



**BERATEN IN DER ARBEITSWELT**

Ronny Jahn  
Andreas Nolten

# Berufe machen Kleider

Dem Geheimnis  
berufsspezifischen Anziehens  
auf der Spur

**V&R**

Herausgegeben von  
Stefan Busse, Rolf Haubl, Heidi Möller



# **BERATEN IN DER ARBEITSWELT**

Herausgegeben von  
Stefan Busse, Rolf Haubl und Heidi Möller

Ronny Jahn/Andreas Nolten

# Berufe machen Kleider

Dem Geheimnis berufsspezifischen Anziehens  
auf der Spur

Mit 8 Abbildungen

Vandenhoeck & Ruprecht

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind  
im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

© 2018, Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG,  
Theaterstraße 13, D-37073 Göttingen  
Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich  
geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen  
bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Umschlagabbildung: VectorKnight/shutterstock.com

Satz: SchwabScantechnik, Göttingen

**Vandenhoeck & Ruprecht Verlage | [www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com](http://www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com)**

ISSN 2625-6061

ISBN 978-3-647-40625-1

# Inhalt

Zu dieser Buchreihe .....	7
Einleitung .....	9
<b>1 Alles hat seinen Sinn .....</b>	<b>12</b>
1.1 Was ziehe ich an? .....	15
1.2 Die individuelle Perspektive .....	21
1.3 Die soziale Perspektive .....	29
<b>2 Zum Sinn beruflicher Kleidung – Vordergründiges und Hintergründiges</b>	<b>32</b>
2.1 Der weiße Kittel des Arztes .....	34
2.2 Die Zwischenkleidung des Lehrers .....	38
2.3 Der normierte Dresscode des Bankers .....	42
<b>3 Zum Sinn der Kleidung des Beraters – Selbstreflexion .....</b>	<b>48</b>
3.1 Die Supervisorin .....	51
3.2 Der Gruppendynamiker .....	56
3.3 Die Unternehmensberaterin .....	61
<b>4 Zum Sinn berufsspezifischer Kleidung in der Beratung – Szenen aus der Beratungspraxis .....</b>	<b>67</b>
4.1 Sakko, Hemd, Jeans und ein missglücktes Erstgespräch .....	68
4.2 Im Anzug und in Chino Tacheles reden – ein geglücktes Krisengespräch .....	72
4.3 Blitzlichter .....	77

5	Alles ist möglich – Auflösungserscheinungen .....	82
6	Beratungspraktische Empfehlungen .....	87
	Literatur .....	89

## Zu dieser Buchreihe

Die Reihe wendet sich an erfahrene Berater/-innen und Personalverantwortliche, die Beratung beauftragen, die Lust haben, scheinbar vertraute Positionen neu zu entdecken, neue Positionen kennenzulernen, und die auch angeregt werden wollen, eigene zu beziehen. Wir denken aber auch an Kolleginnen und Kollegen in der Aus- und Weiterbildung, die neben dem Bedürfnis, sich Beratungsexpertise anzueignen, verfolgen wollen, was in der Community praktisch, theoretisch und diskursiv en vogue ist. Als weitere Zielgruppe haben wir mit dieser Reihe Beratungsforscher/-innen, die den Dialog mit einer theoretisch aufgeklärten Praxis und einer praxisaffinen Theorie verfolgen und mitgestalten wollen, im Blick.

Theoretische wie konzeptuelle Basics als auch aktuelle Trends werden pointiert, kompakt, aber auch kritisch und kontrovers dargestellt und besprochen. Komprimierende Darstellungen »verstreuten« Wissens als auch theoretische wie konzeptuelle Weiterentwicklungen von Beratungsansätzen sollen hier Platz haben. Die Bände wollen auf je rund 90 Seiten den Leserinnen und Lesern die Option eröffnen, sich mit den Themen intensiver vertraut zu machen, als dies bei der Lektüre kleinerer Formate wie Zeitschriftenaufsätzen oder Hand- oder Lehrbuchartikeln möglich ist.

Die Autorinnen und Autoren der Reihe werden Themen bearbeiten, die sie aktuell selbst beschäftigen und umtreiben, die aber auch in der Beratungscommunity Virulenz haben und Aufmerksamkeit finden. So werden die Texte nicht einfach abgehangenes Beratungswissen nochmals offerieren und aufbereiten, sondern sich an den vorders-



ten Linien aktueller und brisanter Themen und Fragestellungen von Beratung in der Arbeitswelt bewegen. Der gemeinsame Fokus liegt dabei auf einer handwerklich fundierten, theoretisch verankerten und gesellschaftlich verantwortlichen Beratung. Die Reihe versteht sich dabei als methoden- und schulenübergreifend, in der nicht einzelne Positionen prämiert werden, sondern zu einem transdisziplinären und interprofessionellen Dialog in der Beratungsszene angeregt wird.

