

Katharina Starlay



Fotos: WALA Heilmittel GmbH/Stephanie Schweigert

Stilexpertin, Buchautorin, Rednerin

starlay* Medienpark · Unter den Eichen 5 i · 65195 Wiesbaden · Telefon +49 - 69 / 175 36 70 80 · katharina@starlay.de · www.starlay.de

*Starlay**

Nutzen Sie das Potenzial Ihrer Mitarbeiter als Markenbotschafter?

Vorträge und Talk-Shops für

- * Mitarbeiter in Vertrieb und Kundenkontakt
- * Einführung neuer Mitarbeiter
- * Frauennetzwerke und -events
- * Clubtreffen, Verbandstagungen
- * Kongresse beratender Branchen
- * Unterhaltsame Events für Ihre Kunden
- * Firmenfeiern, Jahresauftakte, Jubiläen und festliche Veranstaltungen

Titelvorschläge

- * Power Dressing
- * Erfolgsfaktor Kleidung
- * Guter Stil – noch mehr Erfolg
- * Fashion meets Consulting
- * Style 2 Top – die 12 Gebote für Frauen im Business
- * Erfolgreich und anziehend – welche Kleidung trägt Erfolg?
- * Stilgeheimnisse – Tricks und Kniffe für erfolgreiches Auftreten

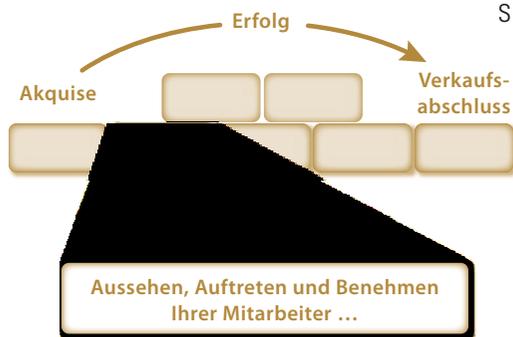
Vortragsthemen

Guter Stil – noch mehr Erfolg! Verkaufen 4.0

Verkaufserfolg beginnt beim Kunden. Erst wenn ich als Verkäufer einzuschätzen lerne, wie mein Gegenüber „tickt“ und für welche Verkaufsargumente er oder sie offen ist, finde ich die richtigen Worte, die überzeugen. Amazon und Google können es schon längst: Angebote machen, die das Kundenbedürfnis treffen, bevor der Kunde davon weiß. Das bringt den Kaufimpuls ans Maximum. Geht das auch ohne „Big Data“?

In diesem Vortrag lernen Sie die Kleidersprache richtig zu interpretieren und finden nicht nur die besseren Argumente – sondern können auch Ihre Zielgruppe leichter identifizieren. Auch ohne elektronische Daten, weil Ihr Blick geschärft sein wird. Sie werden verstehen, welcher Typ Kunde zu Ihnen passt – und warum. Im Gespräch mit den richtigen Partnern wird Verkaufen auf diese Weise immer mehr zum Vergnügen und zum Erfolg. In diesem Vortrag profitieren

Sie nicht nur von 30 Jahren Stil-Expertise, sondern auch von 9 Jahren Verkaufserfahrung im Einzelhandel und der Ausbildung von Nachwuchs. Damit bringen Sie Ihre Verkaufsmannschaft auf Top-Niveau – und das Image Ihrer Firma zum Leuchten.



... sind ein Baustein Ihres Vertriebskonzeptes und damit Teil Ihrer Wertschöpfungskette



Starlay*

Style 2 Top - die 12 Gebote für Frauen im Business

Wie viel Weiblichkeit darf im Business sein? Das fragen sich auch gestandene Frauen immer wieder, wenn es um die strategisch richtige Wahl ihrer Kleidung im Geschäftsleben und an der Öffentlichkeit geht.

Schließlich haben Sie sich selbst das Versprechen gegeben, keinesfalls wie bessere Männer auszusehen – aber natürlich auch nicht wie ein Abbild der Modemagazine. Spätestens bei Einladungen zu beruflichen Festen, Galas und Events, in denen die noch viel weiblichere Abendgarderobe gefragt ist, gerät der Anspruch der professionellen Sachlichkeit ins Wanken.

Stil und wie er funktioniert, folgt aber ein paar Spielregeln von zeitloser Gültigkeit. Wer mit ihnen vertraut ist, kann sich auf die eigene Karriere konzentrieren und fragt sich kaum noch, ob sie das richtige gegriffen hat. Frauen, welche die 12 Stil-Gebote im Business kennen und verinnerlicht haben, kommen in den Genuss der Weisheit: „Frau ja – Weibchen nein“ ... und haben den Kopf frei für das eigentlich Wichtige: Ihre Aussage.





Kleidung, Knigge, Kompetenz – Lernen von den Mächtigen

Kleidung ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für Männer und Frauen in Führungspositionen.

Was machen Erfolgreiche und Supermächtige anders? Der Vortrag analysiert die Eckpfeiler erfolgreicher, vorstandssicherer Kleidung und vermittelt die richtige Strategie als Trumpf im Spiel um den Erfolg.

Auf Wunsch können die Vorträge exklusiv für reine Männergruppen oder Frauengruppen gehalten werden – dafür kann das Bildmaterial noch spezifischer ausgewählt werden, die Ansprache ist direkter ... und die Teilnehmer sind offener. Katharina Starlay versteht es, Inhalte, die buchstäblich „an die Wäsche“ gehen, sensibel und mit einem Gespür für Humor an den Mann oder die Frau zu bringen ohne dass sich jemand auf den Schlips getreten fühlt.

