

Im Bann der Farben

Elvira Freis über die Kraft, die in jeder Farbe steckt, was die Farbwahl unserer Mitmenschen über sie verrät, warum der zweite Eindruck noch wichtiger ist als der erste und wie sich Menschenkenntnis auf den Geschäftserfolg auswirkt.



Elvira Freis

wz: *Warum warten wir gerade jetzt im Frühling so sehnsüchtig darauf, dass es in der Natur wie in der Mode wieder bunt wird?*

Elvira Freis: In jeder Farbe steckt Kraft. Wir haben beispielsweise bei schönem Wetter viel mehr Energie als an trüben Tagen. Der Grund dafür ist das Sonnenlicht: Darin sind alle Regenbogenfarben enthalten, von denen jede auf ihre Weise auf uns wirkt: Rot gibt Power,

Schwung, die Farbe strahlt Selbstsicherheit aus und macht auch selbstsicher. Orange ist die etwas abgeschwächte Form davon und steht für Freude und Jugend. Auch Pink ist eine Abwandlung von Rottönen und spiegelt ebenfalls etwas Jugendliches. Gelb ist die Farbe der Kreativität, des Ideenreichtums, wirkt erfrischend und leicht. Grün dagegen beruhigt, entspannt und gleicht aus. Die Phrase „Verhandlungen am grünen Tisch“ kommt nicht von ungefähr, auch im OP dominiert diese Farbe, und in Büros gehören großblättrige Grünpflanzen, um das angestrenzte Auge zu beruhigen. Blau wirkt kühl und sachlich, spricht für Kompetenz, Seriosität und Verschwiegenheit. Braun, entstanden durch Farbmischungen, vermittelt Bodenständigkeit und Geborgenheit.

wz: *Was ist mit schwarz und weiß, sind das nun Farben oder nicht?*

Elvira Freis: Schwarz und Weiß sind unbunte Farben. Prinzipiell enthalten sie beide alle Farben des Spektrums: Weiß reflektiert, Schwarz absorbiert alle Farben. Weiß symbolisiert Reinheit – ob der Arzt im weißen Kittel oder die Kosmetikerin im weißen Zweiteiler, beide wirken hygienisch. Schwarz vermittelt Distanz und ist eine Farbe zum Loslassen, um sich neu zu finden. Schwarz wirkt edel. Designer, Juristen, Architekten tragen gerne Schwarz. Es heißt häufig, in Schwarz wäre man immer passend gekleidet. Dabei steht die Farbe aber nicht jedem zum Gesicht.

wz: *Im Geschäftsleben sind Farben wie Schwarz, Anthrazit oder Marineblau an der Tagesordnung. Wohl nicht ohne Grund, oder?*

Elvira Freis: Natürlich nicht. Die klassischen Businessfarben halten das Gegenüber auf Abstand. Hier bleibt wenig Platz für Privates. Hinter der Farbwahl steckt immer auch ein wenig

Psychologie. Die persönliche Farbwahl hat noch einen weiteren Hintergrund: Jeder Mensch trägt in sich ein sogenanntes „Farbnaturell“, was so viel bedeutet, dass man mit Hilfe von Physiognomie Grundcharaktere in jedem einzelnen finden kann. Zur leichteren Orientierung werden sie einer Farbe (Rot = der „Biliare“, Blau = der „Nerveuse“, Grün = der „Lymphatique“, Gelb = der „Sanguine“) zugeordnet.

Daraus lassen sich gewisse Stärken und Schwächen der Person ableiten, zum Beispiel ob jemand mit Zahlen, Daten, Fakten gut zu Recht kommt, ob er den großen Auftritt liebt, Freude am Kontakt mit Mitmenschen hat oder lieber im Hintergrund steht usw.

wz: *Was bedeuten diese Grundtypen nun konkret für zwischenmenschliche Beziehungen, beispielsweise für den Umgang mit Kunden und Partnern?*

Elvira Freis: Ein Sprichwort sagt: „Geh mit anderen so um, wie du möchtest, dass man mit dir umgeht.“ Dabei müsste es eigentlich heißen: „Geh mit anderen so um, wie sie möchten, dass man mit ihnen umgeht.“ In unserem Fall bedeutet das, dass man den Gesprächspartner dort abholen sollte, wo er persönlich steht. Erkennt man sein Grundnaturell, versteht man gewisse Verhal-



Die Auszubildenden schliessen mit dem Zertifikat zur Visagistin ab.



Die hellen Räumlichkeiten in Feldkirch bieten genügend Platz für professionelle Beratung & Seminare.

tensmuster besser, man kann ihm Verständnis entgegenbringen und besser auf ihn eingehen. Weiß man zum Beispiel, dass ein „Biliare“ immer unter Zeitdruck steht, wird man dementsprechend das Gespräch möglichst kurz und knapp halten und selbstsicher auftreten. Ist der Geschäftspartner hingegen „Lymphatique“, werde ich mir hingegen etwas mehr Zeit für den Termin nehmen und das Gespräch persönlicher gestalten. Dieses Eingehen auf die Charakterzüge des Gegenübers führt dazu, dass Kommunikation optimiert wird und trägt damit nicht zuletzt zum geschäftlichen Erfolg bei.

