

# Распродажи в Берлине: без шопера – никак? Одеваем мужчину

*«Мы уже едем к тебе, дорогая. Послезавтра будем в Берлине, проведем в нем три дня – ну, кратенькая экскурсия, всякий там Рейхстаг, Унтер ден Линден, Бранденбургские ворота, не больше, чем на часок, а потом немедленно шопинг-шопинг-шопинг. Ты, душенька, пожалуйста, не откажи, продумай, где и как нам шопиться, ну, а если сопроводишь-покажешь-подскажешь-переведешь-поможешь выбрать-скидку получить-такс фри оформить – то будет все вообще карамельно. Ты же, это всем известно, наш гид-переводчик-знаток местных реалий-гений очных и заочных покупок-и вообще, нужнейший человек».*

После такой вдохновенной арии Московского Гостя, полной сладкой и неприкрытой лести – ну как можно отказать, я вас спрашиваю? Тем более, что во время распродаж Берлин превращается в так называемый «Прайспарадиз» – ценовой рай. А тут уж и вправду «не счесть алмазов в каменных пещерах, не счесть жемчужин в море полуденном». Правда, чтобы эти жемчужины выловить, придется основательно понырять.

Итак, на время оставляем наше привычное деловое амплуа и становимся «шопером-сопроводителем», или, как немцы говорят, «шопингбегляйтером» – человеком, совершенно необходимым, если речь идет о паре дней пребывания гостей и множестве необходимых покупок. Есть еще и другие направления деятельности шоперов, но сопровождение – самое из них энергозатратное.

Прибыли гости. Разместились в отеле – и вот вы встречаете их в условленном месте. Кратенькая экскурсия по туристическому маршруту – и вперед, за покупками, поскольку цель поездки – основательно, в полное удовольствие, с успехом, до изнеможения «всего тела организма» пошопиться.

Торговых зон в Берлине немало. Самые известные, конечно – Курфюрстендамм (и его продолжение – Тауенциенштрассе), Фридрихштрассе, Шарлоттенбург с его пешеходной зоной и расположенными в прилегающих улочках маленькими бутиками, Александерплатц и торговая зона района Штеглиц.

Перечислять далее смысла нет – любой нормальный путеводитель подскажет еще множество. Есть замечательные аутлеты Б-5 на берлинских окраинах, но мы ограничимся, пожалуй, Курфюрстендаммом или Кудаммом.

Тем более, что гости уже слышаны о КаДеВе и «Пик унд Клоппенбург» и рвутся туда, закусив удила. И тут главное – сразу выяснить кое-какие подробности, чтобы ни шопер, ни гости не потеряли время и силы впустую.

**Первое.** Что предполагается приобрести в первую очередь, без чего нельзя уехать.

**Второе.** Стилиевые предпочтения (классика или юношеский эпатаж, вещицы молодых модельеров или прекрасного кроя строгие вещи, скажем, от берлинского стилиста Эвелин Брандт).

**Третье.** Цветовая гамма и размеры.

**Четвертое.** Класс вещей (кому-то непременно нужна «Эскада» или «Роккобарокко» с во-от таким логотипом, а кто-то хочет качественный и не безумно дорогой «Фукс Шмидт», кто-то жить не может без джинсов от «Босс», а кто-то радостно удовлетворится качественным и хорошо скроенным «Йорном»).

Замечательно, если гость попался более или менее продвинутой, знающий, чего хочет. Тогда задача шопера упрощается – ищем то, **знаем** что и для кого. Но это – большая редкость. Если же «хочу то и это», а еще «много всего, красивенького» для всех, тогда...

Тогда выбираем для первичного осмотра и «прочесывания» какой-нибудь **один** большой магазин.

### **Один**

в день, потому что больше трудно – глаз сильно «замыливается», усталость накатывает, совершаются бессмысленные покупки. На самом деле шопинг – это тяжелая работа, а во время распродаж – особенно.

Предположим, есть у нас для сопровождения супружеская пара средних лет. Их цель – качественная классика, мужская и женская одежда в достаточном количестве, логотипами они не слишком озадачены, но ценовая планка довольно высока.

