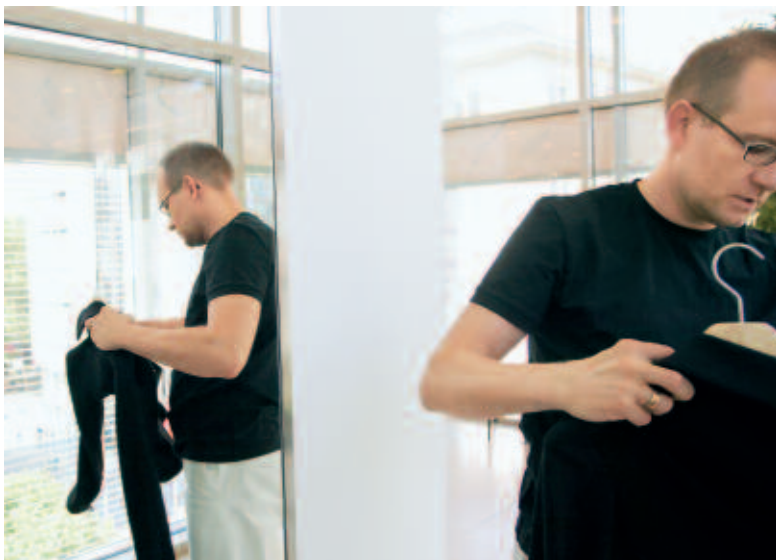


DER MANN FÜRS FEINE

*Stress im Job, kaum Zeit zum Einkaufen, kurz vor Feierabend durch die Geschäfte gehetzt und womöglich noch danebengegriffen? Wenn die Suche nach dem richtigen Outfit zur Qual wird oder der Stil nicht mehr zum Lebensgefühl passt, ist professioneller Rat gefragt. Zum Beispiel von Andreas Rose, einem der ersten männlichen **Personal Shopper** in Deutschland. Ein Porträt.*



Text: Vera Büttner, Fotos: Boris Zorn

„Ich will, dass Einkaufen wieder zum Erlebnis wird, und zwar zu einem, das möglichst wenig Zeit kostet, aber zu optimalen Ergebnissen führt“, sagt Andreas Rose. Worauf es dabei ankommt, weiß der 44-jährige Wahl-Frankfurter aus dem Effeff. Schließlich ist er Vollprofi in Sachen Mode- und Stilberatung. Mit 16 Jahren absolvierte Rose eine Lehre zum Textileinzelhandelskaufmann bei C&A in Bremen. Schon damals hat er für Yves Saint Laurent und Louis Vuitton geschwärmt. Danach war er 20 Jahre lang bei einem exklusiven Frankfurter Herrenausstatter beschäftigt, hat Modemessen besucht, Designerware eingekauft, selbst eine Filiale geleitet und parallel dazu schon immer Freunde und Ehefrauen von Kunden in seiner Freizeit beim Kleiderkauf begleitet. Als das Geschäft 2002 seine

Türen schloss, nahm Rose sich eine Auszeit in New York. Zurück kam er mit der Idee, sich selbstständig zu machen. Als Personal Shopper. Also jemand, der für beziehungsweise mit anderen einkaufen geht und seine Kunden auch bei Stilfragen berät.

VORREITER USA

Ein Service, der in den USA schon lange existiert. Dort stellen sogar große Kaufhäuser auf Wunsch ihren Kunden persönliche Einkaufsberater zur Seite. In Deutschland ist diese sehr individuelle Dienstleistung noch weitgehend unbekannt. Nur in Großstädten wie Hamburg, München oder Frankfurt haben sich einige wenige, meist weibliche Personal Shopper etabliert. Auch Andreas Rose kann über mangelndes Interesse nicht klagen.

Rund 600 Männer und Frauen hat er in den vergangenen Jahren eingekleidet – darunter Größen aus Wirtschaft, Politik und Showbusiness genauso wie Berufsanfänger und Hausfrauen. Viele von ihnen sind mittlerweile zu Stammkunden geworden.

Für sie öffnet Rose gerne nach Feierabend oder an Wochenenden seine Atelierwohnung im Hinterhaus des Corbusier-Baus in der Berliner Straße in Frankfurt. Geschmackvoll schlicht eingerichtet und lichtdurchflutet, ist sie der ideale Rückzugsort für gestresste Manager oder Fernsehmoderatorinnen, die in Ruhe und fernab neugieriger Blicke neue Anzüge oder Abendroben anprobieren wollen. Neue Kunden lädt der bekennende Marilyn-Monroe-Fan – „Die Monroe ist der beste Beweis, dass es bei Schönheit und



Weiblichkeit nicht auf ein paar Kilo mehr oder weniger ankommt“ – zum ersten Kennenlernen in sein Büro ein Stockwerk tiefer. Oder er besucht sie zu Hause, um vor der gemeinsamen Shoppingtour den heimischen Kleiderschrank zu inspizieren und verborgene Schätze zu bergen.