Das Ergebnis: Ihre Teams und Mitarbeiter werden für Aussehen, Auftreten und Benehmen als Erfolgskomponenten sensibilisiert und verstehen sich als Markenbotschafter, die ihrem Unternehmen einen Marktvorsprung verschaffen.

Erfolgsfaktor Kleidung – das unterschätzte Marketing Tool

Mitarbeiterkleidung, Uniformen, Corporate Fashion: Für viele Unternehmen ist das Auftreten der Mitarbeiter mit Kundenkontakt ein Erfolgsfaktor. Aber nicht nur neu gegründete Unternehmen unterschätzen oft die Bedeutung des optischen Auftritts.

Stellen Sie sich vor, eine Marke hat den Claim „Wir sind innovativ!“ Aber der Vertriebsmitarbeiter besucht Sie im langweiligen schwarzen Anzug. Was denken Sie? Genau.

Der Vortrag belegt eindrucksvoll, wie bedeutend der Auftritt von Chefs und Mitarbeitern für das Firmenimage ist – und wo Sie ansetzen können, um negative Werbung zu vermeiden. Denn die richtige Kleidung, ob Uniform oder Non-Uniform, ist lebendige Werbung an der exakt richtigen Stelle – am Kunden. Und dort bleibt sie im Gedächtnis.

Zuhörer des Vortrags gewinnen Einblick in die Symbolkraft der Kleidersprache für den Unternehmenserfolg. An Beispielen erkennen Sie Vorteile, Tricks und Kniffe, welche Ihre Markenbotschaft von außen sichtbar machen können und erhalten Anregung zur Umsetzung.



Uniform oder Non-Uniform?

Was ist ein Talk-Shop?

Die perfekte Mischung aus interaktivem Vortrag und Work-Shop

Nehmen wir an, Sie suchen den Impuls eines Vortrags – aber auch die Wissensvermittlung aus Workshops und Seminaren. Dann ist ein Talk-Shop das richtige Format für Sie! Der Vortrag sensibilisiert für die wichtige Thematik der gewinnenden Erscheinung im Kontakt mit Kunden und Geschäftspartnern. Gleichzeitig vermitteln gezielt ausgewählte Trainingsinhalte praktisches, umsetzbares Wissen für den Berufsalltag, das den Teilnehmern – und damit Ihrer Firma – einen echten Mehrwert bietet. So lässt sich Fortbildung mit Motivation verbinden. Das Format von 2 ½ bis 3 Stunden ist lang genug, um zu behandeln, was Ihnen ein besonderes Anliegen ist (z.B. die Anwendung von Dresscodes bei verschiedenen Kundengruppen) – und kurz genug, um die Fortbildung in einen Tagesablauf einzubauen und die Mitarbeiter dabei nicht tagelang freistellen zu müssen. Talk-Shops hat Katharina Starlay bereits in Banken und Unternehmensberatungen erfolgreich eingesetzt.



Suchen Sie ein frisches, unverbrauchtes Vortragsthema für Ihre Tagung oder Ihren Event? Ein Thema, das garantiert jeden interessiert?

Dann nehmen Sie doch einfach Kontakt auf!

Katharina Starlay
Telefon 069 / 175 36 70 80
katharina@starlay.de

Kundenstimmen

»» *Arbeiten mit Frau Starlay ist sehr angenehm. Sie schafft es, dass sich alle Teilnehmer in ihrem Seminar wiederfinden können. Das Seminar mit den Inhalten Stil- und Etikette findet jedes Jahr für unsere neuen Programmteilnehmer statt. Die vielen verschiedenen Themen helfen den Studenten, die Stolperfallen des Arbeitsalltags zu meistern.«*



Lufthansa

Sabine Becker

Talent Management Formate –
Hochschulmarketing Lufthansa

»» *Liebe Frau Starlay, herzlichen Dank, es war ein äußerst gelungener Abend. Sie haben uns allen noch viel zu sagen.«*



Wolfgang Krüger

Bereichsleiter Unternehmenskommunikation, TÜV
Technische Überwachung Hessen GmbH

»» *„Diese Substanz hatte ich in einem Vortrag über Stil + Style nicht erwartet. Auch unsere Verbandsmitglieder waren begeistert. Besonders gefallen hat mir die Möglichkeit, in einem weiteren Schritt eine nicht-uniformierte Uniform für meine Mitarbeiter zu bekommen, welche die verschiedenen, im Vortrag präsentierten Stiltypen bei gleichzeitiger Wiedererkennung für unsere Kunden berücksichtigt. Ein Konzept, wo sich keiner verbogen fühlt. Eine Idee, die mich überzeugt. So kann ich es mit meinem Team, das der Einkleidung bisher kritisch gegenüber stand, noch einmal diskutieren.«*



Dr. Christian Rimpler

Geschäftsführer VCP
Verband Cosmetic Professional

»» *Sehr geehrte Frau Starlay, nochmals vielen Dank für Ihren kurzweiligen und informativen Vortrag gestern in der Manager Lounge. Es war sicherlich einer der interessantesten und nettesten Lounge Abende seit langem. Ich bin schon sehr gespannt auf Ihre Bücher. Mit herzlichen Grüßen,*

Dr. med. Roman Bux

Stellv. Ärztlicher Direktor, Institut für Rechts- und
Verkehrsmedizin, Universität Heidelberg



»» *Liebe Frau Starlay, Ihr Workshop zum Thema Stil & Etikette fand bei unseren Mitarbeitern und Azubis großen Anklang. Vielen Dank für diese informativen Tage.«*

Joachim Nolde

Hauptgeschäftsführer
Industrie- und Handelskammer Wiesbaden



»» *Ihr Impulsvortrag setzte in der Tat den „richtigen Impuls“ und sorgte für ausreichend Gesprächsstoff. Im Namen von allen Anwesenden möchte ich mich noch einmal sehr bei Ihnen für den charmanten Vortrag bedanken!«*

Frank Schöning

Geschäftsführer Bayer Vital GmbH



»» *Sie haben es geschafft, die Truppe in Ihren und in den Bann des Themas zu kriegen. Konzentration über den ganzen Tag. Das spricht für das Thema und natürlich speziell für Sie. DANKE für den gestrigen Tag.«*

Klaus Gölbart

Geschäftsführer IMMOTAS GmbH & Co. KG

*Starlay**

Ein Leben für ...



