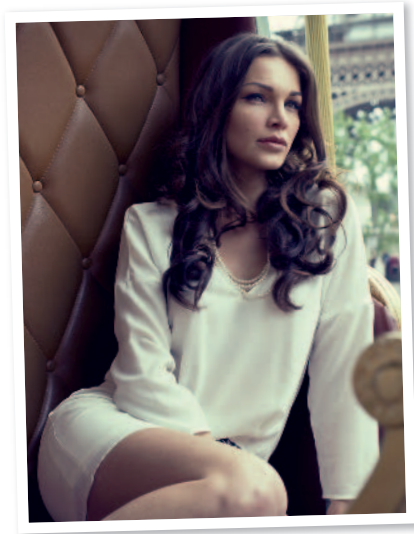


Dagmar Vorwerk

Just Style!

Mode Guide für Frauen

Eine Frage des Stils



Jederzeit gut wirken – ein hoher Anspruch.

Ohne es zu wollen, bewerten wir Menschen. Es ist ein Urinstinkt, den wir nicht unterdrücken können und – zum Beispiel im Straßencafé – auch gar nicht unterdrücken möchten. Allerdings: Selbst bewertet zu werden finden wir nur selten gut. Die Gründe sind vielfältig: Komplexe, die schlechte Tagesform, die falsche Tasche zu den richtigen Schuhen ... Die Tatsache, dass die meisten von uns an einem Tag unterschiedlichste Situationen bewältigen müssen und weder over- noch underdressed auftreten möchten, birgt Stresspotenzial. Dabei wollen wir unan-

gestrengt wirken. Authentizität, das mittlerweile überstrapazierte Modewort, wird angestrebt, doch Inszenierung ist häufig das Resultat. Selbstverständlich sind die Erwartungshaltungen hoch – nicht zuletzt durch uns selbst. Wir sehen, wie gut andere performen; wie sie scheinbar spielerisch Stile umsetzen, Leichtigkeit im Auftreten vermitteln und durch ein Selbstverständnis in ihren Umgangsformen beneidenswert souverän erscheinen. Nebenbei wirken Tausende von Eindrücken täglich auf uns ein. Auf die Bremse zu treten, sich auf das Wesentliche zu besinnen wird immer schwerer. Beinahe möchten wir wie der Vogel Strauß den Kopf in den Sand stecken. Denn als Frauen neigen wir dazu, uns auf unsere Makel zu konzentrieren. Dass jedoch auch Überfrauen wie Angelina Jolie ihren Zauber nicht ohne eine Entourage an Helfershelfern (Visagisten, Stylisten, PR-Spezialisten) entfalten, liegt auf der Hand.

Wirkung hängt von vielen Faktoren ab. Schnell verfällt man dem Irrglauben, man müsste rundum perfekt sein – doch gerade das kann statisch, stereotyp und langweilig wirken. Manchmal reicht es schon, eine Facette besonders zu betonen. Mit etwas Raffinesse lässt sich sogar der Makel in ein Markenzeichen umwandeln. Beispielhaft sind da ganz sicherlich die weiblichen Kurven der Sängerin Adele

GERN UNTERSCHÄTZT MAN, WIE KRAFTVOLL FARBEN
WIRKEN – SIE KÖNNEN FÜR ODER GEGEN UNS ARBEITEN.

Die Macht der Farben

Naomi Campbell hoffte darauf: Im Prozess um die Blutdiamanten wählte sie für ihr Outfit die Farbe Weiß. Die »Nichtfarbe« Weiß steht für Unschuld. Dass Richter oder eine Jury sich davon beeindruckt lassen, darf dennoch bezweifelt werden – und das ist sicherlich beruhigend.



Doch Farben haben eine Anmutung, die sich überträgt. Sie beeinflusst nicht nur unsere eigene Stimmung, sondern wirkt auch auf unser Gegenüber. In unterschiedlichen Ausprägungen, mit unterschiedlichem Bewusstsein. Die Assoziationen zu Farben werden durch den Kulturkreis, unsere Erziehung und persönliche Erfahrungen geprägt.

Mit Farben verbinden wir vor allem Emotionen. Rot ist die Liebe, Schwarz hat etwas Unheilvolles. Wir können uns von diesen Empfindungen kaum frei machen. In der Werbung nutzt man die Positiv-Assoziationen bestimmter Farbausrichtungen ganz gezielt, um die Imagebildung von Unternehmen zu unterstützen oder um Werbebotschaften zu untermauern. Daher findet man Versicherungen in ihrer Außendarstellung häufig in seriös wirkenden Blau-Grau-Ausrichtungen – sofern sie preisaggressiver kommunizieren, auch gern in Rot.

