

MANNHEIMER MORGEN

Von der Suche nach den vier Jahreszeiten im überfüllten heimischen Kleiderschrank

Ein Besuch bei der Imageberatung bringt verblüffende Erkenntnisse über den eigenen Typ und macht dabei auch richtig Spaß

Von unserem Redaktionsmitglied **Eva Quitt**

Was mache ich eigentlich hier? Ich bin weder verzweifelt, noch Managerin einer großen Firma oder Fotomodell. Trotzdem stehe ich mit einem Berg Klamotten aus meinem Schrank in der Speyerer Sallerstraße und bekomme gleich eine Imageberatung. Bringen diese Typveränderungen, die ständig in Vorher-Nachher-Shows im Fernsehen zu sehen oder in der Brigitte zu lesen sind, überhaupt etwas?

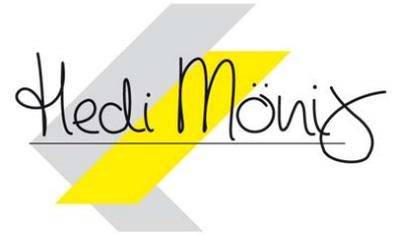
Für Hedi Mönig keine Frage: "Der erste Eindruck, wenn man einen Menschen trifft, ist entscheidend", erklärt die Imageberaterin, die ihren Beruf vor 17 Jahren in den USA gelernt und als eine der ersten nach Deutschland gebracht hat. Nach nur drei Sekunden habe ein Gesprächspartner ein Urteil über sein Gegenüber gefällt und über Sympathie oder Antipathie entschieden. Gerade bei Menschen, die Firmen nach außen vertreten, sei ein perfekter Auftritt entscheidend. "Kundenkontakte sind Augenblicke der Wahrheit. Ein falscher oder schlechter Eindruck ist später fast nicht zu reparieren."

Wer mit Hedi Mönig einen Termin ausmacht, bekommt zuvor genaueste Instruktionen, was er oder sie mitzubringen hat: einen "repräsentativen Querschnitt aus dem heimischen Kleiderschrank". Kurz gesagt: Was gerade greifbar, gewaschen und gebügelt ist, landet im Koffer. Einige hier in der Straße überlegen deshalb wohl des Öfteren, was im Haus von Hedi Mönig vor sich gehen mag: Regelmäßig steigen Menschen aus ihren Autos, die sich voll gepackte Wäschekörbe unter den Arm klemmen oder Koffer hinter sich herziehen und damit die Stufen zur Wohnung der Imageberaterin hoch steigen. Dort breiten sie die Kleider später - unter den halbwegs wachsamen Augen von Hedi Mönigs 17 Jahre alter Katze Pempty - nach Farben sortiert auf dem Boden aus.

Warum das? Imageberater unterscheiden vier Farbpaletten. Jeder Mensch lässt sich dabei auf Grund seiner Augen-, Haut- und Haarfarbe einer dieser Gruppen zuordnen, die optimal mit der Eigenpigmentierung harmonisieren soll. Die dazu passenden Farben sollen die Ausstrahlung verbessern. Die vier Typen sind der so genannte Frühling mit Farben wie Tulpenrot oder Krokusblau, der Sommer mit Bordeaux oder sanften Pastelltönen wie Mintgrün, der Herbst mit Naturtönen wie Braun und Beige sowie der Winter, der sehr gut kalte Farben wie Königsblau oder Rot tragen kann. Wer zu welchem Typ gehört, ist Fachmännern schnell klar, Laien haben dabei schon mal Probleme. Denn blonde Menschen mit blauen Augen können nicht pauschal einem Typ zugeordnet werden. Auch der Teint ist wichtig.

Hedi Mönig erkennt: Ich bin ein Wintertyp. Der Schreck ist groß, denn der Kleiderhaufen, der vor mir auf dem Boden liegt, besteht nicht nur aus diesen kalten Farben. Auch warme Töne sind dabei. Soll ich diese Stücke jetzt alle wegwerfen? Hedi Mönig wiegelt ab: "Das ist nicht so schlimm, zu mir kommen Kunden, die haben den ganzen Vivaldi im Kleiderschrank: fröhliche vier Jahreszeiten." Der halbe Vivaldi geht also gerade noch.

Und weil ich noch nicht restlos überzeugt bin, dass mir die Hälfte dessen, was in meinem Schrank hängt, eigentlich nicht steht, tritt Hedi Mönig den Beweis an. Sie platziert mich vor einen großen Spiegel unter grelles Neonlicht. Das ungeschminkte Spiegelbild: käsig und fahl. Dann legt sie mir farbige Tücher um die Schultern. Zuerst ein modisches Beige, das derzeit in vielen Geschäften feilgeboten wird. Die Wirkung ist erschreckend: Mein Gesicht wirkt plötzlich noch blasser, die grüne Augenfarbe unscheinbar. "Viele Leute kaufen einfach, was gerade modern ist, ohne darauf zu achten, ob es ihnen steht", sagt Hedi Mönig. Anders der Effekt bei Rot: Mein Teint ist rosiger, die Augenfarbe stark und strahlend. Das kann doch nicht sein, oder? "Bei Kleiderberatungen gibt es keine stereotype Vorschrift wie, Schwarz steht jedem'.



