

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

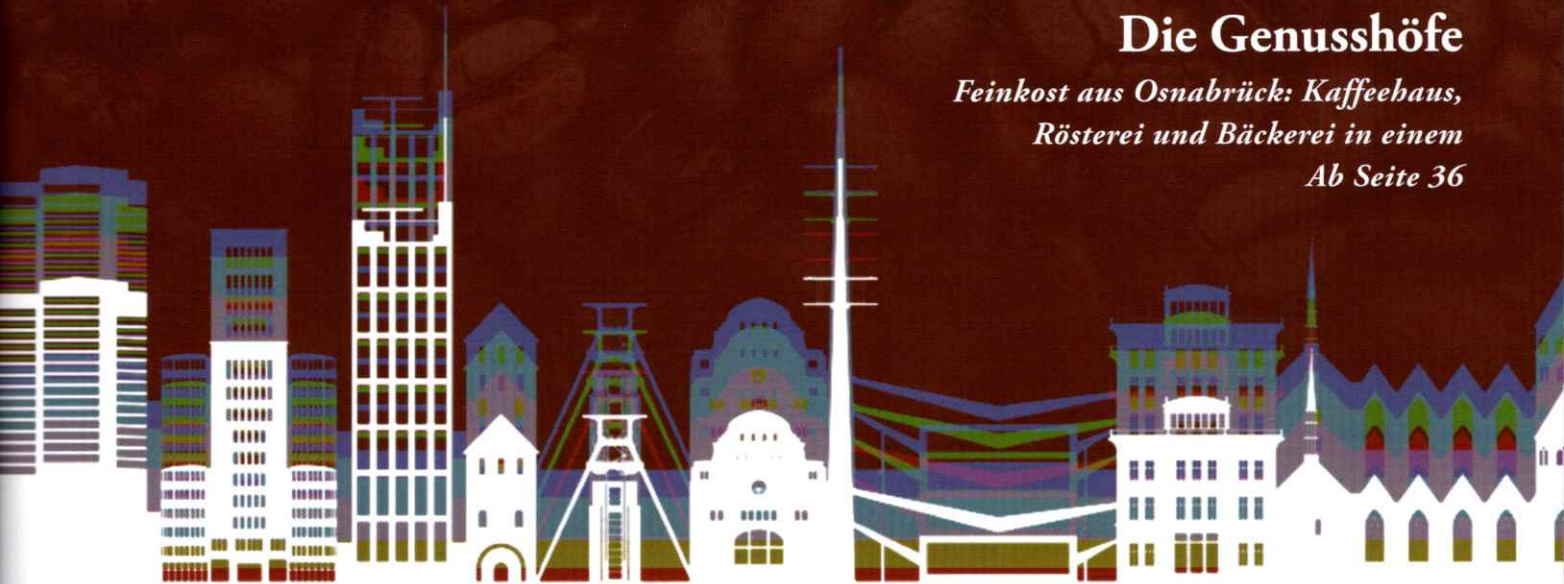
Im Herzen des Ruhrgebiets

*Röstereien aus Essen – ein Überblick
Ab Seite 16*

Porträt:
German Brewers
Cup-Champion
Nicole Battefeld-
Montgomery
Seite 14

Sicher sauber
*Tipps zur Reinigung von
Maschinen und Mehrwegbechern
Ab Seite 28*

Die Genusshöfe
*Feinkost aus Osnabrück: Kaffeehaus,
Rösterei und Bäckerei in einem
Ab Seite 36*



FIT FÜR WACHSTUM?

DIE RICHTIGE VIELFALT ENTSCHIEDET!

Einige Tipps, wie Sie auf sich aufmerksam machen und es mit dem Verkauf klappt, haben wir Ihnen hier zusammengestellt. | Ludger Schlautmänn

