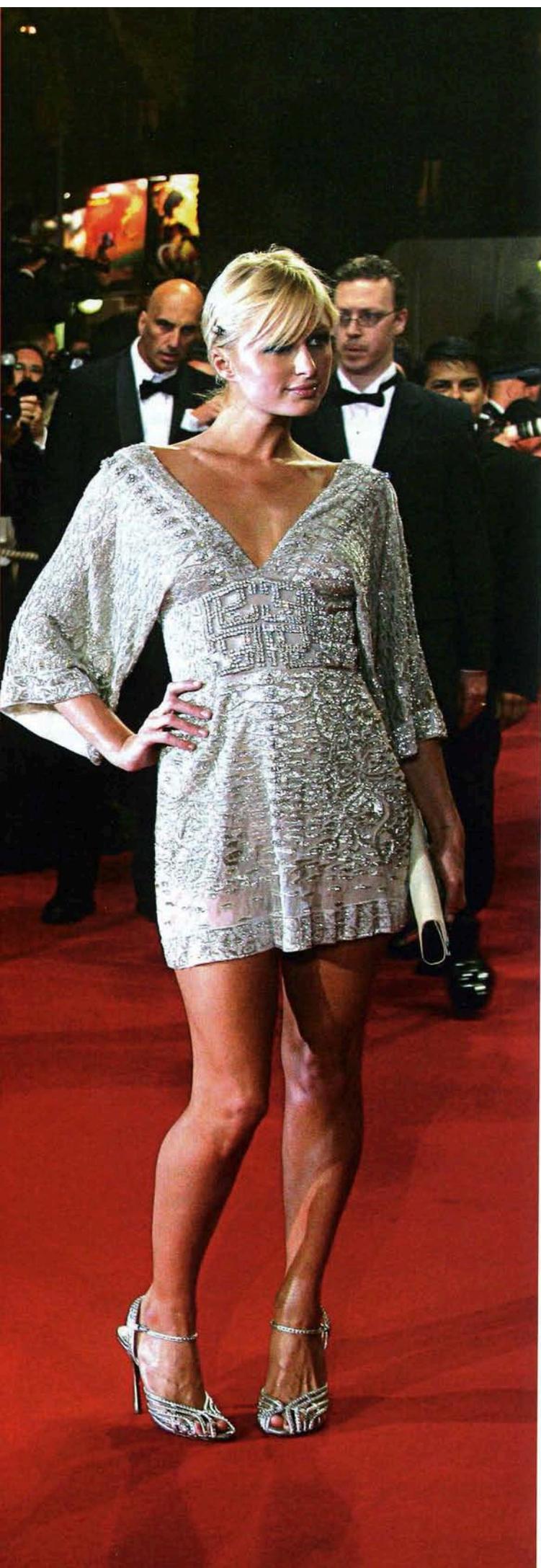




Mit Reizen geizen?

Ein wenig mehr Mut
zur Extravaganz
tät' uns allen gut ...



»Wenn eine Frau erst ihre Kleider ablegen muss, um zu zeigen, dass sie Sex hat, dann hat sie keinen.«

Mae West

Die Bilder haben sich nicht nur in Männerhirne eingebrannt: Paris Hilton im Wickelkleidchen, das bei Drehbewegungen überraschende Einblicke gewährt. Oder Fionas sagenhaftes Dekolleté, gepaart mit Schenkelfreiheit bietenden Overknee-Stiefeln. Ebenso in aller Munde: das barocke, schulterfreie Ball-Outfit der neuen Gesundheitsministerin Kdolsky, das ihr von Kommentatoren das Attribut „Wuchtbrumme“ einbrachte ... Zuletzt noch ein männlicher Aufreger: Rainer Schönfelder, der im Adamskostüm über die Schipiste fegte und der Weltpresse seinen tätowierten Hintern darbot ...

Ja, manche trauen sich, ihre Reize zur Schau zu stellen. Trauen sie sich gar zu viel? Ist die Grenze des „guten Geschmacks“ schon überschritten? Wo liegt diese Grenze; wer legt sie fest? Wie gehen wir überhaupt mit Reizen um?

