

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

AUSGABE 3/2013

Mai 2013 - 13. Jahrgang

ZKZ 57232 / ISSN: 2190-2151

Anzeige

**NUR NOCH 144
TAGE BIS ZUR**



**EU'VEND & COFFEENA
19. - 21. SEPT. 2013**

Iced Teas

Umsatzbringer
für den Sommer

Guatemala

Auf Ursprungsreise
in Mittelamerika

THE COFFEE BEAN

Wie Master-Franchisenehmer Marco Wild
den deutschen Markt erobern möchte

Gesellschaft mbH, PF 12 20, 41099, Osnabrück
Entgelt bezahlt, ZKZ 57232

99

AUS FEHLERN LERNEN

DIESES MAL: SELBSTBEDIENUNG

Die Situation: Montag, 15:00 Uhr in einer Stadt in NRW. Die Freundinnen Monika und Sigrid freuen sich schon seit mehreren Wochen auf das Treffen. Um 15:00 Uhr haben sie sich in der neuen Coffee-Bar verabredet. Leckere Kuchen und guten Latte Macchiato soll es hier geben. Beide sind pünktlich und betreten den Store zielstrebig. Ein Tisch in der Ecke scheint perfekt für ein gutes Gespräch. Nach einigen Minuten wird Monika unruhig, da bisher noch keine Bedienung an den Tisch kam. Der Barista steht stattdessen hinter der Theke und schaut ins Leere. Was die Freundinnen nicht wissen: In der neuen Coffee-Bar herrscht Selbstbedienung, statt Service am Tisch. „Die haben es wohl nicht nötig“ kommentiert Monika die Situation. „Der kommt schon“ versucht Sigrid die Situation zu beschwichtigen. Er kam nicht. Die beiden Freundinnen gingen nach weiteren fünf Minuten Wartezeit verärgert aus dem Store...

Die Lösung: Ein Tischaufsteller mit dem Hinweis „Bedienung an der Theke“ beugt Verärgerungen vor. Entweder durch ein Symbol oder eine freundliche Notiz à la: Wir bedienen Sie gerne an der Theke. In Serviceschulungen sollten Mitarbeiter lernen, unerfahren wirkende Gäste freundlich auf das SB-Verfahren hinzuweisen.

Ludger Schiautmann von der GA-Trendagentur ist regelmäßig in Deutschlands Coffeeshops unterwegs. Hier beobachtet er allerlei Service-Fauxpas. Für Coffee Business hat er eine exemplarische Auswahl zusammengestellt, die er ab sofort an dieser Stelle vorstellen wird – Lösungsansätze inklusive.

GA-Trendagentur
Fliederstraße 14
32105 Bad Salzuffen
Tel.: 05222 3684840
www.ga-trendagentur.de
ga-trendagentur@t-online.de



Zum Nachahmen

Tipps

Manche Ideen sind so schön, effizient oder kreativ, dass sie unbedingt kopiert werden sollten. Lassen Sie sich inspirieren!



Durchblick schaffen. Das Londoner Trendkonzept Tapped & Packed steht für absolute Transparenz – bis hin zur eigenen Nuova-Simone li-Siebträgermaschine. Dank einer Plexiglas-Rückwand können die Kunden das Innenleben des Geräts begutachten. Das weckt Interesse und schafft Aufmerksamkeit. Dazu trägt auch die Holzverkleidung bei, die der Maschine zusätzlich einen sehr edlen und außergewöhnlichen Look verleiht.

Gesehen bei: Tapped & Packed, London

Erfrischung gefällig? Nicht nur Lage, Sortiment und Ambiente sind ausschlaggebend, um sich als Kaffee-konzept zu etablieren. Wichtig ist zudem, dass Kunden das Konzept mit positiven Erinnerungen und Gefühlen verbinden. Ein freundlicher Service ist hier zentral, aber auch die ein oder andere Überraschung, zum Beispiel in Form kleiner Aufmerksamkeiten. Wie das geht, zeigte die Bäckerei Schäfer in Rodgau bei einem Besuch im Sommer: Wer eine Erfrischung brauchte, durfte sich kostenlos einen Becher Wasser mit Limone nehmen.



Gesehen bei: Bäckerei Schäfer, Rodgau



Auf die französische Art. Französisches Pain de mie in der Theke verbreiten zum Beispiel Tartes – französische Mürbteig-Kuchen, deren Teig ohne Zugabe von Salz oder Zucker hergestellt wird. So eignen sie sich sowohl für süße wie für herzhaftere Varianten und entfalten eine starke Präsenz in der Theke. Insofern könnten mehr Coffeeshop-Betreiber die Produktidee der Bäckerei Krimphove aus Münster aufgreifen. Die Tartes sind dort ein wichtiger Bestandteil des Pain de Gateau-Konzepts (zu Dt.: Brot und Kuchen).

Gesehen bei: Bäckerei Krimphove, Münster

