Betreutes Einkaufen für Männer mit Defizit

Es mangelt an Zeit, an Stilsicherheit oder es fehlt schlichtweg das Shopping-Gen. Immer häufiger überlässt Mann die Kleiderauswahl Stilexperten im Internet, die gesamte Outfits zusammenstellen. Das OÖN-Wochenende-Team hat sich durchgeklickt, bestellt und anprobiert. *Von Roswitha Fitzinger, Fotos: Volker Weihbold*

1 OUTFITTERY
Das Berliner Unternehmen wurde 2012 von Julia Bösch und Anna Alex gegründet und beschäftigt 250 Mitarbeiter, davon 130 Style-Experten, die aus mehr als 110 Herrenmode-Marken ihre Auswahl treffen. Nach eigenen Angaben mehr als 200.000 Kunden. **www.outfittery.at**

Ein modisches Gspusi mit Lucy

DIE BASIS: Kann ich Ihnen helfen? Kaum trete ich über die Schwelle eines Kleidung verheißenden Ladens, überfällt mich diese Frage. Sehe ich so hilflos aus, als könne ich eine Hose nicht von einem Leiberl unterscheiden? Der mir unangenehmen geschäftlichen Willkommenskultur entziehe ich mich mit der Floskel „Nein, ich schau nur" – und dann schau ich, dass ich das Weite suche.

DER FORTSCHRITT: Geholfen wird Mann auch bei Outfittery, aber anders. „Erhalte inspirierende Outfits von einem Stylisten – genau passend zu deinem Profil", verheißt die virtuelle „Welt, in der Männer das tun, was sie glücklich macht". Der Weg zum Glück führt flugs über Klicks. Da sind Stil-Optionen für die Freizeitklamotte, die Jobschale und die Schuherscheinung ebenso abzuhaken wie die persönlichen No-Gos (Holzfällerkaro? rosa Hemd?). An körperlich relevanten Daten werden lediglich Größe, Gewicht, Schuhmaß, Shirt-Größe, Jeansbundweite und -länge abgefragt, nicht jedoch, ob sich die 77 Kilo auf Sixpacks und breite Schultern verteilen oder eher in einer leptosomen Form stecken. „Glückwunsch, Sie haben es geschafft!" taucht auf dem Bildschirm auf, und die Nachricht, dass eine gewisse Lucy um 18 Uhr mein Handy läuten lässt.

LUCY: Bevor die Dame mit dem lyrischen Namen an mein Ohr kommt, suche ich sie auf outfittery.com heim, wo die 130 Style-Experten nicht nur im Bild vorgestellt werden. Lucy verrät, dass „Frühstück bei Tiffany" ihr Lieblingsfilm ist und sie „ein lockeres schwarzes Kleid" für einen gemütlichen Look hält. „Wollen wir uns siezen oder duzen?", eröffnet Lucy unser 13 Minuten währendes Telefonat, in dem sie erneut meine Daten abklopft.

ÜBERRASCHUNG: Nur vier Tage nach unserem modischen Gspusi kommt Lucys Packerl ins Haus, in dem zwei hübsch arrangierte Outfits stecken, die überraschen. Wir haben davor nämlich weder über Farben oder andere Details gesprochen. „Du bist der sportliche Typ, der etwas ausprobieren möchte", hatte Lucy lediglich geurteilt. Tatsächlich ist der Überraschungseffekt Teil des Outfittery-Konzepts. Ein Outfit (oben rechts) passt perfekt: ein Paar Clarks (99,95 Euro), dunkelblaue Chino von Marc O'Polo (99,90), Paul-Hunter-Hemd (59,95) und Hechter-Pulli mit Zipp (99,95) wandern in die Garderobe, der Rest (Hose zu weit, T-Shirt unverschämt teuer, der x-te Hoody) tritt aufwandslos seine Rückreise an. Lucy, ich bleibe dir als Anziehpuppe treu!