»Ich widme mein Leben dem guten Aussehen von Menschen und Unternehmen.« So einfach beschreibt Katharina Starlay ihren Beruf, der für sie Berufung ist.

Nach dem Studium zur Modedesignerin am Berliner LETTE-Verein bot sie bereits in den 80er Jahren Stilberatung für Endverbraucher an. Es folgten eine neunjährige Karriere als Führungskraft im Einzelhandel in den Branchen Mode und Kosmetik

(P&C, OTTO Versand, Globus Schweiz, Parfümerie Douglas) sowie zwei Jahre Personalberatung.

Seit 2002 ist sie als Corporate Imageberaterin und Modedesignerin tätig. Sie bezieht ihr Wissen und ihre Kreativität aus lebendiger Praxis und über 25 Jahren Erfahrung in Mode, Kosmetik und Firmenkultur.

In Service- und Stilfragen steht sie Managern beratend zur Seite und gibt Trainings für Chefs und Mitarbeiter. Diese steigern die Ausstrahlung, lassen gut aussehen und geben

mehr Souveränität im Umgang mit Kunden – als Mensch oder Firma. Sie kleidet aber auch ein: Vom typgerechten Maßanzug oder Maßkostüm bis zum flächendeckenden, top modernen Auftritt Ihrer Mannschaft.

»Denn Aussehen, Auftreten und Benehmen von Mitarbeitern im Kundenkontakt«, so die Buchautorin, »sind ein Baustein des Vertriebskonzeptes – der prägende Eindruck, den Kunden nachhaltig mit einer Firma oder einer Marke verbinden.« Ihre Vorträge, Talk-Shops, Seminare und Beratungen wecken Stilempfinden, motivieren Mitarbeiter und machen das Besondere eines Unternehmens sichtbar.

Sie veröffentlicht im eigenen Stilportal www.stilclub.com und ist Kolumnistin des „Starlay-Express“ im Manager Magazin. Seit Herbst 2014 ist Katharina Starlay Mitglied im Deutschen Knigge-Rat.

manager magazin

manager-magazin.de/thema/starlay_express/

Netzwerke



Mitglied im Deutschen Knigge-Rat



**MARKETING CLUB
FRANKFURT**

Beirat Marketing Club Frankfurt

Bücher



Stilgeheimnisse

Die unschlagbaren Tricks und Kniffe für erfolgreiches Auftreten

Hardcover mit Schutzumschlag, 224 Seiten
17,90 Euro (D), 18,40 Euro (A), 25,90 CHF
ISBN 978-3-89981-286-2

1. Auflage: Oktober 2012
2. Auflage: April 2013
3. Auflage: Januar 2014

Welche Kleidung trägt Erfolg?

Was nützt schöne Kleidung, wenn sich der Mensch, der darin steckt, schlecht benimmt? Ob Nieter oder Kompetenzträger in Nadelstreifen – die Optik ist eben nur ein Teil des ersten Eindrucks, für den man bekanntlich keine zweite Chance bekommt: Sie macht die Hälfte der ersten unwiederbringlichen Sekunden aus. Die Eleganz des Geistes – „Grace of mind“ – prägt die Wirkung eines Menschen maßgeblich – aber auch Tipps für Outfit, Stoffe und Farben liefert dieser Ratgeber reichlich.

Wissen, was mich gut aussehen lässt – und warum

Dieses Buch liefert Antworten auf die Frage, was eine gewinnende Ausstrahlung überhaupt ausmacht. Dabei sind die Kapitel nicht aufeinander aufbauend wie ein Roman, sondern sind in sich geschlossen und können nach Bedürfnis und Thema gelesen werden. Mit kleinen Geschichten, die

sich selbst in einem durchorganisierten Businessalltag zwischendurch lesen lassen, verleiht das Buch die lang vermisste Sicherheit im entspannten Umgang mit Stil.

* **Mehr Souveränität, Spaß und Selbstbewusstsein in Stil- und Kniggefragen**

Stimmen zum Buch:

» *Es ist falsch, sich wie ein Mann zu verkleiden, anstatt selbstbewusst ganz Frau zu sein. Aber was ist richtig? Die Dosierung der Weiblichkeit ist eine Kunst, die man lernen kann. Dieses Buch verrät, wie.*«

Gabriele Strehle, deutsche Modeschöpferin, Strenesse

» *Katharina Starlay zeigt sehr erfolgversprechende Wege aus der Uniformierung und trägt dazu bei, dass ‚Oben ohne‘ bald kein Thema mehr ist.*«

Heiner Thorborg, Headhunter für Top-Führungskräfte und Gründer der „Generation CEO“

» *Die Autorin Katharina Starlay erklärt pointiert die Dos and Dont's der Garderobe. [...] Für Damen kann das Buch eine ‚gute Freundin‘ sein, die dank des kleinen Formats mühelos beim Shoppen weiterhilft. Für Herren und Unternehmen, die sich mit ihrem öffentlichen Auftritt beschäftigen, ist es ein praktischer und zeitloser Ratgeber.* «

Claudia Klaf, faktor

» *Faktisch handelt das Buch von Bekleidung, Business und Knigge. Dahinter steckt jedoch eine ganze Art zu leben.*«