Komplementärfarben, mit denen ein Komplementärkontrast gebildet wird, bewirken optische Täuschungen. Im Supermarkt finden wir für den Frischeeffekt Fleisch vor grünem oder Salat vor rötlichem Hintergrund, zudem gibt es blaue Zusätze in Waschmitteln. Doch selbst wenn die Wirkungen bestimmter Farbausrichtungen allgemein anerkannt sind, gibt es Töne, die stark polarisieren – und Generationen spalten: zum Beispiel die Farbe Rosa in all ihren Schattierungen bis hin zu Pink. Barbie, Hello Kitty, Prinzessin Lillifee – hätte man diesen Figuren einen braunen oder grauen Anstrich verpasst, wage ich zu bezweifeln, dass der Erfolg derart groß gewesen wäre. Die Farbe Rosa hat Mädchenzimmer erobert und löst bei bestimmten Müttern die schlimmsten Befürchtungen in Sachen Abkehr vom Feminismus aus. Wie berechtigt das ist, müssen wir noch abwarten. Psychologen raten zur Gelassenheit, da zunehmend zu beobachten ist, dass die Farben Pink und Rosa spätestens mit Beginn der Pubertät als uncool gelten. Sofern Sie als Eltern betroffen sind, schmunzeln Sie vielleicht einfach darüber!

»The Lady in Red« – häufig wird frau erst durch die beiläufigen Kommentare anderer bewusst, dass bestimmte Farben ihr mehr Ausstrahlung verleihen.

Farbassoziationen

	<i>Dynamik, Vitalität, Aktivität, Gefahr, Aggression, Sexualität, Liebe, Lust, Leidenschaft</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt aktivierend, aufregend, alarmierend, stimulierend und wärmend = macht unruhig und aggressiv
	<i>Lebensbejahung, Extrovertiertheit, Freude, Lebhaftigkeit, Fantasie, Talkraft, Beständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> = weckt die Arbeitsfreude, wirkt leistungssteigernd = fördert die Geselligkeit, macht optimistisch, ausgeglichen und genussfreudig
	<i>Offenheit, Kraft, Glück, Reife, Wärme, Optimismus, Kommunikation</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt aufheiternd = stimmt freundlich, positiv = geistig anregend
	<i>Natürlichkeit, Wachstum, Beharrlichkeit, Hoffnung, Entspannung, Zufriedenheit, Gelassenheit</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt regenerierend, konzentrationssteigernd und beruhigend = fördert das seelische Wohlbefinden
	<i>Beständigkeit, Vernunft, Harmonie, Ruhe, Verlässlichkeit, Unendlichkeit, Zuversicht, Freundlichkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> = schafft Klarheit und Präzision im Denken = wirkt entspannend, harmonisierend = fördert die ruhige Kraft und Kommunikation
	<i>Mystik, Kreativität, innere Kraft, Inspiration</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt kompensatorisch und meditativ = weckt innere Kräfte
	<i>Romantik, Verspieltheit, Liebe</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt frisch und optimistisch = zart und mädchenhaft
	<i>Introversiertheit, Bequemlichkeit, Konformität, Schwere, Ungeselligkeit, Natürlichkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt beruhigend, statisch, bodenständig = vermittelt Seriosität
	<i>Weite, Reinheit, Ordnung, Vollkommenheit, Leichtigkeit, Einigkeit, Sicherheit, Wohlbefinden, mitunter illusionär, Symbol für Tod</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt rein, frisch, unschuldig = fördert ein klares Denken
	<i>Trauer, Negation, Passivität, Schwere, Protest, Undurchdringlichkeit, Einengung, Einsamkeit, Funktionalität, Anspruch, Hoffnungslosigkeit, Pessimismus</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt würdevoll, edel, drückend und dominant
	<i>Neutralität, Melancholie, Nüchternheit, Armut, Nachdenklichkeit, Ernst, Schlichtheit, Desinteresse</i>	<ul style="list-style-type: none"> = wirkt eintönig und angepasst = macht antriebslos, aber fokussiert