„Wer bisher ätzte, mein Stil verdiene diese Bezeichnung gar nicht, dem erwiderte ich selbstbewusst: ‚Das Diktat der Mode prallt an mir ab!'"
Bernhard Lichtenberger, Anziehpuppe

Zufriedenheit: ★★★★☆
Sympathie: ★★★★★
Dauer: ★★★★★
Preis/Leistung: ★★★☆☆
Service: ★★★★☆

Wenn es ums Shoppen geht, dann trennen Männer und Frauen bekanntlich Welten. Während sie sich Zeit lässt und dies und jenes probiert, ist für ihn Shoppen ein notwendiges Übel. Muss es dennoch sein, hat es schnell zu gehen. Mann weiß genau, was er braucht. Er sucht gezielt danach. Seine Devise: hinein ins Geschäft und rasch wieder heraus. Es ist ein bisschen wie Jagen. Laut einer GfK-Studie trifft ein derartiges Einkaufsverhalten auf 40 Prozent aller Männer zu.

„Curated Shopping" nennt sich der Service, der gezielt Shoppingmuffel und/oder Männer mit wenig Zeit ansprechen soll. Das Konzept: Der Kunde legt online die Rahmenbedingungen (Farbe, Preis, Style) fest, Modeexpertinnen wählen die einzelnen Teile aus und stellen die Outfits (meist zwei) zusammen. Klingt einfach und vor allem praktisch, aber ist es das auch? Ist Mann dann wirklich gut angezogen, wie versprochen wird? Das Team vom OÖN-Wochenende hat drei Anbieter getestet. Die Testpersonen gehören hinsichtlich ihres Einkaufsverhaltens zu den oben genannten 40 Prozent.

Die Tester

Bernhard – die modische Sackgasse im Schlabberlook. Täglich spuckt sein Kleiderkasten Jeans und T-Shirts aus – immer mindestens eine Nummer zu groß macht er optisch auf berufsjugendlich. Eine fast noch größere Baustelle: sein Schuhwerk. Bernhard liebt es konstant. Seine Trekking-Schuhe (siehe Foto oben) tauscht er lediglich in der heißen Jahreszeit gegen Converse. Fazit: viiiiel Luft nach oben.

Andreas – der ewige Blauträger. Kaum ein Tag ohne Jeans (immer blau). Kaum einer ohne Strickweste oder -pulli (meist blau). Darunter trägt er Poloshirts – an guten Tagen. An weniger guten werden Golfshirts aus leicht glänzenden Mikrofasern angezogen. Die mögen zwar auf dem Golfplatz passen, aber modisch ist anders. Fazit: Wir arbeiten daran.

Klaus – der Modischste unter den Testpersonen mit „Drall zum Britischen", wie er selber kundtut. An seinem Style gibt es grundsätzlich nicht viel auszusetzen: leger, klassisch, aber auch etwas langweilig. Außer Dunkel, Dunkel, Dunkel hat die Farbpalette nichts zu bieten, könnte man meinen. Aber immerhin: Er liebt Lederschuhe und Tweedsakkos. Fazit: qualitätsbewusst und stilsicher.

Modischer Einheitslook

Nach der Neueinkleidung ist bei allen durchaus eine Verbesserung feststellbar. Vor allem die Passform der einzelnen Teile hat überzeugt. Insgesamt erwiesen sich die Looks zwar als modisch und typgerecht, aber nicht als stylisch. Trotz unterschiedlicher Vorgaben und Anbieter sahen meine Kollegen am Ende alle gleich aus.

Oberste Devise der Anbieter: „You get, what you want" – nicht mehr. Aber wozu dann eine Stylingberatung? Kurzum: Einen Wow-Effekt darf sich Mann nicht erwarten oder muss ausdrücklich danach verlangen, was nicht bei jedem Anbieter möglich ist, da nach dem Ausschlussverfahren vorgegangen wird. Dabei ginge es auch anderes. Da sich in den Boxen immer zwei Outfits befinden, könnte eines durchaus gewagter ausfallen.