The EpochTimes



Clever konsumieren

Wertvolles Wissen für eine bewusste Wahl

Hardcover mit Schutzumschlag, ca. 224 Seiten
17,90 Euro (D), 18,40 Euro (A), 25,90 CHF
ISBN 978-3-95601-058-3

1. Auflage: September 2014

Denn billig ist am Ende zu teuer

Die Verwirrung war schon vorher groß. Seitdem aber Internetbewertungen nicht nur von Nutzern, sondern immer mehr von der Konkurrenz verfasst werden und in den Sozialen Netzwerken „Likes“ als Handelsware in der digitalen Sympathievergabe dienen („Gibst Du mir ein Like, gebe ich Dir ein Like...“), wird das Einschätzen von Qualität immer schwerer. Auch in der Bewertung von Dienstleistungen ist kaum zu erkennen, welche verlässlich sind und welche nicht: Hier sind wir als Konsumenten aufgefordert, unseren Instinkt zu schärfen und zwischen den Zeilen zu lesen.

Wissen um Qualitätsmaßstäbe von allem, was schön macht

Der Titel beschreibt, worum es eigentlich geht: Erst wenn wir etwas über ein Produkt wissen, können wir seinen Wert beurteilen und entscheiden, ob es uns den Preis wert ist. Mit ihrem zweiten Werk geht Katharina Starlay in die Tiefe und

wirft nicht nur einen Blick hinter die Kulissen der Produktionsketten, sie veröffentlicht auch Insiderwissen durch Interviews mit Menschen, die diese Produkte auch herstellen. So trifft der Leser anschließend Kaufentscheidungen in bester Preisleistung, unabhängig von Trends.

Viele Leute denken, dass Nachhaltigkeit Opfer verlangt. Mit diesem Buch zeigt sie aber auf, wie Nachhaltigkeit die natürliche Folge eines Verhaltens sein kann, das nach mehr Selbstausdruck, Erfolg und Wertschätzung für sich selbst und andere strebt.

- * Ein geldwerter Begleiter für Produkte, mit denen wir Tag für Tag umgehen
- * Für alle, die nicht länger für das Marketing, sondern für das Produkt selbst zahlen wollen

Stimmen zum Buch:

» Es ist die Qualität der kleinen Dinge im Alltag, die wahren Lebensstil ausmacht. Die Kleidung und alle Details sollten die Persönlichkeit unterstreichen, Sicherheit verleihen und die individuelle Ausstrahlung verstärken. Die Sorgfalt der Auswahl, wie sie Katharina Starlay mit diesem Buch beschreibt, gehört zum guten Stil unbedingt dazu!«

Gräfin Isa von Hardenberg, Hardenberg Concept GmbH

» Dieser Ratgeber ist lange überfällig, denn achtsames und kritisches Konsumieren gehört heutzutage zum guten Stil dazu. Wer besser Bescheid weiß, kann selbstbewusst und gutgelaunt entscheiden, wie und wann er sich vom Marketing umwerben und verführen lassen will. Wer könnte dieses Buch besser schreiben als die Insiderin Katharina Starlay. Mein Kompliment zu diesem Werk.«

Agnes Anna Jarosch, Chefredakteurin „Der große Knigge“, Leiterin „Deutscher Knigge-Rat“



Stilwissen to go

Wie Sie von A bis Z im Businessalltag punkten

E-Book, ca. 250 Seiten
13,99 Euro (D), 14,20 Euro (A)
ISBN EPUB 978-3-95601-146-7
ISBN PDF 978-3-95601-147-4

November 2015



Kopf frei für Ihre Sache!

Die Anwendung ist das eigentliche Geheimnis. Wenn es um Stilfragen geht, ist das Was meist keine Frage. Welche Trends beispielsweise angesagt sind, welcher Dresscode gerade Gültigkeit hat oder dass ein gutes Internet-Image immer wichtiger wird.

Wie setzt man Stil aber im Alltag sicher um?

Dieses Lexikon möchte sich in die Lage seiner Benutzer hinein versetzen sowie die kleinen und großen Fragen rund um Kleider-Knigge und die persönliche Garderobe beantworten. Denn Kleidung ist immer dann wichtig, wenn sie nicht stimmt!

Wenn Ihre Erscheinung und Ihr Styling aber zu Ihrer Persönlichkeit passen, und Sie sich dabei wohlfühlen, müssen Sie nicht mehr darüber nachdenken. Erst dann haben Sie den Kopf frei für das eigentlich Wichtige: Ihre Aussage.

„Stilwissen to go“ wendet sich an all jene, die im hektischen Tagesgeschäft nicht vergessen haben, dass Aussehen, Auftreten und Benehmen eine der Bedeutendsten Nebensachen im zwischenmenschlichen Kontakt sind.

Damit setzt sie die Tradition fort, die Zeit ihrer Leser zu respektieren und Wissen auf den Punkt zu servieren. Neben Fragen wie der Beschaffenheit und Pflege von textilen Fasern, werden in diesem neuen Buch auch Hosenschnitte und Proportionen, Stildekaden und besondere Situationen im Benimmalltag behandelt.