„Reize sind innere oder äußere Bedingungen, die über Sinnesorgane auf den Organismus einwirken können“, weiß die Wissenschaft. Reize als Impulse – Licht, Lärm, Optisches, Düfte, Streicheleinheiten, die etwas auszulösen imstande sind. Wirtschaftspsychologin Mag. Sabine Prohaska macht klar, dass es „Kennzeichen alles Lebendigen ist, reizbar zu sein.“ Solange der Organismus auf irgendwelche positiven wie negativen Einflüsse reagiert, ist Leben feststellbar. „Sogar Fadenwürmer reagieren auf Lichtreize!“ Unzweifelhaft gibt es individuelle Reizschwellen: Was dem Einen zu viel ist, bedeutet dem Anderen gerade mal die Zündung des Motors ...



„Drag Queens“ beherrschen das Spiel um die weiblichen Reize

Skripts und Codes bestimmen den guten Geschmack. Ein interessanter Aspekt für die ganze „REIZvolle Geschichte“ sind die sogenannten „Skripts“. Skripts sind Drehbücher. „Und solche Schablonen entwickeln wir durch langjährige Erfahrungen, die gespeichert werden – und nach diesen Kategorien teilen wir unsere Welt ein“, erklärt Prohaska. Wir wissen, wie ein Restaurantbesuch, eine Prüfung, ein Ehedrama abläuft. Und wir haben gelernt, wie „MAN“ (und Frau!) sich in bestimmten Situationen zu verhalten hat. Gutes Benehmen ist ein Skript. Mode ein anderes ... „Es gibt Dresscodes in der Gesellschaft“, verweist die Farb- und Stilberaterin Mag. Andrea Schmidt: „Im Business trägt eine Führungskraft eben gedeckte Farben, hochwertige Materialien, gute Schnittführung – und die Frau selbst im Hochsommer Strümpfe sowie keine zehenfreien Schuhe!“. Wer zu einem Bewerbungsgespräch mit Lippenpiercing erscheint, habe in den meisten Fällen bereits verspielt. Ja, und auch die Vermögensberaterin im Minirock samt Netzstrümpfen und falschen, langen Nägeln mit eingearbeiteten Glitzer-Steinchen wird nur bedingt erfolgreich sein ... Ein Orthopäde trägt Gesundheitsschuhe, die Anwältin eine teure Lederaktenmappe, im Sozialbereich hingegen ist man im Strick-Pullover auf der „sicheren Seite“. „Wer diese Codes bricht, muss sich der Konsequenzen bewusst sein“, so Schmidt. Nachsatz von beiden Expertinnen: „Man kann den Bruch der Codes natürlich auch bewusst einsetzen; wer Thema der Publicity sein will, unterwirft sich bewusst NICHT den Skripts ...“

»Sie dürfen schon mal die üblichen Skripts brechen – und sich wie andere mit einem reizvollen Outfit überraschen!«

**Wirtschaftspsychologin
Mag. Sabine Prohaska**

Jäger und Nestbereiterinnen. Wissenschaftler haben bestätigt, dass die Natur die Muster vorgegeben hat, was wir attraktiv finden: Männer mussten (und müssen?) gute Jäger sein. Sie achten auf die Reize und Signale, die von der zu erlegenden Beute ausgesandt werden. Männer gehen dabei Risiken ein. Sie sind mutig. Und die Formel dürfte bereits in die Gene geschrieben sein: Je mehr Mut, desto mehr Nahrung, desto mehr Frauen, die IHN als Helden bewundern ...

„Reizvolles“ Interview

OUTFIT ALS RÜCKKOPPLUNG,

wie Sie sich fühlen

Wirtschaftspsychologin Mag. Sabine Prohaska rät zu Überraschendem ...

Mag. Sabine Prohaska ist selbstständig mit ihrer Firma seminarconsult und arbeitet schwerpunktmäßig im Bereich Training, Karriere-Coaching sowie Konzeption für namhafte Firmen.

