

STADTGESPRÄCH

STADTPOST@RHEINISCHE-POST.DE

0211 - 5052361

Von Düsseldorf ins Allgäu

(dh) In Berlin hat er seine neue Kollektion im antiken Ballsaal in Neukölln gezeigt, und nun zieht es den Düsseldorfer Designer **Thomas Rath** ins Allgäu auf die Sonnenalp. „Cavallerie Deluxe“ – so heißt Raths Herbst/Winter-Mode, die Vintage-Elemente mit zeitgenössischem Chic zeigt. Ein bisschen Chichi vom Rhein gemixt mit dem Glamour der Goldenen 20er-Jahre, einer Prise Business-Style und schon ist der elegante Nostalgie-Look perfekt. 500 Gäste, darunter auch RTL-Moderatorin **Frauke Ludowig**, werden am kommenden Samstag im 5-Sterne-Luxus-Resort in Oster-schwang bei der „Nacht der Mode“ die edlen, schimmernden und sehr femininen Kleider exklusiv auf dem Laufsteg sehen. Die Familie Fäßler, Eigentümer des am Fuße der Allgäuer Alpen gelegenen Resorts, lädt im Anschluss an das Defilee in den 14 Boutiquen (die größte Shopping Mall innerhalb eines Hotels in Europa) zum „Midnight-Shopping“ und einer Autogrammstunde mit Thomas Rath ein. Thomas Rath führt selbst als Moderator durch den Abend. Unter den Models ist auch die Finalistin der 6. Staffel von „Germany's next Topmodel“, **Amelie Klever**.



Präsentiert seine Kollektion im Allgäu: Designer **Thomas Rath** ARCHIVFOTO: END

(dh) Urlauber kennen das: Man kommt spät abends in seinem Ferienhaus an, will nur noch in Ruhe einen Happen essen und ein Glas Wein genießen – doch der Kühlschrank ist leer. Oder: wie gern würde man mit seinem Liebsten ausgehen und an der Hafepromenade bummeln – doch wo ist der Babysitter? „Kein Problem“, sagt **Bettina Müller** „Todo es posible – alles ist möglich“. Auf Wunsch bucht die Düsseldorferin Helikopter, Yachten und Ballonfahrten, besorgt Tickets, arrangiert Handwerker-Termine, verhandelt mit dem Gärtner, kümmert sich um den Partyservice oder vereinbart Golfstunden. Sie meldet aber auch Autos und Boote an, plant Hochzeiten von der Auswahl der Festräume bis hin zu den Behördengängen und besorgt nebenbei noch dem viel beschäftigten Manager für die Gattin das passende Geburtstagsgeschenk. Die 48-Jährige ist eine Frau für alle Fälle – sie ist eine Concierge. Aber nicht so eine, wie sie klassisch in Fünf-Sterne-Luxushotels zum guten Ton gehören.

Bettina Müller hat ihren eigenen Personal- und Business-Concierge-Service gegründet, und zwar den ersten deutschsprachigen auf Mallorca. In Port d'Andratx unweit von Palma, wo die Reichen und Schönen gern vor Anker gehen, hat sie sich vor vier Jahren niedergelassen und dort sozusagen als „privater Butler“ ihre Nische gefunden. Weil das so gut ankam, sie ohnehin stets zwischen Palma und Düsseldorf pendelt und Tochter **Louisa** inzwischen dort zur Schule geht, hat die erfahrene Office- und Projektmanagerin jetzt auch den Düsseldorfer Concierge Service eröffnet (www.duesseldorf-concierge-service.com). Auf der Balearen-Insel

Concierge unter Palmen und am Rhein



Bettina **Müller** hat sich mit einem Concierge-Service auf Mallorca selbstständig gemacht, bietet ihre Dienstleistungen jetzt auch in ihrer Heimat Düsseldorf an.

sind ihre Kunden die gut betuchten Urlauber, die ihre kostbare Freizeit nicht damit verbringen wollen, sich einen Chauffeur und einen Personal Trainer zu suchen oder ihre Maniküre- und Massage-Termine selbst zu vereinbaren.

In Düsseldorf sind es vielreisende Manager internationaler Firmen, die eine passende Schule für die Kinder suchen oder eine zuverlässige Putzhilfe oder ihre Frau spontan mit einer Reise zum Hochzeitstag überraschen wollen, aber keine Zeit haben, sich zu kümmern. Also springt die Profi-Frau ein, aktiviert ihr weit verzweigtes Mitarbeiter-Netz und „schenkt den Kunden Zeit“. Solch ein Luxus hat natürlich seinen Preis. Details verrät die Agenturchefin allerdings nicht. Denn das individuell vereinbarte Honorar hängt vom Projekt und der maßgeschneiderten Dienstleistung ab. Wie kommt die gelernte Fremdsprachen-Korrespondentin überhaupt dazu, das Leben anderer in die Hand zu nehmen? „Ich kann gut organisieren, jonglieren, recherchieren, improvisieren und finde eigentlich immer für jedes Problem eine Lösung.“ Wer die quirlige, perfekte Spanisch, Englisch und Französisch sprechende Frau erlebt, die vor Ideen nur so sprudelt, glaubt ihr aufs Wort. Außerdem hat sie sich mehr als 15 Jahre lang als persönliche Assistentin in den Vorzimmern von Verlagen und Geschäftsführern in der Werbe- und Immobilienbranche um die geschäftlichen, nicht selten auch privaten Anliegen ihrer Chefs gekümmert. „Das war ein wirklich hartes Training“, findet sie. In solchen Jobs müsse man ausgesprochen flexibel sein, sich sehr gut anpassen können und stets diskret im Hintergrund bleiben.

Preis für die meisten Fans

(jani) Mit 856 „Likes“ („gefällt mir“) für El Grecos Bild der Ikone auf der Facebook-Seite des Kunstmuseums ist es offiziell: **Ute Schönrock** und ihr Freund **Tim Preiswerk** sind die Gewinner des Bildpaten-Projekts zur Ausstellung von El Greco und die Moderne. „Das Museum Kunstpalast veranstaltete mit dem Bildpaten-Projekt eine deutschlandweit einzigartige Aktion“, sagt **Barbara Wiench**, Marketingleiterin des Kunstpalasts. „Aus 50 Bewerbern haben wir zwölf ausgesucht, die während der Ausstellung ein Werk von El Greco bei Facebook und Twitter vertreten.“ Die Aufgabe der Paten bestand darin, anhand von Beiträgen und Fotos möglichst viel Aufmerksamkeit zu erreichen. Wer die meisten Gefällt-mir-Klicks für sein Bild bekam, gewann eine Flugreise nach Madrid und Toledo, den Wirkungsstätten von El Greco. Gestern erhielten die Gewinner ihren Preis von **Volker Grimm** von der Hotelkette Melià Hotels und **Brigitte Tückmantel-Linder** von der Lufthansa. „Uns hat die Aktion viel Spaß gemacht“, erzählt Ute Schönrock. „Das Museumsteam unterstützte uns bei kreativen Ideen.“ Auch Barbara Wiench ist zufrieden. „Wir wollten junges Publikum erreichen. Das haben wir geschafft.“



Volker **Grimm**, Brigitte **Tückmantel-Linder** (v.l.) und Barbara **Wiench** (re.) überreichen den Gewinn an Ute **Schönrock** und Tim **Preiswerk**. FOTO: END