- * Das Nachschlagewerk für Ihren persönlichen und beruflichen Erfolg
- * Den (Business-) Alltag zumindest in Kleiderfragen leichter gestalten

Stimme zum Buch

» Je interkultureller unsere Geschäftskontakte werden, desto wertvoller wird dieses praktische E-Book für all jene, die sich damit vertraut machen wollen. Gespräche gewinnen an Effizienz, wenn man auf Augenhöhe ist und das Auftreten und Benehmen hinter den Inhalten zurücktreten kann, weil die Spielregeln bekannt sind. Dieses Buch hilft besonders jungen Leuten und internationalen Jungunternehmern, ihren Weg in unserer Geschäftswelt zu finden.«

Marcel Zumbühl, CREDIT SUISSE AG | Head of Access and Security Digital Private Banking

Media Coverage



Vortragsmitschnitte live auf der Bühne finden Sie hier:

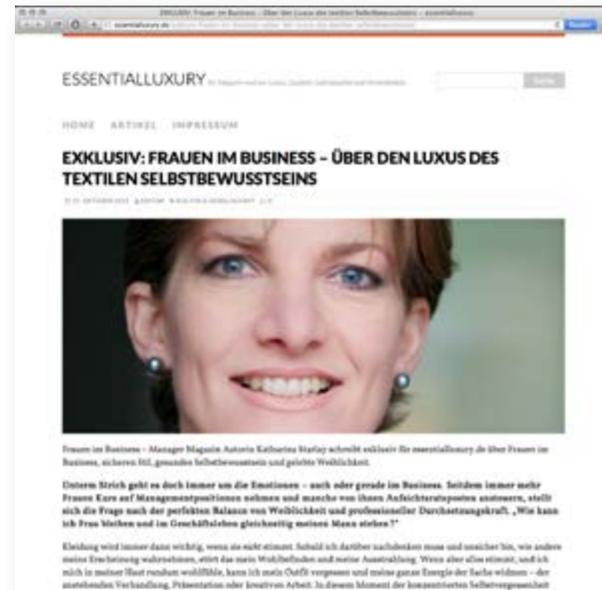
www.stilclub.de/vortragsmitschnitte.html

Wo es um Kleidung und ihre bildhafte Darstellung geht, ist der Raum allerdings meist abgedunkelt – das erklärt die Beleuchtung, die so gar nicht nach Bühne anmutet. Aber wie bei allen guten Speakern geht es eben um die Sache.



STILCLUB®

Stilportal www.stilclub.de



<http://essentialluxury.de/exklusiv-frauen-im-business-ueber-den-luxus-des-textilen-selbstbewusstseins/>



Zu Gast im SAT 1 Frühstücksfernsehen

www.sat1.de/tv/fruehstuecksfernsehen/video/talk-katharina-starlay-clip

Schnäppchenjagd nach Weihnachten: Stilberaterin Starlay gibt Tipps für das clevere Konsumieren

Heute werden viele Gutscheine eingetauscht, Geschenke umgetauscht – manche Shoppingfans sind auch schon auf Schnäppchenjagd, weil nach dem Fest die Preise sinken. Worauf Kunden etwa beim Einkauf von Kleidung achten sollten, verrät Katharina Starlay. Sie ist stilvolle Modedesignerin, Imageberaterin, Stilcoach. Mitglied im Deutschen Knigge-Rat und Autorin des Buches „Clever konsumieren“.



Wir alle kaufen gern, wenn jetzt nach Weihnachten die Preise sinken. Warum konsumieren wir oft nicht clever?

KATHARINA STARLAY: Weil die Leute glauben, ein Schnäppchen zu machen, wenn sie günstige Waren kaufen. Das machen sie aber erst, wenn hochwertige Produkte günstiger angeboten werden, nicht wenn diese von vornherein billig sind. Wir lassen uns zu oft nur vom Preis verleiten und kaufen Dinge, die wir nicht brauchen oder die uns nicht stehen. Gerade modische Textilien, die sich als Fehlkäufe herausstellen, landen dann in den Tiefen des Schrankes. Da Geld dafür hat man viel besser für andere Kleidungsstücke und mehr Qualität ausgegeben.

Lässt sich Qualität wirklich immer am Preis festmachen?

STARLAY: Leider nein.

Wir lassen uns also Fehlkäufe bei Kleiderkäufen vermeiden?

STARLAY: Was die Verarbeitung angeht, gibt es mehrere Stellen, an denen auch ein Laie Qualität einschätzen kann: Gleichmäßige Taschen und Nähte, glatte Nähte, die nicht wellen, und eine schöne Innenverarbeitung, etwa gehen ein gutes Bild ab. Dagegen sind herabhängende Falten an den Nähten kein gutes Zeichen. Ein stilvoller Fehlkäufer lässt sich vermeiden, wenn man sich mit seinem Typ befasst und gelernt hat, was einem steht.

Der mündige Kunde soll sich über Produkte gut informieren. Wie lässt sich das bei Zeitmangel umsetzen?

STARLAY: Gerade weil es oft schnell gehen muss, ist ein Grundwissen über Waren wichtig. Mein Buch liefert deswegen kompakte Infos.

Es verändert sich auch viel, etwa im Bereich der Funktionskleidung. Woher weiß man, wie viel Chemie in einem Kleidungsstück steckt, die gleichzeitig so viel Verzögerung hat?

STARLAY: Die Frage nach der Verträglichkeit stellt sich immer dann, wenn Fasern in Eigenschaften gezwungen werden, die ihnen nicht liegen. Ein Beispiel dafür sind biologische Hemden. Baumwolle wird von Natur aus nun mal nicht knitterfrei. Wenn man das erreichen will, muss man sie mit Chemikalien behandeln. Das können viele nicht richtig einschätzen. Wer etwas nicht versteht, sollte sich fragen, wie viele Behandlungen die Fasern erhalten hat.

Sie schreiben, dass guter Stil den verantwortlichen Umgang mit Menschen und Ressourcen einschließt. Wie kann eine Mutter das einem Teenager vermitteln, der bei einer Billigerei wie Primark einkauft?

STARLAY: Bei Teenagern spielt die Gruppenmacht eine große Rolle. Da hilft es, die Selbstbewusstseins zu stärken, damit sie dem widerstehen können. Die Mutter könnte ihrer Tochter auch erklären, wie wenig Geld ein T-Shirt bekommt. Sie kann am Geruch und Griff von Billigwaren erkennen, dass es nicht gut ist.

