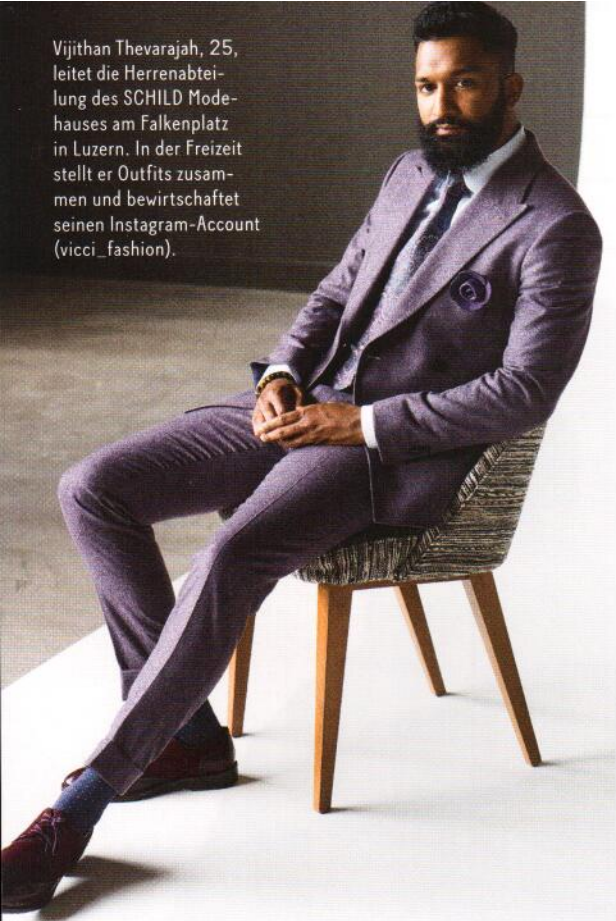


Vijithan Thevarajah, 25, leitet die Herrenabteilung des SCHILD Modehauses am Falkenplatz in Luzern. In der Freizeit stellt er Outfits zusammen und bewirtschaftet seinen Instagram-Account (vicci\_fashion).



PERSÖNLICHE  
GESCHICHTE

## KOMPETENTER PARADIESVOGEL

VIJITHAN  
THEVARAJAH *will,  
dass der Kauf eines  
Anzugs für SCHILD  
Kunden zu einem  
ERLEBNIS der  
persönlichen Art wird.*

VON PASCAL SCHLECHT

**W**'ann wurden Sie auf Ihr Flair für Herrenmode aufmerksam? Bereits in der Primarschule wusste ich Mode zu schätzen, ich war gerne modern und bunt angezogen. Für mich war klar, als ich eine Lehrstelle suchte: Ich will professionell mit Kleidung zu tun haben und in der Modebranche Karriere machen. Designer-Stücke konnte ich mir zwar nicht oft leisten, dennoch wollte ich immer einzigartig sein und achtete auf schöne Kombinationen. Im Freundeskreis war und bin ich wohl auch deshalb als Paradiesvogel bekannt. In meiner Freizeit schreibe ich einen Fashionblog.

**Was ist für Sie als Berater heute speziell, wenn sich der Kunde für Masskleidung entscheidet?**

Man unterhält sich unter vier Augen in der atmosphärischen Mass-Lounge. Der Kunde kann sich Zeit nehmen, um sich zu öffnen und seine Wünsche zu äussern. In Zusammenarbeit mit dem Mitarbeiter entwirft er seinen Anzug, es ist ein persönliches Erlebnis. Ebenfalls bietet SCHILD an, Kunden bei sich zu Hause oder im Geschäft zu besuchen.

**Was zeichnet Savile Row, das Masskleider-Angebot von SCHILD, aus?**

Savile Row ist für jedermann und jede Frau. Der Kunde kann seinen eigenen Anzug mit optimaler Passform kreieren; ab 890 Franken ist man dabei. Die Interessenten sind zwischen 24 und 60 Jahre alt, tendenziell zieht Savile Row eher Jüngere an, aber Leute, die Spass an Mode haben, gibt es in jeder Altersgruppe. Hauptsächlich sind es Kunden, die Wert legen auf Individualität bei ihrer Kleidung und sich über spezielle Details freuen.

**Was muss der Savile-Row-Berater alles können?**

Zum einen braucht er fachliche Kompetenz: Er muss das Konzept der Masskonfektion verstehen, die Produkte und deren Hersteller kennen sowie vertraut sein mit der Vorgehensweise beim Messen. Zum anderen wird Sozialkompetenz vorausgesetzt – man muss den Kunden verstehen und auf seine Wünsche eingehen.

**Was sind die Herausforderungen?**

Wichtig ist, dass für den jeweiligen Kunden die richtige Passform gefunden wird. Dank der breiten Auswahl, die Savile Row bietet, findet man aber für jede Figur und jeden Geschmack etwas. Auf Experten-Ratschläge reagiert die Kundschaft dankbar.

**Anderes Thema: Weshalb nehmen Sie am SCHILD-Kadernachwuchsprogramm teil?**

Weil ich bereits die Herrenabteilung leite, ist diese Ausbildung für mich sehr interessant. Des Weiteren wollte ich seit jeher eine Karriere im Detailhandel anstreben. Ich freue mich sehr, dass mir dieses Programm angeboten wurde. Neben dem Ver- und Einkauf lernt man auch Wichtiges über Finanzen, Marketing und vieles mehr. ○

### SCHILD KADERNACHWUCHSPROGRAMM

Am SCHILD Kadernachwuchsprogramm nehmen jährlich etwa 15 Mitarbeitende teil, die kürzlich eine Führungsfunktion übernehmen oder Aussicht auf eine solche haben sowie durch Leistungsbereitschaft und Sozialkompetenz auffielen. Während neun Monaten erhalten sie Einblick und Ausbildung in Finanzen, Marketing, Logistik, Einkauf und Führungslehre. Absolventen qualifizieren sich damit für eine höhere Position im Unternehmen.

### MASSKONFEKTION

Bei Savile Row, dem Massbekleidungsangebot von SCHILD, bestimmt der Kunde den Schnitt seines Anzugs und wählt seinen bevorzugten Stoff aus über 1000 Stoffen aus. Damit ein nach individuellen Wünschen konfektioniertes, perfekt sitzendes Kleidungsstück entsteht, wird er dabei von SCHILD Mitarbeitern beraten. Savile Row-Lounges gibt es in den SCHILD Modehäusern in Zürich, Luzern Falkenplatz, Bern, Zug, Basel und Lausanne. In Zürich wird die Dienstleistung auch Damen angeboten.

Bild: RAPHAEL JUST (Massanzug, CHF 1499,-; Masshemd, CHF 159,-; alles von Savile Row / Schuhe von Navyboot, CHF 299,90)