

TWEED

TWEED

DAS MAGAZIN FÜR DEN MODERNEN MANN MIT STIL

März / April
Ausgabe 01 / 24

DEUTSCHLAND: 9,80 EUR
Österreich: 11,50 EUR
Schweiz: 13,40 CHF
Großbritannien: 8,50 GBP
Luxemburg: 11,50 EUR
Italien: 11,50 EUR



BY INVITATION ONLY
Der Rolls-Royce unter den
Rolls-Royce

**FOTOGRAFIE AUS
DER LEICA-GALERIE**
Das Unsichtbare sichtbar machen

**SAM'S TAILOR:
MEHR ALS NUR MAßSCHNEIDER**

Ein Mann, eine Show, über zwei Millionen Fans

EINE FRAGE DES EMPFÄNGERHORIZONTS

von Clemens Graf von Hoyos, Knigge-Experte

„Beurteile die Menschen nicht nach dem, was sie reden, sondern nach dem, was sie tun. Aber wähle zu Deinen Beobachtungen solche Augenblicke, in welchen sie von Dir unbemerkt zu sein glauben, Richte Deine Achtsamkeit auf die kleinen Züge, nicht auf die Haupthandlungen, zu denen jeder sich in seinen Staatsrock steckt. [...] Fasse alle diese Wahrnehmungen zusammen, nur sei nicht so unbillig, nach einzelnen solchen Zügen den ganzen Charakter zu richten.“

Adolph Freiherr Knigge

Wir alle machen uns ein Bild von unseren Mitmenschen. Teils im Bruchteil einer Sekunde. Dieser Automatismus dient dazu, unsere ohnehin schon hochgradig komplexe Welt zumindest ein bisschen zu vereinfachen. Das führt dann jedoch zu fragwürdigen Vorverurteilungen.

Der eigentlich lammfromme Hüne mit der finsternen Miene wirkt zunächst bedrohlich. Deswegen wird er zu Unrecht von uns in die Schublade „Feind“ gesteckt. Die betagte Dame, die freundlich-gütig dreinblickt, hat es insgeheim faustdick hinter den Ohren. Dennoch landet sie zunächst in der Schublade „Freund“.

Dieses Erbe der Steinzeit – also die Unterscheidung zwischen Freund oder Feind – ist in unserer zivilisierten Welt allerdings kaum mehr nötig, da wir nicht mehr in der Sorge leben müssen, dass uns hinter jeder Ecke Meuchelmörder auflauern.

Heutzutage versuchen wir – bewusst oder unbewusst –, mit all den Dingen, die uns umgeben sowie mit unserem Handeln zu kommunizieren. Deswegen schmeißen wir uns in ausgewählte Klammotten, kaufen oder leasen bestimmte Autos, investieren in Uhren und anderweitigen Schmuck oder gehen gelegentlich zum Friseur und bitten um typgerechte oder ausgefallene Frisuren. All jene Dinge geben ein Bild ab und fügen sich wie einzelne Mosaiksteinchen zu einem Gesamtbild. Optimalerweise unterstreicht Ihr Image nochmals Ihre Ideale (vgl. hierzu die letzte Ausgabe des TWEED Magazins) und steht nicht mit selbigen im Konflikt.

Sie möchten Ihre Wirkung nicht dem Zufall überlassen? Dann stellen Sie sich vermutlich die Frage, wie Sie wahrgenommen werden beziehungsweise wirken möchten – und entscheiden sich folglich für eine bewusste Beeinflussung Ihres Images.

Impression Management, das bewusste Steuern dessen, wie wir auf andere wirken möchten, ist ein Schlüsselkonzept in der sozialen Interaktion. Es ermöglicht uns, unser Image zu gestalten und zu pflegen, um unsere Identität konsistent zu präsentieren. Nicht umsonst wird Kleidung auch als eine nach außen verlängerte Geisteshaltung beschrieben. Doch während Impression Management uns helfen kann, positive Eindrücke zu hinterlassen, birgt es auch die Gefahr des Authentizitätsverlustes, wenn unsere äußere Darstellung nicht mit unseren tatsächlichen Werten und Handlungen übereinstimmt. Mehr noch: Wir können uns noch so sehr um ein bestimmtes Image bemühen – letztlich ist es immer eine Frage des Empfängerhorizonts der Betrachtenden, wie wir wahrgenommen werden.

Sollten wir mal in der falschen Schublade landen, können wir uns mit Adolph Freiherr Knigges Worten trösten. Sie erinnern uns daran, dass unser Charakter nicht allein durch eine äußere Inszenierung oder oberflächliche Handlungen definiert wird. Vielmehr liegt die Essenz einer Persönlichkeit in den kleinen Details, in den subtilen Gesten und Handlungen, die oft unbemerkt bleiben. Eine wesentliche Eigenschaft eines Menschen von Welt ist es daher, keinesfalls vorschnelle Schlüsse zu ziehen. In einer Welt, in der das äußere Erscheinungsbild oft überbewertet wird, ist es von entscheidender Bedeutung, sich selbst treu zu bleiben und bei seinen Mitmenschen hinter die äußere Fassade zu blicken. Denn letztendlich sind es nicht teure Kleider oder Statussymbole, die einen Menschen ausmachen, sondern seine Haltung und seine Taten.

Wie wir anderen Menschen Gutes tun, werden wir übrigens in der nächsten Ausgabe des TWEED Magazins betrachten!