

Berlin

Das gute Benehmen – nicht immer ein Gewinn

Berliner Betriebe haben Benimmkurse für sich entdeckt / Rentabilität steht nicht im Vordergrund

■ AHGZ, 12.8.06 / cul

BERLIN Für das Dorint Novotel am Tiergarten Berlin ist der Nutzen ganz klar: „Durch die Benimmkurse erschließen wir eine neue Gästegruppe, die sonst nie in unser Hotel gekommen wäre“, meint PR-Managerin Daniela Reichel. Seit Februar dieses Jahres bietet das Dorint Novotel einmal im Monat einen Benimmkurs für sechs bis 14 Personen an. Die Veranstaltungen rentieren sich.

„Die meisten Teilnehmer reisen bereits einen Tag vor Kursbeginn an.“ Die Seminare finden außerdem immer am Wochenende statt, wenn die Geschäftsleute aus-



Früh übt sich: Im The Regent Berlin lernen Kinder Tischmanieren

Foto: Hotel

bleiben. „Die Seminare sind für Erwachsene gedacht, die jüngsten Teilnehmer sind aber erst 15 oder 16 Jahre alt.“ Für 150 Euro erhalten sie eine Etikette-Erziehung sowie ein 3-Gänge-Menü. „Für das Menü wählen wir schwierig zu essende Speisen wie Hummer, um den Übungseffekt zu verstärken“, betont Daniela Reichel. Gehalten werden die Seminare von „Benimm-Lehrerin“ Nadine Meyden. Ihr Angebot reicht von Tischmanieren über angemessenes Verhalten bis zur vornehmen Unterhaltung.

Ganz auf Kinder- und Jugendliche konzentrieren sich die Hotels The Regent Berlin und Ritz Carlton. „Im Rahmen unserer Philosophie, ein kinderfreundliches Hotel zu sein, veranstalten wir Benimmkurse für Kinder zwischen fünf und acht Jahren“, so Regent-Spre-

cherin Nina Deutschmann. Auf spielerische Art sollen Kindern Tischmanieren und Benehmen vermittelt werden.

Das Ziel, damit neue Kunden zu gewinnen oder den Umsatz zu steigern verfolgt das Hotel nicht. „Wir wollen zeigen, dass das Regent, obwohl es ein 5-Sterne-Hotel ist, Kinder herzlich willkommen heißt“, so Deutschmann.

Auf die nächste Generation konzentriert sich das Ritz Carlton: Zur Vorbereitung auf die Ballsaison bietet es Jugendlichen und jungen Erwachsenen Benimmkurse an. „Von Oktober bis April 2007 werden die Teilnehmer einmal wöchentlich in Umgangsformen und Kleiderordnung unterrichtet“, berichtet Susan Bähge, Director of Public Relations. Vor einem Jahr kam das Ritz Carlton auf die Idee zu den Semi-

naren, als ähnliche Kurse zur Wiener Ballnacht stattfanden. Da sie gut angenommen wurden und sich für das Haus lohnten, entschloss man sich, die Kurse als Vorbereitung auf die komplette Ballsaison anzubieten.

Doch nicht alle Gastgewerbe-Betriebe haben mit Benimmkursen gute Erfahrungen. Das Restaurant Vau musste seine Kurse vor einem Jahr aufgeben. „Es war schlicht keine Nachfrage da“, erinnert sich Mitarbeiter Lutz Freitag.

Das Swissôtel Berlin nahm seine Kurse Ende 2005 aus dem Programm. „Zu Beginn waren es zwölf bis 15 Teilnehmer pro Seminar, am Ende gab es nur noch zwei Anmeldungen“, erzählt Ingrid Carlsson, Assistentin des stellvertretenden Direktors. Die Kurse waren als Marketingidee entstanden. „Wir wollten damit auf das Swissôtel aufmerksam machen, um neue Kunden zu gewinnen.“

Das Radisson SAS im Dom Aquarelle bietet Knigge-Kurse für seine Mitarbeiter an. „In jedem größeren Haus haben wir eine Trainingsmanagerin, die ‚Yes I can‘-Kurse durchführt, aber auch Stil- und Farbberatungen“, berichtet Pressesprecherin Kerstin Neubert. Davon profitieren indirekt auch die Gäste, „da das Verhalten des Personals optimiert und auf die Gäste abgestimmt wird.“

Benimm-Kurse

Der richtige Umgang mit Messer und Gabel, die wichtigsten Benimm-Regeln und Stilfragen sowie die Kunst der Konversation sind essentielle Grundlagen im Geschäftsleben und im gesellschaftlichen Umgang. Deshalb bieten nun auch einige Luxushotels und Benimm-Trainer entsprechende Kurse an. Entscheidender Hintergedanke dabei: Neue potenzielle Kunden zu gewinnen. cul