Wie beurteilen Sie das Einkaufsverhalten von Millennials?

STARLAY: Jeden Artikel, den man kaufen möchte, und auf seine Qualität hin überprüfen möchte, sollte man im Laden kaufen. Ich habe kürzlich in einer Ausbeobachtung nach dem großen Shopping-Cart-Fall gefragt, und in 95 Prozent der Antworten war ein Internetkauf die Ursache. Toll ist das Netz allerdings, wenn es um den Nachkauf erprobter Produkte geht.

Was geht zur Grundgedanken?

STARLAY: Da kommt auf den Lebensstil an. Am besten, man macht

Einen offiziellen Winterschlussverkauf gibt es zwar nicht mehr, aber immer noch lockt das Wort „Sale“ (Ausverkauf)

formation zu allen Produkten, die schon machen – Textilien, Accessoires und Statussymbole, Lederwaren und Beautyartikel. Im Internet gibt es zwar auch viele Informationen, aber die werden dort oft mit Werbung vermischt.

Stimmt der Eindruck, dass es immer weniger Verkäufe geben, die Kunden gut beraten können?

STARLAY: Ja. Das liegt daran, dass sich der Handel verändert hat, nicht nur durch das Internet, sondern er wird auch getrieben von Kostendruck und Effizienz der Filialbetriebswirtschaft. Das Personal – wie in anderen Branchen auch – als der teureste Faktor angeht, ist die Anzahl der Mitarbeiter. Gute Beratung sollte dem Handel – und uns Verbrauchern! – aber wieder etwas wert sein.

Wie beurteilen Sie das Einkaufsverhalten von Millennials?

STARLAY: Jeden Artikel, den man kaufen möchte, und auf seine Qualität hin überprüfen möchte, sollte man im Laden kaufen. Ich habe kürzlich in einer Ausbeobachtung nach dem großen Shopping-Cart-Fall gefragt, und in 95 Prozent der Antworten war ein Internetkauf die Ursache. Toll ist das Netz allerdings, wenn es um den Nachkauf erprobter Produkte geht.

Was geht zur Grundgedanken?

STARLAY: Da kommt auf den Lebensstil an. Am besten, man macht

„Viele verwechseln Stil und Dresscode“

In wenigen Sekunden entscheidet sich viel: Wer einen guten, ersten Eindruck hinterlässt, hat es leichter gute Gespräche zu führen. Wir haben mit Stilberaterin Katharina Starlay gesprochen, auf was es ankommt.

Was zählt alles für den ersten Eindruck? Körperhaltung, Körpersprache, Kleidersprache – das macht 50 Prozent des ersten Eindrucks aus, von dem etwa die Hälfte im Langzeitgedächtnis haften bleibt. Das gesprochene Wort dagegen macht nur 8 Prozent aus.

Wie hinterlasse ich einen guten Eindruck? Durch eine respektvolle, zugewandte und liebenswerte Grundhaltung. Deshalb bringe es auch viel, sich vor einem wichtigen Gespräch oder einer wichtigen Präsentation mental einzustimmen und sich in eine positive, gute Stimmung zu versetzen. Das strahlt aus. Gerade junge Menschen am Beginn ihrer Karriere sind oft zu menschlich, fehlende Lebenserfahrung und Unsicherheit mit betont selbstbewussten Gesten ausgleichen zu wollen – und wirken damit respektlos.

Was kann ich dagegen tun? Besser ist es, einen Satz von Sokrates mit ins Gespräch zu nehmen: „Ich weiß, dass ich nichts weißs“ – und innerlich zu ergänzen: „Aber ich bin bereit, alles zu geben und setze meine Talente dafür ein.“

Ob gibt es – gerade bei grossen Unternehmen – einen uniformierten Dresscode. Wie weit muss ich den im Vorstellungsgespräch abbilden? Der Bewerber sollte zumindest signalisieren, dass er den Dresscode verstanden und sich Mühe bei der Kleiderauswahl gegeben hat.

Niemand erwartet aber, dass er schon vollständig ausgestattet ist, bevor er eine Stelle antwortet. Wie zeige ich meine Persönlichkeit, ein positiv aus der Bewerbermasse hervorstechendes? Viele Leute verwechseln Stil und Dresscode. Der Dresscode ist nur der Rahmen und beschreibt im Businessbereich oft einen Anzug oder eine Kombination. Wie diese aussieht und ob sie meinen Typ betont, liegt an meiner persönlichen Auswahl. Dazu sollte ich mich mit mir selbst, meiner Ausstrahlung, meinen Farben, Proportionen und Linien befassen haben – dann finde ich auch die individuelle Jacke, den individuellen Anzug und entwickle meine persönliche Art, sie zu tragen.

Wie viel Individualität ist gut? Ich hatte mal einen Klienten – einen High Potential der Finanzdienstleistungsbranche –, der im Bewerbungsgespräch ein Poloshirt in der leuchtendsten Nuance der Firmenfarbe seines Geschäftspartners trug. Das war vom Dresscode her daneben, verriet aber Sorgfalt der Gedanken. Letztlich siegte der Humor des Personalleiters, und er ist heute froh, diesen originellen Charakter eingestellt zu haben.

Mit welcher Farbe punkte ich also? Farben haben auch eine strategische Wirkung. Rot etwa steht für Dynamik – aber auch für Aggression. Im Bewerbungsgespräch sollte immer die harmonische, zielgerichtete Kommunikation im Vordergrund stehen.