Köln City. An diesem Tag sieht die Snack-Theke der Coffee-Bar äußerst spartanisch aus – weit entfernt von der gewohnten Vielfalt an Bagels, Ciabattas und Co. „Habt Ihr kein Tostado-Thunfisch mehr?“ fragt der Mittzwanziger. „Nein, wir haben zurzeit nur ein Grundsor-timent“, so die Antwort von Marc, dem Verkäufer. „Dann bleibt’s beim Flat White“, „Okay, macht 3,70 Euro bitte.“ Nun ist eine junge Frau an der Reihe. Sie tänzelte bereits in der Warteschlange hin und her und suchte offensichtlich nach etwas ganz bestimmten: „Gibt’s den Bagel-Deal nicht mehr?“ „Tut uns Leid, den haben wir aktuell nicht.“ – „Mhm, dann nehme ich heute nur den Caffè Latte mit.“ In den folgenden 45 Minuten fragen sechs von 15 Kunden nach bestimmten Snacks. Die Antwort mit dem Grundsor-timent ist an diesem Vormittag eine Dauerschleife. Etwas später konnte Marc unter vier Augen nach der Ursache der Sortimentskürzung gefragt werden. „Wir haben wohl zu viel weggeworfen“, vermutet die 22-jährige Verkaufskraft. Diese Aussage scheint für viele Snack-Anbieter zuzutreffen. Die Reduzierung der Sortimente, insbesondere bei den tagesfrischen Snacks, ist seit Wochen im Außer-Haus-Markt festzustellen. Zudem war erkennbar, dass sich überwiegend teure Snacks in der Auslage befanden, so eine weitere Feststellung der GA-Trendagentur. Folgende Tipps sind für eine Sortimentsanpassung genauso hilfreich wie für eine wünschenswerte Umsatzsteigerung und Kundenzufriedenheit.

Tipp: Top-Seller verfügbar halten. Prüfen Sie anhand der Abverkaufs-Statistiken, welche Snacks in der Vergangenheit am meisten verkauft wurden. Um die Sehnsucht Ihrer Kunden zu stillen, sollten Sie die Top fünf aus 2019 und 2020 in der Theke vorrätig haben.

Tipp: Muss-Beläge. Wenn es sich um pikante Snacks handelt, prüfen Sie zudem, ob sich folgende Beläge bei Ihren belegten Produkten wiederfinden: Käse, Wurst wie Salami und Pute, Ei und vegetarische Varianten wie beispielsweise Tomate-Mozzarella.

Tipp: Vielfalt über die Teige. Wenn es Ihnen darüber hinaus gelingt, verschiedenen Teige, wie zum Beispiel Laugen-, Körner- und Weizenbrötchen, mit den Belägen zu kombinieren, dann dürften Sie 95 Prozent der Käufer von pikanten Snacks glücklich gemacht haben.

Tipp: Süße Standards sind dankbar. Die meisten süßen Snacks wie Muffins, Brownies und Co. haben ein Mindesthaltbarkeitsdatum von mehreren Tagen und laufen somit nicht Gefahr, als Abschrift zu enden.

Tipp: Die Top-Seller anbieten. Bei den Muffins sollten Sie mindestens einen Schoko- und einen Blaubeer-Muffin im Sortiment haben. Wenn Sie mehr Kompetenz zeigen möchten, könnte eine Zimt-Karamell-Variante dankbar sein. Bei den Früchten wird neben Blaubeere und Kirsche besonders gerne der Apfel-Muffin genommen – hauptsächlich süß und saftig. Bei Cookies reichen aktuell je eine dunkle- und weiße Schokovariante. Wenn Sie Brownies anbieten, wäre die aktuelle Mindest-erwartung eine dunkle Schokovariante mit weißen Schoko-Chunks, so die Bewertung der GA-Trendagentur.

Tipp: Deals hoch halten! Aufgrund der täglich sichtbaren Kraftstoffpreis-Entwicklung und der Medienpräsenz von steigenden Strom- und Gaspreisen, dürften die Konsumenten nach einem Jahr der Verdrossenheit nun wieder preissensibel werden. Daher sind bereits aktuell Deals und Angebote wieder stärker

gefragt. Ferner sind sie eine hervorragendes Instrument zur Kundenbindung. Der beliebteste Deal ist die Kombination aus einem Snack und Heißgetränk – möglichst unter vier Euro. Das beliebteste Boni-System ist die Bonus-Stempelkarte für das achte, neunte oder zehnte Gratisgetränk. Dann klappt es auch mit dem Kunden, dem Umsatz und der Erfüllung von Sehnsüchten aus den letzten 16 Monaten.

Foto: Schlautmänn 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

GA-Trendagentur
Am Übersch 7
48268 Gimbre
Tel.: 02571 – 503 1332
www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de

Good Luck and take care!
GA-Trendagentur.com