Wellness Magazin: Lässt sich der Mensch auf eine Reiz-Reaktions-Maschine in netter Verpackung reduzieren?

Sabine Prohaska: Die Hirnforschung stellt sehr nüchtern fest, dass wir nicht viel mehr sind als die Reaktion auf Reize samt Lernerfahrungen. Je nachdem, wie viele Reize wir gekriegt haben – Zuwendung, Streicheln – so agieren wir im Leben. Meines Erachtens ist das Leben aber nicht so eindimensional kausal begründbar; vieles hängt mit vielem zusammen.

Was ist das Geheimnis der Reize an sich?

Die Reizbarkeit ist das Kennzeichen alles Lebendigen. – Im Sinn von Reaktionsfähigkeit eines Organismus. Wir alle brauchen Reize, und haben gleichzeitig nur ein gewisses Repertoire zur Verfügung, um die Reize zu verarbeiten.

Die Reizschwellen sind demnach individuell?

Ja, und sie sind auch situationsbedingt: Wenn Sie Haus bauen, Kinder erziehen und noch Geldprobleme haben, werden Sie für sexuelle Kicks nicht wirklich empfänglich sein. Die Empfindlichkeit unserer Sinnesorgane ist nicht konstant.

Was ist, wenn man Menschen Reize vorenthält?

Man spricht von „Deprivation“, wenn man Bedürfnisbefriedigende Objekte und Reize unterbindet. Kinder beispielsweise, die über lange Zeit bzw. nie gestreichelt werden, zeigen schwere Störungen. Jeder Mensch braucht aber auch Reize wie Licht, Geräusche, ... Isolation führt zu Krankheit.

So entstehen dann Prägungen?

Wenn Reize nicht vorübergehend, sondern langfristig einwirken, dann passieren irreversible Lernvorgänge, sogenannte Prägungen.

Haben Menschen unterschiedliche Sinneskanäle für Reize?

Richtig, der Eine schaut gerne, der Andere merkt bei einer rauchigen Stimme auf.

Welcher Typ sind Sie?

Ich bin sehr auf's Tasten bezogen: kann zum Beispiel keine Watte berühren. Allein die Vorstel-

lung bringt mir körperliche Qualen ... Hingegen liebe ich Hundehohren, die ich permanent wuzeln könnte ...

Reize haben also viel mit Lernen und Prägungen zu tun?

Man spricht von sogenannten Skripts, die unserem Handeln zugrunde liegen. Solche Schablonen entwickeln wir durch langjährige Erfahrungen, die gespeichert werden – und nach diesen Kategorien teilen wir unsere Welt ein.

Und die Mode erlaubt es, mit den Skripts bewusst zu spielen?

Mode, Outfit ist immer eine Rückkopplung, wie ich mich fühle. Wenn ich mich selbst wohl fühle, habe ich auch in Sack und Asche eine attraktive Ausstrahlung. Aber man darf schon die Skripts immer wieder bewusst brechen und sich wie andere überraschen ...

Wirtschaftspsychologin
Mag. Sabine Prohaska
www.seminarconsult.at



In 12 Sekunden von null auf Sonne.



Farb- und Stilberaterin
Mag. Andrea Schmidt
www.farbebewegt.at



„Buntes“ Interview

JEDER freut sich, attraktiv rüberzukommen!
Farb-, Stil- und Einrichtungsberaterin Mag. Andrea Schmidt will Sie mit Mode spielen lassen...

Mag. Andrea Schmidt unterstützt mit Farb-, Stilberatung und Consulting u. a. in den Bereichen Wohnungsausbau und Interio-Design, Ihren Auftritt und Ihre Umgebung unverkennbar auf Ihre Persönlichkeit abzustimmen.

Wellness Magazin: Ist Mode ein Spiel mit Reizen?

Andrea Schmidt: Mode ist lustvoll. Es macht Spaß, damit zu spielen. – Im Rahmen dessen, was zu einer Person passt.