Скажем, выбран для «пристрелки и начала охоты» огромный «Пик унд Клоппенбург» на Кудамме.

Первым делом – мужские нужды. Проверено жизнью. Редкий мужчина выдержит шопинг более двух-трех часов. И эти первые два-три часа **всегда** должны быть посвящены **ему**, драгоценному... Подвальный этаж – молодежная мода. Нужно? Нет. Отлично.

Тогда – мужские костюмы, пиджаки, брюки и джинсы. Нужно? Да-да-да. В этой части шопинга шопер постоянно сопровождает гостей, «ведет» их, так как выбор костюма – **самая** ответственная часть мужского «марлезонского балета», и с нее надо начинать. Костюм «продиктует» многие дальнейшие покупки.

«Главное – чтобы костюмчик сидел». Если требуется подгонка – шопер договаривается о ней сразу, если есть хоть малюсенький дефект – мгновенно оговаривается возможность дополнительной скидки. Делается все энергично, оперативно и максимально доброжелательно, пожелания и капризы мужчины учитываются в полной мере.

На выбор и примерку вещей серьезных – костюмов и иже с ними – уйдет как минимум час. Часто – и много дольше.

Далее – куртки и пальто. Нужно? Да-да-да. Поскольку брюки и костюмы уже выбраны, выбор куртки и пальто диктуется стилем и цветовой гаммой костюмов, брюк и пиджаков. И тут шоперу лучше предоставить главный выбор мужчине, а потом, если понадобится, слегка откорректировать.

Если нет нужного размера – шопер обращается к консультанту. Но, скорее всего, если нужного размера во время распродажи нет – его **уже** нет. Консультант проверит наличие в магазинах сети – и, если повезет, на час-полтора, возможно, удастся зарезервировать вещь. Правда, чтобы ее купить, может понадобиться поездка на другой конец города.

И, наконец, первый этаж. Мужской трикотаж, белье, носки, рубашки и галстуки. Нужно? Да-да-да-да, а как же, разумеется, и побольше-побольше. И всего-всего, сколько руки унесут. Размер? Цвет? Отлично, встречаемся на этом месте через полчаса. Если понадобится раньше – звоните на сотовый.

Гости уходят в одну сторону, шопер – в другую. Указанные размеры и цвета, а также то, что могло бы заинтересовать гостя и подходит к свежеприобретенным костюмам, брюкам и пиджакам, складывается в стопку – и через полчаса вы во всеоружии с грудой выбранных вами вещей встречаетесь с «клиентами».

Они тоже выбрали много чего. Осматриваете их «улов» и исключительно тактично его комментируете. Обращаете их внимание на соотношение «первичная цена-качество-уценка», иногда бывает, что уценка явно недостаточна – и тут можно попросить дополнительную скидку.

Все это богатство загружается в примерочную кабину, туда же отправляется мужчина – и начинает со скорбным лицом все это мерить. Кое-что он отвергнет сразу, где-то слегка покапризничает – ничего страшного, что поделаешь, «рабочая процедура».

Долго мерить мелкие вещи на распродажах не принято, слишком долго обсуждать – тоже. Годится, понравилось – берем. Дома примерим еще раз, не подойдет – завтра вернем. Правда, вернуть можно только тот товар, который подлежит возврату. Некоторые скидки так велики, что оговаривается невозможность возврата.

Итак, наш мужчина – «мученик шопинга и страдалец распродаж» – в основном упакован. Обласкан, «обмурлыкан», обхвален со всех сторон и любящей дамой, и шопингбегляйтершей.

## Распродажи в Берлине: без шопера – никак

Автор: РуоХ

27.01.2011 19:49 -

---

Ура-ура. Устали, дорогие гости? Честно говоря, да. На сегодня закончим? Нет-нет-нет. Каффепause? Яволь, майне либе.

Так. «Чего хочет Пусик? Пусик хочет парочку пивасика и часок покоя». Предоставим мужчине возможность или вернуться в отель, если он того хочет (для этого находим ему такси), или посидеть часок в близлежащем кафе за кружечкой-другой пива. А что делают в это время дамы – в продолжении статьи.

Автор - **Маша Романовф**

[Источник](#)