Roswitha Fitzinger mit kritischem Blick auf Tester und Testergebnis

2 MODOMOTO
2011 von Corinna Powalla in einem Berliner Hinterhof mit nur einer Stilberaterin gegründet, beschäftigt das Unternehmen heute 150 Mitarbeiter. Mehr als 150.000 Kunden. **www.modomoto.at**

„Die Höchststrafe wäre für mich ein fünfstündiger Shoppingtempelbesuch am Samstagnachmittag. Vor plaudernden Verkäufern fliehe ich blitzartig."
Klaus Buttinger, Gwandtester

Panier für den Otto Normalverbraucher

STILPRÄGUNG: Unter meinen direkten Ahnen befinden sich drei Generationen Schneiderinnen, dann bricht die Überlieferung aus Mangel an Zeugnissen ab. Man schrieb ja nicht so gern, damals im Proletariat. Wahrscheinlich aber zieht sich der Umgang mit der Nadel in meiner mütterlichen Herkunftsfamilie ununterbrochen bis zu den alten Tagen zurück, als Frau den Faden aus Mammutsehnen spann.
Umhegt von schneidernden Damen lernte der junge Buttinger zwangsläufig viel über den richtigen Umgang mit Stoff. Gerne erinnere ich mich an die alte Großmutter selig, welche weiland mit Hut auf dem Finger und Brille auf der Nasenspitze über Textil gebeugt sprach: „Mode wechselt alle Jahr, mit gutem G'schmack bist nie a Narr."

DIGITALERLEBNIS: Digital shopping also. Mache ich sonst nie. Ich habe klare Vorstellungen davon, was ich in welchen analogen Geschäften einkaufen möchte. Aber was tut man sich nicht alles an zur Aufrechterhaltung des investigativen Journalismus?!
Der mir zugeteilte Gewand-Versilberer im Internet nennt sich Modomoto und gibt sich niederschwellig im Zugang. Man braucht bloß seine rudimentären Größen zu wissen und sie auf der Homepage einzugeben, sowie zwei Dutzend Fragen hinsichtlich Muster-, Stil- und Farbpräferenzen zu beantworten. In längstens 15 Minuten ist man damit durch. Auf die Gewandkiste wartet man dann eine gute Woche.

ERGEBNIS: Modomoto schickte drei Jeans, vier Hemden, drei Pullis, drei T-Shirts, einen Schal, ein paar Socken, einen Gürtel und ein Paar Stiefeletten aus braunem, recht dünnem Leder. Die Farben waren gedeckt, wie gewünscht, Blau, Grau, Braun und Schwarz. Hätte ich die ganze Box behalten, statt nur eines Hemds und einer Hose (179 Euro), wären 1050 Euro fällig geworden.
Mit ein wenig Übung in Sachen Abverkauf bekäme man dieselbe Ware mit ein paar Stunden Einkaufsaufwand in Shops mit Bedienung um etwa 30 Prozent günstiger. Zumal sich Modomoto in der Zusammenstellung nicht unbedingt an der Kante des modisch Möglichen bewegte, sondern auf Mainstream setzte. Ein wenig hinausgelehnt hatte man sich allein mit einem Schal, dem aber das Hautgout des Gecken anhaftete. Dennoch: Gerade bei Versendern mit solch' üppiger Auswahl, könnte man einen kreativeren Zugang erwarten. Der Button „Ich trau mir modisch was" war auf der Homepage aber ehrlicherweise auch nicht zu finden. In Summe ein halbwegs faires Angebot, das Zeit aber kein Geld spart.

