

## Personal Shopperin

# Eine Mischung aus Modeexpertin und Psychologin

Einkaufen und dafür bezahlt werden? Nicola Hahn (27) lebt als Personal Shopperin den Traum vieler modeaffiner Menschen – doch als selbstständige Unternehmerin muss sie nicht nur ein Gespür für Trends haben, sondern auch fit in Marketing und Akquise sein.



Viele Menschen wären gerne modischer gekleidet, haben aber noch kein Gespür für ihren eigenen Stil. Hier helfen Personal Shopper weiter.

Foto: Martin Rehm

Ein Samstag in der Münchner Innenstadt. Wie immer am Wochenende flanieren Einheimische und Touristen durch die Fußgängerzone, um sich in den zahlreichen Geschäften die neuesten Modetrends anzuschauen. Auch Nicola Hahn ist schon früh auf den Beinen. Sie bahnt sich ihren Weg durch die Kaufingerstraße bis in eines der weltberühmten Edelkaufhäuser. Dort angekommen nimmt sie die Regale und Kleiderständer unter die Lupe und wählt mit geübtem Auge und schnellem Griff einige Sommerröcke, Blusen und Blazer aus. Doch die Kleidung ist nicht für sie selbst, sondern für eine ihrer Kundinnen.

Sie wird sich gleich mit ihr in einem separaten Raum des Kaufhauses treffen und ihr ihre Auswahl präsentieren. Nicola Hahn ist Personal Shopperin und kümmert sich von Berufs wegen um das Aussehen und Auftreten von anderen. „Ich habe mich früh für Mode interessiert und schon in der Oberstufe meine Facharbeit zum Thema ‚Mode und Kunst‘ geschrieben – immer mit der Idee im Hinterkopf, eines Tages als Stylingberaterin zu arbeiten“, erzählt sie.

## Akquise und Marketing gehören zum Alltag

Nicola Hahn

Foto: Viktoria Popfinger

Nach dem Abitur studierte sie Modedesign in München, absolvierte mehrere Praktika und arbeitete anschließend zweieinhalb Jahre als Moderedakteurin bei verschiedenen Zeitschriften. „Für eine unserer Rubriken haben wir Frauen umgestylt. Das hat mir besonders viel Spaß gemacht und mich darin bestätigt, mich als Personal Shopperin selbstständig zu machen.“ Eine Entscheidung, die sie bis heute nicht bereut.

„Gleich in den ersten Wochen meiner Selbstständigkeit erschien ein Porträt in einer großen Münchner Tageszeitung, sodass ich von Anfragen nur so überrannt wurde“, erinnert sich Nicola Hahn zurück. Trotzdem muss sie bis heute viel Zeit in die Neugewinnung von Kunden stecken – zwar wenden sich viele der Frauen und Männer, die sie einmal beraten hat, erneut an sie, aber meistens nur zwei bis drei Mal pro Jahr: „Eben immer dann, wenn sie eine neue Garderobe benötigen“, erklärt die Stilberaterin.

Aufmerksamkeit zu generieren ist daher für selbstständige Personal Shopper genauso wichtig wie ein ausgeprägtes Gespür für Farben, Stoffe und Trends. Um ihren Kundenstamm auszubauen, setzt die 27-Jährige vor allem auf Präsenz in den klassischen und sozialen Medien – und auf die Weiterempfehlung ihrer Kunden. „Letzteres passiert allerdings nicht so häufig wie ich es mir wünschen würde. Viele Leute wollen es nicht öffentlich machen, dass sie sich eine Stilberatung gönnen“, lacht sie.

## Diskretion und Empathie sind das A und O

Diskretion ist demnach sehr wichtig, genauso wie Einfühlungsvermögen: „Man kommt den Kunden sehr nahe, es entsteht ein regelrechtes Vertrauensverhältnis: Viele von ihnen rufen mich an, wenn sie sich gerade an einem Wendepunkt in ihrem Leben befinden, wie etwa einem Jobwechsel oder einer privaten Trennung. Dann miste ich nicht nur den Kleiderschrank aus oder gebe Tipps, wie sie ihre Problemzonen kaschieren können, sondern bin auch ein bisschen Psychologin. Ich liebe das Gefühl, dass ich mit meiner Arbeit dazu beitragen kann, dass sich meine Kunden in ihrer Haut wohler fühlen und selbstbewusster auftreten.“

Für Nicola Hahn ist es darum selbstverständlich, dass sie für ihre Kunden auch am Wochenende und abends da ist: „Personal Shopper ist kein Nine-to-five-Job, ich arbeite häufig, wenn andere frei haben, kann aber auch mal einen sonnigen Vormittag im Café oder beim Sport verbringen, wenn ich dafür abends noch eine Kundin zum Zusammenstellen neuer Looks treffe.“ Genau diese Flexibilität schätzt sie so an ihrer Arbeit.

Und nicht nur sie: „Der Beruf gewinnt hierzulande immer mehr an Bedeutung“, weiß die 27-Jährige. „Immer häufiger bekomme ich Anfragen von jungen Leuten, die bei mir ein Praktikum machen wollen.“ Über interessierten Nachwuchs freut sich Nicola Hahn sehr – immerhin kann sie sich gut vorstellen, ihr Geschäft eines Tages zu vergrößern und auch in anderen Bundesländern als Personal Shopperin zu arbeiten, gerne gemeinsam in einem Team. „Mein großer Traum ist es, eines Tages so erfolgreich zu sein wie die amerikanische Stylistin Rachel Zoe, die Hollywood-Prominenz wie Anne Hathaway und Cameron Diaz einkleidet.“

## Video

Der Artikel enthält ein Video mit weiteren Informationen.

abi» 21.06.2019



**Diese Seite ist erreichbar unter:**

<https://abi.de/beruf-karriere/berufsreportagen/mpg/personal-shopperin016607.htm?zg=schueler>

oder scanne einfach den QR-Code