

Je hebt maar één kans voor een eerste indruk, luidt een bekende uitspraak. Dan kun je er dus maar beter voor zorgen dat je goed voor de dag komt. Ambitie ging langs bij een imago- en loopbaancoach. „Als je uiterlijk niet matcht met je innerlijk, maak je je het jezelf onnodig moeilijk.”



# KLEUR(LOOS)

Succes begint met een goede presentatie van jezelf

Ik beken het maar eerlijk, meestal denk ik 's ochtends niet lang na over wat ik uit de kast trek. Spijkerbroek, T-shirt, vest of jasje en sneakers: dat is mijn vaste 'uniform'. En altijd grote oorbellen. Normaliter kost het me niet meer dan een halve minuut om dat alles bij elkaar te zoeken. Maar nu sta ik toch twijfelend voor het rek.

„Want wat doe je aan naar een interview met een imagocoach? Ga ik in mijn dagelijkse kloffie, of toch op mijn paasbest? Want iedereen wil tenslotte een goede (eerste) indruk maken. Uiteindelijk kies ik toch voor mijn standaardkleding. Dat ben ik tenslotte.

In haar ontvangstruimte in Finsterwolde zet imago- en loopbaancoach Marianne Kremer een kop thee voor me neer. Vanuit hier runt ze sinds 2011 haar coachingpraktijk. De moderne en kleurrijke studio vormt een groot contrast met de aangrenzende traditionele boerderij en het akkerbouwbedrijf van haar man.

„Jarenlang heb ik als bedrijfsadviseur bij een accountantskantoor gewerkt”, vertelt ze. „Daar viel me regelmatig op dat de kleding en uitstraling van klanten en collega's niet paste bij hun functie of vaardigheden. Dat moet beter kunnen, dacht ik. Zo ontstond het idee voor mijn coachingspraktijk.”

## IMAGOCOACH

Kremer begon met het geven van kleuradvies – welke kleuren je beter niet of juist wel kunt dragen. Gaandeweg verbreedde ze haar werkveld. Inmiddels noemt ze zichzelf 'imagocoach'. „Wie ben jij? Hoe wil je overkomen? Wat wil je bereiken? Daar draait het om. Als imagocoach beperk ik me dus niet tot kleur en stijl. Met oefeningen en praktische advies geef ik mensen hun gewenste uitstraling.”

Met 'gewenst' bedoelt ze dan 'passend bij



wat je kunt en doet'. Een leidinggevende die er op zijn werk hetzelfde bijloopt als zaterdag op het voetbalveld, moet bijvoorbeeld veel meer moeite doen om respect te verdienen dan een manager die zich passend voor de functie kleedt. Daarmee doe je jezelf tekort, en maak je je het onnodig moeilijk, aldus Kremer. Je moet je immers extra bewijzen.

Zo heeft ze nog veel meer voorbeelden. De grijze muis die nooit wordt gehoord. De lerares die weinig gezag heeft. Of het jonge broekje dat op kantoor achter zijn rug wordt uitgelachen omdat hij juist 'overdressed' is. Allemaal gevallen waarin een beter passend imago kan helpen om meer voor elkaar te krijgen en verder te komen.

„Zakelijk succes begint met een goede

presentatie van jezelf. Mijn werk is geslaagd als hier een opvallend goede geklede vrouw of man de deur uitloopt, die zelfvertrouwen en levenslust uitstraalt.” Overigens is het in de praktijk zeldzaam dat een man Kremers advies vraagt. „Die zijn toch minder met hun uiterlijk bezig. Jammer, want zij kunnen er net zo goed veel baat bij hebben.”

## REBELS

Tijd om mijn eigen imago eens kritisch onder de loep te nemen. „Hoe wil jij als journalist overkomen?”, vraagt Kremer me. Na enig nadenken kom ik tot het volgende rijtje: professioneel, kundig, toegankelijk, zorgvuldig, betrouwbaar, creatief en een tikje rebels.

Tot mijn grote opluchting vindt ze dat ik met mijn 'uniform' een heel eind kom. Ze is vooral te spreken over mijn casual jasje – „zakelijk, maar door de soepele stof niet te afstandelijk” – en mijn grote, zwarte oorbellen. „Daarmee onderscheid je je en toon je creativiteit”, meent ze. „Zonder dat ze de aandacht te veel afleidt.”

Aandacht en focus: dat zijn toverwoorden als het om imago gaat. „Laatst nog sprak ik een vrouw met een shirt met een heel drukke print onder haar jasje”, vertelt Kremer. „Mijn oog werd daar steeds naar toe getrokken. En dus hoorde ik minder goed wat ze vertelde. Hetzelfde gebeurt als iemand een shirt met een tekst draagt. Je luistert naar wat hij zegt, maar tegelijkertijd lees je ook wat daar staat. Dat verstoort je aandacht.”

Tijdens een zakelijk gesprek wil je dat je voorkomen je presentatie en boodschap ondersteunt en versterkt, niet dat het daarvan afleidt. Maar als je erop gaat letten, zijn er heel veel uiterlijke aspecten die dat juist wél doen. Een vlek op je kleding. Een diep decolleté. Zwarte make-up. Een heftige after-shave. Rinkelende armbanden. Een te domi-

nante bril. „Vraag je steeds af welk beeld je met je uiterlijk neerzet, en wat dat over jou zegt. Zo kun je ervoor zorgen dat je imago je helpt, in plaats van dat het je in de weg zit.”

