



Neues Arbeitsfeld ImageConsultant Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin

Ich sitze in einem Beauty-Kurs. Die Dozentin ist engagiert. Da fällt der Satz: „Na, wenn Sie mit Ihren Lippen nicht zufrieden sind, können Sie sie ja mit Botox unterspritzen.“ Ich zucke zusammen. Verstohlen blicke ich mich um: Auch andere Teilnehmerinnen machen erstaunte Augen. Drei Sätze weiter: „Gegen die Fettpölsterchen kann man inzwischen auch leicht angehen - durch Absaugen.“ Langsam verschwindet meine Lust auf Schönheitstipps. Aber damit wir uns wirklich dran gewöhnen, wird uns noch das Liftin schmackhaft gemacht. Ich betrachte die Dame da vorne und überlege, welche Falten nun echt oder unecht sind...

Schönheit um der Schönheit willen?

Schönheit gehört zu den Werteklassikern, den Urbedürfnissen der Menschen. Seit wir denken, haben Schönheit, Ästhetik, Stil Katastrophen, Krisen, Höhen und Tiefen überdauert. Das heißt, egal, wie schlecht es uns geht, es wird immer auf ein schönes Gesicht oder einen gut gestylten Menschen geguckt! Schönheit erhöht die Karriere-Chancen, wurde an der Universität Regensburg nach einer Studie 2002 festgestellt. Ein gut gestylter Auftritt beeinflusst die Beziehung zum Gegenüber, den so genannten ersten Eindruck. Goethe meint: „An der Farbe der Kleidung lässt sich die Sinnesweise, an dem Schnitt die Lebensweise des Menschen erkennen.“ Inzwischen wird nicht nur an der Kleidung „herumgeschnitten“.

Doch Schönheit um der Schönheit willen, Stil, um „nur“ gestylt zu sein, hinterlässt beim anderen schnell den Eindruck von etwas Fadem. Rasch wird die Parallele zu „Maske/rade“ oder „die Jacke passt nicht“ gezogen. Was fehlt, um stimmig aufzutreten, sind Faktoren wie „Authentizität“ und „Persönlichkeit“.

Schönheit als Suchtfaktor

Doch gerade hier jagen viele Menschen, unterstützt von Medien und Industrie, einem vermeintlichen Idealbild hinterher. Die Sucht nach schönerem Aussehen und damit einem verheißungsvolleren glücklichen Leben lässt viele schon zu Selbstverleugnung, sprich Skalpell greifen. Dass durch ein „modelliertes Gesicht“ nicht automatisch das Glück kommt, bemerken die meisten erst hinterher. Folgen sind noch mehr OP's und psychosomatische Krankheitsbilder.

Die Verlagsleiterin einer großen Kosmetikzeitschrift erzählte mir auf einer Kosmetikmesse von dem Dilemma der Beauty-Branchen: Immer mehr Menschen würden sich auf den Wellness- und Beauty-Trip begeben. Wobei nichts gegen optische Ver-

schönerungen zu sagen ist, wenn es zu den Menschen passt. Es gibt inzwischen wunderbare Kosmetik, die der Haut gut tut. Und wenn ich meiner natürlichen Schönheit dekorativ nachhelfe, dann streichele ich damit auch meine Seele. Doch oft ginge es nur nach der Optik, meinte sie. Die Seele wird vergessen. Viele versuchen ihre Unzufriedenheit über Schönheits-OP's wegschneiden zu lassen. Doch die alten Glaubenssätze behalten sie. Notwendig wäre aber zunehmend die Auseinandersetzung mit eigenen Werten und Anschauungen.

ImageCoaching kann stärken

Dagegen verstärkt die Betrachtung der kleinen, menschlichen Schwächen als persönliche Besonderheit, die Stärkung der Stärken, das In-sich-Ruhen das eigene Selbstwertgefühl und die eigene Ausstrahlung. Natürliche Schönheit und Ausstrahlung führen fast zwangsläufig zu mehr Erfolg, laut einer WZB-Studie aus dem Jahre 2003.

