

„Einmal Power mit Glamour, bitte!“

Personality Styling: Make-up mit Tiefgang

Wer bin ich – und vor allem: wie viele? Oder anders gefragt: Wie wirke ich wirklich? Und wie will ich eigentlich wirken?



Hairstylist Oliver Metzler und Make-up-Artistin Andrea Leicher haben die A + O Methode entwickelt, die das Potential eines jeden Menschen ans Licht bringt und seine (gewünschte!) Wirkung positiv verstärkt.

Dass Kosmetik nicht oberflächlich ist und unser Outfit nicht nur äußerlich wirkt, weiß jeder Mensch, der sich schon einmal mit der Wirkung von Farben und Formen beschäftigt hat. Im Beautybereich gehört es für Profikosmetiker*innen zum Business as usual, der Kundin und dem Kunden das Bestmögliche zu bieten. Trends werden ebenso berücksichtigt wie individuelle Bedürfnisse. Oft wissen Ihre Kund*innen, was sie wünschen und können ihr (kosmetisches) Ziel klar benennen (reiner Haut, längere Wimpern, stylisches Make-up etc. ...).

Aber mal angenommen, eine Kundin kommt in Ihr Institut und sagt: "Ich weiß gar nicht genau, wer ich eigentlich wirklich bin oder wie ich auf andere wirke." Oder, konkreter: "Ich übernehme im Job eine verantwortungsvolle Position und möchte mehr Führungsstärke ausstrahlen." Oder: "Ich muss mich als Frau in einer Männerdomäne durchsetzen und brauche mehr Sichtbarkeit." Ganz gleich, ob Mann oder Frau, alt oder jung – wir alle spielen unterschiedliche Rollen im Leben und sind vielfach gefordert. "Wir sind viele", sagen die Styling- und Persönlichkeits-Coaches Metzler und Leicher. Und das ist auch gut so! Hauptsache, wir wissen, wie wir wirken und wie wir wirken wollen – und vor allem: mit welchen Tricks und Tipps wir das erreichen können.

Wir haben den beiden Profis einen Seminartag lang bei ihrer Arbeit fasziniert zugeschaut – und verraten Ihnen hier in unserem Augustbeitrag exklusive Highlights anhand einiger Praxisbeispiele:

Entdeckung der eigenen Persönlichkeit(en!)

Ein sommerlicher Sonntag im szenischen Frankfurter In-Viertel Nordend: In einem lichtdurchfluteten Loft erwarten Andrea Leicher und Oliver Metzler ihre Kundinnen, die sich für das A+O-Seminar ["Wie wirke ich wirklich?"](#) angemeldet haben. Es gibt eine Tafel, Schminkutensilien, eine Kleiderstange mit farbenfrohen Outfits und, natürlich, auch einen Ganzkörperspiegel. Aber der viel wichtigere Spiegel ist unser Gegenüber, der nicht nur Feedback zu unserer äußeren Erscheinung gibt, sondern auch unsere innere Einstellung widerspiegelt.

"Menschen sind wie ein Spiegel für euch, und das Äußere ist immer ein Spiegel des Inneren", leiten die beiden Coaches den theoretischen Teil des Workshops ein und machen von Anfang an klar: "Wir wollen spielerisch mit uns umgehen und aus der Bewertung rausgehen". Wir heißt in diesem Fall auch jede(r) Einzelne, denn in uns stecken viele Persönlichkeiten. "Wir sind viele und durchlaufen viele Lebensphasen", sagt Andrea. Der Körper ist die Hardware, das "Drumherum" die Software. **Will man authentisch wirken, sollten Hardware und Software zusammenpassen**, was meistens in den Farben zum Ausdruck kommt. Aber auch die Haare sagen etwas aus: Wo trage ich meinen Scheitel, links auf der weiblichen/emotionalen Seite oder rechts auf der männlichen/analytischen Seite? Trage ich einen Pony, der mich zurückhaltend wirken lässt, oder eine "königliche" Hochfrisur mit Dutt "als Krönchen"? All dies können wir ausdrücken, wenn wir wollen. Und Hairstylist Oliver kann in Haaren umsetzen, was Menschen verbal beschreiben (zum Beispiel: Ich möchte rebellischer wirken"). **In diesem Workshop sollen beide Fragen "wie wirke ich wirklich" und "wie will ich wirken" sichtbar gemacht werden.**

Über die A + O Methode "Wie wirke ich wirklich?"