WZ: Und inwieweit beeinflusst mein Grundtyp mein Erscheinungsbild?

Elvira Freuis: Indem er uns eine gewisse Stilrichtung vorgibt. Deshalb passt auch nicht jedem jedes Kleidungsstück und auch nicht jede modische Trendbewegung. Wichtig ist, dass man sich selbst kennt und authentisch auftritt. Es heißt zwar, der erste Eindruck entscheidet – aber der zweite Eindruck sollte halten, was der erste versprochen hat. Und der erste Eindruck eines Menschen wird übrigens zu 60 Prozent von Mimik, Gestik, Körpersprache und Kleidung bestimmt.

DIE VIER GRUNTYPEN

- „Biliare“ (der biliöse Typ):
 Körperstruktur: athletischer Körperbau, markante Gesichtszüge, eher dunkle Ansätze.
 Eigenschaften: „der Entscheider“ führt gerne; sieht das große Ganze, kennt aber auch die Details, ohne sich darin zu verlieren; verkörpert Macht und Dynamik; mitunter Workaholic.
- „Nerveuse“ (der nervöse Typ):
 Körperstruktur: lang- und feingliedrig, gerader Haaransatz, eckige, hohe Stirn, schmale Lippen.
 Eigenschaften: „der Denker“ überlegt lange, liest zwischen den Zeilen, geht sehr analytisch vor, ist detailverliebt, verlangt von sich selbst immer 200 % – Perfektion und Qualität an 1. Stelle.
- „Sanguine“ (der sanguinische Typ):
 Körperstruktur: klein, eher blond; ebenmäßige Gesichtszüge, ovales Gesicht.
 Eigenschaften: „der Kommunikative“ liebt es, unter Menschen zu sein, und geht gern auf sie zu – der ideale Verkäufer; „Eisbrecher“; kein Typ, der hinter dem Schreibtisch sitzt; Werbeträger – er weiß immer, wo es etwas Neues gibt.
- „Lymphatique“ (der lymphatische Typ):
 Körperstruktur: rundlich, breiterer Kopf, runde Stirn, volle Lippen.
 Eigenschaften: „der Soziale“ gemütlich, „Fels in der Brandung“, sucht direkten menschlichen Kontakt ohne Zeitdruck, kann zuhören und unterstützen – viel Teamgeist, pflegt tiefe und enge Freundschaften, harmoniebedürftig.

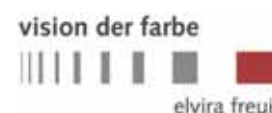
WZ: Gerade wenn es um Kleidung, Stil, Make-up geht, ist es nicht immer einfach zu wissen, was die eigene Persönlichkeit unterstreicht.

Elvira Freuis: Richtig. Farb- und Stilberatung unterstützt dabei, sich besser kennen zu lernen und zu wissen, was den individuellen Typ optimal unterstreicht. Dazu gehört zum Beispiel auch die Brille in der richtigen Farbe und der optimalen Form. Das Ziel der Farb- und Stilberatung ist es, Farben, Körperproportionen, die Struktur des Körpers und die Persönlichkeit in Einklang zu bringen und eine perfekt abgestimmte Garderobe für jede Gelegenheit und jeden Anlass zusammenzustellen, ohne dass der Kleiderschrank aus allen Nähten platzt. Nicht zuletzt geht es auch darum, Modetrends typgerechnet in den eigenen Stil einfließen zu lassen – gewusst wie! Machen Sie Eindruck mit Ihrem Ausdruck – durch die Wahl der richtigen Kleidung, Accessoires, Brille, Frisur und Make-up.



Farb- und Stilpass.

WZ: Vielen Dank, Frau Freuis für das interessante Gespräch!



FACTBOX

Über Elvira Freuis:

Elvira Freuis ist Farb-Typ-Imageberaterin, Visagistin, NLP-Master, Gründerin des Ausbildungsinstituts „Vision der Farbe“ für ganzheitliche Beratung in den Bereichen Farbe, Stil, Make-up und Kommunikation. Seit 20 Jahren arbeitet Elvira Freuis in der Farb- und Stilberatung sowie in der Visagistik. Während ihrer Tätigkeit und aufgrund der dabei gewonnenen Erfahrungen gewann für sie die Naturell-Lehre zusehends an Bedeutung. Sie bietet Seminare zu den Themen Visagistik, Mode und Stil, ganzheitliche Farb- und Typberatung und natürlich Menschenkenntnis und Umgangsformen an.

KONTAKT

VISION DER FARBE ELVIRA FREUIS
 Schule für ganzheitliche Typberatung

- Feldkirch: A-6805 Feldkirch-Gisingen, Negrellistrasse 44 /4
- Alberschwende: A-6861 Alberschwende, Tannen 682

Tel: +43 (0)664/16 20 546
 elvira.freuis@vision-der-farbe.at
 www.vision-der-farbe.at