Lektionen in Sachen Stil

„Power Dressing“ beim Dortmunder Marketing Club: Imageberaterin zieht Männer an

„Die eigene Gattin ist entgegen landläufiger Meinung keine gute Modederaterin! Und warum? Hat sie wirklich Interesse, ihren Mann für andere attraktiv zu machen?“ Acht Männer horchen auf, als diese Sätze fallen. So hat man(n) das noch nicht gesehen.

Selbst, dass Mannstabil in leitender Funktion einer Frau lauschen. Der Geschäftsführer, der Marketingchef, ein Professor der Universität. Man sollte denken, die Herren hätten angelernt. Irrtum: Wenn es darum geht, Business-Dress und Persönlichkeit in Einklang zu bringen, verwandeln sich geratene Männer in aufmerksame Schüler.

Erfolgreich kleiden

Vor ihnen steht Katharina Starlay, Imageberaterin in der Bereichs- und Marketing-Club ein Seminar im Schwäbischen „Privatseminar“, „Power Dressing“ hat Katharina Starlay ihren Lehren in Sachen Stil überreicht. „Dress for success“ paarte auch: Sich anziehen, um Erfolg zu haben, heraus aus der uniformierten Masse! Starlay ist gelernte Modedesignerin, Farbberaterin, Stilberaterin, Mitglied im Deutschen Knigge-Rat und Autorin des Buches „Clever konsumieren“.



Katharina Starlay schaut genau hin: Welche Brille passt wem, um aus der unformierten Masse herauszuheben?

ihren Kunden. Sie ist menschen, Wahrungsgen, ein bisschen „Kommunikation“. „Dabei

Sie macht es charismatisch, ob sie zu bräunern, sie darf das sagen. Wer zu ihr kommt, bringt den Mut auf, sich kritisch analysieren zu lassen. Alles steht auf dem Prüfstand: Friseur, Brille, Anzug, Hemd, Krawatte, Schuhe, Passender Schmuck zum richtigen Typ.

Typologie ist ein Wissenschaft. Welche Gesichtsfornen habe ich? Welcher Haarschnitt streckt das runde Gesicht, welche Brille passt zum eckigen, welcher Hemdkragen ist vorzuziehen? Nicht kindlich, in der Malerei respekt die Harmonie des „goldenen Schnitts“.

Paradiesvogel

Welcher Typ bin ich? Legter, Menschlich, etwasgeduldet? „Das zeigt schon von Mut, ihr roten Secker! Der so Angeprochene ist der Paradiesvogel, gewohnt, er jeder Teil nehmen! Kleinsten sein Feind.“

SIND SIE EIN GUTER FRISEUR?

Was ist ein guter Friseur? Dieser Frage sind die Autorin Katharina Starlay und Sarah Heeder-Himmelrich, Geschäftsführerin des Landesverbandes des Friseurhandwerks Hessen, nachgegangen.

Die Erwartungshaltung des Kunden an den Friseurbesch

- Besseres Aussehen
- Wertschöpfende Umarmung
- Emotionale Bindung bei der „Touchpoint“
- Anhalten des Selbstwertgefühls
- Wertschätzende Einhalten für das Egg
- Pflegeberatung über die Salonpflege hinaus
- Ein „regelmäßiger Service mit persönlichem Charakter“

Urteile der Kundenzufriedenheit werden meistens an diesen Punkten festgemacht:

- 1. WIE LAUNDE WÄLT DER HAARANSCHITT? Eine Friseur, die nach kurzer Zeit ein Nachschneiden verlangt, erspart Zeit und Budget des Kunden und verleiht die Freierwartung.
- 2. IST DIE HAARFÄRBE GELUNGEN? Die „Treffgenauigkeit“ des Kundenwunsches ist ausschlaggebend für die Zufriedenheit. Unabhängig davon, ob diese „richtig“ und zum Typ passend gewählt wurde.

Wie ist der Zeitaufwand zu Hause? Die Frage nach der nötigen zur Verfügung stehenden Zeit ist ein wichtiger Faktor.

IST DIE BERATUNG GUT? Viele Kunden fühlen sich nicht verstanden, wenn der Friseur nur modische Aspekte in den Vordergrund stellt und nicht zuhört, was der Wunsch „dahinter“ ist. Eine gelungene Beratung mit Namen und Handhabung kann Wunder bewirken. Fragt der Servicemitarbeiter nicht nur ob, sondern auch nach dem Namen und Handhabung kann Wunder bewirken. Fragt der Servicemitarbeiter nicht nur ob, sondern auch nach dem Namen und Handhabung kann Wunder bewirken. Fragt der Servicemitarbeiter nicht nur ob, sondern auch nach dem Namen und Handhabung kann Wunder bewirken.

UND DIE SERVICE ZUSÄTZLICH? Kurze Wartezeiten, ein Getränk und Kopfmassage gehören in einen modernen Salon dazu. Besser wird aber nicht die Zusatzleistung selbst, sondern die Art, in der sie angeboten wird. Die freundliche, persönliche Begrüßung mit Namen und Handhabung kann Wunder bewirken. Fragt der Servicemitarbeiter nicht nur ob, sondern auch nach dem Namen und Handhabung kann Wunder bewirken. Fragt der Servicemitarbeiter nicht nur ob, sondern auch nach dem Namen und Handhabung kann Wunder bewirken.

