

*Silke Frink* DER  
FEMININE  
STIL *Businessmode  
für Frauen*

# Inhalt

<i>Geleitwort</i> . . . . .	8
<i>Vorwort</i> . . . . .	10
<b>1. Warum es sich lohnt, schön zu sein</b> . . . . .	12
Der Goldene Schnitt - Und ob das schön ist . . . . .	13
Die Evolution - Männer, Frauen und die Mode. . . . .	14
Die Proportionen - Vom Kind zur Frau. . . . .	15
Die Attraktivität - Die Chearleaderin der Schönheit. . . . .	19
Altern - Aussehen, wie man sich nicht fühlt . . . . .	22
... und was ist eigentlich typgerechter Stil?. . . . .	24
<b>2. Zehn beliebte Irrtümer der Businessmode</b> . . . . .	27
Irrtum Nummer 1: Bei uns in der Firma sind alle locker drauf! . . . . .	27
Irrtum Nummer 2: Ich muss mich doch wohl fühlen!. . . . .	29
Irrtum Nummer 3: Das ist ja alles so teuer!. . . . .	31
Irrtum Nummer 4: Das ist doch zeitlos!. . . . .	32
Irrtum Nummer 5: Rot ist tough!. . . . .	34
Irrtum Nummer 6: Schwarz passt zu allem. Weiß auch!. . . . .	35
Irrtum Nummer 7: Am besten gehen Sie mit einer Freundin shoppen!. . . . .	37
Irrtum Nummer 8: Jeans unterstreichen meine Persönlichkeit! . . . . .	39
Irrtum Nummer 9: Nie ohne Strümpfe ins Büro. Und Arme müssen immer bedeckt sein!. . . . .	40
Irrtum Nummer 10: Frauen wie Victoria Beckham sind fürs Business keine Vorbilder!. . . . .	42
<b>3. Mit welchen Zeichen die Mode spricht</b> . . . . .	44
Mode - Das ist eine lange Geschichte. . . . .	45
In der Mitarbeiterkonferenz. . . . .	48
Beim Geschäftskontakt . . . . .	50
Im Bewerbungsgespräch. . . . .	53
Tricks vor der Kamera. . . . .	56
<b>Die 50er: Frühe feminine Autorität - Chanel-Kostüm     und Modeschmuck</b> . . . . .	63

4. <i>Die ewig gültigen Business-Attribute.</i> . . . . .	67
Materialien mit tragenden Fähigkeiten. . . . .	67
Warum eine gute Passform so schwer zu finden ist . . . . .	71
Stilverhinderer Kindchenmode. . . . .	78
Echtes Kompliment oder verdeckte Kritik?. . . . .	81
<b>Die 60er: Der Sekretärinnenlook - Minirock und Twinset</b> . . . . .	<b>85</b>
5. <i>Wie viel Farbe verträgt das Business?</i> . . . . .	90
So sind Farben wirkungsvoll. . . . .	91
Die überstrapazierte Farbpassinszenierung. . . . .	94
Klassische Businessstöne neu aufgelegt . . . . .	96
Traditionelle und junge Farbkombinationen. . . . .	103
Muster - Lebendige Linien. . . . .	105
<b>Die 70er: Die grelle Forderung-Schlaghose und Mustermix</b> ..	<b>109</b>
6. <i>Meilensteine der Businessmode.</i> . . . . .	114
Drunter für Drüber: Dessous. . . . .	114
Von Termin zu Termin: Trenchcoat, Lederlongblazer, Kamelhaarmantel. . . . .	117
Urgesteine im Anzug: Jackett, Rock, Hose, Bluse. . . . .	123
Wolliges: Twinset und Merino-Polo. . . . .	134
Aufsteiger: Jeans und Body. . . . .	136
Termine zwischen den Welten: Etuikleid, Cocktailkleid, das Kleine Schwarze. . . . .	140
Ohne geht's nicht: Pumps. . . . .	147
Drum und Dran: Die Accessoires. . . . .	151
<b>Die 80er: Der kopierte Kampfanzug - Schulterpolster     und Bundfalte.</b> . . . . .	<b>155</b>
7. <i>Wie viele Minuten im Bad sind businesslike?</i> . . . . .	159
Ein Hauch Distanz: Grundierung. . . . .	159
Mehr als nur ein Wangenkniß: Rouge. . . . .	161
Rote Lippen sind zum Küssen ... und außerdem? Lippenstift ..	162
Der Augendreiklang: Kajal, Wimperntusche und Lidschatten ..	164
Die Krönung Ihrer Erscheinung: Die Frisur. . . . .	167
<b>Die 90er: Die vereinfachte Beweisführung - Designerjeans •     und Kaschmirpullover.</b> . . . . .	<b>171</b>

8. <i>Dann fühlen Sie sich schön.</i> . . . . .	175
Dessous - Die innere Sicherheit . . . . .	177
Warum Sie in einer Stoffhose anders gehen, als in einer Jeans. . . . .	177
Wie Röcke Ihre feminine Seite zum Schwingen bringen. . . . .	178
Hochhackige Schuhe - Mehr als nur lange Beine. . . . .	179
In einer Bluse sitzen Sie aufrecht . . . . .	179
Im gut sitzenden Jackett spüren Sie Ihre Körpermitte. . . . .	180
Mit passendem Gürtel fühlen Sie sich unangreifbar. . . . .	181
Mäntel verleihen Sicherheit. . . . .	181
Kleider - Jetzt sprechen Sie selbst. . . . .	182
<b>Millenium: Die selbstverständliche Souveränität -     Dessous und Jackett.</b> . . . . .	184
9. <i>Die drei mächtigsten Frauen der Welt.</i> . . . . .	189
Platz 3: Wu Yi. . . . .	190
Platz 2: Condolezza Rice. . . . .	193
Platz 1: Angela Merkel. . . . .	197
<i>Danksagung.</i> . . . . .	203
<i>Stichwortregister</i> . . . . .	205
<i>Die Autorin.</i> . . . . .	208