## SPIJKERBROEK

Terug naar mijn eigen outfit. Met mijn eeuwig spijkerbroek heeft ze gelukkig geen moeite. Maar de speakers kunnen beter, vindt ze. „Een paar mooie, stoere veterschoenen of laarzen zijn even comfortabel, maar maken je net wat meer gekleed. Als je wat anders dan anders wilt, kun je bijvoorbeeld ook lakschoenen, of schoenen met zilveren details kiezen.”

En dan is er nog de vraag of mijn bordeauxrode jasje en zwart-wit gestreepte T-shirt qua kleur bij mij passen. Om daar achter te komen, krijg ik een kleuradvies. „Het gaat erom dat de kleuren van je huid, haar en ogen zo veel mogelijk in harmonie zijn met die van je kleding”, legt Kremer uit. „Draag je een kleur die niet bij je past, of die bijvoorbeeld te fel of te somber is, dan zul je sneller te horen krijgen dat je er moe uitziet. Passende kleuren zorgen er juist voor dat je gezonder oogt en een egale- re huid lijkt te hebben.”

Voor haar op tafel spreidt ze veertien kleurenwaaiers uit, behorend bij de vier basistypen lente, zomer, herfst en winter, en de tien subtypen die daar tussen zitten. De lente- en herfstwaaiers zijn warm van kleur en hebben een gele ondertoon, de zomer- en winterwaaiers bevatten koele kleuren met een blauwe ondertoon.

## Zwart, zwarter, zwartst

Het is vermoedelijk de meest gedragen kleur, omdat die afkleedt en veilig en netjes is. Maar eigenlijk zijn er maar weinig mensen die – uitsluitend – zwart heel goed staat, aldus Marianne Kremer. „Warme kleurtypes kunnen zwart het beste helemaal vermijden. Willen die toch graag zwart dragen, dan adviseer ik dat liever in de vorm van een broek te doen dan een kledingstuk dichtbij het gezicht. Of om aan een zwarte trui of vest bijvoorbeeld een kleurrijke T-shirt of een kleurige sjaal toe te voegen. En dan vanuit je 'eigen' kleurenspectrum natuurlijk.”

## Tips voor een sollicitatiegesprek

Draag kleding waar je je prettig in voelt en die je zelfvertrouwen geeft.

Kies iets nettere kleding dan 'normaal' is in het bedrijf. Via de website kun je vaak een goede indruk krijgen van hoe (in)formeel een organisatie is en wat voor kleding het personeel draagt.

Vermijd vrijetijds-, sport- en feestkleding, evenals felle kleuren. T-shirts met teksten leiden enorm af. Liever niet doen dus.

Leg je kleding een dag van tevoren klaar en zoek die bij daglicht uit. Dan zie je meteen of er bijvoorbeeld geen vlek op zit. Zorg dat alles gestreken is, en poets als het even kan ook je schoenen.

Vraag familie of vrienden of ze denken dat je kledingkeus gepast is.

Zorg dat je jas en tas met de rest van je kleding matchen.

## Veel voorkomende imagoissers

- Kledingkleuren kiezen die je mooi vindt, niet die per se het beste bij je passen.
- Zichtbaar ondergoed, een beha die te weinig ondersteuning biedt.
- Te wijde of juist te strakke kleding.
- Sterk ruikende parfum, aftershave of deodorant.
- Vlezige nagels.



Vervolgens houdt ze, terwijl ik voor de spiegel zit, verschillende sets van steeds vier doeken voor mijn borst, die elk met één van de 'seizoenen' corresponderen. Al snel zie ik dat warme tinten mijn huid gelig en grauw maken, terwijl ik er door koude tinten juist frisser uitzie.

## TUSSENIN

Er worden nog veel meer doeken uit een la getrokken (in totaal heeft ze er meer dan honderd), nu in allerlei koele tinten. Als een waaier schikt ze ze om mijn hals. De conclusie: ik zit tussen een zomer- en wintertype in. Onder andere marineblauw, antracliet, paars en – jawel – bordeauxrood passen goed bij mij.

Ze geeft me een staaltje met alle voor mij geschikte kleuren. Handig voor in mijn portemonnee. Hoef ik de volgende keer als ik kleding ga kopen alleen maar het kaartje eraan te houden om te checken of het klopt.

„Kleuren en kleding hebben een taal en kunnen je innerlijk en uiterlijk met elkaar verbinden”, besluit Kremer. „Ze maken je persoonlijkheid en kwaliteiten aan de buitenkant zichtbaar. Met het juiste imago geef je een helder en compleet beeld van jezelf, ontstaan van visuele ruis. Hoe beter de binnen- en de buitenkant op elkaar aansluiten, hoe duidelijker en sterker je verhaal overkomt. Je zult zien dat je daarmee de baan, opdracht of klant krijgt, die het beste bij jou past.”

Bij mij zit dat gelukkig wel goed. Mijn droombaan heb ik al.

Meer informatie: [mariannekremer.nl](http://mariannekremer.nl)