Wir laden Sie als Leserinnen und Leser dazu ein, sich von der Themenauswahl und der kompakten Qualität der Texte für Ihren Arbeitsalltag in den Feldern Supervision, Coaching und Organisationsberatung inspirieren zu lassen.

Stefan Busse, Rolf Haubl und Heidi Möller

# Einleitung

»Es hat sich uns ergeben, dass in der Mode sozusagen die verschiedenen Dimensionen des Lebens ein eigenartiges Zusammenfallen gewinnen.«  
(Georg Simmel, 1905)

Ausgangspunkt dieses Buchs bildet die Annahme, dass Kleidung als ein Medium der Mode immer auch arbeits- und lebensweltliche Wirklichkeit abbildet. Jenseits der Intentionen der Träger<sup>1</sup> wird die Kleiderwahl damit von mehr als nur dem individuellen Ausdrucksbedürfnis bestimmt. Vor dem Hintergrund unserer gemeinsamen Beratungspraxis glauben wir, dass wir uns insbesondere im beruflichen Kontext weniger anziehen, als vielmehr von unserem Beruf angezogen werden. Wir, das sind ein supervisionsaffiner Soziologe (R. J.) und ein supervisionsaffiner Volkswirt (A. N.). Unsere gemeinsame Beratungspraxis vollzieht sich im weitesten Sinne im organisationalen Kontext in der Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Funktions- und Rollenträgern. Angefangen von Managern in IT-Unternehmen über Ingenieure, Ärzte, Anwälte, Psychotherapeuten, Lehrer, Pfleger und Erzieher bis hin zu Gas-Wasser-Installateuren. Schon beim Lesen der Aufzählung entstehen vor unserem inneren Auge verschiedene Bilder berufsspezifischer Kleidung. In deren Folge ist beispielsweise nicht zu erwarten, dass ein Hortbetreuer in einem Dreiteiler – einem aus drei Teilen inklusive Weste bestehenden Anzug oder Hosenanzug – erscheint und eine Lehrerin im klassischen blauen Business-

---

1 Die vorliegenden triftigen Argumente für eine geschlechtsindifferente Schreibweise anerkennend, haben wir uns entschlossen, das generische Maskulinum zu verwenden. Jenseits zu Gunsten einer hoffentlich besseren Lesbarkeit nutzen wir das generische Maskulinum vor allem, um einen Beruf im Allgemeinen im Unterschied zu einem spezifischen Rollenträger bezeichnen zu können. Also etwa den Beruf Arzt im Allgemeinen im Unterschied zur konkreten Ärztin oder dem konkreten Arzt. Wir sind uns darüber im Klaren, dass auch die Entscheidung für diese Schreibweise nicht vollumfänglich zufriedenstellend ist.

kostüm mit halbhohen Schuhen oder ein Unternehmensberater im karierten Holzfallerhemd.

Auch Volkswirte und Soziologen scheinen sich unabhängig von ihren individuellen Kleidungsstilen beim Tragen von Kleidung in beruflichen Zusammenhängen systematisch zu unterscheiden. So sehr wir uns in diagnostischer und interventionspraktischer Hinsicht verstehen, so sehr unterscheiden beziehungsweise unterschieden wir uns in unserem »Outfit«. Während sich der Volkswirt in der Regel mit Anzug und Krawatte kleidet, hält es der Soziologe für angemessen, Jeans, weißes Hemd und blaues Sakko zu tragen. Waren wir zu zweit beim Klienten (sagt der Soziologe) beziehungsweise Kunden (sagt der Volkswirt), führten unsere unterschiedlichen Erscheinungsbilder nicht selten zu mehr oder weniger produktiver Irritation bei unserem Gegenüber und uns. Nach längerer Diskussion über die Frage, wer bezüglich der Frage nach angemessener Kleidung »recht« hat, mündeten unsere kleidungsbezogenen Unterschiede schließlich in beratungspraktischen Überlegungen und Erkenntnissen, die wir den Leserinnen und Lesern mit diesem Band pointiert zur Verfügung stellen wollen.

Pointiert heißt hier für uns, die Frage nach dem Ausdruck von Kleidung in der Beratung weder zu theoretisieren noch zu trivialisieren, vielmehr soll das Buch der mehr oder weniger großen Bedeutsamkeit von Kleidung für die Beratungspraxis gerecht werden und Beraterinnen und Berater für ihre und die berufsspezifische Kleidung ihrer Klienten sensibilisieren.

Damit ist dieses Buch keine wissenschaftliche Einführung in die Psychologie oder Soziologie der Kleidung und auch kein Moderatgeber. Der Text versteht sich als eine theoretisch informierte Anregung zur Auseinandersetzung mit der Frage nach berufsspezifischen Kleidungs-differenzen sowie deren Bedeutung für die Beratungspraxis.

Wir begreifen Kleidung im Folgenden als soziales Phänomen. Kleidung hat damit wie jedes soziale Phänomen – also etwa grüßen, feiern, beraten, singen, küssen und so fort – einen Sinn, der rekonstruiert werden kann: Berufe machen Kleider! Wir fragen, wel-