Hier sind die Prototypen der vier Grundaspekte "Stirn, Wange, Kiefer und Asymmetrie" verbildlicht – wobei natürlich niemand zu 100 Prozent nur einen einzigen Grundaspekt besitzt, sondern immer verschiedene Aspekte in sich vereint (den einen mehr, den anderen weniger).

Bevor der praktische Teil startet und jede einzelne Kundin sich in die erfahrenen Stylinghände von Make-up-Artistin Andrea und Hairstylist Oliver begibt, stellen die Coaches [ihre Methode](#) vor – und zwar in theaterreifen Rollenspielen. Sie schlüpfen in vier verschiedene Rollen mit jeweils unterschiedlicher Kleidung, verschiedenfarbigen Make-ups, [Accessoires](#) und Frisuren. Auch die Stimme, die Ausdrucksweise und die Haltung wechselt nach jeder Vorstellung, welche die vier Grundaspekte des Menschen verdeutlichen sollen. **Diese Aspekte heißen "Stirn", "Wange", "Kiefer" und "Asymmetrie" und stehen für bestimmte Persönlichkeits-Typologien.** Da niemand jedoch zu 100 Prozent nur einem Aspekt entspricht, ergeben sich verschiedene Mischtypen, Andrea und Oliver sprechen insgesamt von 17 Typologien. Zwei von ihnen werden wir hier als Beispiel vorstellen.

Die Bedeutung der Grundaspekte

Die A + O Methode basiert auf den von Inge Geisberg entwickelten vier Grundzügen im menschlichen Wesen, die diese (ursprünglich auf Französisch) als Wange-, Kiefer-, Stirn- und Asymmetrie-Aspekt bezeichnet. **Dem zugeordnet werden auch die Begriffe des Melancholikers, Sanguinikers, Phlegmatikers und des Cholerikers sowie die jeweiligen Elemente und Jahreszeiten.** Andrea Leicher und Oliver Metzler gehen davon aus, dass jeder Mensch diese Aspekte in sich trägt, jedoch in verschieden stark ausgeprägter Form. Anhand des Äußeren können sie erkennen, zu welchen Anteilen der jeweilige Aspekt bei einem Menschen sichtbar wird und so auch eine Rolle für sein Wesen spielt. Zeigt sich ein Aspekt zu mindestens 20 Prozent bei einer Person, kann ihr dieser Aspekt zugeordnet werden. Die beiden Beauty-Experten und Spezialisten der nonverbalen Kommunikation können auf diese Weise 17 Typologien bestimmen und jedem Menschen einen neuen individuellen Zugang zu sich selbst ermöglichen.

Grundaspekt Stirn:

- Gerade breite Stirn, feine Augenbrauen/Nase/Lippen, breite gerade Schultern, spitzes Gesicht und spitzer Torso, trockene feinporige Haut, feine Haare ("Mache ich mir die Haare glatt, will ich fein wirken")
- Innenhalten/lautloses Auftreten, fein, erlesen, elegant, "Noblesse oblige"
- sitzen gerade/aufgerichtet (innere Aufrichtigkeit), Blickfeld ist fokussiert (geradeaus), Blick nach innen, introvertiert
- Farben: hellblau, beige, grau, dumpfe träge Farben, pastellig, "greige" (Erfindung von Armani)
- Kleidung: feinste Stoffe, keine Labels, "less is more"
- "No make up Look"
- Der Stirnaspekt ist der Jahreszeit Sommer und dem Element Wasser zugeordnet, Typ Phlegmatiker
- Promi-Beispiel: Grace Kelly / Ryan Gosling

Grundaspekt Wange:

- Herzförmiges Gesicht, runde Augenbrauen, üppige Lippen, Sanduhr-Figur, schmale Gelenke
- Wangenmenschen stehen gerne im Mittelpunkt, tragen gerne roten Lippenstift und lange Wimpern – sie sind das Gegenteil der Stirnmenschen
- Wangenmenschen bringen das Innere nach außen, sind herzlich und liebevoll ("Ohne den Wangenaspekt gäbe es keine Museen, keine Kunst, keine bunten Farben"); wenn es im Äußeren nicht zum Ausdruck kommt, dann über die Sprache

- Bühnenaspekt, Muse, Scheinwerferdasein, Seele, Begegnung, Berührung, Marketingkünstler, Glitzer, kindlicher Aspekt, typischer Dandy/Hipster ("Wangenmenschen bringen Leben in die Bude")
- Farben: Pink, Korallenrot, Maigrün, Gelb, Türkis
- Der Wangenaspekt ist der Jahreszeit Frühling und dem Element Luft zugeordnet, Typ Sanguiniker
- Promi-Beispiel: Typ Marilyn Monroe / Jude Law

