

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Kaffee küsst Kombucha

Trendgetränk trifft Klassiker:
Wie Pilz und Bohne harmonieren

Ab Seite 38

Cappuccino & Croissants

Kofi Kaffeebar &
Rösterei in Minden

Ab Seite 22

Beutel mit Potenzial

Erobern Coffee Bags
Deutschland?

Ab Seite 32

Buntes Messetreiben

Sigep, Intergastra
& Internorga

Ab Seite 42

INGFR Verlagsgesellschaft mbH - Luisenstr. 34 - 49074 Osnabrück
PVSt+2, DPAAG, Engelt bezahlt, 57232
42

GA Trendagentur
Judger Schlaumann
Am Übersich
49268 Greven-Gimble

FIT FÜR WACHSTUM?

Hohe Qualität und Kompetenz sind angesagt. Hier ein paar Tipps. | Ludger Schlautmann

Die Preise wurden im Januar nochmals deutlich angehoben, so die Erkenntnis der GA-Trendagentur. Eine wesentliche Ursache dürfte die Mehrwertsteueranpassung im Außer-Haus-Markt von sieben auf 19 Prozent gewesen sein. Stichproben haben bei Stammkunden gezeigt, dass sie grundsätzlich Verständnis für Preisadjustierungen haben, sofern sie nicht überzogen sind. Damit sind Preiserhöhungen gemeint, die deutlich über zehn Prozent zu Buche schlagen. Für Kaffee und Snacks werden weiterhin Preiserhöhungen von 20 bis 30 Cent ohne großes Murren angenommen. Bei kleinen Speisen wie Brotstullen sind sogar ein bis zwei Euro in Kaffeebars und Bäckereien möglich. Die in den letzten Jahren x-fach gefühlte Preiserhöhung scheint der Kunde dennoch bewusst wahrzunehmen – es wurde beispielsweise beobachtet, dass einige Stammkunden eines Cafés auf die bisher gekaufte Flasche Wasser verzichteten und nach einem Glas Leitungswasser fragten. Andere wiederum verzichteten auf einen kleinen Snack. Ein deutlich messbarer Kundenrückgang wurde bislang allerdings nicht festgestellt. Trotzdem ist erkennbar, dass Stammgäste in folgenden Wahrnehmungen sensibler werden:

Geschmack = Qualität: Gemeint ist, dass für einen hohen Preis auch eine hohe Qualität erwartet wird. Am Beispiel von Kaffeespezialitäten wie Latte Macchiato oder Cappuccino bedeutet es, dass diese vollmundig schmecken. Tipp: Verwenden Sie Vollmilch mit einem Fettgehalt von mindestens 3,8 Prozent. Erfolgreiche Coffeebars haben diesen Standard bereits seit einigen Jahren gesetzt. Die milchbasierten Kaffeespezialitäten bekommen hierdurch einen gehaltvolleren, smoothen Geschmack. Bei den angebotenen Snacks wie belegte Bagel oder Sandwiches erwartet der Kunde ein Geschmackserlebnis. Eine appetitliche Avocadocreme hilft zum Beispiel, dass ein Produkt als höherwertig wahrgenommen wird.

Qualität = Kompetenz: Hohe Preise erzeugen einen hohen Anspruch an Kompetenz. In Bezug auf Kaffee bedeutet es, dass die Mitarbeiter den Unterschied von verschiedenen Kaffeebohnen und Zubereitungen kennen sollten – ferner, dem Kunden die geschmacklichen Unter-

schiede der einzelnen Getränke erklären können. Bei Snacks ist es wichtig, dass die Belegschaft die Zutaten kennt und kurze Erklärungen zu den Produkten liefern kann.

Kompetenz = Vielfalt: Hier spielt der Kopf des Konsumenten eine wichtige Rolle. Denn je teurer die Getränke, umso mehr Vielfalt wird im Café erwartet. Hierzu zählt neben Klassikern wie Latte Macchiato, Cappuccino und Caffè Latte mittlerweile auch der Flat White. Ein erfolgreicher Flat White zeichnet sich durch zwei Shots Espresso und eine sehr sämige, cremige Milch aus. Die meisten Coffeebars bieten nur eine Fassengröße an, die einem kleinen Cappuccino entspricht. In der Warengruppe der kleinen süßen Snacks wird in den meisten Cafés von Gästen weiterhin eine Auswahl an Brownies, Cookies oder Muffins erwartet. Präsentieren Sie mehrere Sorten eines Produkts in Ihrer Theke. Am Beispiel von Muffins beispielsweise Schoko und eine Fruchtart wie „Blueberry“. Falls Sie zu den Kleingebäcken auf die Hand auch Kuchen anbieten, so sollten sich diese deutlich vom Standard abheben. Produkte wie Cheesecakes und Tartes unterstreichen eine hohe Kompetenz. Wer eine gute Snackauswahl bieten möchte, sollte auf unterschiedliche Bagels, Sandwiches oder ähnliche Produkte setzen – mit Belägen von Käse über Wurst bis hin zu vegetarischen und veganen Sorten.

Bonussysteme = Wohlergehen: Preiserhöhungen stärken das Bewusstsein für Bonussysteme. Führen Sie also zur Kundenbindung und -zufriedenheit ein Bonussystem ein. Am beliebtesten ist die klassische Kaffeekarte. Dabei reicht es bereits aus, wenn Sie beispielsweise das zehnte oder elfte Getränk gratis anbieten. Und wenn Sie dem Kunden zudem die freie Wahl für sein Gratisgetränk überlassen, besteht die Chance, dass er sich an für ihn bisher unbekannte Getränke traut.

Wohlergehen = Sauberkeit: Für eine Steigerung der Zufriedenheit ist Sauberkeit ein weiterer wichtiger Faktor. Gemeint sind gereinigte Tische und Sitzmöglichkeiten. Aber auch der

Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

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