



Shoppern aus Passion

Was sich wohl für ein Typus Frau hinter einer Personal Shopperin verbirgt? Eine aus der neuen Vogue entsprungene, zickige Fashion-Tussi? Ein Model a.D., das nach Karriere-Ende seine Kokain-Sucht zwanghaft finanzieren muss?

Weder das eine noch das andere trifft auf Daniela Kattinger zu. Natürlich kommt die Stuttgarterin wie erwartet sehr modebewusst daher. Ihr Outfit – Marlene-Jeans, schicker Blazer in Aubergine, Plateau-Pumps, dazu schlichtes Make Up – sitzt tadellos.

Das ist schließlich auch ihr Geschäftsgeheimnis: Die wahre Kunst des Kleidens und Stylens.

„Schon immer haben mich die Leute darauf angesprochen, wo ich meine Teile her bekomme“, verrät sie.

Seit Anfang 2008 schlägt Kattinger als selbstständige Personal Shopperin aus ihrem guten Geschmack Kapital. Zuvor war sie lange Jahre in der Textilbranche sowohl im Einzelhandel und im Vertrieb tätig – wichtige Grundlagen, um als Personal Shopperin tätig zu werden, wie sie meint.

In den USA und auch in vielen deutschen Städten ist Personal Shopping längst ein gängiger Service, im Schwabenländle sind professionelle Style-Beratung, Einkaufstouren mit einem Guide oder ganze Einkaufsaufträge immer noch eher selten. Das alles bietet Daniela Kattinger an und sieht deutliches Potential für ihren Service in der Stadt mit mehreren Hanglagen.

Frauen wollen beim Shoppen keinen Abnicker dabei haben, also einen Mann, der möglichst schnell zu seinem Feierabend-Bier will

Von wem wird sie gebucht? Die einen brauchen ein komplett neues modisches Update (eher Männer), die anderen wollen nur ihren Look etwas aufpeppen (die Damen), wieder andere sehen in Kattinger eine Inspirationsquelle (so genannte Fashion-Victims).

Manche wiederum haben zum Shoppen einfach keine Zeit oder es macht ihnen keinen Spaß – auch eher die Männer, klar. „Die sind auch dankbarer“, wenn sie mit Kattinger durch die Läden ziehen und in Sachen Style Hilfe bekommen.

Ihr Kundenstamm setzt sich trotzdem zu gleichen Anteilen männlichen und weiblichen Geschlechts zusammen. „Viele Frauen wollen keinen „Abnicker“ dabei haben“, also einen Mann, der möglichst schnell zu

seinem Feierabendbier will.

Beim Einkleiden ihrer Klienten achtet Kattinger auf typbezogenes Understatement. Sie hechelt nie den neusten Trends hinterher. „Eine Frau mit 45 sollte nicht wie eine 20-Jährige herumlaufen.“

Ihre Kundschaft will meistens zu Breuninger oder mal ins Abseits, eher selten in kleinere Läden. Ob große oder kleine Shops, Kette oder Hochpreis-Boutique, Daniela Kattinger will vor allem eines: Freude am Shopping vermitteln.

Martin Elbert

www.daniela-kattinger.de