

BUSINESS & STYLE

Haare im Business-Look

Die aktuelle Trendfrisur, der letzte Schrei: Beim Business-Look gilt: Weniger ist mehr! Rundum unauffällig, aber gepflegt wirken, so punkten Sie mit gepflegtem Aussehen und klassischen Haarschnitten. (Theres Dätwyler)

Ob Kurzhaar, Bob oder Lockenkopf: Gemäss Theres Dätwyler, Inhaberin von Intercoiffure Dätwyler, von wo auch die Coiffeuse des Jahres 2010 und 2012 stammt, steht im Geschäftsleben grundsätzlich gepflegtes Aussehen im Vordergrund. «Im konservativen Business-Bereich», so Dätwyler weiter, «bestechen Männer immer noch mit klassischem, akkuratem Kurzhaarschnitt, seitlich kurz und oben lang. Föhnfrisuren oder zu viel Gel sind nicht karriereförderlich. Das Gesicht sollte dabei gut rasiert sein. Je nach Branche haben aber kurz geschnittene Bärte dennoch ihre Berechtigung.»

Bewährt hat sich bei Geschäftsfrauen als Kurzhaarfrisur der klassische Bob. «Frauen mit langen Haaren sind mit einer Hochsteckfrisur am besten beraten», so Theres Dätwyler. «Die Frauen liegen mit einem typischen Business-Knoten – einem Mix aus einem Dutt und einer waagrechten Banane – jederzeit richtig und voll im Trend», meint sie weiter. Trägt eine Frau die Haare offen, sollten sie zumindest glatt und unauffällig mit natürlichen Haartönen getragen werden. Allzu asymmetrische Schnitte, extreme Krausköpfe oder bunte Bänder in den Haaren finden hier keinen Eingang.

Text: Barbara Rüttimann,
Expertin für Lifestyle
und Kommunikation

«Mit meinem Gedächtnis stimmt doch etwas nicht!»

Haben Sie auch schon Momente erlebt, in denen Sie nach einem bestimmten Wort suchten und fast verzweifelten, weil es Ihnen nicht einfiel? Nie wieder etwas vergessen und Wichtiges im Kopf behalten ist einfacher, als man glaubt.