Grundaspekt Kiefer:

- Kurze breite Stirn, tiefer Haaransatz, großer Mund, volle Lippen, dicke goldene Haare, gesundes Hautbild, schöne Zähne, robuster Körper, kräftige Gelenke, starke Augenbrauen ("Augenbrauen sind das Abgrenzungsorgan schlechthin")
- Stichworte: Tradition, Geerbtes, Klassiker, ökologisches Bewusstsein, agiert aus dem Herzen heraus, bodenständig, Versorger, Geradlinigkeit, Anpacker, Umsetzer ("gesagt, getan"), mütterlich, Caring-Aspekt, praktisch veranlagt, gemütliches Gemüt, Teamplayer und Familienmensch
- Kleidung: natürlicher Look, tragen gerne großkarierte Hemden, bequeme Anzüge und komfortable Schuhe, eckige (Horn- oder Holz-)Brillen
- Farben: Braun, Curry, Orange, Tannengrün (Herbstfarben)
- Der Kieferaspekt ist der Jahreszeit Herbst und dem Element Erde zugeordnet, Typ Melancholiker
- Promi-Beispiel: Typ Susan Sonntag / Theo Waigel

Grundaspekt Asymmetrie:

- Rautenförmige oder ovale (unterschiedliche) Gesichtsform, spitze, oft unterschiedliche Augenbrauen, schiefer Mund, unruhiges oder schneewittchengleiches Hautbild, Drakulazähne, wilde Mähne oder Haare wie Ebenholz, ungewöhnliches von der Norm abweichendes Erscheinungsbild oder überirdisch schön
- Forscher Gang ("die Menge teilt sich!") oder würdevoll schreitend
- Zwei Aspekte vereint: schwarz wie die Nacht und hell wie der Tag (aufbrausend, anstrengend, laut, unberechenbar – oder aber genau das Gegenteil), extrem ordentlich oder total chaotisch und unaufgeräumt ("Loft oder Höhle – immer im Transit")
- Visionäre / Interesse an allem, was außergewöhnlich und nicht Mainstream ist / Klarheit in Sprache und Entscheidung / Extreme
- Farben: kühler Farbaspekt, Schwarz/Weiß (gemustert), Royalblau, Magenta, Neon ("Willst du das Feuer schüren, musst du schwarz-weiße Muster anziehen" / Im Gegenzug: schwarz-weiße unifarbene Kleidung wie Kellner oder Nonnen symbolisieren das Dienende)

- Der Asymmetrieaspekt ist der Jahreszeit Winter und dem Element Feuer zugeordnet, Typ Choleriker
- Promi-Beispiel: Typ Lady Gaga / Klaus Kinski

"Ich will mehr Power ausstrahlen!" – die Verwandlung in ein kraftvolles Bühnenoutfit

"Als Sängerin wünsche ich mir eine Bühnenpräsenz mit mehr Wow-Effekt", sagt die erst 19-jährige Musikerin, die seit vielen Jahren Live-Auftritte hat – und sich jetzt "einfach mal neu erfinden" möchte. Nach kurzer Analyse des "Ist-Zustandes" (schlanker Körper, aufrechte Haltung, Alabaster-Haut wie Schneewittchen) sind die Styling-Profis sich einig: **"Wenn das Thema Asymmetrie jetzt aufgenommen und der Wangenaspekt verstärkt wird, könnte sie bühnenreifen Kultstatus erlangen"**.

Wie bereits angedeutet, geht es um Grundaspekte und um Typologien. Aus den vier Aspekten ergeben sich – je nach Mischungsverhältnis – 17 verschiedene Persönlichkeitstypologien, denen jeweils bestimmte Eigenschaften zugeschrieben werden:

