

„Wie wir wirken, haben wir selbst in der Hand“

Interview. Farb-, Typ- und StilberaterInnen verhelfen KundInnen mit einfachen Mitteln zu einem neuen, authentischen Image.

Die rote Jacke und die wilden Haare des „Waldviertler“-Schuhfabrikanten Heini Staudinger. Die wechselnden Sneakers von Gesundheitsminister Wolfgang Mückstein. Oder auch der Tausch von Krawatte und Sakko gegen T-Shirt und Nieten-Lederjacke, den „Investment Punk“ Gerald Hörhan vollzogen hat: Diese Beispiele zeigen, wie sich Menschen ohne großen Aufwand ein bestimmtes Image verpassen. Als Sprecherin der Berufsgruppe Farb-, Typ- und Stilberatung in der Wirtschaftskammer Wien zeigt Inge Walther im Interview auf, wie diese drei Fachbereiche in der Image-Beratung zusammenfinden.

Was macht ein persönliches Image aus, abseits von Promis und High Society?

Inge Walther: Es geht um das Gesamtbild, das jemand nach außen trägt: durch Kleidung, Umgangsformen, Körperspannung und Sprache. Wir Farb-, Typ- und StilberaterInnen unterstützen mit einfachen Mitteln dabei, das persönliche Auftreten zu verbessern. Essenziell ist, dass man sich dabei wohlfühlt, um authentisch zu wirken. Die meisten Frauen haben wider jedes Klischee keine Lust und Zeit, um stundenlang vor dem Spiegel oder dem Kleiderschrank zu stehen. Die Aufgabe unserer Berufsgruppe ist es z.B. mit KundInnen eine Basisgarderobe aufzubauen. Zeitlos und über jeden Trend hinweg. Farblich passend zum jeweiligen Typ. Eine Auswahl gut kombinierbarer Stücke. Unser Anspruch ist, dass sich niemand kasteien muss, um anderen zu genügen, sich nicht „verkleidet“. Sondern dass der gute Auftritt leicht fällt, auch wenn man es in der Früh eilig hat.

Sie sagen gerne: „Kleidung kommuniziert“. Würden Sie das näher ausführen?

Wir alle wirken immer ir-



YAKOBCHUK VACHESLAV

Wie umfangreich muss eine persönliche Garderobe sein?

Das ist der falsche Zugang. Überlegen Sie beim Einkauf besser, ob z.B. ein T-Shirt zu mindestens drei bereits vorhandenen Teilen der Garderobe passt. Und gibt es zu mindest zwei oder drei Hosen, zu denen ein neues Sakko „funktioniert“? Genau darum geht es: Dass möglichst alle Teile der Garderobe miteinander kombinierbar sind. Ausgenommen ist die Anlassbekleidung, etwa eine Tracht oder Abendkleidung. Auf diese Weise spart man Zeit und Geld.

Wie wichtig ist die persönliche Begegnung für Ihre Beratungstätigkeit?

Tatsächlich ist mittels Video-Calls viel mehr möglich, als man meinen würde. Fragen rund um Stil und Styling, die Passform von Kleidungsstücken und die Wirkung von Mustern oder Materialien können angesprochen werden. Die Kundin, der Kunde kann von daheim aus leicht in verschiedenen Outfits vor die Kamera treten. Auch Tipps und Tricks für die optimale Wirkung beim nächsten Video-Call fließen dabei ein.

Es gibt nur eine Chance für den ersten Eindruck: Vertrauen Sie dem professionellen ExpertInnen-Blick



RENATE TRUMMER FOTOGEMIA

Inge Walther, Berufsgruppensprecherin

gendwie auf andere Menschen. Aber die Art und Weise, wie wir wirken wollen – das haben wir selbst in der Hand. Wenn ich meine persönlichen Farben und meine Körperproportionen kenne,

dann wird mir auch bewusst, was meine Persönlichkeit unterstreicht und mich so richtig „strahlen“ lässt. Dann ist es auch ein Leichtes, aus dem oft unüberschaubaren Modeangebot das passende Gewand raus zu picken. Es geht nie darum, einem aktuellen Trend nachzulaufen. Sondern um das Wissen, wie ich solche Trends geschickt in meine Basisgarderobe einfließen lasse.

Also auch um Kleinigkeiten, um Accessoires?

