

Den eigenen

Stil finden



Birgit Jakobowsky,
Image- und Stilberaterin

Bei der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit geht es vor allem auch um Vorbildfunktion für Frauen.

Wie können sie diese verbessern? Image- und Stilberaterin Birgit Jakobowsky aus Hamburg gibt Tipps.

Was macht Charisma aus? Warum ziehen manche Menschen andere geradezu magnetisch an und können sie begeistern? Die Antwort auf schwierige Fragen wie diese kennt Image- und Stilberaterin Birgit Jakobowsky. »Charismatische Personen zeichnen sich dadurch aus, dass sie polarisieren. Die einen finden es faszinierend, die anderen furchtbar.« Aber genau das sei authentisch. »Es gibt nichts Schlimmeres, als sich ständig anzupassen«, resümiert die Fachfrau. Sie rät Frauen dazu, zu ihrem Typ zu stehen – und somit Authentizität zu schaffen. Typen gebe es viele: den sportlichen, den dramatischen, den mädchenhaften, den sympathischen, den jungen, den konservativen, den modernen. Dabei müsse frau dem ganz persönlichen Bild gerecht werden. Jakobowsky: »Wie will ich mich darstellen, wie sehe ich mich?« Sie müsse herausfinden: Was macht mich aus? Was macht mich einzigartig? »Und dann gilt es, das Vorhandene zu stärken. Den eigenen Stil zu bestätigen und zu sich zu stehen – vom Schuh bis zur Handtasche.«

Wenn das eigene Bild gefunden ist und der Stil herausgearbeitet, sei es wichtig, diesen mit dem Image der Organisation oder Funktion zu verbinden, die man vertritt. »Im Fall der IG BCE ist das ganz klar«, meint Birgit Jakobowsky. Die IG BCE stellt sich als junge, moderne und innovative Gewerkschaft

dar. Ganz klar formuliert sie diesen Anspruch an sich selbst etwa mit dem Begriff Zukunftsgewerkschaft. Auf jeden Fall ist die IG BCE exklusiv – denn ihre Leistungen sind nur auf Mitglieder begrenzt. Und die IG BCE bietet speziellen Zielgruppen abgestimmte Leistungen – sie hat sich auf besondere Branchen konzentriert und ist nicht für alle da. Auch das gibt ihr ein Image von Exklusivität. »Obwohl das Produkt Gewerkschaft eine alte und gewachsene Tradition hat, sehe ich bei der IG BCE sehr stark auch den innovativen Ansatz«, berichtet Birgit Jakobowsky. »Dieser Spagat ist für mich ein sehr reizvoller, Traditionelles mit neuen Ansprüchen zu verbinden.«

Es sei entscheidend, wenn man Menschen für die Gewerkschaft gewinnen will oder verstärkt Öffentlichkeitsarbeit betreibe, sich zunächst über die Ziele und das Bild der IG BCE klar zu werden. »Denn wenn ich für die IG BCE Öffentlichkeitsarbeit mache, dann trete ich in eine Vorbildfunktion. Und in dem Wort Vorbild steckt vor allem das Wort Bild. Also geht es darum, welches Bild will ich an die Öffentlichkeit transportieren«, so die Stilberaterin weiter.

Insofern müssen dann die beiden Bilder – das ganz persönliche und das der Organisation, die man vertritt – vereint werden. Birgit Jakobowsky rät: »Ziehen Sie Ihren Stil auf eine hochwertige Ebene – denn die IG BCE ist auch ein hochwertiges Produkt.« Damit meint sie, vorteilhafte und gute Materialien auszuwählen. Dieser dritte Schritt hat wiederum sehr positive Auswirkungen auf die Öffentlichkeitsarbeit. Zum einen macht die Person deutlich, dass sie konsequent zu ihrem Typ steht, egal ob feminin oder modern, und erhöht dadurch sowohl Glaubwürdigkeit als auch Charisma. Zum anderen hätten die edlen Materialien den Effekt, nachahmenswürdig zu sein, Begehrlichkeiten bei anderen zu wecken. »Man möchte genau so edel sein, wie die Person.« Letztendlich können Frauen auf diese Weise auch neue Mitglieder in ihren Bann ziehen: »Denn Sie zeigen von Kopf bis Fuß, dass es erstrebenswert ist, Mitglied dieser Organisation zu sein.«