

Guter Auftritt schafft Selbstbewusstsein

120 zukünftige Fachverkäuferinnen zogen sich an und machten Eindruck

afz | am | München ■ Mit dem Seminar „Lust auf Erfolg – Das Auge isst mit“ tourt das Gewürzwerk Van Hees durch das Land. Nach Plön und Vechta haben jetzt auch 120 Schüler der Städtischen Berufsschule München vieles über die Bedeutung eines guten Auftritts und die Verwendung von Convenience-Produkten im Fleischerhandwerk gelernt.

An zwei Tagen stellten die angehenden Fleischer-Fachverkäuferinnen der elften Klasse unter der Anleitung von Van Hees-Produktmanager und Seminarinitiator Sven Tholius Convenience-Spezialitäten für das Fachgeschäft her. Vorab hatte Schulleiter OstD Alfons Ziller einiges an Überzeugungsarbeit zu leisten. Schließlich sollten die Betriebe ihre Auszubildenden für das Seminar nicht nur an einem, sondern an zwei Wochentagen entbehren.

Großfilialist Vinzenzmurr hatte da ein Wörtchen mitzureden – das Unternehmen beschäftigt etwa 80 Prozent der Auszubildenden für das Metzgerhandwerk an der Städtischen Berufsschule München –, war aber gleich bereit, dieses Weiterbildungsangebot zu unterstützen.

Büfett für 200 Personen

Aufgeteilt in drei Teams, die die Namen der Van Hees-Produktgruppen Vantasia, Aromix und Zartin trugen, machten sich die Schüler an die Arbeit, um für die etwa 200 geladenen Gäste ein Fingerfood-Büfett zu kreieren. Der Kreativität der Auszubildenden waren keine Grenzen gesetzt. Sie entschieden eigenständig, wie sie welche Zutaten verwenden wollten.

Es ging aber nicht nur um die bloße Zubereitung: Die Seminarteilnehmer erfuhren auch, welche Verkaufsargumente wirkungsvoll sind oder welche Informationen und Beratungsleistungen eine zunehmende Rolle spielen.



Gut gelaunt und attraktiv präsentierten sich die angehenden Fachverkäuferinnen auf dem Laufsteg. | Fotos: am



Philipp Seitz wurde für sein Engagement im Seminar mit einem Weiterbildungsgutschein ausgezeichnet.

Weil das Auge des Kunden beim Kauf häufig erst einmal an der Person haften bleibt, die hinter der Verkaufstheke steht, nützt auch die schönste Convenience-Kreation nichts, wenn der Auftritt zu wünschen übrig lässt. Deshalb hörte das Seminar für die Mün-

chener Schüler nicht beim Zubereiten des Büfets auf.

Unter Federführung von Motivations-trainerin und Stylingberaterin Neshlian Tholius wurde gestylt, geschminkt und frisiert. Die Deutsche Berufskleider-Leasing GmbH (DBL) hatte den Schülern modische Bekleidungskombinationen zur Verfügung gestellt, die zum einen die hygienischen Anforderungen im Fleischerhandwerk erfüllen, aber auch dem Anspruch an einen guten Auftritt gerecht werden.

Der erste Eindruck zählt

Sichtlich euphorisch und selbstbewusst gingen die Auszubildenden am Präsentationsabend dann auch auf die Gäste zu, unter ihnen Münchens Obermeister Georg Schlagbauer und Vinzenzmurr-Inhaberin Evi Bandl. Beide lobten das Engagement der Schüler und ermutigten sie, die Fröhlichkeit und Vitalität auch gegenüber den Kunden zu vermitteln. Er habe selten so gut gelaunte und attraktive Fachverkäuferinnen gesehen, so Schlagbauer.

Als Instrument eines langzeitlichen Marketings sehen die Van Hees-Ge-

schaftsführer Jürgen Georg Hüniken und Julia van Hees diesen Seminartyp des Gewürzherstellers aus Walluf. „Die Auszubildenden lernen, dass oft der erste Eindruck entscheidend ist“, betont Hüniken. „In den Seminaren geht es nicht nur um die Herstellung von Produkten. Die jungen Leute können eigene Ideen umsetzen und präsentieren“, so Julia van Hees.

Auftritt im Rampenlicht

Für die Präsentation ihrer Outfits hatten die drei Gruppen gemeinsam mit Neshlian Tholius eine eigene Choreographie erarbeitet. Begleitet von Hip-Hop Musik tanzten die Schüler im Rampenlicht über den Laufsteg und fanden sichtlich Gefallen am Applaus der Gäste. Eine Jury – bestehend aus verschiedenen Fachlehrern – bewertete die zubereiteten Fingerfood-Kreationen und den Auftritt auf dem Laufsteg. Am Ende siegte die Gruppe Aromix. Über einen besonderen Preis freute sich Philipp Seitz (Ausbildungsbetrieb Vinzenzmurr): Er wurde für sein Engagement ausgezeichnet und erhielt einen Van Hees-Seminar-Gutschein im Wert von 1000 Euro.