88 FRISEURZEITUNG



Feedback

»» *Ich muss sagen, ich kann mich an wenige Seminare erinnern, die mir – und ich glaube, da spreche ich auch für andere Teilnehmer – in so kurzer Zeit solch wertvolles Wissen vermittelt haben. Frau Starlay hat uns sehr kompetent durch das Wochenende geführt und uns eine ganz neue Sichtweise auf Kleidung, Kleidungsstil und Menschentyp vermittelt. Vor allem die individuelle Stilbetreuung war absolutes Gold wert. Dieses Seminar sollte für kommende Generationen unbedingt Teil des Seminarangebots bleiben.«*

Dominik Köhler, International Aviation Management Student
IUBH School of Business and Management Bad Honnef Bonn

»» *Für einen außerordentlich wichtigen Geschäftstermin mit medialer Außenwirkung hat mich Frau Starlay sehr kompetent und einfühlsam bei der Auswahl meiner Kleidung zur Bildung meiner Persönlichkeitsmarke beraten. Diese Investition in meine Typgestaltung sowie ihre absolut passgenauen Hinweise waren für mich sehr wertvoll und werden auch zukünftig genauso umgesetzt. Das Ergebnis hat mich nicht nur überzeugt, sondern begeistert: Kompetentes Auftreten mit Stil von einem Profi – so machen Geschäftstermine Spaß. Danke Frau Starlay!«*

Susanne Gulin, Inhaberin Fem!Effect

»» *Ich dachte, ich wäre relativ stilsicher und hätte ein gutes Gespür für Farben & Materialien, deshalb war ich gespannt auf ihre Vorgehensweise. Durch Katharina Starlay habe ich entdeckt, was es bedeutet, wenn Kleidung wirklich sitzt. Stil-Coaching ist mehr als ihr Beruf, es ist ihre Berufung.«*

Dr. Kerstin Gernig, Agentur für KommunikationsGestaltung,
Buchautorin „Werde was Du kannst!“, Murmann Publishers

Weitere zufriedene Auftraggeber

AirPlus

BASF

WELLA Procter & Gamble

Radisson Blu

Hauck & Aufhäuser Privatbankiers

Frankfurt School of Finance & Management

Fidelity Worldwide Investment

UBS

Camelot Management Consultants

Deutsche Bahn

Hyundai

HJS Technology

Hochschule Darmstadt

Magnetix Wellness

Börsenblatt-Fragebogen

Was denken Persönlichkeiten aus Kultur, Verlags- und Buchhandelsszene, aus Politik und Publizistik über die Dinge des Lebens und über die Welt der Bücher?



Im Börsenblatt-Fragebogen, der in der Tradition eines beliebten, schon in den Salons der Vergangenheit verbreiteten Gesellschaftsspiels steht, geben Publizisten, Verleger, Buchhändler, Schriftsteller und andere Persönlichkeiten aus Kultur und Politik Auskunft – mal ernst, mal augenzwinkernd.

Das Buchbranchen-Fachmagazin „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“ fragte bei Katharina Starlay nach:

01. Ihre Lieblingsbeschäftigung?

Menschen gut aussehen zu lassen erfüllt mich – ob als „Einkleiderin“, durch Vorträge oder meine Bücher. Wenn ich mal Abstand brauche, gehe ich Tango tanzen. Meine Lebensaufgabe und mein Hobby haben beide etwas Fließendes.

02. Welches Gerät müsste man erfinden?

Einen Warnsensor für übermäßigen digitalen Konsum. Viele Leute haben verlernt, den Blick zu heben und anderen Menschen in die Augen zu blicken.

03. Was bringt Sie wirklich auf die Palme?

Personen, die sich im gemeinschaftlichen Raum benehmen als seien sie alleine auf der Welt.

04. Welche Gabe würden Sie gern besitzen?

Etwas mehr Witz und Schlagfertigkeit ohne dabei „Schläge“ zu verteilen. Vor vielen Jahren sagte mir mal ein Gesprächspartner: „Junge Frau, Sie sind zu ernst.“ Na ja, das mit dem Jungsein erledigt sich schon mal von selbst ...

05. Eine nervige Marotte von Ihnen?

Selbstbestimmtes „Bummeln“ morgens an Tagen ohne feste Termine – in der Zeit schreibt mein Kopf Artikel und Bücher und produziert Ideen. Von außen sieht es aber so aus als wäre ich nur bei der Beautypflege, bei meinem Sport oder alltäglichen Handgriffen. Das braucht etwas Verständnis – auch von mir selbst.

06. Was war der mutigste Moment in Ihrem Leben?

Den habe ich noch vor mir. ;-)]

07. Stil ist ...

... die Eleganz des Geistes.

08. Eine unverzeihliche Stillosigkeit?

Mangelnder Respekt, egal, wie er sich äußert.

09. Welches Buch hat Sie zuletzt beeindruckt? Aus welchem Grund?

Immer wieder: „The Sartorialist“ von Scott Schuman – Mutter aller Styleblogs, weil die intime Dichte seiner Aufnahmen den Look untrennbar mit der Persönlichkeit des Trägers verbindet. Die Nachahmer-Blogs drehen sich zu sehr um Style (statt Stil) und den Kommerz.

10. Mit wem würden Sie gern einen Tag den Platz tauschen?

Mit einer Pilotin/einem Piloten, die oder der nicht enden wollende Horizonte und Sonnenschein auch im Winter haben kann.

11. Buchhandlungen sind für mich ...

... der Geruch von Papier, den keine Webseite der Welt vermitteln kann. Ich war sehr glücklich festzustellen, dass meine ersten beiden Bücher gut riechen, wenn man sie aufschlägt.

12. Ihr Traum vom Glück?

Meinen Lebensweg mit mehr Fernreisen zu verknüpfen ... natürlich fließend.





Welches ist Ihr Thema?

Wo brennt es Ihnen unter den Nägeln?
Ich bespreche mit Ihnen Ihr individuelles Vortrags- oder Trainingsbedürfnis, und erstelle für Sie eine Präsentation, die den Nerv trifft.

Ihre

Katharina Starlay

Medienpark
Unter den Eichen 5i
65195 Wiesbaden

Telefon +49 - 69 / 175 36 70 80



katharina@starlay.de
www.starlay.de