschrecken. Grundsätzlich sollten die Bewerber zunächst ihre eigenen Stärken und Neigungen definieren und sich dann umfassend und möglichst auch praktisch informieren, lautet der Rat des Experten. Allgemein verlieren die dualen Ausbildungswege in Betrieb und Berufsschule weiter an Attraktivität. Bereits das dritte Jahr in Folge ist die Zahl der neuen Verträge zurückgegangen, dieses Mal um 1,4 Prozent auf 518 391.

Lehre im Einzelhandel weiter am beliebtesten

BASF baut Asiengeschäft aus

Ludwigshafen (dpa). Der weltgrößte Chemiekonzern BASF baut sein Geschäft in Asien aus. Gemeinsam mit dem Partner Petronas Chemicals Group werde BASF eine Produktionsanlage für hochreaktives Polyisobuten

mit einer Jahreskapazität von 50 000 Tonnen in Malaysia errichten, teilte der Konzern gestern mit.

Die Anlage soll im vierten Quartal 2017 in Betrieb gehen. Zu der Investitionshöhe machte die im DAX notierte Gesellschaft keine Angaben. Polyisobuten ist ein wichtiges Zwischenprodukt für die Herstellung von Zusatzstoffen für Kraft- und Schmierstoffe.