



Monika Dräger-Seibel erhofft sich für die Schülerinnen einen Wettbewerbsvorteil (Foto: H.K.)

Kommunikation ist wichtig

AUSBILDUNG. Neun Schülerinnen trainierten in der Adler-Apotheke den Ernstfall: Kundenorientierung und Dienstleistung im Gastgewerbe.

CORINNA MEINOLD

DINSLAKEN. Die neun Schülerinnen der Jahrgangsstufe zehn sind froh, dass jetzt Pause ist. Die erste Woche ihrer Herbstferien haben sie im Weinlokal „Zur Adler Apotheke“ bei einer Serviceschulung der Fraueninitiative für eine regionale Wirtschaft (fiw) verbracht – und die war anstrengender, als sie gedacht hätten.

Seminar ist gut für die Bewerbung

Ziel sei es, den Teilnehmerinnen eine bessere Ausgangssituation beim Wettbewerb um den Ausbildungsplatz und einen Vorsprung gegenüber denjenigen zu verschaffen, die ein solches Training nicht gemacht haben, erklärt die Veranstalterin Monika Dräger-Seibel. Darin sieht auch Esther Schwarz die Motivation, an dem Seminar teilzunehmen – trotz der Ferien.

Auf dem Seminarplan standen Bewerbungstraining sowie als Schwerpunkt Kunden-

orientierung und Dienstleistung für Einzelhandel, Gastronomie und Hotelgewerbe. Die Mädchen sollten sensibel gemacht werden, so Trainerin Christiane Gladen. „Einmal in die Rolle hineinspringen und fühlen, wie das im Job ist“, beschreibt sie die Wichtigkeit des Praxisbezugs. Und das ist gelungen: Die Schülerinnen wissen jetzt, wie sie sich in einem Bewerbungsgespräch verhalten müssen und welche Fehler zu vermeiden sind, denn sie haben es selbst ausprobiert und gefühlt.

Am meisten Spaß hatten sie beim Beobachten des Verkaufsservice in den Geschäften

DAS PROJEKT

Die Serviceschulung unter dem Motto „Wir machen Dienstleistungsbranche“ war eine Kooperation der fiw mit der Ernst-Barlach-Gesamtschule und dem Weinlokal. Zum Abschluss gab es ein Zertifikat, das der Bewerbung um einen Ausbildungsplatz beigelegt werden kann.

der Stadt – und ihr Urteil fällt nicht besonders gnädig aus: Der Service in den Geschäften sei schlecht. Wie genau sie hingeschaut haben, zeigt die Beobachtung von Annika Menzel: Die Spielwarenverkäuferin sei nett und freundlich gewesen, hätte aber mit ihr wie mit einem Kind gesprochen, während die Verkäuferin einer Boutique sie wie eine Erwachsene behandelt habe.

Mädchen testeten Geschäftswelt

Eine gelungene Sensibilisierung sei wichtig, damit sich was ändern könne, weiß Gladen. Das Seminar sei kein „Tropfen auf dem heißen Stein“ gewesen. Mit Monika Dräger-Seibel zieht sie ein positives Fazit. Dem schließt sich Kerstin Sadedler-Sierp vom Weinlokal an. Hoch interessant waren für sie die unterschiedlichen Haltungen der Jugendlichen. Kommunikation sei das Allerwichtigste und sie ist sicher, dass die Mädchen dies gelernt haben: „Man verkauft sich selbst.“