FUNDGRUBE VERBORGENER WÜNSCHE

„Ein Garderobencheck ist die ideale Gelegenheit, um in kürzester Zeit möglichst viel über einen Menschen zu erfahren“, sagt Rose, der sich selbst gerne leger, aber immer sehr trendbewusst und manchmal auch extravagant kleidet. Seine Kunden will er ermutigen, passend zum Typ auch mal etwas Neues auszuprobieren, mit Stilen, Farben, Frisuren und Accessoires zu experimentieren. „Es ist immer wieder spannend, was man aus einer

Person machen kann. Wie viele verborgene Energien, Träume und Wünsche in ihr stecken. Jeder war als Kind kreativ, hat sich verkleidet und Neues ausprobiert. Als Erwachsener geht das verloren. Ich bin da, um das zu ändern.“ Einen radikalen Stilwechsel empfiehlt der Personal Shopper jedoch selten. „Meine Kunden sollen sich in erster Linie wohl fühlen und mit ihrer Garderobe ihre Persönlichkeit unterstreichen.“

Um das zu erreichen und seinen Kunden in kürzester Zeit ein erfolgreiches Einkaufserlebnis zu bescheren, bereitet Rose jede Shoppingtour akribisch vor. Falls kein Hausbesuch ansteht, gibt ihm ein vom Kunden im Vorfeld ausgefüllter Fragebogen erste Auskünfte über Kleidergröße, Haar- und Augenfarbe, modische Vorlieben und Budget. Mit diesen Informationen und ersten Ideen im Kopf schaut sich der Personal Shopper in Geschäften nach Passendem um, lässt Kleider und Kabinen reservieren und macht – je nach Bedarf – Termine beim Friseur, einer Schneiderin oder Visagistin seines Vertrauens. Wer mit Andreas Rose einkaufen geht, muss sich nicht mehr selbst durch endlose Reihen von Hosen kämpfen oder auf der Suche nach einem bestimmten Kleidungsstück von Verkäufern quer durch den Laden schicken lassen, sondern kann die Shoppingtour entspannt genießen. Das spricht sich herum. Nicht nur immer mehr Frankfurter, sondern auch Kunden aus anderen Städten und sogar aus dem Ausland klopfen bei dem Personal Shopper an. Manchmal buchen ihn auch Unternehmen, um Mitarbeiter in Fragen der Businesskleidung zu schulen.

80 Euro pro Stunde kostet die professionelle und sehr persönliche Beratung. 50 Euro verlangt Rose, wenn er allein auf Kundenwunsch loszieht, um eine passende Fliege zum Smoking, eine edle Strumpfhose zum Abendkleid oder einen Ersatzanzug für einen Geschäftsreisenden zu besorgen, den er anschließend ins Hotel liefert. Für 400 Euro lotst der charmante und äußerst zuvorkommende Modeexperte seine Kunden einen ganzen Tag lang durch Frankfurts Geschäfte. Ein stolzer Preis, den sich vor allem Besserverdiener leisten. Schließlich addieren sich zu Roses Dienstleistung noch die Kosten für das maßgeschneiderte Brautkleid, den luftigen Designer-Sommerhut oder das neue Kostüm inklusive passender Schuhe. 1.000 Euro und mehr kommen da

leicht zusammen. Dafür erhalten seine Kunden aber auch einen exklusiven Service und – dank Roses guter Kontakte – häufig Sonderrabatte in edlen Boutiquen. Außerdem können sie sich vollkommen auf seine Verschwiegenheit verlassen.

MARKE NICHT GLEICH QUALITÄT

Trotzdem ist Rose überzeugt, dass sein Service kein dekadenter Luxus ist: „Heute, wo die Mode so vielfältig ist und der eigenen Lust und Laune scheinbar keine Grenzen setzt, sind viele Menschen unsicher, wie sie sich zu bestimmten Anlässen kleiden sollen. Ich stehe ihnen hier mit Rat und Tat zu Seite.“ Gerade im Job gibt es nach wie vor bestimmte Regeln. Kunden mit kleinem Budget rät der Modeexperte deshalb, sich einige qualitativ hochwertige Basics zu leisten und mit preiswerten Kleidungsstücken und Accessoires zu mischen. Denn guter Stil muss nicht unbedingt teuer sein und Marken bedeuten nicht automatisch Qualität. „Wichtig ist nur“, so Rose, „dass der Gesamteindruck stimmt.“ ❖



TIPPS VOM FACHMANN

SCHNELLER UND ZIELGERICHTETER KLEIDERKAUF

1. Nie mit leerem Magen einkaufen gehen.
2. Nicht kurz vor Geschäftsschluss durch die Läden hetzen.
3. Keine Frustrkäufe tätigen.
4. Lieber weniger und hochwertig als viel und billig kaufen.
5. Als gute Grundgarderobe eignen sich so genannte „Basics“, die man mit modischen Accessoires highlighten kann.