

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

# COFFEE BUSINESS

AUSGABE 8/2013

Dezember 2013 - 13. Jahrgang  
ZKZ 57232 / ISSN: 2190-2151



*Freuen sich über den  
Coffeeshop Award:  
Sandra Götting und  
Mario Joka von der  
Roestbar Münster*

**Mit System**  
Der Arbeitstag eines  
Coffee-Fellows-Pächters

0,49902 Onabrück  
17.232

**Gute Mischung**

**AUS FEHLERN LERNEN**

**DIESES MAL: QUALITÄTSSICHERUNG**

**Die Situation:** Lars hat in dieser Woche in der Frührschicht „den Hut für saubere Tische auf“. Er geht regelmäßig durch den Coffeeshop, räumt benutztes Geschirr ab und wischt die Tische. Heute muss er vermehrt Reste aus Tassen gießen und angebissene Cookies entsorgen. Ärgerlich, noch mehr Arbeit! Stammkundin Gudrun erhält wie gewohnt ihren Cappuccino sowie einen Double Choc Cookie. Schnell stellt sie fest, dass der Cookie zu trocken und der Cappuccino deutlich stärker als sonst ausfällt. Sie reklamiert aus Nachsicht nur den Cappuccino. Als der Ersatz auch nicht besser schmeckt, zweifelt sie an ihrer Wahrnehmung und behält es für sich. Letztendlich lässt sie eine zu zwei Drittel gefüllte Tasse und einen angebissenen Cookie zurück.

**Die Lösung:** Bei dem einen Store ist es der Cappuccino, bei dem anderen der zu trockene Muffin oder der zu heiße Snack – tagtäglich werden vermehrt Qualitätsmängel aufgedeckt. Die Ursache liegt zu meist in der Annahme, dass die einmal festgelegte Qualität bestehen bleibt. Ein Trugschluss. Grundsätzlich gilt: Augen auf beim Abräumen der Geschirrwagen/Tische und kritische Bewertung durch den Verantwortlichen. Zur Schichtübergabe können die Auffälligkeiten von reklamierten Produkten (die Spitze des Eisbergs) und insbesondere von halb leerge-trunkenen Tassen und nicht verzehrten Snacks besprochen beziehungsweise dokumentiert werden. Ein Store- oder Filialbuch ist hier ein praktisches Hilfsmittel. Regelmäßige Teambesprechungen, die sich mit der Qualität der Produkte befassen, steigern ebenfalls einen gleichbleibenden Qualitätsstandard. Ferner stellen wiederholte Qualitätschecks und interne Verkostung die Produktqualität sicher. Die Kennziffer des Kundenturns (Wachstum oder Verlust an Kunden) ist ein weiterer Parameter, den man im Auge behalten sollte.

Lüder Schlaudermann 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 regelmäßig an dieser Stelle vorstellt – Lösungsansätze inklusive.

GA Trendagentur  
Fliederstraße 14  
32105 Bad Salzungen  
Tel.: 05222 3634640  
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!

**Geselligkeit fördern.** In unserer immer anonymer werdenden Welt freuen sich viele Kunden über die Geselligkeit eines Coffeeshops. Hier kommen Bekannte und Fremde zusammen, um sich gemeinsam bei einem Kaffee die Zeit zu vertreiben. Durch einen sogenannten Community Table, wie wir ihn zum Beispiel im neuen Starbucks-Konzept-Store in Amsterdam entdeckt haben, lässt sich dieses Zusammengehörigkeitsgefühl noch verstärken. Ist ausreichend Platz vorhanden, bieten große Tische nicht nur ausreichend Platz für große Gruppen, sondern bringen auch sonst fremde Personen an einen Tisch – gesellige Großfamilienatmosphäre inklusive.  
*Gesehen bei: Starbucks „the bank“, Amsterdam*



**Frisch dekorieren.** Ob Landhausstil, skandinavischer Purismus oder Bauholz-Design – kaum eine Coffeeshop-Einrichtung lässt sich nicht durch einen frischen Strauß Blumen noch weiter aufwerten. Ein besonders schönes Beispiel haben wir jüngst in der Kaffeemacherei in Frankfurt am Main entdeckt. Hier zaubert eine immer wieder neue, bunte Blumenkreation einen heimeligen Farbleks auf die sonst eher schlicht-weiße Theke. Findige Unternehmer fragen beim Blumenladen des Vertrauens nach einem Preisnachlass und bieten im Gegenzug an, Visitenkarten oder andere Hinweise auf die Bezugsquelle in Straußnähe auszulegen.



*Gesehen bei: Kaffeemacherei, Frankfurt am Main*

**Geschenkideen liefern.** Gerade vor Weihnachten, aber auch zu zahlreichen anderen Anlässen, halten Kunden Ausschau nach passenden Geschenkideen. Viele Spezialitätenröster wissen das und stellen spezielle Geschenkpakete in einer hübschen Verpackung zusammen. Die Kölner Rösterei Van Dyck kombiniert zum Beispiel eine 250-g-Packung einer Bio-Espresso-röstung mit zwei gebrandeten Espressotassen. Eine Geschenkbox aus Holz unterstützt die Hochwertigkeit der Produkte und unterstreicht die nachhaltige Unternehmensphilosophie.  
*Gesehen bei: Van Dyck, Köln*