Zufriedenheit: ★★★☆☆
Sympathie: ★★☆☆☆
Dauer: ★★★★☆
Preis/Leistung: ★★☆☆☆
Service: ★★★★★

3 ZALON
Ableger des Online-Versandhändlers Zalando; gegründet im Mai 2015; zur Verfügung steht die gesamte Zalando-Markenpalette. Auch für Frauen und mit reduzierter Ware.
www.zalon.at

„Zwei Mal im Jahr lade ich meine Ehefrau ein, mit mir shoppen zu gehen, immer in dieselben Geschäfte. Danach belohnen wir uns mit einem guten Mittagessen."
Andreas Kremsner, die Farbe Blau liebender Shopper

Kannst du dir das auch leisten?

SHOPPEN 2016: Die Homepage begrüßt den die Farbe Blau liebenden Mann mit jeder Menge Markenlogos, viele sind ihm fremd. Schwupps, den Herren-Button gedrückt, schon versinkt der Tester in den endlosen Weiten des Online-Shoppens. Die Vorgabe von Kollegin Roswitha noch im Kopf: „Modern soll es sein, das Outfit."
Sofort beginnt ein Frage-Antwort-Spiel:
Würdest du diesen Stil tragen? (*Das Online-Programm ist sofort per du, sehr nervig!*)
Es folgen Fotos von diversen Männer-Magermodels.
Magst du diese Outfits? Ja, ja, nein, nein, ja...
Welche Farben möchtest du in deiner Box haben? Weiß, Blau oder lieber diese völlig unbekannte? Rot, Grau...
Welche Marken trägst du? Diverse.
Welchen Look würdest du niemals tragen? Skinny, Jeans, große Logos und Rollkragen – es soll ja ein neuer Look werden.
Einige Fragen später soll man Fotos von sich hochladen. Der Stylist (Jerome aus Berlin) soll sich damit ein Bild von mir machen können. Er bekommt zwei Fotos.
Und weiter geht's ans Eingemachte: Wähle deine Körperproportion. „Breitere Schultern" oder doch „insgesamt breiter"? Konfektionsgrößen werden nach bestem Wissen und Gewissen transferiert. Icons erscheinen, die Mann über 50 nicht gerne sieht: ein Sixpack, ein leichter Bauchansatz und ein rundlicher Bauch. Wahrheitsliebend mache ich bei Sixpack kein Hakerl. Das Frage-Antwort-Spiel geht noch einige Minuten so weiter, bis das Zalon-Stilprofil schließlich abgespeichert werden darf.
Wer glaubt, das war's, der irrt. Der Computer verlangt, dass man einer Bonitätsprüfung zustimmt. An diesem Punkt würde ich den Kaufvorgang normalerweise abbrechen. Keine Hose ist es wert, dass ich deshalb meine privaten Finanzen offenlege. Akzeptiert man das aber nicht, gibt es die Ware nur gegen Vorkasse.
Stylist Jerome wählt moderne Garderobe aus. Es dauert fünf Tage, bis via E-Mail zwei Outfit-Vorschläge kommen. Was gefällt? Was nicht? Noch einmal fünf Tage später kommt das Packerl.

DER INHALT: Jeromes Vorschläge sind nett, hauen aber niemanden aus den Socken. Die Hemden sind zu klein. Eine Hose, ein Leiberl und die rote Weste wechseln trotzdem den Besitzer, ebenso 254,84 Euro. Mein Fazit: Ich freue mich auf den nächsten Shopping-Termin mit meiner Ehefrau. Vielleicht kaufe ich dann nicht nur blaue Sachen ein, obwohl die gut zu meinen Augen passen, sagt sie. Und gefallen will ich vor allem ihr.

Zufriedenheit: ★★★☆☆
Sympathie: ★★☆☆☆
Dauer: ★★★☆☆
Preis/Leistung: ★★★☆☆
Service: ★★★★★

Größe: 59,91% (Id: 9583835)
Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG. Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag.
Größe: 61,11% (Id: 9583835)
Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG. Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag.