

Martina Michalitsch

Farb- und Stilberaterin für *MM Style & Fashion GmbH*

Sie hält Seminare über Umgangsformen mit Kunden und Kundinnen und kleidet Menschen nicht nur für die Freizeit, sondern auch für den Beruf neu ein. – Immer mehr Privatpersonen und Unternehmen beauftragen Martina Michalitsch. Im Gespräch mit dem **NEWSletter Berufsinformation** hat die *Farb- und Stilberaterin* ihren Ausbildungsweg zur Selbstständigkeit skizziert, ihren Beruf vorgestellt und dabei von den unterschiedlichen Motiven ihrer Kundschaft und den Werten erzählt, die sie durch ihre Tätigkeit vermitteln möchte.



NEWSletter-Redaktion: *Wie würden Sie Ihren Beruf als Farb- und Stilberaterin beschreiben?*

Martina Michalitsch: Ich mache Farb- und Stilberatung für Unternehmen auf selbstständiger Basis seit Anfang letzten Jahres. Mein Tätigkeitsfeld ist vielfältig. Auf der einen Seite berate ich Einzelpersonen. Die Personen kommen dann zu mir ins Haus oder wir treffen uns auswärts und verbinden das gleich mit einem Personal Shopping-Termin. Auf der anderen Seite coache ich auch die Führungen und Mitarbeiter von Unternehmen. Dabei versuche ich

Corporate Identity und Design des Unternehmens in das Erscheinungsbild der Mitarbeiter zu integrieren. Es sind häufig auch die Umgangsformen der Mitarbeiter, die den Kunden vom Kauf abhalten. Deswegen ist es uns wichtig, junge Leute nicht nur über ihr Erscheinungsbild zu beraten, sondern ebenfalls ihre Umgangsformen und ihr Benehmen zu schulen.

NEWSletter-Redaktion: *Welche Ratschläge erteilen Sie?*

Martina Michalitsch: Wir greifen auf die gute alte Benimmschule zurück und kombinieren sie mit neuen Trends. Wir erklären wie eine Begrüßung aussehen sollte, wie ich mich im Büro oder im Kontakt mit Kunden verhalte. Wie sieht die optimale Arbeitskleidung für diesen und jenen Beruf aus und wie schminke ich mich? Bei den Mädels ist das ja ein großes Thema. Es geht auch darum, was wir mit der Kleidung, die wir tragen, signalisieren. Diese Fragen stellen einen Schwerpunkt unserer Arbeit dar. Beraten wir Unternehmen, stimmen wir unsere Inhalte auf den Betrieb, die Positionen und Verantwortlichkeiten der Mitarbeiter ab.

NEWSletter-Redaktion: *Können Sie dafür einen Beruf als Beispiel nennen?*

Martina Michalitsch: Wenn ich eine Bankberaterin suche, dann werde ich wahrscheinlich eine Dame mit großem Dekolleté, falschen Fingernägeln und einem kurzen Minirock nicht einstellen, weil sie keine Seriosität ausstrahlt. So verhält es sich in vielen Berufsbranchen. Wir ha-

ben immer ein Bild von einem Beruf im Kopf und dem sollte man auch gerecht werden. Je seriöser der Beruf, desto klassischer auch das Outfit.

NEWSletter Redaktion: *Wie nehmen Kunden und Kundinnen Ihre Ratschläge an?*

Martina Michalitsch: Sehr gut. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Frauen und Männer unterschiedlich reagieren. Die Männer sind eher pragmatischer und zeiteffizienter veranlagt als die Frauen. Es ist leichter, einen Herren einzukleiden und ihm Tipps und Tricks zu geben, wie er sich im Alltag adäquat kleidet. Bei den Damen gibt es Röcke, Kleider, unterschiedliche Jacken-, Blazer- und Sakkoformen. Die Herren nehmen die meisten Vorschläge schnell und dankbar an. Bei den Damen muss man mehr ins Detail arbeiten, obwohl sie die Arbeit genauso schätzen.

NEWSletter-Redaktion: *Häufig ist davon die Rede, dass Kleidung und Verhalten heute in der Berufswelt lockerer gesehen werden. Wie sehen Sie das?*

Martina Michalitsch: Ich möchte nicht die Individualität des Einzelnen unterbinden. Mode ist Ausdruck von Persönlichkeit und die soll ja unterstrichen werden. Ich propagiere nicht den Einheitsbrei anno 1910. Ich versuche das anders zu transportieren. Ich arbeite mit so genannten Basics, einem Anzug zum Beispiel. Die Basics müssen nicht verstaubt, sie können auch modisch sein. Diese Basics werden durch Accessoires wie Krawatten, Stecktücher oder Taschen in bestimmten Farben ergänzt und vermitteln die eigene Persönlichkeit. Ich bin nicht die Person, die im klassischen Schwarz ihre Seminare hält. Ich passe mich dem Kunden an und gehe mit dem Trend. Ich möchte niemanden in Schubladen stecken. Aber ich glaube, dass die Lockerheit zu stark Einzug gehalten hat und möchte dem ein bisschen entgegenwirken. Alles soll nur mehr cool und lässig sein, ist aber für den Job oft nicht so geeignet. Ich finde, dass kurze, enge, ungebügelte oder ungepflegte Kleidung bei einem Vorstellungsgespräch ein absolutes No-Go ist. Und

man muss nicht sehr viel Geld investieren, damit man adäquat und ordentlich gekleidet ist.

