

Der modische Mann – das unbekannte Wesen?

Typ- und Stilberatung: Für Frauen eigentlich nichts Neues. Aber wie sieht es denn mit den Herren der Schöpfung aus? Rodenstock bietet im Rahmen seiner „Platinum World“-Erfolgspakete und der Akademie auch eine Imageberatung für Männer an. Wie eine solche Beratung genau aussieht und was man dabei alles erleben kann – die DOZ fragte nach bei den beiden Typberaterinnen Claudia Federhenn und Rose Reich.

Seit wann „verschönern“ Sie denn die Herren der Schöpfung schon?

Federhenn: Als gelernte Augenoptikerin gehört es zu meinen Tätigkeitsfeldern, meinen Kunden anhand von vielfältigen Brillenfassungen und Brillengläsern einen modischen Auftritt zu verschaffen. Darunter befinden sich natürlich auch Herren. Seit einigen Jahren habe ich mich als Imageberaterin in Sachen Farb-, Stil- und Brillentypberatung weitergebildet und übe die Beratungen u. a. für Rodenstock in meiner Selbstständigkeit mit großem Erfolg aus.

Reich: Bereits seit 1985 bin ich als Imageberaterin für Rodenstock aktiv und verschönere seit 1986 auch die Herren.

Gehen Sie bei den Herren anders vor als bei den Damen oder gibt es da keine Unterschiede?

Federhenn: Jeder Mensch ist einzigartig, unabhängig von Alter und Geschlecht. Deshalb ist es mir auch ein besonderes Anliegen, mich auf jeden meiner Kunden einzustellen, um ihn ganz individuell beraten zu können.

Reich: Nun ja, bei den Herren verwende ich kein Make-up (lacht).

Haben Sie regionale Besonderheiten bzw. Stadt-Land-Unterschiede feststellen können?

Federhenn: Festzustellen ist, dass das Modeangebot in den Großstädten eindeutig größer und vielseitiger ist als auf dem Land. Meine Kunden sind Modetrends gegenüber offener und bestimmen diese mit. Auf dem Land spielt die Tradition sicherlich eine große Rolle, und Gilden, Schützen und Volkfeste prägen die Mode mit. In den Städten oder Großstädten überwiegen Singlehaushalte. Die Konkurrenz auf den Bewerbungs- und Arbeitsmärkten ist enorm, und viele möchten sich durch ihr Auftreten und ihre Persönlichkeit hervorheben. Insofern spielen hier Imageberatungen eine bedeutendere Rolle als auf dem Lande.

Wie läuft eine solche Beratung generell ab?

Federhenn: Zusammen mit dem Kunden entwickle ich aus folgenden Bausteinen sein persönliches Image: Dresscodes, Unternehmensphilosophie, Alter, Persönlichkeitsstrukturen, Farbanalyse und Proportionsanalyse des Gesichts. Gold-/Silber-Überprüfung, Materialwelten, Stilrichtung und Facetten, Geschmack des Kunden, aktuelle Bedürfnisse und Ziele.

Reich: Ich gehe nach den folgenden Punkten vor: Hautanalyse (wegen der Rasur), Gold-/Silber-

Test, Nutzenerklärung der Garderobe im Einklang mit passenden Farben zur Jahreszeit, Gold-/Silber-Test zum Test von Veränderungen im Gesicht: Nase (größer/kleiner) – Augen (matt/strahlend) – Haut (fein-/großporig) – Kontur (rund/schmal), bei passender oder nicht passender Fassung werden die gleichen Veränderungen wie beim Gold-/Silber-Test geprüft.

Wie viele Beratungen führen Sie durch und wie viele davon für Männer? Welche Altersgruppen?

Reich: 30 bis 40 Prozent meiner Kunden sind ab ca. 40 Jahre alt. Die männliche Zielgruppe ist sehr lukrativ. Wenn man seine Kunden gut berät, kommen sie garantiert wieder.

Federhenn: Imageberatungen werden überwiegend von Frauen in Anspruch genommen, und zwar meist im Frühjahr und Herbst zum Saisonwechsel. Sie lassen sich von den neuen Kollektionen in den Geschäften inspirieren und möchten mit der Imageberatung ihr Selbstbewusstsein stärken. Ich berate aber auch die „Herren der Schöpfung“. Hier ist die Hemmschwelle etwas größer, die männliche Kundschaft bietet aber großes Potenzial. Bietet man als Augenoptiker eine überzeugende Beratung an, so trägt dies erheblich zur Bindung begeisterter, auch männlicher Endkunden bei. Im Allgemeinen sind meine Kunden im Schnitt 35 bis 60 Jahre alt.

Eine Herren-Beratung, die Ihnen besonders in Erinnerung geblieben ist?

Reich: Das war die Beratung eines Hautarztes, der gar nicht genug Fragen stellen konnte. Von ihm habe ich einen sehr netten Dankeschön-Brief erhalten, über den ich mich riesig freute.

Federhenn: Ein junger Mann kam mit einem Gutschein über eine Imageberatung zu mir und stand der Beratung zunächst skeptisch gegenüber. Umso mehr beeindruckte ihn das Ergebnis. Dass Farben und Formen soviel Auswirkung auf sein Aussehen haben können, hätte er nicht gedacht. Besonders überraschte ihn, dass seine individuellen Imagefarben mit seinen Charaktereigenschaften korrespondieren. Durch die Beratung fühlt er sich sicherer und ist überzeugt, dass er zukünftig auch ohne fremde Unterstützung schneller und typgerechter einkaufen kann.

Herzlichen Dank für das Interview! (pe)



Rose Reich

Top-Visagistin und Dermatikerin, Dozentin mit umfangreicher Schulungs- und Beratungserfahrung, Tätigkeit für Film und Fernsehen, langjährige Erfahrung in der Augenoptik u. a. in den USA.



Claudia Federhenn

Integrative Farb-, Stil- und Imageberaterin, Augenoptikerin, Verkaufsexpertin, langjährige Erfahrung als Promoterin in der Bekleidungsindustrie.