

Wellness und Beauty



Georg Stiels, 40,
Imageberater

Ausbildung:

1985 bis 1989 Theologie- und Philosophiestudium in Bonn und München.
1989 bis 1990 Noviziat bei den Benediktinern Königsmünster, Meschede.
1990 bis 1993 Modeschule Esmod München: Ausbildungen zum Schnittmacher und Diplom-Designer; Zusatzausbildung Herrenschnitte. Während des Studiums gewinnt er den ersten Preis beim Smirnoff-Fashion-Award.

Beruflicher Werdegang:

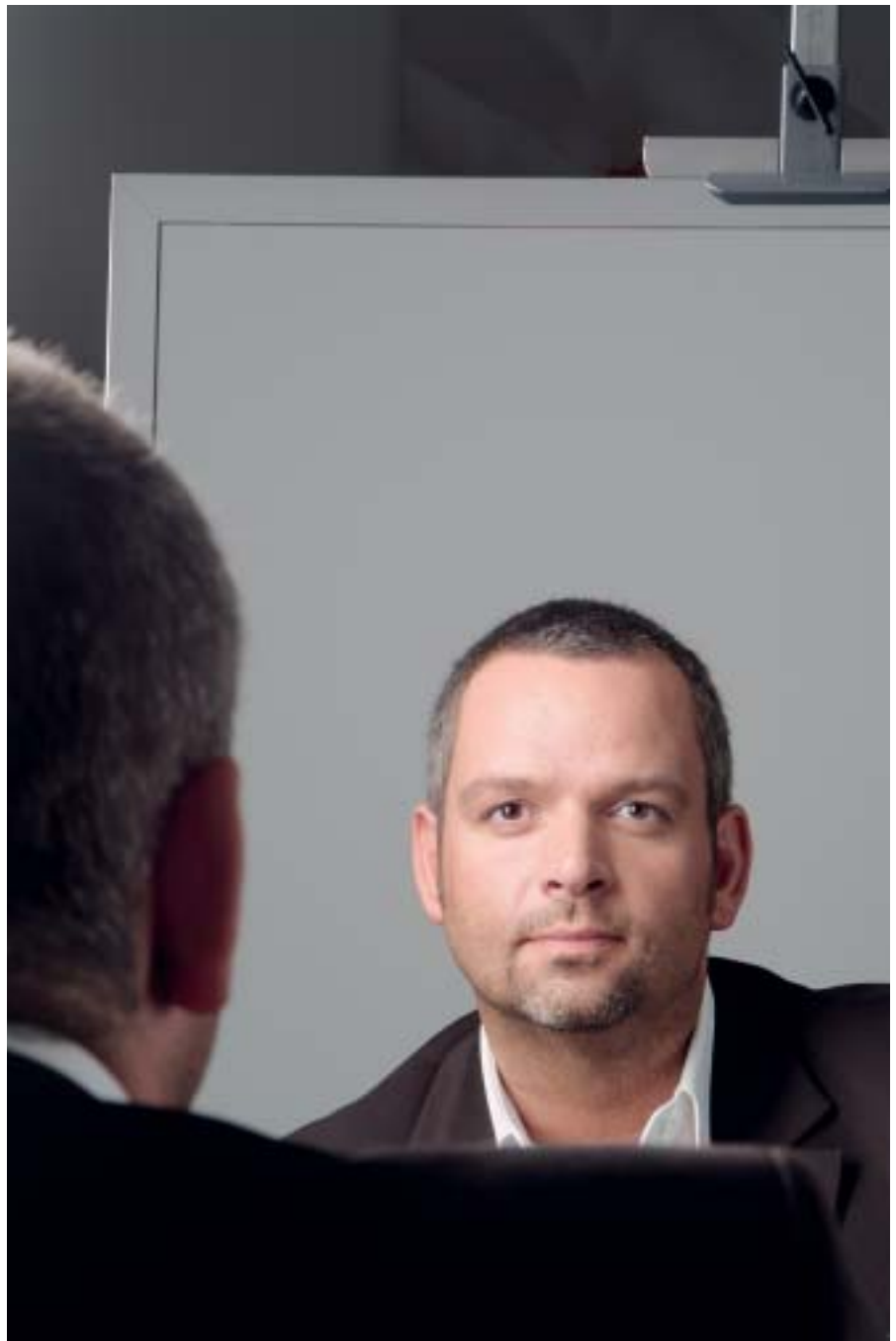
1994 bis 2002 verschiedene Stationen bei namhaften Designern: Verkäufer bei Sonja Bogner, dann Einkäufer für Rosy Maendler in München. Später Produktkoordinator bei Escada und Stylingkoordinator für Rena Lange. Zuletzt Chefdesigner bei Fink. Darüber hinaus Inneneinrichter für verschiedene Projekte und Modefirmen.

Kontinuierliche Weiterbildungen:

Farbe, Stil, Image, Visagistik, Etikette; auch Rhetorik, Firmenberatung etc.