NEWSletter-Redaktion: *Woher kriegen sie die Informationen darüber, welches Auftreten im jeweiligen Beruf erwünscht ist?*

Martina Michalitsch: Zunächst ziehen wir für unsere Beratung die Erwartungshaltungen von Unternehmensführungen heran. Ich habe vor kurzem die Führung einer Steuerberatungskanzlei beraten, die sich konservativ und klassisch gekleidet hat. Ich habe auf ihren Wunsch diejenigen Mitarbeiter der Kanzlei geschult, die für Steuerprüfungen auswärtig tätig sind. Die sind mit Grobstrickpullover und Jeans bei mir im Seminar gesessen und haben nicht eingesehen, wieso sie auf einmal Blazer und Kostüm tragen sollen, nur weil sie einen Kunden besuchen. Letztendlich sollte man einen Stil vorleben, nur eine sehr strenge Unternehmensführung schreibt das einfach vor. Und das geht meiner Meinung nach nur mit einem Dresscode oder mit einem zur Verfügung gestellten Outfit. Es zählt aber noch immer die eigene Empfindung, was einem steht und was nicht. Ich möchte nicht alle in ein Schwarz-Weiß-Kostüm stecken, um Gottes willen.

NEWSletter-Redaktion: *Unterscheidet sich das Outfit nicht nur nach der Branche, sondern auch nach der Tätigkeit und Situation im Arbeitsalltag?*

Martina Michalitsch: Natürlich. Es kommt darauf an, wie mein Tätigkeitsfeld aussieht, mit welchen Kunden ich Kontakt habe und wie die gekleidet sind. Es macht einen Unterschied, ob ich einen Termin auf der Baustelle oder im Büro habe. Wenn ich im Hugo-Boss-Anzug auf die Baustelle fahre, werde ich wahrscheinlich nicht ernst genommen. Man möchte ja Kompetenz vermitteln. Wenn jemand mit kurzen Hosen, Sandalen und weißen Socken hinter dem Schreibtisch sitzt, würde ich mich als Kunde nicht so gut beraten fühlen. Die allgemeine Denkweise ist klischeehaft und diese Klischees bringt man schwer aus den Köpfen heraus. Ich ertappe mich auch selbst dabei, mit bestimmten Berufen bestimmte Kleidungen zu verbinden.

NEWSletter-Redaktion: *Und wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?*

Martina Michalitsch: Das ist ganz verschieden. Ich werde manchmal in Wien oder Graz für Seminare in Firmen gebucht. An einem Tag leite ich nicht mehr als ein Seminar, weil das immer mit Anfahrt und guter Vorbereitung verbunden ist. Personal Shopping-Termine vereinbare ich höchstens zwei pro Tag. Zwischen den Terminen sitze ich an meinem Arbeitsplatz im Büro.

NEWSletter-Redaktion: *Welche Ausbildungsmöglichkeiten gibt es in Ihrem Berufsbereich?*

Martina Michalitsch: Eine fundierte Ausbildung als *Farb- und Stilberater/in* sollte man schon absolvieren. Eine Ausbildung in der Branche, zum Beispiel in einer Modeschule ist sicher vorteilhaft. Es gibt auch Kurse, die zwei Tage dauern. Bei diesen Schnellkursen stelle ich mir jedoch die Frage: Wieviel kann ich in dieser Zeit über ein Berufsbild wirklich lernen?

NEWSletter-Redaktion: *Welche Anforderungen und Qualifikationen muss man als Farb- und Stilberaterin noch erfüllen?*

Martina Michalitsch: Man muss ein bisschen Herzblut mitbringen. Mein ganzes Leben hat sich immer schon um Mode gedreht. Ich glaube, dass man den Beruf, den man gern macht, dann auch gut macht. Ein Gefühl für Mode und Trends ist eine absolute Voraussetzung. Eine weitere Voraussetzung ist, dass man sich für die Arbeit mit Menschen begeistern kann. Auch Kreativität, Flexibilität und Spontanität sind Fähigkeiten, die man in diesem Beruf besitzen sollte. Man darf ruhig ein bisschen verrückt sein und Dinge ausprobieren.

NEWSletter Redaktion: *Welchen Ausbildungsweg sind Sie gegangen?*

Martina Michalitsch: Nach der HBLA-Matura habe ich das Kolleg für Mode und Bekleidungstechnik und die Meisterklasse absolviert. Dann habe ich ein Jahr am Central Saint Martins College in London Kurse im Bereich Design belegt. Anschließend habe ich 10 Jahre lang

als Einkäuferin bei der Kaufhauskette "Kastner & Öhler" in Graz gearbeitet, dort später den Bereich Personal Shopping implementiert, geleitet und betreut. Viele Dinge habe ich in diesen Jahren im Unternehmen gelernt und das fließt in meine heutige Arbeit mit ein. Vor sechs Jahren habe ich die Ausbildung zur Farb- und Stilberaterin gemacht und mich dann selbstständig gemacht.

