

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Selbst ist der Kunde

Selfservice-Stationen:
Chancen & Risiken

Ab Seite 38

Kaffee-Lifestyle

Die Rösterei Torrefaktum über ihre
Kooperation mit der Modezeitschrift ELLE

Ab Seite 42

INGER Verlagsgesellschaft mbH, PF 12 20, 49002 Osnabrück / PVST, Deutsche Post AG, „Entgelt bezahlt“, ZKZ 57232



INGER Verlagsgesellschaft mbH, Luisenstr. 34, 49074 Osnabrück
57232 PVST+2
Deutsche Post
QR code



FIT FÜR WACHSTUM

Manchmal ist weniger mehr – hier unsere Tipps. | Ludger Schlautmann

Bielefeld. Die Coffee-Bar mit angeschlossener Rösterei erfreut sich einer großen Stammkundschaft. Der Barista kennt die Vorlieben seiner Kunden aus dem Effeff. Bereits beim Betreten des Shops begrüßt er auch an diesem Morgen eine Kundin, die „wie immer“ einen Latte Macchiato bestellt. Doch heute fragt der Barista zusätzlich: „Möchtest du noch ein Croissant dazu?“ Irritiert schaut sie zu ihm auf und antwortet leicht zögerlich: „Mmh, nö.“ Sie schaut schnell auf ihr Handy. „Dann sind es wie gewohnt 3,80 Euro.“ Die Kundin bezahlt hastig, nimmt das Getränk und verabschiedet sich mit einem Wink. Der nächste Kunde ist an der Reihe. Auch er scheint Stammgast zu sein. „Du nimmst wieder einen Flat White und ein Ciabatta Chicken dazu?“ Mit einem kurzen, freundlichen „Yep“ antwortet der Gast, der sich ganz offensichtlich geschmeichelt fühlt. Als der Barista ihn daraufhin fragt, ob er noch einen Muffin dazu haben möchte, reagiert der zuvor zufriedene Besucher irritiert. Beispiele wie diese zeigen, dass es derzeit wieder öfters zu Zusatzverkäufen kommt. Vor der Pandemie konnten wir dies häufiger beobachten, während und nach der Pandemie dagegen eher selten. Eine ablehnende Reaktion der Kunden macht jedoch deutlich, dass die Menschen aufgrund der gestiegenen Preise derzeit nicht bereit sind, mehr Geld auszugeben, als sie eigentlich wollen. Ausnahmen sind Angebote, die einen Preisvorteil bieten. **Tipp:** Grundsätzlich können Sie auf Zusatzverkäufe verzichten, wenn Sie Ihre Warenpräsentation durch Vielfalt in Szene setzen. Den Beobachtungen zufolge steigt der Kundenbon durch eine ansprechende Warenpräsentation automatisch.

Verwirrende Boards. Münster. Ein junges Pärchen betritt das Café im Herzen der Stadt, bleibt in der Nähe der Ordertheke stehen und studiert das digitale Menüboard. Der junge Mann zeigt darauf und sagt zu seiner Begleitung, dass er gerne einen Flat White probieren würde. Bevor sie jedoch eine Entscheidung treffen kann, wechselt der Inhalt auf dem TV-Bildschirm und es erscheinen andere Angebote. Nach circa 20 Sekunden poppt das Getränkesortiment wieder auf. Die Kundin orientiert sich erneut und entscheidet sich schließlich für einen Latte Macchiato. Ihr Partner fragt sie, welche Größe sie möch-



Foto: Andrii / stock.adobe.com 2024

te. Bevor sie allerdings antworten kann, verschwindet das Bild erneut und wird von einem Werbeclip abgelöst. Ungeduldig sagt sie, er möge ihr einen „normalen Latte Macchiato“ bestellen, obwohl sie nicht wisse, was dieser koste. Wechselnde Informationen auf elektronischen Menüboards können modern aussehen, aber zeitgleich auch Kunden frustrieren. Kunden sind mit ständig wechselnden Informationen schnell überfordert. **Tipp:** Achten Sie bei der Verwendung von elektronischen Bildschirmen darauf, dass die Boards mit Sortimentsauswahl und Preisen eingefroren sind. Somit haben Gäste jederzeit die Möglichkeit, sich bewusst für Produkte zu entscheiden. Nutzen Sie für besondere Angebote lieber einen zusätzlichen TV-Screen.

Klare Kommunikation. Wechseln wir zu einem Café mit angeschlossener Rösterei. Eine ältere Kundin betritt den Shop und steht etwas ratlos vor dem Regal mit Kaffeebohnen. Zahlreiche Sorten sind farblich voneinander getrennt sortiert. Ein Mitarbeiter geht auf sie zu und fragt, ob er weiterhelfen könne. „Ich suche einen Kaffee als Geschenk für eine Freundin.“ Mit der ersten Gegenfrage, für welche Maschine oder Zubereitung der Kaffee denn gedacht sei, wirkt sie bereits überfordert. „Trinkt Ihre

Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

GA-Trendagentur
Am Übersch 7
48268 Gimble
Tel.: +49 (0)2571 503 13 32
www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de