Genau. Accessoires runden das Gesamtbild ab, vervollständigen die Kleidung. Sie können das „Sahnehäubchen“ sein, das individuelle Wiedererkennungszeichen –

z.B. eine rote Brille. Überhaupt, Farben! Sie machen Stimmung, machen gute Laune. Natürlich braucht es ein Selbstbewusstsein, wenn man dann auf der Straße von anderen angeschaut wird. Was denken die sich? „Boah, mutig!“, oder: „Na, wie schaut denn das aus?“ – Unsere Berufsgruppe stärkt das Selbstvertrauen von KundInnen durch gute Farb-, Typ-, Stil- und Imageberatung.

Welche Tipps kann man im Alltag leicht beherzigen?

Ganz grundsätzlich will ich nicht werten, wie sich jemand präsentiert. Aber es gibt halt keine zweite Chance auf einen ersten Eindruck.

Die Farbe Schwarz ist sicher ein Statement für ArchitektInnen oder KünstlerInnen. Aber sie ist auch die Farbe der Trauer und schafft im Beruf unnötige Distanz. Wenn jemand gerne Jeans trägt, dann sollten es in der Arbeit möglichst Business-Jeans sein: ohne Waschungen oder Risse. Ein hellblaues Hemd spiegelt vielleicht die Augenfarbe des Trägers wider und verstärkt deren gute Wirkung. Vorsicht gilt bei Karo-Mustern: Je größer die sind, desto mehr wirkt es sportiv, bis zum kanadischen Holzfäller. Und für die Herren gilt: Egal ob Business-Schuh oder Sneakers – sie sollten gepflegt sein, nicht abgetragen.

Kurz & bündig

Knapp 500 in Österreich, gut 100 in Wien: Das ist die Zahl der Farb-, Typ- und StilberaterInnen, die ihr Gewerbe derzeit angemeldet haben.

Alle Infos zu den Dienstleistungen wie z.B. Kleiderkasten-Check und Personal Shopping sowie dem Berufsbild (Folder-Download) gibt es auf

persoeliche-dienstleister.wien



Zwischen Hollywood-Klischees und Brillen-Trends

Der zweite Österreichische Bundeskongress der Farb-, Typ-, Stil- und ImageberaterInnen versammelte die Branchen-Expertise in Graz.

Rund 50 TeilnehmerInnen tauschten sich Anfang Oktober am Grazer Flughafen Thalerhof über den „richtigen Auftritt“ aus: Ob beruflich oder privat – im Mittelpunkt stand der Anspruch, die persönliche Zufriedenheit der KundInnen zu steigern. Und ihnen zu helfen, neue Erfolge einzufahren. Eingeladen hat die Fachgruppe der persönlichen Dienstleister in der Wirtschaftskammer Steiermark, auf Bundesebene unterstützt vom WKO-Fachverband.

Gastgeberin Monika Gerhold, Sprecherin der steiri-



RENATE TRUMMER FOTOGEMIA

Beste Stimmung beim heurigen Bundeskongress

schen Berufsgruppe, zeigte sich insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Situation erfreut, dass die Veranstaltung möglich war.

Mehr Selbstbewusstsein

Und die Bundesvorsitzende Birgit Streibel-Lobner stellte fest: „Der Bundeskongress macht unsere Berufszweige sichtbar und zeigt, wie wichtig die Arbeit der Farb-, Typ-, Stil- und ImageberaterInnen ist.“ Zusammen mit Gerhold ist sie überzeugt, dass „unser Expertenwissen“ die Menschen „selbstbewusster und erfolgreicher macht“.

Rollenbilder überwinden

Drei prominente Keynote-SpeakerInnen sorgten für fachlichen Input und neue Perspektiven. So sprach die Berliner Coachin Leila Frieling über den Einfluss von Hollywood auf unser Bild von männlichen und weiblichen Körpern. Und damit verbunden über festgefahrene Rollenklischees in Beruf und Beziehung. Brillentrends der Saison präsentierte der mehrfach mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnete Optiker Martin Lasnik. Sein innovatives Brill-

lenberatungs-Tool – sechs Test-Brillen, abgestimmt auf die Farbtypen Frühling, Sommer, Herbst und Winter – macht die Wirkung typgerechter Farben sichtbar.

Der souverän gekleidete Herr

Bernhard Roetzl aus Karstädt, Brandenburg, komplettierte die Reihe der Vortragenden. Sein Buch „Der Gentleman – Handbuch der klassischen Herrenmode“ wurde in 18 Sprachen übersetzt und zählt zu den meistgelesenen Modebüchern der Welt.