

Lasst uns über TATTOOS reden!



Wieviel Tattoo ist im Job ok?

Wieviel Guideline und wieviel Toleranz brauche ich als Unternehmer? Beim Umgang mit der Körperkunst bleiben die Do's und Don'ts bis heute vielfach unausgesprochen. Deshalb hat die Frankfurter Image-Beraterin und Stilexpertin Katharina Starlay dem Thema ein eigenes Slimbook gewidmet. Ihre These: Alle gewinnen, wenn man Tattoos im Business offen bespricht und miteinander Spielregeln entwickelt.

Foto: Ulrich Schiepp

Tätowierungen waren früher Symbole von Matrosen und Häftlingen, standen später für Subkultur, Auflehnung und Rebellion. Sie markierten im 20. Jahrhundert Grenzen zwischen Gesellschaftsschichten und Altersgruppen. Seit den 90er Jahren kamen Tattoos im Mainstream an, was ihre ursprüngliche Bedeutung als „Antikultur“ verschoben hat und ein Umdenken nötig macht.

Im vergangenen Herbst wurde Katharina Starlay von einem Auftraggeber direkt auf das Thema Tattoos angesprochen. Für eine Firma, die Farben und Lacke für Inneneinrichtungen und Fassaden verkauft, sollte sie einen internen Leitfaden für Kleidungsstil und Knigge entwickeln und darin auch die Frage klären: Ob, wann und wo sind Tattoos im Kundenkontakt ok? Dies brachte sie auf die Idee zu ihrer neuesten Veröffentlichung: Eine Broschüre, die gedruckt und als E-Book erhältlich ist und Anregungen gibt, wie man den Spagat zwischen dem Selbstaussdruck der Mitarbeiter und dem Image eines Unternehmens schafft. Der Titel: „Tattoos im Job – Wie die Kunst am Körper auch unsere Arbeitswelt verändert.“

Tattoos werden eines Tages integrativer Bestandteil vieler Firmenkulturen sein.

Gerade auch die Augenoptik ist eine Branche, in welcher Tattoos wegen des traditionell konservativen Images ein schmaler Grat sein können: Schließlich stellt sich im Kundenkontakt die Frage, ob tätowierte Mitarbeiter im positiven Sinn ein Markenimage unterstreichen, oder es schlimmstenfalls stören, falls die Körperkunst von Kunden als unseriös empfunden wird. Ist der Laden kreativ und man als Chef oder Chefin von oben bis unten tätowiert? Na, dann ist der Fall für Kunden und Mitarbeiter klar. Aber angenommen ein Geschäft ist sehr konservativ und ein kompetenter Mitarbeiter außerhalb der bewussten „T-Shirt-Grenze“ an Hals und Händen verschönert: Wie passt er für alle Beteiligten ins Gesamtimage? Bei welchen Gelegenheiten kann er authentisch auftreten, bei welchen bitte ausreichend bedeckt? Eines ist sicher: Unternehmen müssen mit dem Thema Tattoos souverän umgehen können, denn der Trend ist nicht mehr zu ignorieren und ein klares Ja oder Nein gibt es selten. Und so heißt die goldene Regel oft: „Es kommt darauf an...“ Sogar die Polizei hat sich mittlerweile von der T-Shirt-Grenze verabschiedet, schreibt Katharina Starlay, die ein Mitglied im Deutschen Knigge-Rat ist. „Tattoos werden eines Tages ein integrativer Bestandteil vieler Firmenkulturen sein“, meint sie. „Aber noch sind wir nicht so weit, noch ist das Fremdeln groß.“ Laut aktuellen Studien ist in Deutschland ein Fünftel bis ein Viertel der unter 35-Jährigen tätowiert. In Österreich sollen es sogar schon 40 Prozent sein. Tendenz steigend.

Emotion, die unter die Haut geht

Zunächst hatte Starlay den Tattoos eine ihrer Stil-Kolumnen im Manager-Magazin gewidmet. Doch beim Recherchieren war ihr bewusst geworden, dass dieser kurze Beitrag nicht ausreichte, um der Größe des gesellschaftlichen Phänomens, dessen Emotionalität und psychologischer Tiefe, gerecht zu werden. Also stieg sie tiefer ein und befragte Menschen, Unternehmen und Tätowierer um ein authentisches und sensibles Bild zu zeichnen. Auf diese Weise entstand eine Mischung aus informativer Broschüre und Reportage, die mit Vorurteilen aufräumt und auch gesundheitliche Risiken und Mythen offen thematisiert. Starlay, die selbst nicht tätowiert ist, wirbt darin für Verständnis zwischen jenen, denen Tattoos suspekt sind – und den Tätowierten, die nicht mehr selbst erklären wollen, warum sie sich für lebenslange Bilder auf der Haut entschieden haben.

Über ihre Begegnung mit Tätowierern und Tattoo-Fans schreibt Starlay: „Im tiefgründigen Gespräch über die Idee des Kults, in dessen Szene das Du genauso unabdingbar und Siezen keine Option ist, habe ich eine Form der unvernebelten Spiritualität und menschlichen Achtung gefunden, die man sich im Geschäftsleben auch manchmal wünschen würde.“

Und das mag auch Teil der Anziehungskraft sein: Wie Kleidung drückt auch die Tätowierung ohne Worte aus, wozu wir oft keine Gelegenheit mehr haben, es zu sagen.“ Sie fand heraus: Es ist das Bedürfnis, sich in einer immer anonymen werdenden Gesellschaft individuell auszudrücken, welches die meisten Menschen bewegt, sich unter die Nadel zu legen. Oder wie es ihre Interviewpartnerin Doro, ausdrückt, die in der Personalabteilung eines Großunternehmens arbeitet (und ihre Tattoos unter korrekter Business-Kleidung versteckt): „So kann ich noch Ich-selbst sein und habe mich auch im Job noch dabei.“

Starlays Fazit: „Wie so manche Andersartigkeit fordert uns auch der Kult um Tattoos heraus, von Toleranz nicht nur zu reden – sondern sie auch zu leben.“

Text von Rosemarie Frühauf



Tattoos im Job Wie die Kunst am Körper auch unsere Arbeitswelt verändert

Slim-Book 40 Seiten
E-Book ISBN 978-3-948337-00-1
€ 4,99
Print ISBN 978-3-948337-01-8
€ 9,90

ÜBER DIE AUTORIN

Schon Ende der 80er war Katharina Starlay eine der ersten Stil- und Imageberaterinnen in Deutschland. Durch mehrere Jahre Erfahrung als Führungskraft im Einzelhandel (Mode und Kosmetik), verfügt die studierte Mode-Designerin über einen einzigartigen Schatz an gelebtem Praxiswissen: Sie ist Beraterin, Kolumnistin und Autorin mehrerer erfolgreicher Veröffentlichungen bei „Frankfurter Allgemeine Buch“. Ihre neueste Publikation „Tattoos im Job“ vertreibt sie selbst über Book on Demand. Interessierten Einzelhändlern, die das Buch verkaufen möchten, macht sie gerne ein Angebot.