

# "Was zieh ich an?"

Daniela Kattinger berät Frauen und Männer, die ihr äußeres Erscheinungsbild verändern wollen und geht gemeinsam mit ihnen auf Einkaufstour durch Stuttgart.

► Der Schrank ist voll und doch wissen Sie nicht, was sie anziehen sollen? Oder Sie gehen bummeln und kommen dann doch wieder mit ähnlichen Sachen nach Hause, wie Sie sie schon dutzende Male gekauft haben?

Genau für solche Fälle gibt es den relativ jungen Berufsweig des „Personal Shoppers“. Personal Shopper gleichen guten Fachverkäufern, die ehrlich beraten – nur mit dem Unterschied, dass sie nicht an ein Geschäft gebunden sind.

So ein Personal Shopper ist Daniela Kattinger. Die 37-Jährige hat sich vor einem Jahr mit dieser Geschäftsidee selbständig gemacht.

Die gelernte Einzelhandelskauffrau war zuvor ein paar Jahre im Vertrieb einer Modefirma tätig. Ein reiner Bürojob füllte sie auf Dauer aber nicht aus, und so beschloss sie, ihre Fachkenntnisse für den Sprung in die Selbständigkeit zu nutzen. Schließlich blickt sie auf fast 20 Jahre Berufstätigkeit in der Modebranche zurück, davon viele Jahre als Fachverkäuferin im Exquisitbereich. „Eigentlich hätte ich direkt von der Modeboutique in die Selbständigkeit wechseln sollen, denn dann hätte ich meine Kunden mitnehmen können“, resümiert Kattinger. Sie bereut die Zwischenstation aber nicht: „Damals fühlte ich mich einfach noch nicht reif für diesen Beruf.“ Auch das Alter spielte eine Rolle: Als Twen gestandene Geschäftsfrauen zu beraten – das kam ihr wenig überzeugend vor.

Doch überzeugen, substanzvoll beraten, das sind gerade die Kernziele von Daniela Kattinger. „Viele denken, es reiche, gern einkaufen zu gehen, um ein guter Personal Shopper zu werden“, hat sie fest-

gestellt. Entscheidend sei aber neben der nötigen Fachkenntnis ein Gespür für Menschen, Stilgefühl und Seriosität. Sie selber tritt ganz schlicht, aber modisch, in Jeans und Rüschenbluse auf, ausdrucksvoll aber dezent geschminkt. „Weniger ist mehr“, lautet schließlich ihr Motto. Und wer mit ihr einkaufen geht, kommt darum auch nicht mit einer Tüte voller Markensachen – gar mit prominent platziertem Label – nach Hause, sondern mit einer stilsicheren Mischung aus allem was die Stuttgarter Innenstadt zu bieten hat.

## Viele Kunden wollen sich verändern

Vorausgesetzt, der Kunde lässt sich auf die Beratung ein! „Viele Kunden sind neugierig, wollen etwas Neues probieren oder sich auch äußerlich verändern, weil sich ihr Leben verändert“, sagt Kattinger. Andere wünschten sich einfach eine objektive Einkaufsbegleiterin, und wieder andere scheuen das Gedränge auf der Königstraße und lassen sich eine Auswahl nach Hause bringen.

Und wie reagieren die Verkäufer in den Geschäften auf die „Konkurrenz“? Da schlägt der jungen Frau vereinzelt Skepsis entgegen. Um das zu ändern, ist sie bereits mit den Geschäftsführern vieler Läden in Stuttgarts Innenstadt im Gespräch. Einerseits, damit die hauseigenen Verkäufer sie in Ruhe beraten lassen, andererseits wegen einer Umsatzbeteiligung. Der Kunde bezahlt übrigens nicht nach Erfolg, sondern stundenweise. Es besteht somit bei einer Shoppingtour mit ihr kein Muss überhaupt etwas zu kaufen, sondern sie möchte vielmehr auch den Kunden ein schönes Gefühl und ei-



Foto: [www.fine-images.de](http://www.fine-images.de)

Daniela Kattinger weiss, was Frauen wünschen.- und berät sie beim Einkaufen.

nige gute Tipps geben. „Ich habe es aber noch nicht erlebt, dass meine Kunden nichts gefunden haben“, lacht Kattinger.

So einer Einkaufstour geht meist ein ausführliches Kennenlern-Gespräch voraus. „Ich habe aber auch schon einige „Blind Dates“ erlebt“, sagt die gebürtige Heidenheimerin.

Und wie findet sie die Kunden: „Oft ist es Mundpropaganda, ich mache aber auch viel Pressearbeit, werbe über das Internet und lege Flyer zum Beispiel in Cafes und Geschäften aus.“ Als Glücksfall erweist sich, dass ihr Lebensgefährte eine Werbeagentur in Stuttgart hat. So kann sie auf professionell gestaltetes Material zurückgreifen, ohne dass dies ein allzu großes Loch in ihr Budget gerissen hätte. Denn der Start in die Selbständigkeit lief ganz ohne Kredit, nur aus dem Ersparten finanziert.

Mit dem ersten Jahr ist die Existenzgründerin ganz zufrieden. Und damit das so bleibt, verfolgt sie viele neue Ideen. Zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Hotels: „Die Kunden buchen einen kompletten Aufenthalt, zu dem dann auch eine Shoppingtour mit mir gehört“, erzählt Kattinger.

Und wie lautet ihre Meinung über den Geschmack der Stuttgarter? „Geht man nach Süd- oder Osteuropa, da kleiden sich die Frauen viel weiblicher. Hier ist sportlich-praktisch die vorherrschende Richtung.“

Ein weites Feld für eine Shopping-Beraterin. ◀



Annja Maga  
Redaktion  
Magazin  
Wirtschaft.