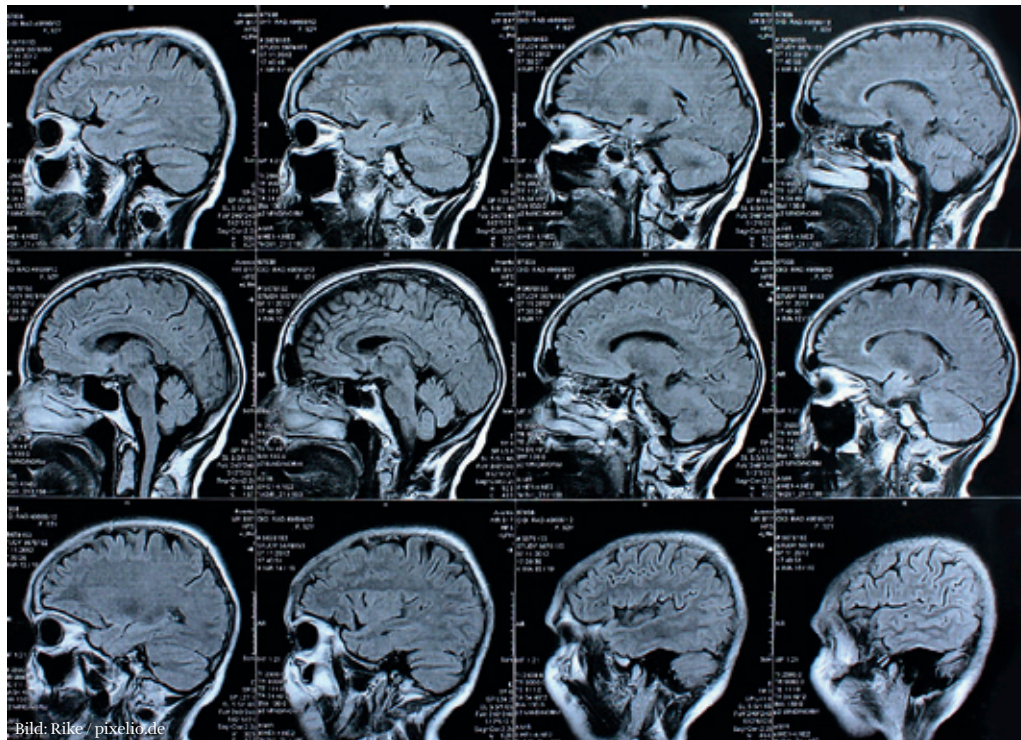


Bild: Rike / pixelio.de

VON ANDRÉ HUBER*

Nehmen wir an, Sie fahren mit dem Tram eine belebte Strasse entlang. Sie sehen am Strassenrand, beim Vorbeifahren, ein Plakat, welches eine berühmte Person zeigt. Sie kennen diese Person, aber jetzt will Ihnen der Name partout nicht einfallen. Sie wissen genau, wer das ist und trotzdem – Name? – Fehlanzeige. Je länger Sie darüber nachdenken, desto ärgerlicher werden Sie und der Name fällt Ihnen trotzdem nicht ein. Langsam beginnen Sie an Ihrer Gedächtnisleistung zu zweifeln.

Wie in einem Möbellager. Vergleichen Sie Ihr Hirn mal mit einem Hochregallager. Alles darin wird korrekt und logisch in Abteilen, in Gängen und auf Lagerflächen aufbewahrt. So, wie Sie das von diesem schwedischen Möbelhaus kennen. Als Sie bei Ihrem letzten Besuch in der Ausstellung ein Möbelstück gesehen haben und dieses kaufen wollten, befassten Sie sich mit dem Preisschild. Auf dem Preisetikett stand, dass es sich um ein Selbstbedienungsprodukt handle und dass sich das Möbel in der Lagerhalle, im Gang 52, im Bereich

Fortsetzung nächste Seite

C befände. Genau so sieht es etwa in Ihrem Hirn aus. So wie im Möbelhaus alles, was irgendwie zusammengehört, nahe beieinander zu finden ist, Polstermöbel liegen in der Nähe von Salontischen, diese sind wiederum über den TV-Möbeln aufgestapelt, sind alle Wissensinhalte in Ihrem Hirn in Bereichen abgespeichert, welche irgendwie zusammengehören. Alle Sinneseindrücke, welche Sie gleichzeitig, bewusst oder unbewusst miteinander abgespeichert haben, sind auch miteinander verbunden. Versetzen Sie sich nun in Gedanken nochmals in die Lagerhalle des Möbelmarktes. Wenn Sie da sind, ist die ganze Halle hell beleuchtet und Sie sehen bereits von Weitem die Gartenmöbel, aber etwas versetzt sind da auch die Schlafzimmer und ganz hinten die grünen Pflanzen. Alles Produkte, die eigentlich nicht zusammengehören.

Suchen mit Taschenlampe. In Ihrem Gedächtnis ist das leider etwas anders. Denn stellen Sie sich nun einmal vor, es ist ganz dunkel in diesem Lager und Sie erhalten vom Verkaufspersonal nur eine Taschenlampe und müssten Ihr gesuchtes Möbel mühsam in der Dunkelheit suchen gehen. Sie sehen nun nicht mehr auf einen Blick, was oberhalb der Tische ist. Sie müssen mit der Taschenlampe nach oben zünden. Die Möbel, die etwas weiter weg von Ihnen sind, sehen Sie gar nicht, nur diejenigen, die in Ihrer Nähe sind, können Sie erahnen. Nur dort, wo Sie sich gerade befinden, ist etwas sichtbar, der Rest liegt im Dunkeln.



ANDRÉ HUBER

ist seit 15 Jahren einer der erfolgreichsten Gedächtnistrainer der Schweiz. Der als «The Brainman» bekannte Trainer zählt zu den gesuchten Speakern im deutschsprachigen Raum. Er ist lizenzierter Mega-Memory-Gedächtnistechnik-Trainer und tritt mit seinen Eigenentwicklungen Brainstories und Namen merken – ganz easy auf.

www.learn2learn.info

Wenn Sie also an einen einzelnen Begriff denken, wird nicht nur diese Information in Ihr Bewusstsein treten, sondern das gesamte, mit diesem Wissensinhalt verknüpfte Wissen. Denken Sie zum Beispiel an einen Fussball, werden Sie gleichzeitig an Fussballspieler, dann auch an einen Schiedsrichter, an das letzte Fussballspiel Ihrer Lieblingsmannschaft denken. Die englische Übersetzung für das Wort «Lehrling» hingegen will Ihnen in diesem Moment einfach nicht einfallen. Wissen ist in Netzwerken abgelegt und bei unserer täglichen Denkarbeit sind immer nur ganz wenige Wissensnetze gleichzeitig aktiv.