Jetzige Tätigkeit:

Seit 2003 selbstständiger Imageberater für Privatpersonen und Firmenkunden.



„Mein wichtigstes Arbeitsinstrument sind die Ohren: Genau zuhören, den Menschen erfassen, das muss ein guter Berater können. Einfach ein Image überstülpen, das funktioniert nicht.“



Der erste Eindruck hat keine zweite Chance

Silber, Grau, Weiß, mehr Farben gibt es auf den ersten Blick nicht bei dem Farb-, Stil- und Imageberater Georg Stiels: „Ganz clean, das bin ich. So fühle ich mich am wohlsten“, sagt er und lehnt sich auf den runden Tisch, an dem er die Vorgespräche führt. Er müsse sein Können nicht unter Beweis stellen, indem er Farbtöpfe hinstelle. Das lasse mehr Platz für die freie Entfaltung des Kunden. Zugewandt, interessiert, ganz Ohr ist der ehemalige Benediktiner: „Meine Ohren“, sagt er, „das sind meine wichtigsten Arbeitsinstrumente.“ Und Zuhören, das hat er während seiner pastoralen Ausbildung gelernt: Theologiestudium, Klosterzeit, Sterbebegleitung.

Enttäuscht von der Kluft zwischen Ideal und Wirklichkeit, ließ Stiels die Klostermauern 1990 hinter sich. „Jetzt mache ich nur noch etwas mit schönen Dingen“, sprach und tauschte das Mönchsgewand gegen einen Anzug, die Bibel gegen eine Nähmaschine, das Noviziat gegen einen Platz an der renommierten Modeschule Esmod. Dann legte er los: Schnittmacher, Diplom-Designer, Zusatzausbildung Herrenschnitt, Mode-Preis. „Acht Stunden Schule, acht Stunden Nähen. Nachts habe ich versucht, die Schneiderlehre, die ich nicht hatte, auszugleichen.“

Radikaler Bruch? „Nein, gar nicht“, meint Stiels. „Nichts, was ich jemals gelernt habe, war vergebens.“ Schließlich gehe es bei der Imageberatung nicht nur ums Aussehen, sondern auch um gesellschaftliche Normen und eine Änderung des Lebensstils: Der frisch gekürte Vorstand, der den dunkelblauen Anzug ablegen möchte, um jünger und dynamischer zu wirken. Die Verkäuferin, die gern in einer Edel-Boutique aufsteigen möchte und mit Stil und Etikette zahlungskräftige Kunden ansprechen will. Der nette, aber ungepflegte Single, der sich wundert, dass alle Frauen nach dem ersten Treffen das Weite suchen. Oder die Mitarbeiter von BMW-Mini, die die Firma in die Schulung schickt, damit sie dem Image der Marke entsprechend auftreten.

Trotz pastoraler Vorbildung – psychologische Betreuung darf Stiels als Imageberater nicht leisten. Aber unterstützen und begleiten kann er Veränderungsprozesse, indem er nicht nur optimale Farben und Schnitte zusammenstellt, sondern den gesamten Kleiderschrank durchforstet, Einkaufstage mit seinem Kunden einlegt und die Wohnung auf Vordermann bringt. Auch das hat er gelernt, als Inneneinrichter – der letzten Station vor seiner Selbstständigkeit.

Etliche Seminare hat er in den letzten Jahren belegt: Farbe, Stil, Image, Rhetorik, Firmenberatung, um nur einige zu nennen. Die meisten bei einer privaten Hamburger Akademie, an der er heute selbst unterrichtet. Dort vermittelt er, was seiner Meinung nach den meisten Imageberatern fehlt: Das Gespür für Mode und Trends!

Besonders am Herzen liegen ihm die Damen mit den großen Größen. „Die sind sehr dankbar, wenn ich ihnen zeige, dass sie sich nicht in Zelte hüllen müssen.“ Immerhin, auch seine Mutter trägt Größe 52 und er selbst bringt es auf Größe 56. Er grinst: „Vielleicht sind sie mir auch deshalb besonders sympathisch.“

Immer mehr Männer kommen zu Stiels, selbst Männer-Make-up ist kein Tabu mehr. Er selbst geht vorsichtig damit um, ist nur gepudert, weil er gerade von seiner Sendung auf dem Verkaufskanal HSE24 kommt. Showbiz eben! Aber – und da spricht wieder der Theologe aus ihm – so sehr auch die inneren Werte zählen, das Äußere werde oft unterschätzt. „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“, so Stiels. Und er muss es wissen: Etliche Vorstellungsgespräche, TV-Auftritte, Kundenberatungen, stets hat er überzeugt – und nicht zuletzt durch stilechtes Auftreten! ■

Imageberatung ist mehr als Farbanalyse und Stilberatung. Es geht vielmehr darum, dem Menschen und seiner speziellen Lebenssituation gerecht zu werden. So kommt Consultant Georg Stiels das Theologiestudium heute noch zugute.