

Standort

„Ist die Ehefrau glücklich, ist es auch der Geschäftsbesuch“

Wie jetzt zur Drupa-Messezeit heißt es für hundertausende Düsseldorf-Besucher pro Jahr „Business meets lifestyle“. Was die Gäste an der Landeshauptstadt mögen und wie wichtig das kulturelle Umfeld für Geschäfte ist, weiß Sabine Stoltenberg-Lerche, von Beruf Düsseldorferin. Die junge Frau begleitet im Auftrag von Hotels und Unternehmen anspruchsvolle Gäste aus aller Welt durch ihre Heimatstadt.

Was lieben die Besucher an unserer Stadt besonders?

Sabine Stoltenberg-Lerche: Ich glaube, es ist vor allem das natürlich gewachsene Flair mit den verschiedenen Stadtteilen, was viele aus ihren Heimatmetropolen nicht so kennen. Dann natürlich die Shopping-Qualitäten, die Kultur und Tradition. Düsseldorf ist ein fantastisches Revier, wenn man die richtigen Adressen kennt.

Wo bleibt das Altbier?

Stoltenberg-Lerche: Ich gebe ehrlich zu, dass ich selber nicht so gerne Bier mag, aber ich liebe die urige Atmosphäre und führe deshalb meine Gäste gerne dorthin.

Sie betreiben „Guest Management“. Was ist das? Stadtrundfahrt ohne Bus?

Stoltenberg-Lerche: Viele Gäste kennen sich nicht in der Stadt aus und haben vielleicht auch Sprachbarrieren. Ich führe sie durch die Stadt, ganz nach den individuellen Bedürfnissen. Immer mehr Geschäftsleute wollen mehr als Konferenzraum und Hotel erleben. Oder sie haben ihre Ehefrau und Familie dabei. Und wenn die Ehefrau glücklich und begeistert ist, ist es meist auch der Geschäftsbesuch.

Was bieten Sie Ihren Gästen, was ein guter Stadtplan nicht leisten kann?

Stoltenberg-Lerche: Die persönliche, individuelle und kompetente Betreuung auf hohem Niveau. Das kann ein Besuch in einem Modeatelier mit exklusiver Modenschau sein, oder natürlich Besuche in den Museen und Kunstateliers. Vorigen Monat interessierte sich eine Geschäftsfrau gezielt für den Wirtschaftsstandort – bezogen auf die Firma Henkel und ihre Bedeutung für Düsseldorf.

Sie haben schon in Ihren vorherigen Berufsstationen viele Erfahrungen mit anderen Nationalitäten sammeln können, unter anderem bei G-8-Konferenzen. Gibt es Unterschiede je nach Herkunft der Gäste?

Stoltenberg-Lerche: Eigentlich habe ich es immer mit sehr individuellen Menschen zu tun. Aber zugegeben: Asiaten lieben besonders das Shoppen auf der Kö; der Schmuckdesigner Swarovski ist ein Muss für sie. Amerikaner sind sehr spontan und übrigens sehr an der Historie interessiert. Sie lieben beispielsweise die Geschichte, was Pferdeäpfel mit der Namensgebung für die Kö zu tun haben.

Das wollen wir hören.

Stoltenberg-Lerche: Im Revolutionsjahr 1848 befür der preußische König Friedrich Wilhelm IV. die Straße, die damals noch Kastanienallee hieß, und wurde recht unfreundlich empfangen. Es flogen sogar Pferdeäpfel. Um das erzürnte Königshaus wieder Milde zu stimmen, beschloss die Stadtväter später die Umbenennung des Boulevards in unsere heutige „Königsallee“.

In wievielen Sprachen können Sie die Geschichte mit den Pferdeäpfeln erzählen?

Stoltenberg-Lerche: In drei. Zum Glück bin ich Übersetzerin. ▲ MO

Von Beruf Düsseldorferin: Sabine Stoltenberg-Lerche kommt, wenn internationale Gäste ein anspruchsvolles Besucherprogramm wünschen