Stilikonen im Wandel der Zeit

Was macht eine Stilikone aus? Sie bietet Orientierung, Inspiration und gelegentlich Verwirrung. Mode wurde immer schon stark durch Stilikonen geprägt – und die Stilikonen selbst sind mitunter nur dank bestimmter Moden entstanden. Die Beziehung zwischen einer Mode und einer Stilikone steht gelegentlich in einer Korrelation und kann sich wechselseitig befruchten. In der heutigen, sehr schnelllebigen Zeit wechseln die Stilikonen ähnlich rasant wie die Trends. Die Medien kreieren Stilvorbilder, die »gehypt« und fallen gelassen werden. Von Sarah Jessica Parker beispielsweise wusste man vor »Sex and the City« nur wenig – dank der Assoziationen mit ihrer Serienfigur avancierte sie quasi über Nacht zur Stilikone – und füllte diese Rolle auch privat mit Leben aus. Ungebrochen daher die Faszination an allem, was sie umgibt. Eine Stilikone kann sich dennoch stark vom gängigen Schönheitsideal unterscheiden, da sie weniger durch ihre Attraktivität, sondern eher durch das Selbstverständnis und Selbstbewusstsein, mit dem sie sich zu ihrem ganz persönlichen Stil bekennt, überzeugt. Selbst die konsequente Abkehr vom Mode-Diktat, mit dem man nicht dem Mainstream entspricht, erzeugt diese Begeisterung und daraus resultierend den Wunsch, ähnlich zu wirken. Ein spannender Multikulti-Einfluss, die cle-

vere Selbstinszenierung einer ungewöhnlichen Mode-Philosophie oder die professionelle Vermarktung als Medienpersönlichkeit führen mitunter auch dazu, dass man als Stilikone wahrgenommen wird. Das gesteigerte Interesse an diesen Idolen hat zur Folge, dass gleich mehrere Stilikonen kongenial nebeneinander existieren können.

MARLENE DIETRICH

(27.12.1901–6.5.1992) Rauchig die Stimme – markant das Auftreten. In Korsage, Strapsen und Zylinder sang sie einst »Ich bin von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt« und wurde zur Berühmtheit. Als Femme fatale »Lola Lola« in »Der blaue Engel« gelang Marlene Dietrich der Durchbruch als Leinwandgröße.



Selten gesteht man einer Frau zu, charismatisch zu sein. Bei Marlene Dietrich, unserem ersten Hollywoodexport, be-

OCCASION-CROSSING-STYLE

Wie bei den zuvor dargestellten Businesskombinationen gilt: ein Look, der für viele Gelegenheiten »funktioniert«. Er benötigt nur wenige Accessoires und kann vielseitig abgewandelt werden. Mit Blazer wirkt man elegant, mit einer Lederjacke sophisticated.



Das elegante Sommerfest oder die edle Restauranteinladung zum Jahrestag.



Brokat adelt – allerdings trägt er durch seine Dreidimensionalität auf.



Sinnvolle Basics

Sogenannte gute Basics sind für jede Garderobe lohnende Investitionen. Sie bilden das Fundament für einen harmonischen Gesamteindruck. Sie müssen nicht zwingend schlicht und neutral sein. Ganz im Gegenteil. Der klassisch geschnittene Blazer darf gern eine effektvolle Farbe haben und das puristische Kleid einen raffinierten Schnitt aufweisen. Extrem ausgefallen sollten Basics jedoch nicht sein, damit man sie gut kombinieren und vielseitig einsetzen kann. Dafür gibt es schließlich Accessoires. Sie besitzen einen Signalcharakter, den man sich zunutze machen kann, um den Look spannender und abwechslungsreicher zu gestalten.

DER KASCHMIRPULLI Behaglicher und kuscheliger kann sich Luxus nicht anfühlen. Ihn gönnt man sich am besten in jeder Lieblingsfarbe einmal – und wenn möglich, in unterschiedlichsten Varianten. Mit Rundhals- oder V-Ausschnitt für den klassischen Look. Grobmaschig und lässig für den Casual-Style. Denn mit ei-

nem Kaschmirpulli hat man unendliche Kombinationsmöglichkeiten und offenbart Stilbewusstsein. Gewonnen wird das geschmeidige Garn der zotteligen Ziege aus ihrem feinen, weichen Flaumhaar. Besonders die mehrfädigen Kaschmirqualitäten ab 150 Euro bereiten uns lange Freude. Unaufgeregt edel sind auch die Sommermischungen mit einem Seidenanteil. Der Kaschmirpulli bleibt einfach unübertroffen – ob man ihn sich selbst schenkt oder andere damit glücklich macht. ***



In der übergroßen Variante ist der Kaschmirpulli ein wunderbarer Kleiderersatz ...

PLATEAUS Die Beinverlängerer haben ein wahres Revival erlebt. Kein Wunder: Denn Plateaus verschaffen uns – dank ihrer Verstärkung unter dem Vorderteil des Schuhs – das Mehr an Körpergröße mit einer »Schmerzfrei-Garantie«.