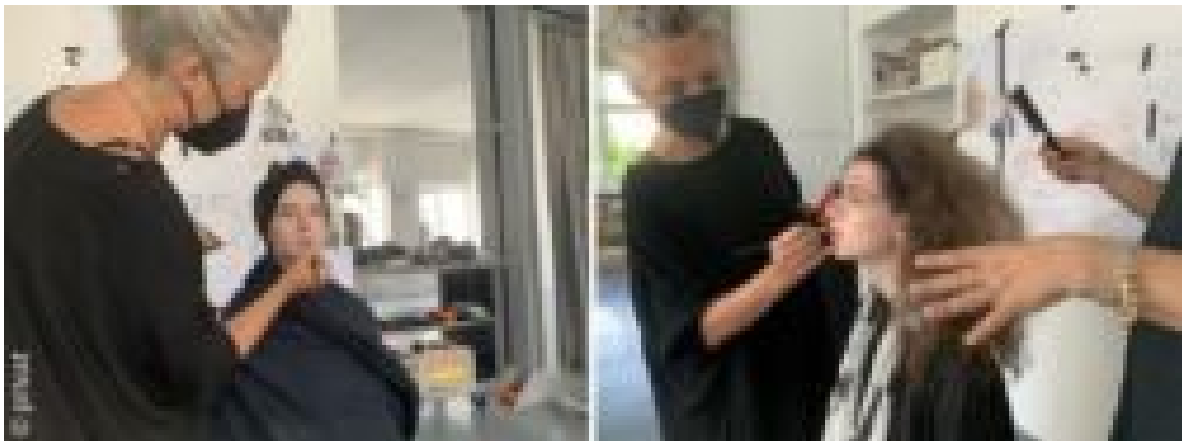


Diese junge Frau ist Sängerin und wünscht sich eine kraftvollere Bühnenpräsenz. "Mehr Power, und gern auch ein bisschen Glamour!" Oliver Metzler überlegt sich wohl gerade eine passende Frisur...

Beispiele für Typologien (Mischformen der Grundaspekte):

- Typ **Rebelle**: "erst mal nein", 50 Prozent Asymmetrie / 50 Prozent Wange
- Typ **Glamour**: "kam, sah, siegte", 50 Prozent Stirn / 50 Prozent Wange

- Typ **Bohémienne**: "verbummeltes Genie", 40 Prozent Kiefer / 40 Prozent Wange / 20 Prozent Asymmetrie
- Typ **Amazon**: "toujours liberté", 40 Prozent Stirn / 40 Prozent Asymmetrie / 20 Prozent Wange
- Typ **Granite**: "die Säulen der Gesellschaft", 50 Prozent Stirn / 50 Prozent Kiefer
- Typ **Passionante**: "die magische Leidenschaft", 50 Prozent Asymmetrie / 50 Prozent Kiefer



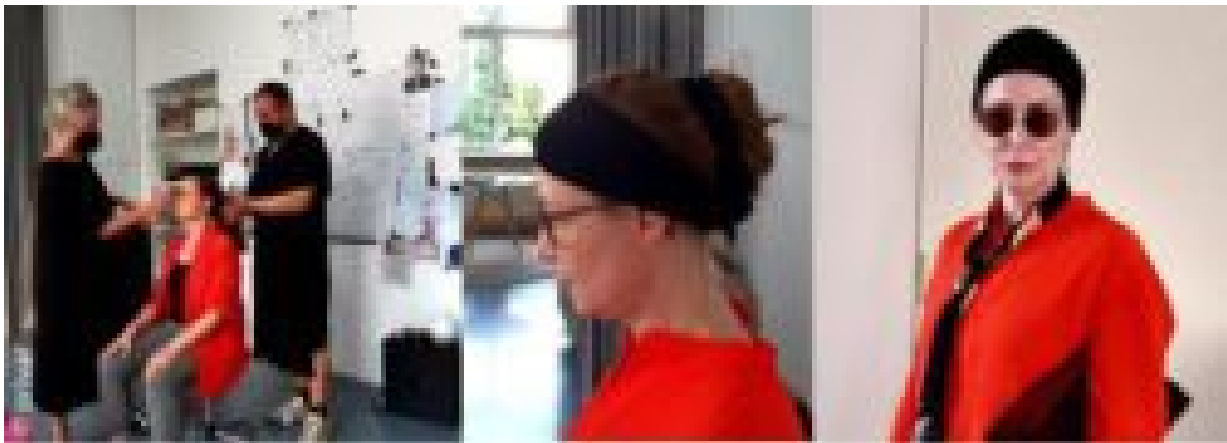
Die junge Musikerin wünscht sich mehr "Rebelle" und mehr "Glamour" – also bekommt sie beim Styling von Andrea und Oliver eine gute Portion "Asymmetrie" (Schwarz-Weiß-Muster, auffälligere Frisur) und noch etwas mehr "Wangenaspekt" (Glitzerohrringe, stylische Accessoires, rote Lippen).



