

# Weniger Anzug = mehr Geschäft?

**HABITUS** ■ „Das Sein prägt das Bewusstsein“, schrieb Karl Marx. Dass auch Gegenteiliges gelten kann, zeigt die Immobilienbranche.

Von Georges Du Roy

Seit vielen Jahren kennen Unternehmen in den USA die schöne Sitte des casual Friday. Die Angestellten kommen in Alltagskleidung ins Büro. Keine Kostüme, keine Anzüge. Jeder zieht sich so an, wie er es nach seinem Naturell tun würde, auch ganz ohne Büro. Gewiss gibt es hier Einschränkungen – der innerliche Punk wird kaum mit orange gefärbten Haaren kommen. Die Grundüberlegung jedoch war, vereinfacht zusammengefasst, dass es einerseits der Seriosität der Branche geschuldet sein mag, feierliche Kleidung zu tragen. Andererseits werden Menschen in uniformer Kleidung nicht mit den Persönlichkeitsmerkmalen abgebildet, die ihnen zu Eigen sind. Der Autor Max Goldt beschreibt auf seiner CD „Wenn man einen weißen Anzug anhat“, das nämliche Phänomen: Man bewegt sich völlig anders als in Jeans und Poloshirt. Anzüge respektive Kostüme verleihen Würde und verschaffen Respekt. Der Umwelt wird die Zugehörigkeit zur white-collar Klasse signalisiert und damit die Abgrenzung von den blue-collar Trägern. Diese Abgrenzung führt dazu, dass Verhaltensweisen unterdrückt werden, die sonst an den Tag gelegt würden. Das so genannte Business-Outfit zeigt zudem an, dass der Träger einen bestimmten sozialen Status genießt. Innerhalb seiner sozialen Gruppe kann der Träger seinen Status beispielsweise durch rahmengenähte Fohlenlederschuhe und Maßkleidung differenziert demonstrieren. Somit handelt es sich bei Angehörigen dieser Gruppe um die höchste Verkörperung dessen, was als mitteleuropäische Zivilisation betrachtet wird. Da bohrt man weder in der Nase, noch erzählt man spontan einen Witz, der einem gerade einfällt. Der Anzug stanzt den Hochzivilisierten aus dem Menschen mit Ecken und Kanten aus.

Wenn ein Mensch ein öffentliches Amt erhält, spricht man davon, dass er dieses „bekleidet“. Das Amt bleibt unverändert, der Bekleidende wechselt. So ist gute Kleidung, ob in Beruf oder Freizeit, stets der Ausdruck der Persönlichkeit seines Trägers. Und die sollte nicht kleiner sein als der mit der Kleidung vermittelte soziale Status. Und der hängt eben nicht nur von beruflicher Position und Einkommen ab, sondern tatsächlich von sozialer Entwicklung. Nun ist gerade in der Immobilienbranche mit ihren systembedingten ökonomischen Gesetzmäßigkeiten – auch für den Einzelnen – der berufliche Aufstieg und das Einkommen oft schneller gewachsen, als die Sozialisation. Ein fachlich hervorragender Mensch steckt manchmal in einer Position und in der



dieser zugehörigen Kleidung, ohne dass seine Persönlichkeit auch in dieser Position angekommen wäre. Da wird kein Amt bekleidet, sondern da werden Kleider beamtet. Denn Kleider machen in dem Fall Leute. An sich könnte man hier von einem unterhaltsamen soziologischen Phänomen ausgehen. Menschen, denen nur ein Anzug den Habitus des Arrivierten verleiht, können großen Unterhaltungswert besitzen.

Faktisch kostet dieses Phänomen die Branche eine Menge Geld – und vor allem Image. Wer soziale Kontakte pflegt, lernt das Gegenüber besser einzuschätzen. Er fasst schneller Vertrauen und die Kommunikation ist breiter. Schwarze Schafe fallen schneller auf und sympathische Bekannte oder Freunde werden nicht so schnell über den Tisch gezogen. Gewiss spielen viele Gründe außer der Bekleidung eine Rolle, warum das Socialising in der Immobilienbranche vergleichsweise lange dauert, aber hier zeigt sich sehr deutlich, wie die Dinge zusammenhängen.

Eine Theorie bleibt eine Theorie, bis sie in der Praxis bewiesen ist. Man denke sich folgendes Experiment über vier Jahre: In diesem Zeitraum gebe es auf der Expo Real und der MIPIM an je einem Tag ein Verbot von Business-Outfits. Im ersten Jahr am ersten Messtags, im zweiten am zweiten, und so fort. Am Ende zeige die Evaluation, an welchem Tag die Besucher sich am Wohlsten fühlten, am meisten Kontakte machten und die meisten Geschäfte anbahnten.

Die Immobilienbranche ist den Besitzern des investierten Kapitals Zivilisation und Seriösität schuldig, die sich durch angemessene Kleidung ausdrückt. Dies ist ein Plädoyer, das jedoch auf den Geschäftsverkehr im engeren Sinne zu beschränken ist. Außerhalb des Büros sollte die Persönlichkeit stehen und nicht die Position. Wer Persönlichkeit hat, wird hier gewiss gern zustimmen. Also – ans Werk!