Warum macht Mode manchen gar keinen Spaß?

Weil Mode etwas sehr Individuelles ist – und nicht für jeden jeder Trend passt. Nur eine persönliche Beratung kann Sicherheit geben.

Aber ein Introvertierter wird wohl nie in schrillen Designerklamotten rumlaufen ...

Das soll er auch nicht! Aber er kann in anderer Form für sich mit Mode spielen: indem er/sie hochwertige Materialien verwendet; Farbe d'runter bei Unterwäsche. Rote Dessous? Statt Baumwolle mal bewusst Seide. Gute Stoffe fühlen sich anders an und tragen zum Wohlfühlen bei! Je mehr man sich – zunächst nur für sich – traut, umso extrovertierter wird die Person.

Und ab dem Moment wird Kleidung zur Mode?

Heute geht keine und keiner mehr einkaufen, um etwas zum Anziehen zu haben; gegen Kälte geschützt zu sein. Sondern man will IN sein, besser aussehen ...

Worauf kommt's bei der Mode letztlich an?

Dass Sie sich wohl fühlen! Eine Kundin hat mich gefragt, ob sie als Chefin auch mal einen kürzeren Rock tragen dürfe ... Die Antwort lautet: Sobald sie überlegen, ob's richtig ist, stimmt's schon nicht mehr... Es muss Ihnen behagen!

Woher kommt dieses Wohlbehagen? Wenn ich meinen Stil finde?

Jeder Mensch kann viele Stilrichtungen umsetzen; manche gehen leichter, manche schwerer. Jede/r hat eine Tendenz zu einem bestimmten Stil: klassisch, romantisch, locker-unkompliziert, sportlich, extravagant. Und die alle wiederum mit vielen Zwischenformen.

Was passiert konkret in einer Farb- und Stilberatung?

Es gilt zu klären, in welchem Umfeld bewegt sich die Person. Welche Anlässe und Hobbys gibt's? Und vor allem: Welches Statement wollen Sie mit der Mode abgeben? Wie will ich wirken? Die Floristin muss kein Businesskostüm tragen! Wiederum die Managerin muss nicht komplett männlich werden. Und gepflegt heißt nicht teuer! Die Kernfragen lauten: Was will ich ausstrahlen – was will ich erreichen?

Und man kann schon mit wenig Einwirkung viel verändern?

Die meisten wollen etwas extravaganter erscheinen. Und man kann mit Farben bereits eine andere Schwingung reinbringen! Das persönliche Wohlfühl-Outfit mit Accessoires und asymmetrischen Frisuren aufpeppen. Allein kleine Korrekturen an den Augenbrauen verändern Gesichtser. Klar ist: Jeder möchte gerne attraktiv rüberkommen – und es gibt keine 2. Chance für einen 1. Eindruck!



Rainer Schönfelder fegte im Adamskostüm über die Schipiste und bot der Welpresse seinen tätowierten Hintern dar...

Frauen sind laut jahrtausendealtem Drehbuch die Nestbereiterinnen. Sie zaubern aus dem, was der Jäger heimbringt, köstliche Speisen. Widmen sich der Nestgestaltung wie auch dem Nachwuchs. Und zeigen dabei viel Gefühl. Um für noch mehr Diskussionsstoff zu sorgen: In den weiblichen Genen ist das Muster verankert – her mit dem starken Versorger, der Sicherheit gibt. Männlichkeit will laut Anlagen vor allem eines: die eigenen Gene möglichst weit verbreiten – mit dem schönen Nebeneffekt, mit den reizvollsten Frauen zu schlafen ...

Hmm: das ist unsere Prägung. Punkt. Und kleine Jungs dürfen nach wie vor frech sowie mutig sein, brave Mädls hingegen bekommen rosa Kleidchen. – Dass sich die moderne Frau nicht auf die „Nestdimension“ beschränken lassen will, ist nur zu verständlich. Auch der wilde „Marlboro Man“ sieht als Großstadt-Cowboy nur noch blass aus. Nichtsdestotrotz spielt gerade die Mode mit diesen Klischees ... Und Männer wie Frauen erliegen den Codes immer wieder mal nur zu gerne ...