Nach wenigen Handgriffen und in kürzester Zeit fühlt sich die junge Teilnehmerin tatsächlich "wie neu erfunden": "Ich spüre, dass ich innerlich eine andere Kraft entwickle, wenn ich gespiegelt bekomme, welche Wirkung ich allein durch mein

neues Styling auf andere Menschen habe", sagt die Sängerin. Und das Tolle dabei sei es, dass sie jeden Tag neu entscheiden könne, worauf sie gerade Lust habe und wie ihre aktuelle Stimmung sei – heute mehr "Bohémienne" oder lieber etwas mehr "Amazonen"? "**Unser Ich ist eine Zwiebel** – dieser Satz der beiden Profis hat mir besonders gefallen", erzählt die 19-Jährige. Dank der konkreten und detaillierten Styling- und [Make-up-Tipps](#) von Andrea und Oliver (beide übrigens überzeugte "Bohémiennes") weiß die junge Düsseldorferin jetzt, wie sie wirkt und wirken will – und dass sie es weitestgehend selbst in der Hand hat.

"Mehr Sichtbarkeit bitte!" – starke Präsenz durch Styling im Berufsleben



Statement durch Farbe: Der orange-rote Blazer – als Komplementärfarbe zur grünen Augenfarbe – ist ein Eye-Catcher und signalisiert Stärke und Durchsetzungskraft – und ist Teil der Verwandlung von Typus "bodenständig und unscheinbar" (Kieferaspekt) in eine auffällige Persönlichkeit à la "Bohémienne".

"Es darf nicht lange dauern und muss unkompliziert sein", wünscht sich das nächste "Verwandlungsmodell", das eine beruflich verantwortliche Position im Schulwesen innehat. Ihre Vorstellungen sind konkret: Sie will eine gewisse **Autorität ausstrahlen, dabei aber zugleich auch vertrauensvoll und nahbar** wirken.

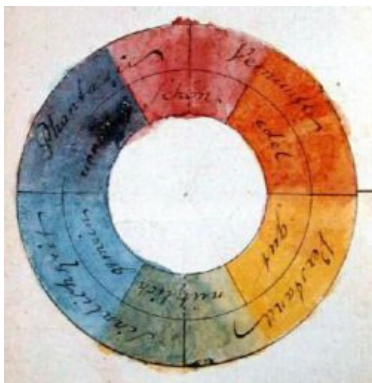
Klingt anspruchsvoll? Ja, durchaus, aber da ist sie bei Andrea und Oliver genau in den richtigen Händen, denn dafür ist die Styling-Methode "A + O" ja gedacht. Sie ist ja deutlich mehr als eine Schminktechnik, sondern geht schon fast in Richtung Persönlichkeits-Coaching. "Das Innere wird sichtbar gemacht" – und "Das Äußere wiederum hat ebenfalls einen Einfluss auf unser Inneres".

Klingt simpel, erfordert aber ein tiefes Einfühlungsvermögen und ein **komplexes Wissen über das Zusammenspiel von Farben, Formen und die vielfältigen und spannenden Eigenschaften von uns Menschen**. In all unserer Diversität, mit all unseren (noch unentdeckten?) Potentialen und vor allem: mit ganz viel Achtsamkeit, Wertschätzung und Respekt gegenüber jedem einzelnen Individuum.

"Wir verwandeln unsere Kund*innen nicht nach unseren eigenen Vorstellungen, sondern wir spiegeln ihnen nur, wie sie wirken (und warum). Aber wie sie wirken WOLLEN, das entscheidet Jede und Jeder für sich. Und jede Entscheidung ist immer die richtige, solange sie wirklich gewollt ist", resümieren die beiden Persönlichkeits- und Styling-Profis am Ende eines spannenden Workshops. Das schönste Feedback sei es, wenn die Kund*innen – wie einst Andrea und Oliver selbst – erkennen: "Es hat mir Freude gemacht, mich kennenzulernen."

Mehrwert für die Beautybranche

Jede Profikosmetikerin und jeder Profikosmetiker weiß um die [Wirkung von Farben](#). Mit der A + O-Methode, die bei farblichen Gestaltungselementen auf Goethes Farblehre zurückgreift, kann dieses Wissen noch vertieft und **mit einem individuellen Persönlichkeitscoaching verbunden** werden. So wird ein Besuch im Kosmetikinstitut, das außer professioneller Hautpflege und Make-up-Beratung auch ein Personality-Styling anbietet, zu einem nachhaltigen Erlebnis mit Tiefgang. Noch mehr Kundenbindung geht kaum!



Die A + O-Methode greift bei farblichen Gestaltungselementen auf Goethes Farbkreis zurück. Die Goethesche Farbenlehre arbeitet mit Komplementärfarben (Farben, die sich im Kreis gegenüberliegen) und schreibt einzelnen Farben bestimmte Eigenschaften wie "schön" oder "edel" zu.