

Für drei Wochen ein Autofan

Am Genfer Autosalon zeigen die Aussteller nicht einfach nur Autos und legen Prospekte auf. Vielmehr bieten sie zur Information der Besucher viel Personal auf. Und diese jungen Leute, meist Hostessen, können mehr als nur am Wagen lehnen.

«Es macht mir Spass, für drei Wochen Autofan zu sein». Diese Aussage macht die 24-jährige Saskia Salzmann, Koordinatorin der Hostessen und Hosts (männliche Form) für Citroën am Autosalon 2007 und selbst seit vier Jahren Empfangshostess. Für die Soziologie-Studentin ist die Arbeit in Genf psychologische Studie und vergnügliches Rollenspiel zugleich. Das Ziel: Geld für das Studium verdienen. Und dass Saskia Salzmann trotz aller positiven Aspekte für ihr Studium diesen Temporärjob sehr ernst nimmt zeigt, dass bei ihr die Arbeit vor dem Vergnügen kommt.

Intensive Schulung in kurzer Zeit

Die Hostessen und Hosts sind an den Ständen der Automobil-Importeure die Empfangscrew. Wer sich für diese Tätigkeit interessiert, hat dafür eine intensive Schulung zu durchlaufen. Bei Citroën fand diese rund zehn Tage vor dem Salonstart am Schweizer Hauptsitz in Genf statt. Dabei wurden zuerst elementare Fragen wie «Was ist Citroën?» oder «Wie funktioniert ein Auto?» behandelt. Später wurden den Hostessen/Hosts die Automodelle erklärt, hinzu kamen noch eine Markenschulung und die Unternehmensgeschichte. Klar, dass in der knappen Zeit Angaben wie der Hubraum eines Motors, modellspezifische Extras und Leasingangebote rasch sitzen sollten.

Modernste Lernmethoden

Deshalb tüfteln die Autoimporteure zusammen mit Beratungs- und Vermittlungsagenturen, die sich auf die Rekrutierung von Hostessen spezialisiert haben, laufend an der Effizienz der Ausbildung. «Seit sechs Jahren sind wir am Feintuning unserer Ausbildung und Zusammenarbeit mit Agentur und Hostessen» sagt Marc Wenger, bei Citroën Suisse Direktionsassistent Verkauf und zuständig für den Stand der Marke am Genfer Autosalon. Zusammen mit Colette Raffy, Direktorin der beratenden



... auch vertiefere Infos abgeben...



... und ist so ein wertvoller Erstkontakt für potenzielle Kunden.



Mathias Wytzenbach

Ein Standbesucher zeigt ernsthaftes Interesse: Saskia Salzmann kann kompetent...

Agentur «Competence Services», hat er definiert, was Citroën von den Hostessen erwartet, welche Rolle die Agentur dabei spielt und wie die Bedürfnisse der jungen Leute abgedeckt werden können. Die 1982 gegründete Agentur konzentriert sich auf die Rekrutierung von Studierenden. «Diese jungen Menschen saugen den Lernstoff auf wie Schwämme», freut sich der Citroën Chef-Verkäufer Marc Wenger. Deshalb hat Citroën ein spezielles E-Learning-Programm entwickelt, das die Studierenden von zuhause aus via Homepage des Importeurs abrufen können. Nach der Eingabe eines Passworts kann sich das künftige Empfangsteam vorab über spezifische Themen informieren. So wird die Einführungswoche selbst zum «Feintuning».

Heute ist weniger Sex mehr

Das Klischee der attraktiven Girls, die sich nur knapp bekleidet auf Autos räkel, scheint für die meisten Automarken ausgedient zu haben. Gefragt sind nicht vordergründige Schönheiten. Marc Wenger: «Die machen die Freundin des Kunden nur eifersüchtig und das ist kontraproduktiv.» Man will Frauen und Männer mit Intelligenz und einer gewissen Fachkenntnis. Dass sie dabei gerne unter 30 und gewiss auch attraktiv sein dürfen, trägt sicherlich zur Verkaufsförderung bei. Wer die Medien am Stand haben wolle, insbesondere die Fotografen, muss gemäss Wenger zwei Blondinen mit tiefem Ausschnitt vors Auto stellen und schon sei das Blitzlichtgewitter garantiert. Bezüglich Kunde aber, lenkten solche Nettigkeiten eher ab. Marc Wenger spricht aus Erfahrung: «Je mehr Haut, desto weniger Erinnerung ans Auto.» Deshalb setzt Citroën bei den Hostessen eher auf Hochgeschlossenen. Dennoch forcieren einige Agenturen auch die Körpergrösse, wer kleiner ist als 170 cm, wird oft am Stand übersehen und deshalb gar nicht erst verpflichtet.

Prospekte verteilen ist nicht genug

Wo vor 30 Jahren die Hauptaufgabe des Standpersonals darin bestand, Prospekte zu verteilen, arbeitet man heute vernetzter und vor allem elektronisch unterstützt. Mit einem PDA (Personal Digital Assistant, ein elektronisches Adressbuch und Terminplaner) werden beim Erstgespräch mit einem Kunden am Stand, Name, Adresse und spezifische Wünsche erfasst. Die gesammelten Daten werden zweimal täglich an den Hauptsitz weitergeleitet und schon sind die Prospekte

unterwegs zum Kunden. Natürlich nur, wenn er dies am Salon auch so gewünscht hatte.

Ähnlich vernetzt funktioniert auch die Zusammenarbeit des Teams am Stand. Jeder kennt seinen Kompetenzbereich – sind die Standbesucher konkret am Produkt interessiert, werden sie für detaillierte Gespräche zum Verkaufspersonal geführt. Dass dies so reibungslos geschieht, erfordert Disziplin. «Bei über neun Stunden pro Tag in einer Halle, die voller Lärm und Leute ist, wird Freundlichkeit zur Parforce-Leistung», erzählt Saskia Salzmann, die schon auf einige Erfahrung am Salon zurückblickt.

Eignung und Neigung

Braucht man als Salon-Hostess eine ausgeprägte Dienstleistungsorientiertheit? «Man muss es lieben, Menschen zu beraten», antwortet Saskia Salzmann. Dies geschehe nicht einfach dadurch, dass man sich am Morgen die Salon-Uniform überstreife. Um solch engagierte Menschen für eine solche Aufgabe gewinnen zu können, muss die Agentur dem Kundenwunsch entsprechend selektionieren.

Offensichtlich liegt Citroën bei der Agentur von Colette Raffy goldrichtig: «Wenn uns ein Kunde fragt, ob wir Damen zum Kaffee servieren haben, frage ich erst einmal, wie viele Sprachen sie denn bitte sprechen soll», erklärt Raffy. So trennt sich die Spreu vom Weizen. Übrigens kostet das Standpersonal pro Person in der Stunde brutto 42 Franken. Davon erhält die Agentur für ihre Vorarbeiten sowie die Vermittlung 15 Franken, die Hostessen und Hosts werden ihrerseits mit 27 Franken je Stunde entlohnt.

Corinne Roll

Information im Internet: www.citroen.ch,
www.competence-service.ch.

Anforderungsprofil

Freundlich und sympathisch
Mindestens zweisprachig
Identifikation mit dem Produkt
Team-Player
Gebildet
Kommunikativ



Fast perfekt: die Salon-Hostess.



Der Prüfstein: Die junge Frau glänzt auch mit technischem Wissen.