Das Leben als Nacktslalom ... Rainer Schönfelder musste zur Kenntnis nehmen: Kein gewonnener Nachtslalom kann das – weltweite! – Echo seines „Nacktslaloms“ aufwiegen. Weil das Geheimnis der Aufmerksamkeit immer im Bruch der Normalität

liegt. Wer's ruhig haben möchte, in der Komfortzone leben und „nur ja nicht auffallen“ will, der verhalte sich, wie man's von ihm oder ihr erwartet. Sittlich-ethisch korrekt. Angepasst. Brav.

„Jeder Reiz braucht eine bestimmte Stärke, um bemerkt zu werden“, verweist Psychologin Sabine Prohaska. Und Modeexpertin Andrea Schmidt verrät, dass die meisten ihrer Kundinnen vor allem eines wollen: extravaganter sein. Sie würden sich gerne trauen, die individuellen Reize mehr zu betonen.

Es beginnt beim Haar: Haare haben schon die alten Ägypter fasziniert. Und in vielen Kulturen gilt heute noch verborgenes Haar als Zeichen von Keuschheit. Die Haarfarbe blond hat den Nimbus, besonders sexy zu wirken; immerhin ist die Mehrzahl aller Playboy-Models blond ...

Die stärksten Lockmittel. „Drag Queens“, also Männer, die sich lieber als Frauen sehen, beherrschen das Spiel um die weiblichen Reize; sie erscheinen femininer als die von ihnen imitierten Vorbilder: volle Lippen, lange Wimpern, endlose Beine, hohe Schuhe, volle, straffe Brüste (bzw. Brustimplantate!), breite Hüften – Symbole der Fruchtbarkeit! – und das alles dargeboten in attraktiver Reizwäsche. Dazwischen darf kraftstrotzende Männlichkeit auftreten, streng in Leder gepackt. Wer meint, dies würde nicht ziehen, möge sich in eine Show der Chippendales reinschummeln – und kreischende Damen (auch aus der Chefetage!) erleben.

Die Welt ist Bühne – und Schönheit, Jugend, Gesundheit will zur Schau gestellt werden. Nein, nur kein Zwang. Vielmehr eine Einla-

»Die Kernfragen lauten:
Was will ich ausstrahlen –
was will ich erreichen?
Welches Statement soll
Ihre Mode abgeben?«

Farb- und Stilberaterin Mag. Andrea Schmidt

dung. Erlauben wir uns – nicht nur auf reservierten Bühnen – unsere Reize, unterstützt durch nettes Outfit auszuspielen. Wir sprechen von Welt-„Anschauung“: Wir lieben es, unsere Augen mit Reizvollem zu füttern; wir dürfen uns auch selbst Freude mit reizvoller Kleidung machen. „Wesentlich dabei ist das persönliche Wohlgefühl“, betont Mag. Andrea Schmidt: „Wenn Sie überlegen müssen, ob diese Kleidung passend ist, stimmt's garantiert nicht!“ Entscheidend sei das Bewusstsein dafür, wie wolle man beim Gegenüber ankommen? Als männermordender Vamp? Als Sexobjekt? Als selbstbewusste Expertin? „Ihr Outfit entspricht Ihrem Inneren“, stellt Mag. Sabine Prohaska klar, „und wenn das stimmt, kann ich sogar in Sack und Asche attraktiv und reizvoll rüberkommen!“ – Über alles, was an textiler Fantasie dennoch darüber hinausgeht, wird sich Ihre Umgebung garantiert erfreuen ... ■

Das neue MX-5 Roadster Coupé.



ZOOM-ZOOM

Der Klassiker von Mazda. Jetzt mit dem schnellsten Verdeck seiner Klasse und 126 bzw. 160 PS. Ab € 29.590,- bei Ihrem Mazda Partner! www.mazda.at