Die fehlende Verknüpfung. Das bedeutet also, dass Sie beim Vorbeifahren am oben beschriebenen Plakat bestimmt an etwas ganz anderes gedacht haben. Vielleicht gingen Sie in Gedanken das letzte Gespräch mit Ihrem Treuhänder durch. Und dann plötzlich – das Gesicht dieser Schauspielerin! Das Netzwerk «Hollywood» war in diesem Moment «inaktiv». Trotzdem versuchten Ihre Neuronen im aktiven Netzwerk, also sagen wir mal im Netzwerk «Steuern», nach diesem Gesicht zu suchen. Die Neuronen klapperten alle Verbindungen ab und fanden aber vorerst nur das Gesicht und den Namen Ihres Treuhänders, dasjenige seiner Sekretärin und auch das Bild Ihrer noch unerledigten Steuererklärung. Der Name der Schauspielerin? Immer noch kein Ergebnis! Die fleissigen Neuronen zogen immer weitere Bahnen und suchten eine Lösung. Oft kommt es dann vor, dass sich wie bei einem Computerabsturz alles verheddert und Ihre Gedanken in einer Sackgasse stecken bleiben. Wir müssen also anders vorgehen.

Denken in Netzwerken. Sie suchen also eine Information, die aus einem völlig anderen Wissensnetzwerk stammt, welches eben im Moment inaktiv ist. Nehmen wir an, bei dieser Schauspielerin handelt es sich um Julia Roberts. Je länger Sie versuchen, sich an den Namen zu erinnern und je mehr Verbissenheit Sie an den Tag legen, je stärker werden Sie sich verkrampfen und der Name wird Ihnen noch weniger einfallen. Da wir wissen, dass der Name die-

ser Frau mit den vielen anderen Informationen verknüpft ist, mit welchen wir diesen Namen verbinden, versuchen Sie Folgendes: Fragen Sie sich, welche Informationen mit diesem Namen verbunden sind. In welchem Film spielte sie? Versuchen Sie sich bildhaft an diesen Film zu erinnern. Wie hiess der Film? Fragen Sie sich auch, welcher Schauspieler sonst noch mitgespielt hat. Wie hiess zum Beispiel ihr Filmpartner? Versuchen Sie sich daran zu erinnern, wo und mit wem Sie diesen Film gesehen haben. Was ist sonst noch mit dieser Schauspielerin verknüpft? Ein Musikstück? Eine besondere Geschichte? Gibt es andere Filme mit ihr? Je weniger Sie an den gesuchten Namen denken und je mehr Sie sich auf die Assoziationen konzentrieren, desto eher wird nun das Netzwerk «Hollywood» aktiviert. Und meist geschieht dann Folgendes: Plötzlich und ohne dass Sie noch versucht haben, sich an den Namen dieser Frau zu erinnern, fällt Ihnen dieser Name ein.

SO TRAINIEREN SIE DAS GEHIRN

- > Wenn Ihnen ein Begriff, eine Information, ein Name nicht einfallen will, versuchen Sie das zugehörige Wissensnetzwerk zu aktivieren. Versuchen Sie sich an viele Dinge zu erinnern, welche Sie mit dem gesuchten Wort assoziieren. Bedienen Sie sich bildhafter Vorstellungen, arbeiten Sie mit konkreten Erinnerungen, mit Klängen, Tönen und Düften.
- > Machen Sie gewohnte Tätigkeiten mal ganz verkehrt: Knöpfe mit der anderen Hand schliessen, als Rechtshänder mit der linken Hand zum Telefon greifen, eine Treppe rückwärts auf- oder runtergehen. Das gibt Ihrem Gehirn einen Überraschungskick und hält es jung und leistungsfähig.
- > Wussten Sie, dass Ihr Gedächtnis ein Spassvogel ist? Sicher haben Sie schon gemerkt, dass Sie sich besonders gut an kuriose, verblüffende oder irgendwie komische Ereignisse besser erinnern. Das Gehirn arbeitet nämlich nach dem Lustprinzip: Was Spass macht, vergisst es nicht so schnell. Denken Sie sich also z.B. für das Merken einer Namensliste eine Story aus, in der die betreffenden Namen vorkommen und schmücken Sie diese mit möglichst humorvollen, drastischen Ideen aus.