

## ORTSTERMIN

# „Das Schöne am Menschen sichtbar machen“

Seit 20 Jahren bemüht sich Hedi Mönig um ein besseres Image bei Einzelpersonen und Firmen

VON UNSEREM MITARBEITER  
WOLFGANG KAUER

► **SPEYER.** Sie war eine der Ersten aus dem deutschsprachigen Raum, die sich in den USA für einen bis dahin in Europa kaum bekannten Beruf ausbilden ließ. Und hat in Deutschland nur wenige Kolleginnen. Seit 20 Jahren betreibt die Speyererin Hedi Mönig „Farb-, Typ- und Image-Beratung“ und gibt Seminare dazu. Jetzt wagte ein RHEINPFALZ-Mitarbeiter einen Besuch. In der Hoffnung, dass es nicht zu spät für ihn ist.

Er steht vor der Tür in der Salierstraße 23, plötzlich überkommt ihn die Panik. Verflixt, hätte er doch vorher nicht auf die Homepage [www.hedimoenig.de](http://www.hedimoenig.de) geschaut und erfahren müssen: „Sie haben bei einer ersten Vorstellung etwa drei Sekunden Zeit, dann spätestens hat Ihr Gegenüber unbewusst ein (Vor-)Urteil über Sie gefällt.“ Mann, die hat doch den Röntgenblick, die Frau, oder?

Hat sie nicht. Dafür vermittelt sie schon nach eineinhalb Sätzen das unheimlich beruhigende Gefühl, dass sie alsbald „das Schöne am Menschen sichtbar machen kann“, wie es ihre Werbung verspricht. Ein Aspekt, der bei Vorstellungs- und/oder Verkaufsgesprächen den Ausschlag geben kann und Hedi Mönigs Unternehmen dazu verhilft, dass auch die Anzahl ihrer „Beratungen für Männer“ ziemlich gestiegen ist, wie sie sagt.

Wer sich anmeldet, kriegt aufgetragen, „einen Querschnitt aus dem heimischen Kleiderschrank“ mitzubringen. Damit die Beraterin dem Kunden vor Augen führen kann, wie sehr er bisher neben seinem eigenen Stil hergelatscht ist bei der farblichen Auswahl seiner Klamotten? Und vor allem, dass er zu viel gekauft hat von dem Zeug, das ihm nicht steht.

Unser Gast hat außer den Sachen, die er am Leibe trägt, nichts dabei. Leichter gekleidet halt, wie er meint. Von wegen! „Mode ist, was in den Geschäften hängt. Stil ist, was Sie davon auswählen“, sagt die Dame im Spiegel hinter ihm und drapiert ein paar Farbtücher um den faltigen Hals. Auf dass er selbst herausfinde, was zu ihm passt.

„Sie sind ein Herbsttyp“, findet das weibliche Spiegelbild heraus. Und dem stehen nun einmal „warme Brauntöne, Khaki, Oliv- bis Pistaziengrün, Rost- und Tomatenrot, Honig-, Mais- und Kürbisgelb, Lavendel-, Petrol- und Kornblumenblau“. Na ja, denkt der sich langsam von seinen Schamschüben erholende Kunde, wenigstens hat der kleine Schmutzpfleck auf seinem schwarzen Lieblingspulli einen Stich ins satte Grün.

Die Imageberatung teilt den Menschen ein in vier Farbpaletten. Die beruhen auf Augen-, Haut- und Haarfarbe, dazu auf der Hautpigmentierung. Dem Frühlingstypen stehen Tulpenrot und Krokusblau, dem Sommertypen Bordeaux und Mintgrün, dem Wintermenschen „kalte Farben“ wie Königsblau und Rot.



Vier Farbpaletten für den Menschen: Image-Beraterin Hedi Mönig. —FOTO: LENZ

„Die Leute kaufen, was ihnen gefällt. Nicht, was ihnen steht“, klagt Heidi Mönig. Und sie fügt an, dass die Männer noch nicht so „modeversaut“ seien wie die Frauen. Die Farbpalette zum richtigen Outfit (Schuhe eingeschlossen) helfe Geld sparen beim Kleiderkauf. Zum guten Image gehöre auch das passende Brillengestell und – in der Tat, auch für Männer – kosmetische Tipps und Frisurratschläge sowie die drängende Frage, ob der Zauselbart unbedingt sein muss.

All das und dazu die Möglichkeit, dass die Image-Beraterin ihre Tätigkeit auch um eine Begleitung bei Einkäufen erweitert, sollen das Selbstwertgefühl heben. Und die Sicherheit, es von nun an beruflich wie privat richtig anzugehen. Neben Einzelpersonen buchen auch Firmen bei der Speyererin, die das Ansehen ihrer Angestellten und des ganzen Unternehmens steigern wollen.

„Es bringt einem wirklich etwas“, versichert denn auch Mönig-Kunde Armin Richter (46). Der Speyerer Handwerker mit viel Kundenumgang fühlt sich „einfach besser“, seit er weiß, wie er seine Persönlichkeit besser darstellen kann. Seinen Kleiderschrank hat er schon mal gründlich durchforstet.

Der Journalist wiederum muss nach seinem Beratungsbesuch erst mal mit seiner Frau darüber sprechen. Eventuell auch darüber, wieso sie ihm eigentlich noch nie gesagt hat, dass ihn sein Bart älter macht. Noch älter.