NEWSletter Redaktion: *Wie viele Personen sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt und welche Ausbildung besitzen die?*

Martina Michalitsch: Ich habe eine Person in meinem Unternehmen fest angestellt, die auch von mir persönlich geschult wurde und im Bereich Design über eine ähnliche Ausbildung verfügt wie ich. Weiters arbeite ich noch mit freien Mitarbeiterinnen zusammen, die alle aus dem kreativen Bereich und der Modebranche kommen.

NEWSletter Redaktion: *Wie würden Sie den Berufsbereich beschreiben? Ist die Farb- und Stilberatung ein neuer Trend?*

Martina Michalitsch: Ich würde eher sagen, dass wir alte Werte neu aufgreifen und ins Bewusstsein der Menschen rücken. Wenn ich mir die aktuellen Debatten über Lehrlingsförderung, Lehrlingsausbildung und Arbeitslosigkeit ansehe, dann finde ich, dass unser Konzept gut in diese Zeit hineinpasst. Viele Werte sind meiner Meinung nach verloren gegangen.

NEWSletter Redaktion: *Von welchen Werten sprechen Sie da?*

Martina Michalitsch: Dazu zählen Stichwörter wie gutes Benehmen, gepflegtes Auftreten und freundlicher Umgang mit Menschen. Es geht darum, sich Gedanken zu machen wie ich mich selbst gut präsentieren und was die anderen von mir erwarten.

NEWSletter Redaktion: *Und wie hat sich der Berufsbereich in den letzten Jahren verändert?*

Martina Michalitsch: Das ist schwierig zu beurteilen, weil ich verschiedene Kunden mit unterschiedlichen Motiven berate. Der Bedarf steigt jedenfalls. Meine jüngste Kundin ist 14, meine älteste ist 97. Die 14-jährige Kundin ist von ihrer Mutter gebracht worden, die gesagt hat: „Bitte machen Sie etwas aus meiner Tochter, damit die beruflich weiterkommt.“ Viele Unternehmen wollen, dass ihre Mitarbeiter für Auswärtstermine gut gekleidet sind. Die 97-jährige Kundin fährt auf ihre letzte Kreuzfahrt und möchte dafür ihre letzten Outfits zusammenstellen. Es ist schon ein Thema, dass meiner Meinung nach an Bedeutung gewinnt.

NEWSletter Redaktion: *Wie erklären Sie sich das?*

Martina Michalitsch: Es gibt zunächst den Willen nach einem einheitlichen Bild und Gesamtaufreten einiger Unternehmen. Wir bekommen häufig den Auftrag Lehrlinge darin zu schulen, das Unternehmen nach außen hin firmengerecht zu repräsentieren. Der Mitarbeiter ist nun einmal der erste Eindruck des Unternehmens. Bei Vorgesetzten existiert da oft eine Hemmschwelle, das den Mitarbeitern selbst mitzugeben. Ein nicht unwesentlicher Aspekt ist auch der Konkurrenzkampf unter den Unternehmen, die sich zunehmend abheben und optimaler präsentieren wollen.

NEWSletter Redaktion: *Welche Herausforderungen stehen dem Berufsbereich in den nächsten Jahren bevor?*

Martina Michalitsch: Das ist schwierig zu sagen. Sich und die eigenen Mitarbeiter stilistisch beraten zu lassen, ist in Zeiten wie diesen natürlich ein Luxus. An vielen Ecken und Enden

wird gespart. Deshalb kann ich nicht abschätzen, ob es in der Branche in Zukunft so gut weiterlaufen wird. Seit kurzem sind meine Lehrlingsschulungen förderbar, damit Firmen zumindest in diesem Punkt kostendeckender arbeiten können.

NEWSletter Redaktion: *Der Lehrberuf Friseur/in und Perückenmacher/in – wie sehr passt der in Ihre Branche?*

Martina Michalitsch: Der Beruf ist mitunter ein Thema, das ich besonders in meinen Einzelberatungen berücksichtige. Die Frisur ist wie die Brille maßgeblich für das optische Erscheinungsbild und kann einen Menschen wahnsinnig verändern. Das gleiche gilt für Perücken, das könnte man gut mit meiner Tätigkeit verbinden.

NEWSletter Redaktion: *Haben Sie vor, selbst einmal Lehrlinge auszubilden?*

Martina Michalitsch: Damit hätte ich kein Problem, im Gegenteil. Das hängt aber von der Auftragslage ab. Und ich würde nur jemanden nehmen, der so wie ich Feuer und Flamme für das Thema ist. Ich hatte schon Schüler bei mir, die einen halben Tag im Betrieb geschnuppert haben. Das hat ihnen viel Spaß gemacht und ich glaube, sie haben davon viel mitgenommen.

Wir danken für das Gespräch!

Redaktioneller Hinweis: Im Sinne der Lesbarkeit wurden im Interview weitgehend nur männliche Bezeichnungen verwendet; gemeint sind selbstverständlich immer Männer und Frauen.