Dieses Ziel, die Stärkung der Persönlichkeit, kann durch ein ImageCoaching gezielt unterstützt werden. Es öffnet Türen zu den eigenen Edelsteinen, die jeder in sich trägt und versöhnt mit dem eigenen Anderssein. Ein ImageConsultant muss vor allem zuhören und Fragen stellen können. Er beherrscht die Methodenklaviatur. Dogmen gibt es nicht, aber viel Wissen über Wirkungszusammenhänge von Farbe und Form und sozialem Umfeld.

Neuen Trend bedienen: SELFNESS

Der ImageConsultant/ImageCoach passt zum neuen Trend, Selfness genannt. Wellness habe sich inzwischen abgenutzt, so die Verlagschefin. Selfness bedeutet Rückbesinnung auf meine Fähigkeiten, Ausbau meiner Fertigkeiten und vor allem ressourcenvoller Umgang mit diesen im beruflichen und privaten Bereich. Es geht um innere Balance, die sich nach außen zeigt.

„Ratschläge sind wie abgelegte Kleider. Man zieht sie nicht gern an, auch wenn sie passen“, könnte frei nach Thornton Wilder das Credo eines ImageConsultants sein. Ein ImageCoach verhilft zu Selbsterkenntnissen, z.B. durch

- das Wissen über die **psychologische Wirkung von Farben** - an mir und um mich;
- **Interieur-Farbberatung**, denn die Farben unserer Umgebung wirken stark auf die Psyche, beeinflussen unsere Arbeits- und Lebenszufriedenheit;
- eine **Farbtyp- und Stilberatung**. Der Gecoachte erkennt dadurch seine eigenen Wirkungsfaktoren. Dazu gehören die zu seinem Hauttyp optimal passenden Farben. Abgeleitet aus seinen Zielen werden figurunterstützende Kleidungsvarianten entwickelt;
- das **BeautyCoaching**. Es begleitet und unterstützt den Coachee in seinem Wachstum, beim Herausfinden der eigenen Stärken, beim Definieren der eigenen wohlgeformten Ziele und Wünsche, beim Entwickeln von Lösungsstrategien auf dem Weg zum „schönen - sich akzeptierenden“ Wesen;
- die Kenntnis von **modernen Umgangsformen** in Business und Gesellschaft;
- die Beachtung ethischer und sozialer **Grundwerte**.

Kompetenzerweiterung für Trainer

Durch ImageCoaching können Trainer und Berater bzw. Coaches ihre Dienstleistungen erweitern. Laut der Zukunftsforschung liegen Themen zur Lebensberatung im Trend und haben Wachstumschancen.

Anbieter zur Ausbildung zum ImageConsultant gibt es einige in Deutschland. Meist sind diese auf die Zielgruppe Kosmetik / Friseur / Beauty ausgerichtet. Achten Sie bei der Auswahl auf Ihre Zielgruppenspezifika.

Hilfreiche Auswahlkriterien

Verfügt der Anbieter / die Ausbildung über:

- ☐ eine fundierte Trainer- und Coach-Ausbildung?
- ☐ eine Vermittlung des didaktischen Know hows?
- ☐ einen modularen Aufbau, zwecks Wissenstransfer und Reflexion, inklusive Nachbetreuung?
- ☐ Fachkompetenz auf den Gebieten Farbe-Stil-Image, Visagistik und soziale Zusammenhänge?
- ☐ eine Ausrichtung auf Trainer/Berater?
- ☐ eine Individualisierung durch kleine Gruppen?
- ☐ einen humanistischen Werteansatz und Wertschätzung des Menschen jeglicher Altersklasse?
- ☐ Referenzen?

Katrin Seifert, Jahrgang 62, Dipl.-Soziologin, Kommunikationsberaterin (F. Schulz von Thun), ImageTrainerin und Coach, NLP-Master, Farb- und Stilberaterin, Visagistin. Inhaberin von **kimages Training+Beratung**. Bietet Ausbildung zum ImageConsultant für Trainer / Berater an.

kimages Training+Beratung

Dipl.-Soziol. Katrin Seifert

Am Kolonieweg 26, D-14798 Tietzow

Tel. 033834-40914, Fax 033834-40915

info@kimages.de; www.kimages.de