Das sind Plattheiten. Es gibt Farben, die stehen einem ganz natürlich", erklärt die Beraterin. Mit der Kleidung ist es nicht getan, auch Schminke gehört dazu. Deshalb pinselt Hedi Mönig mir ein Make-up in schwachem Rosa, rötlichen Lidschatten, Puder, knallroten Lippenstift und Rouge ins Gesicht. Dazu noch ein paar Mal durch die Haare gewuschelt, und schon sehe ich ganz anders aus. Zwar ist die Farbe auf der Haut etwas ungewohnt, doch der Gesamteindruck (nichts erinnert mehr an ein blutarmes Bleichgesicht) beeindruckt.

Hedi Mönig berät nicht nur, welche Frisur oder Brille mit dem Gesicht harmoniert, sondern auch welche Kleidung bei welcher Figur vorteilhaft ist. Und da hilft nur Ausprobieren vor dem Spiegel. "Viele sehen einfach nicht, dass die Hose für ihre fülligere Figur viel zu eng ist." Beim Umziehen gibt es viel zu lachen, wenn ich mit Federboa und langem Rock vor dem Spiegel stehe. Schnell ist erkennbar, welche Schnitte zu mir passen, und welche im Laden bleiben.

Menschen zu ändern ist nicht immer einfach: "Viele haben Angst vor Farben. Bei Männern ist es ein Problem, den Bart abzunehmen. Veränderungen werden einfach gescheut", sagt Hedi Mönig. Doch wer zu ihr kommt, ist oft unzufrieden mit sich und bereit für ein anderes Aussehen, auch wenn er dabei etwas tiefer in die Tasche greifen muss. "Aber man muss sich mal durchrechnen, wie viele ungetragene Kleider man zu Hause hat. Trotzdem hat man nichts zum Anziehen. Das geht bei manchen meiner Seminare von 1500 bis 10 000 Euro", erzählt die Imageberaterin, die empfiehlt, den heimischen Schrank regelmäßig zu entrümpeln.

Wer sich unsicher ist, bei welchen Stücken er beim nächsten Bummel zuschlagen soll, kann Hedi Mönig zum Einkaufen von Kleidern und Brillen buchen. "Wichtig ist Qualität, die kann man über Jahre tragen und mit modischen Accessoires aufpeppen." Und damit niemand vergisst, welche Farben er wählen sollte, nimmt jeder nach der Beratung einen Farbenpass als Hilfe mit nach Hause.

Wie kommt man zum Beruf der Imageberaterin? Bei Hedi Mönig war es die Lust am Design. Sie arbeitete neun Jahre als Leiterin eines Kindergartens und war stets kreativ veranlagt. Die erste Imageberatung, die sie bekam, hat bei ihr den "Urknall" ausgelöst: "Ich habe gemerkt, dass eigentlich niemand darüber etwas weiß."

Heute bildet sich Hedi Mönig ständig weiter, hält Vorträge und Seminare zu den Themen Farben, Stil, Image und Mode. Ihre Kunden sind Banken, Versicherungen und Unternehmen. Viele Betriebe verordnen Angestellten Seminare bei ihr, um nicht nur deren Image, sondern auch das der Firma zu verbessern.

Und was passiert mit mir? Also meinen Kleiderschrank entrümpele ich auf jeden Fall, das wird ohnehin Zeit. Meine Klamotten, die eigentlich nicht zu mir passen, landen nicht im Müll. Ich werde sie zunächst mit einigen "Winter"-Stücken kombinieren und in Zukunft auch Blicke auf den Farbenpass werfen. Und etwas Farbe im Gesicht kann ja auch nicht schaden.

Fest steht, dass eine Beratung viel Spaß macht. Sie ist nicht nur etwas für Schauspieler oder Manager. Gerade auch "normale" oder eher unauffällige Zeitgenossen können von den Tipps am eigenen Leib profitieren und sich ins rechte Licht rücken. Die Beratung ist allerdings so individuell wie der eigene Typ. Pauschale Urteile auf andere zu übertragen, ist zwecklos. Eine Binsenweisheit kann aber ein für alle Mal ersatzlos gestrichen werden: Schwarz, das bekanntlich jedem stehen soll, sieht tatsächlich nur bei Winter- Typen gut aus.