

KLEIDER MACHEN LEUTE: INTERVIEW MIT DÜSSELDORFS ERSTER PERSONAL SHOPPERIN THEKLA TILLMANN

D-Journal: Eine britische Studie mit 11000 Teilnehmern fand heraus, dass schöne Männer bis zu 15 Prozent mehr verdienen. Denkt man die Gleichung schön = erfolgreich zu Ende, dann ist jeder Angestellte sein eigenes Unternehmen, das auf Marktwerk und Image achten muss. Dazu gehört zweifellos auch das richtige Outfit. Wer lässt sich denn von Ihnen als Ich-AG beraten?

Thekla Tillmann: Interessanterweise gehören mehr Männer als Frauen zu meinem Kundenstamm. Das Verhältnis liegt ungefähr bei 60:40. Offenbar haben Männer die Ergebnisse der Studie bereits verinnerlicht oder es liegt einfach daran, dass Manager und Businessleute auch beim Shopping auf effektive Lösungen bedacht sind.

D-Journal: Obwohl Sie bereits seit vier Jahren als selbständige Personal Shopperin in der Modemetropole Düsseldorf tätig sind, sind Sie immer noch eine Vorreiterin. Die Financial Times schrieb im Dezember einen Artikel über Ihren „Dress for Success“, Sie bekommen Anfragen vom Fernsehen. Wie erklären Sie sich diesen Erfolg?

Thekla Tillmann: Das hat zum einen damit zu tun, dass ich seit über 20 Jahren in der Modebranche arbeite. Ich bin gelernte Schneiderin und habe als Einkäuferin, Trendscout und Designerin in vielen europäischen Städten gearbeitet. Zum anderen hängt der Erfolg auch damit zusammen, dass ich rund um Beauty und Look viele erstklassige Kooperationspartner habe. Dazu gehören u.a. Beauty-Affairs im Kö-Center oder der internationale Hairstylist Authentic by klaus fries.

D-Journal: Worauf legen Sie bei den Kooperationen denn besonderen Wert?

Thekla Tillmann: Wichtig ist, dass diese Unternehmen auch international tätig sind. Wenn ich z.B. Gäste aus dem arabischen Raum oder Russland berate, dann ist Englisch einfach eine Grundvoraussetzung. Besonders interessant ist auch die Zusammenarbeit mit der Global Refund Deutschland GmbH. Dort registrierte Nicht-EU-Kunden können mit Kreditkarte zahlen und bekommen dann die Mehrwertsteuer zurückerstattet.

D-Journal: Für First Class-Kunden in der Landeshauptstadt haben Sie besondere Angebote ausgearbeitet.

Thekla Tillmann: Ja, das stimmt. Ich biete auf Wunsch einen individuell zugeschnittenen Service an, der von der persönlichen Einkaufsberatung und einer Shopping-Tour bis zu einem Kurztrip in eine andere Modemetropole, z. B. nach Mailand, reichen kann.

D-Journal: Wieso nicht Düsseldorf?

Thekla Tillmann: Manche Kunden brauchen einen besonderen Kick und wollen auch woanders nach modischen Highlights suchen.

D-Journal: Sie treten auch als Sponsorin auf. In der Geschenktüte der Kunstauktion Heartwork zum Welt-Aids-Tag 2008 lag ein Gutschein von Ihnen. Und auch auf dem Markt der Möglichkeiten, einer Initiative der Unternehmenschenschaft Düsseldorf und der Diakonie, sind Sie aktiv. Was machen Sie da genau?

Thekla Tillmann: Bei dem Markt der Möglichkeiten geht es darum, wohnungslose junge Männer zu unterstützen. Ich berate sie, wie sie sich bei Bewerbungsgesprächen am besten präsentieren können. Die Outfits dafür sponsert die schwedische Marke „Tiger of Sweden“.

www.thekla-tillmann.de
info@thekla-tillmann.de
 Mobil: 0171 48 77 558



Thekla Tillmann

Foto: Alexander Basta