



„Die Mode hat uns zu dienen, nicht andersrum“

Das Angebot in Düsseldorf ist gigantisch – als Personal Shopperin hilft Sabine Stoltenberg-Lerche den Überblick zu bewahren, gibt Styling-Tipps und erfüllt individuelle Einkaufswünsche.

Sie nimmt Fremde an die Hand und versorgt sie mit den besten Tipps in der Stadt. Sie führt Geschäftsleute zwischen zwei Terminen zu den schönsten Sehenswürdigkeiten. Vor allem aber ebnet sie Damen von auswärts, die sich hier auf unbekanntem Terrain bewegen, den Weg zu schicker Mode: „Personal Shopping“ ist eine der vielen Spezialitäten von Sabine Stoltenberg-Lerche.

Eine begnadete Brückenbauerin, von jeher schon. Dass sie dafür ein besonderes Talent hat, entdeckte sie als Studentin in Genf. Für den dortigen Autosalon betreute die Düsseldorferin mehrere Jahre lang die anspruchsvolle Klientel von Ferra-



Sabine Stoltenberg-Lerche beim Einkaufen mit einer Klientin: „Wer gut angezogen ist, fühlt sich wohl und schaut gern in den Spiegel.“



ri und Maserati. Beim G-8-Gipfel in Évian-les-Bains kümmerte sie sich inmitten der politischen Demonstrationen um Besucher aus aller Welt. „In der Tasche hatte ich meine flinken Helferlein parat“, erzählt sie. „Etwas zum Erfrischen, Nagellack und neue Strumpfhosen, um kleine Pannen ausbügeln zu können. Ich möchte, dass es den Menschen um mich herum gut geht und sie Freude am Leben haben.“ Dieser Schlüsselsatz gilt bis heute. Mehr noch, es wurde ein Beruf daraus. Die Sprachstudentin Sabine Stoltenberg-Lerche kehrte in ihre Heimatstadt Düsseldorf zurück und beendete eine Ausbildung als staatlich geprüfte Übersetzerin in Französisch. „Mir war klar, dass ich mich nicht dauerhaft für Übersetzungen an einen Schreibtisch setzen würde“, sagt sie. „Mich interessierten Begegnungen mit Menschen immer mehr. Das Brückenbauen eben.“

Dafür fand sie schnell eine Marktlücke. Sie machte sich im Bereich „Guest Management“ selbständig, bot ihre Dienstleistungen bei Unternehmen und in Hotels an. „Die Aufträge kamen nicht sofort angeflohen“, gibt sie zu. „Ich musste ganz schön Klinken putzen.“ Aber Standfestigkeit und Überzeugungskraft gehören nicht umsonst zu ihren Tugenden. Zunächst einmal musste sie ihren Partnern vermitteln, dass es überhaupt einen Bedarf für das Angebot gab. Erst in der Rückschau wird klar: Eines ergab sich aus dem anderen. Aus Stadtspaziergängen und Führungen entstand das Projekt „Personal Shopping“.

Schon vorher habe die Mode bei ihren Aktivitäten eine bedeutende Rolle gespielt,

„schließlich gehört Düsseldorf zu den wichtigsten deutschen Modemetropolen“. Aber eher als Gesamtpaket mit Modenschau, Atelierbesuch und Restaurant. Doch je länger Sabine Stoltenberg-Lerche sich um Damen mit individuellen Einkaufswünschen kümmerte, umso wichtiger schien ihr dieser neue Zweig. „Gerade bei Frauen, die im Beruf enorm viel leisten, sich aber kaum Zeit für persönliche Dinge gönnen, gibt es bei Modefragen oft viel Unsicherheit“, erzählt sie. Da wird aus praktischen Gründen der ewig gleiche Hosenanzug getragen, da dominieren unauffällige Grau-Braun-Beige-Töne oder klassisches Schwarz. „Manchen Frauen steht Schwarz fantastisch“, stellt Sabine Stoltenberg-Lerche klar. „Aber es hat auch etwas von einer Uniform. Die Mode ist so vielfältig, es lohnt sich, das gesamte Spektrum zu nutzen.“

Sie bleibt bei ihrem Lieblingsthema Kleid: „Ich ermuntere meine Kundinnen nach Kräften, die Hosen mal im Schrank zu lassen und sich in einer Männerdomäne bewusst weiblich zu kleiden. Viele ahnen gar nicht, wie toll sie in einem Kleid aussehen.“ Sie erinnert sich, wie sie eine Business-Frau zu ihrem ersten Rock seit Jahren überredete: „Ich fand für sie ein wunderschönes Modell in Caramel. Dazu kombinierten wir ein Top in Beerentönen. Sie war von dem Ergebnis derart begeistert, dass sie sofort noch einen zweiten Rock kaufte, diesmal in bunten Farben.“

Sabine Stoltenberg-Lerche berühren solche Reaktionen. „Wenn Menschen bereit sind, sich vertrauensvoll zu öffnen, ist das ein wunderbares Geschenk.“ Umgekehrt sollte sich jede Frau das Geschenk machen, ihren Typ so vorteilhaft wie möglich zur Geltung zu bringen. „Wer gut angezogen ist, fühlt sich glücklich und schaut gern in den Spiegel.“ Warum zeigen sich „gestandene Frauen“ oft so unsicher? „Weil uns überall in der Werbung Makello-

sigkeit vorgegaukelt und damit suggeriert wird, wir selber seien nicht perfekt“, antwortet sie. „Aber wer hat schon die Figur eines Models? Es braucht Selbstbewusstsein, sich auch mit fünf Kilo mehr pudelwohl in seiner Haut zu fühlen. Mit der richtigen Kleidung kommt das von allein.“

Natürlich ist die Kö für betuchte Kundinnen die begehrteste Adresse. „Ich frage vorher nach dem Budget, damit keine falschen Erwartungen aufkommen“, berichtet sie. „Manchmal scheiden die teuren Designer-Boutiquen dann aus. Aber es gibt genügend Alternativen.“ Die findet sie in den gut sortierten Stores in der Shadowstraße, in Avantgarde-Läden entlang der Ackerstraße oder versteckten Perlen in der Altstadt. Es kommt auch vor, dass Männer sie engagieren. „Sie wollen Geschenke für Damen kaufen, Parfum, Kosmetik, Kleidung.“ Auch Unterwäsche? Ein fester Blick. „Nein, niemals. Das wäre mir zu intim. Dessous kaufe ich nur mit Frauen. Manchmal schlage ich ihnen sogar vor, mit dieser ersten Hülle auf der Haut zu beginnen.“

Ihre Erfahrungen beim „Personal Shopping“ (ihre Einsätze rechnet sie stundenweise ab) brachten Sabine Stoltenberg-Lerche 2015 auf die Idee einer eigenen Modekollektion. „Mittlerweile kannte ich alle Wünsche und wusste, wie oft es schöne Sachen nur in kleinen Größen gibt. Das wollte ich ändern.“ Sie absolvierte Nähkurse und holte sich Profis zur Seite. Alle Modelle ihres Labels „dapoja“ sind gemütlich, pflegeleicht und wandlungsfähig, einige speziell gefertigt für Schwangerschaft und Stillzeit. Jedes Kleid trägt den Namen einer Göttin, damit sich die Trägerin auch ein wenig als eine solche fühlen kann. Das Credo von Sabine Stoltenberg-Lerche: „Mode ist eine Sache. Wir aber sind Menschen mit Herzschlag und Gefühl. Die Mode hat uns zu dienen, nicht andersrum.“ GO ■