SANDALEN/SANDALETTEN/EDEL-FLIP-FLOPS Wenn es ein wenig luftiger sein darf, sind sie unverzichtbar. Allerdings: Überstehende Zehen oder Versen sind ähnlich unansehnlich wie eine unzureichende Pediküre.



Typisch für Sandaletten – filigrane Details wie zum Beispiel Knöchelbänder.



GERECHTFERTIGT ODER NICHT – WIRKLICH ZUFRIEDEN SIND NUR DIE WENIGSTEN FRAUEN MIT IHREM SPIEGELBILD.

Der perfekte Look

»Bist du frisch verliebt?« Diese Frage hören wir nicht nur angesichts von Anzeichen für Schmetterlinge im Bauch oder aufgrund einer versalzenen Suppe – sie wird uns auch gestellt, wenn uns ein Style so verändert, dass er uns zu einem neuen Typ macht. Ein frischer Look vermittelt ein neues Lebensgefühl und bewirkt mitunter Erstaunliches in einem Menschen. Leicht ist es jedoch nicht, den passenden Stil zu finden. Der Wow-Effekt und die Alltagstauglichkeit lassen sich häufig schon bei der Frisur – mit der gegebenen Haarstruktur – nur schwer miteinander vereinbaren. In der Zeitschrift am Model sieht der lässige »Long Bob« noch sensationell aus – und man glaubt fest daran, dass dieser freche Style auch an einem selbst umwerfend wirkt. Mit kleinen Abstrichen versteht sich – schließlich messen wir uns nicht mit Frauen, die fürs »Schönsein« bezahlt werden. Und in der Tat – einen halben Tag lang trägt uns dieses euphorische Gefühl, endlich »den« Look gefunden zu haben! Einen Cut, der uns mysteriöser wirken lässt, weil er die Konturen unserer Wangenknochen betont. Eine Farbbehandlung, die jünger macht, weil die Farbreflexe uns Frische verleihen. Ein Finish, das natürlich wirkt und uns zu Komplimenten ohne Ende verhilft. Wir haben uns teure Haarpflegeprodukte aufschwätzen lassen und sind zuversichtlich, dass wir auch das Styling mit links bewältigen werden. Dann jedoch – nach der ersten Dusche – kommt die Ernüchterung. Die Haare sind weich, der Schaumfestiger verklebt die Strähnen, und aus Alexa Chung wird plötzlich Mick Jagger ... Eine Woche später wollen wir es dann noch mal wissen, nehmen uns Zeit für unser Styling-Programm und testen unterschiedliche Varianten: Haare hinter die Ohren gelegt – wir empfinden uns als zu mädchenhaft. Einen definierten Seitenscheitel gezogen – wir fühlen uns als zu streberhaft. Ein ungestümer, rebellischer »Out-of-Bed-Look« als reines Zufallsprodukt unserer Ungeduld fabriziert – wir finden uns sexy und verwegen. Jetzt noch geschickt das richtige Make-up aufgetragen, und unser Ziel ist erreicht! Es ist schon erstaunlich, auf welche angenehme Art und Weise Haare und Make-up »optische Täuschungen« bewirken.



Guter Rat ist beim falschen Friseur sehr teuer. Daher: Gehen Sie fremd, wenn Ihr Coiffeur sich als Star-Figaro gebärdet und ignoriert, was für Sie alltagstauglich umsetzbar ist.

Glossar

A

Age-Crossing-Style Modische Bekleidungskombinationen, die für mehrere Altersstufen tragbar sind.

Animal-Prints Wortwörtlich genommen bezeichnen sie »Tierdrucke«. In den meisten Fällen sind dabei Muster von exotischen Tieren wie Reptilien, Leoparden und Tiger gemeint.

Antifit-Schnitt Eine Hosenform, die nicht unbedingt als »perfekt passend« einzuordnen ist, aber dabei sehr lässig und unangepasst wirkt.

Ausrüstung Eine Faser-, Garn- bzw. Stoffmodifizierung, die dem Textil einen höheren Gebrauchswert, bessere Trageigenschaften oder mehr Glanz verleiht.

B

Baguette-Tasche Wie der Begriff erahnen lässt, ist hiermit eine längliche Taschenform gemeint, die unter dem Arm getragen wird.

Balconette-BH Bezeichnet einen Halb-Cup-BH-Schnitt, der die Brust leicht anhebt und bei dem die Träger weit außen am Körbchen angebracht sind.

Batist Ein sehr feinfädiges, leichtes Gewebe vorwiegend aus Baumwolle, teilweise aber auch aus Chemiefaser in einer Leinwandbindung.

