

INGER Verlagsgesellschaft mbH, PF 12 20, 49002 Osnabrück / PVST, Deutsche Post AG, „Entgelt bezahlt“, ZKZ 57232
AUSGABE 3 2020 | Mai 2020 - 20. Jahrgang | ZKZ 57232 / ISSN: 2190-2151

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Italien steht wieder auf

Wie Unternehmen der Branche jetzt nach vorne blicken. Ab Seite 30

DOPPELTE LEIDENSCHAFT

*Die Schwestern June und Ella Simon erobern die Welt der Baristas.
Ab Seite 18*

AUS DER PROVINZ

*Zu Besuch in der Heiderösterei in Dierkshausen.
Ab Seite 22*

**Hamburg
Coffee Festival**
*Unsere Highlights
Ab Seite 12*

Foto: kuz / iStock 2020

GOGREEN

Umweltfreundlicher Werbemarkt
mit der deutschen Post



WISSEN. WAS ZÄHLT
Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt

ENTSPANNTE ATMOSPHERE

Auch wenn die Nerven manchmal blank liegen, Freundlichkeit und Wärme sind gerade in Krisenzeiten wichtig. | Ludger Schlautmann

Düsseldorf, 7.30 Uhr. Fünf Kunden warten in einem Laden auf ihren Coffee-to-go. „Zwei Meter Abstand halten!“, steht in großen Buchstaben auf dem Gehwegaufsteller. Weitere Aufforderungen wie „Maske tragen“ und „EC-Cash nutzen“ machen deutlich, was der Kunde zu tun und zu lassen hat. Ist er schließlich an der Reihe und ordert seine Produkte, wirkt der Verkaufsprozess eher sachlich und unpersönlich. Sonderwünsche sind aktuell nicht sehr gefragt, da die kritischen Blicke der wartenden Kunden mahnen. Nachdem eine Kundin die Mitarbeiterin fragt, ob sie die Toilette benutzen kann, bekommt sie prompt die Antwort: „Die sind geschlossen – steht da vorne!“ Enttäuschung und Not stehen der Kundin ins Gesicht geschrieben, die Zuhörer hingegen schauen verlegen zu Boden.

Ruhe bewahren. In der aktuellen Corona-Krise sind diese Verhaltenssituationen leider häufiger zu erleben: Wir sehen gereizte Kunden und genervte Mitarbeiter. Manchmal reicht der sprichwörtliche Tropfen, um das Gemütsfass zum Überlaufen zu bringen. Allerdings ist gerade jetzt eine gute Kundenbindung gefragt. In Krisenzeiten bilden sich neue Freund- und Partnerschaften, sei es durch gemeinsame Leidenswege oder Hilfe in der Not. Helfen Sie daher Ihren Kunden, damit sie sich schnell zurechtfinden, und geben ihnen ein gutes Gefühl, willkommen und gut behütet zu sein. Sagen Sie „Danke“ und „Bitte“ auf Plakaten und Aufstellern. Setzen Sie Grafiken ein, die schnell verständlich sind: beispielsweise eine Skizze mit einem Mundschutz und der Überschrift „Danke“.

Kluge Markierungen. Verzichteten Sie auf unnötige Warte-Markierungen am Eingang des Ladens und halten sie die Tür ganztägig offen, da ansonsten die Kunden häufig irrtümlich vor der Tür stehen bleiben und warten. Die Folge: Bei Regen werden wartende Kunden unnötig nass und andere fahren unverrichteter Dinge weiter, da sie keine langen Wartezeiten in Kauf nehmen

wollen. Um auf Infektionsängste der Kunden und Mitarbeiter einzugehen, halten Sie einen Hygienespender im Kassen-/Ausgabebereich zur Selbstbedienung bereit. Verwenden Sie dort zudem eine Acryl-glasscheibe als Spuckschutz und bieten dem Kunden wenn möglich auch ein EC-Cash-Gerät an. Schulen Sie die Mitarbeiter derart, dass sie den

Danke sagen und Freundlichkeit bringen Sie weiter als harsche Ansagen. Wie das geht, macht die britische Kette Pret a manger auf LinkedIn vor.

Coffee-to-go-Kunden automatisch ein Rührstäbchen und einen Deckel mitgeben. Fragen Sie Ihre Gäste, ob und wie viel Milch und Zucker sie möchten. Noch einfacher ist es, verpackte Zuckersticks mitzugeben.



Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

GA-Trendagentur
Am Übersesch 7
48268 Gimble
Tel.: 0257 – 503 1332
www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de

Entspannung. Stichwort Ruhe: Verwenden Sie Musik, wenn möglich Lounge-Musik, die entspannend wirkt. Halten Sie die Toiletten grundsätzlich geöffnet und installieren Sie auch dort einen Hygienespender. Vor allem aber bleiben Sie Mensch! Ein farbenfroher Aufkleber oder ein Plakat mit einem „Dankeschön zur Unterstützung der Schutzempfehlungen“ trägt zur Entspannung bei. Dann klappt es auch mit dem Umsatz und höchstwahrscheinlich auch mit neuen Kunden.

Good Luck – take Care.