

# Kundenbindung durch Optimierung des Kaffeeangebots im Monopol Bistro Berlin

## Zusammenfassung

Wir entschieden uns für das Unternehmen Monopol Catering Berlin. Ein Unternehmen mit mehreren Standbeinen. Für unsere Studienarbeit befassten wir uns mit dem Monopol Bistro. In Gesprächen mit einem der Geschäftsführer, unserem Ansprechpartner Robert Sauerland, wurden Defizite im Bereich Kaffee- und Heißgetränkeumsatz vermutet.

Anhand einer Unternehmensanalyse sollten interne und externe Faktoren, die dafür verantwortlich sein könnten, aufgedeckt werden. Zu den internen Faktoren zählt die momentane Lage. Wir führten eine Betriebsbegehung durch, die das aktuelle Angebot im Bereich Kaffee- und Heißgetränke darstellt.

Wir stellten fest, dass dieses Angebot eventuell veraltet bzw. ungenügend sein könnte. Die externen Faktoren wurden anhand von Standort-, Zielgruppen und Konkurrenzanalyse bestimmt.

Die Standortanalyse ergab, dass mehr als eine Zielgruppe angesprochen werden kann. Außerdem wurde deutlich, dass sich mehrere gastronomische Betriebe in unmittelbarer Nähe befinden, die eventuell zur direkten Konkurrenz gezählt werden können. Die Zielgruppenanalyse war ein Abgleich mit der bisherigen, erreichten und erwünschten Zielgruppe, da das Unternehmen schon lange besteht. Durch unsere Beobachtungen des Geschäftsalltags an mehreren Tagen konnten wir schon einen wichtigen Faktor für unsere Empfehlung sammeln, das Einführen eines Coffee-to-Go-Geschäfts. Andere Punkte, wie die Öffnungszeiten und das Speisenangebot sind bereits an die Zielgruppe angepasst.

Eine durchgeführte Konkurrenzanalyse verdeutlichte, wie das Monopol Bistro im Vergleich zu anderen gastronomischen Einrichtungen abschnitt.

Die Vermutung des Geschäftsführers wurden bestätigt. Es besteht ein ausgeprägtes Defizit im Bereich Umsatz Kaffee- und Heißgetränkeangebot. In den anderen Punkten schnitt das Monopol Bistro teilweise gleich gut, teilweise auch besser ab als andere Konkurrenten.

Ein Fragebogen, der die Bedürfnisse im Bereich Kaffee- und Heißgetränkeangebot der Zielgruppe, sowie potenzieller neuer Zielgruppen, erfasst, ermöglichte eine detaillierte Auswertung. Die ergab im Großen und Ganzen, dass die meisten Gäste zur Stammkundschaft gehören. Wiederum die meisten der Stammgäste sind unzufrieden mit dem aktuellen Kaffeeangebot und bevorzugen die Verwendung einer Siebträgerkaffeemaschine.

Wir entschieden uns, mehrere Empfehlungen an das Unternehmen auszusprechen. Sie beziehen sich auf das Kaffee- und Heißgetränkeangebot.

Durch eine Erweiterung des aktuellen Zubereitungssystems (Filterkaffee) mit der Anschaffung einer Siebträgermaschine können die Bedürfnisse der bisher angesprochenen Zielgruppe deutlich besser erfüllt werden.

Das Anbieten von Coffee-to-Go ist definitiv im Sinne der bisherigen Zielgruppe und spricht gleichzeitig auch eine neue Zielgruppe an.