Bi-Stretch Stoffe, die sowohl quer- als auch längselastisch sind. Sehr häufig enthalten diese Gewebe einen Elasthananteil.

Bohemien Chic Unangepasster Kleidungsstil mit Hippie-Elementen. Die französische Bezeichnung »bohémien« leitet sich von aus Böhmen kommenden Roma ab und entstand im 15. Jahrhundert.

Bowling-Bag Abgerundete Henkeltasche.

Brit-Chic Typischer London-Style mit Capes, Dufflecoats, Karoröcken und Tweedblazern.

Buckle-Bag Lässige Tasche mit vielen Verschlüssen.

Business Casual Ein klassisches Geschäftsoffit mit sportiven Elementen. Meist Kombinationen aus Rock und Blazer oder Hose mit Blazer, die weniger »streng« als der klassische Business-Dresscode anmuten.

C

Caban-Jacken Doppelreihige Outdoor-Jacke, häufig aus Wolle und in Dunkelblau.

Camouflage Tarnmuster, überwiegend in Grün-, Braun- und Grautönen.

Canvas-Stoff Ein strapazierfähiges Gewebe, das bevorzugt für Taschen verwendet wird.

Capes Meist ärmellose, an Ponchos erinnernde Kurzmäntel oder Jacken aus Wolle.

Chandeliers Filigraner, aufwendiger Ohrschmuck.

Chinos Leichte Sommerhosen aus Chino-Twill, einem Baumwollstoff in Köperbindung.

Chypre Parfüms, die aus einer Kopfnote von Zitrusölen, einer blumigen Herznote aus Rosen- und Jasminöl und einer warmen Basisnote aus Eichenmoos und Moschus bestehen.

Clutch Bedeutet »umklammern« und bezeichnet eine kleine Abendtasche ohne Henkel, die man auf besagte Weise festhalten muss.

Colourblocking Die Kombination knallbunter Farbfleichen. Insgesamt sehr grell und auffällig.

Concealer Die Geheimwaffe für einen perfekten Teint: Gesichtsabdeckcreme, mit der Falten, Hautunreinheiten, Augenringe oder Pigmentflecken überschminkt werden und somit »verschwinden«.

Cupro Eine aus Cellulose-Regeneraten aufgebaute textile Faser, deren Eigenschaften mit denen von Viskose vergleichbar sind.

D

Dandy-Look Zunächst bezeichnete man mit »Dandy« einen sich übertrieben modisch kleidenden Mann. Inzwischen hat dieser Stil auch Einzug in die Damenmode gehalten: Beim Dandy-Outfit wird Maskulines durch Feminines aufgelockert.

Doctor-Bag Die legendäre Arztkoffertasche. Sie hat einen Henkel und wird in der Hand getragen. Obwohl diese Tasche kein riesiger Shopper ist, bietet sie aufgrund von häufig zahlreichen kleinen Fächern ausreichend Stauraum.

E

Effortless-Style Benennt einen Stil, der »mühelos« wirkt und wenig inszeniert erscheint.

Egg-Shape Beschreibt sehr geräumige, eiförmige Oberteile, welche die Silhouette nur erahnen lassen.

Empire-Stil Bei Textilien mit Empire-Linie befindet sich der Taillensatz vornehmlich unmittelbar unter dem Busen.

Epauletten Sind genau genommen Schulterstücke einer Uniform, die sich von den klassischen »Schulterklappen« unterscheiden.

DANKSAGUNG

Besonderen Dank richte ich an meinen herzallerliebsten Herzeroberer für seine Unterstützung. Außerdem möchte ich all den lieben Menschen danken, die an der Endversion des Buchs mitgearbeitet haben.

Just Style.

In dieser Reihe:

© h.f.ullmann publishing GmbH

Gestaltung, Satz, Koordination: Urte Mißfeld

Grafisches Konzept: Erill Fritz, Berlin

Lektorat: Anke Hennek

Projektleitung für h.f.ullmann: Isabel Weiler

Coverfoto: Shutterstock.com/coka

Gesamtherstellung: h.f.ullmann publishing GmbH, Potsdam

Printed in Italy, 2014

ISBN 978-3-8480-0633-5

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

X IX VIII VII VI V IV III II I

www.ullmann-publishing.com

newsletter@ullmann-publishing.com

facebook.com/hfullmann

twitter.com/hfullmann



Dies ist eine unverkäufliche Leseprobe des Verlags *h.f.ullmann publishing*.

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

© *h.f.ullmann publishing*, Potsdam (2016)

Dieses Buch und unser gesamtes Programm finden Sie unter www.ullmann-publishing.com.