

Der Stammgast

Er ist treu, setzt sich auch an einen Tisch, wenn das Restaurant leer ist und die Wahrscheinlichkeit, dass er Ihre Gastronomie positiv weiterempfiehlt, ist sehr groß: **Der Stammgast** ist ein Gast, von dem wir mit hoher Wahrscheinlichkeit sagen können, dass er den Gastronomie-Betrieb positiv im Markt multipliziert und damit zwangsläufig neue Gäste in einen Betrieb führt. Gast aufzubauen.

Ziel der Arbeit am Gast sollte immer sein, den neuen Einmalgast zum Stammgast zu machen. Aber Gäste sind keine Marionetten, sondern selbstentscheidende Individuen, die aufgrund nur mittelbar zugänglicher Kriterien über das Wiederkommen entscheiden. Aber wie wird es möglich, den Einmalgast zum Stammgast zu machen?



Das komplizierte Wunsch- und Bedürfnissystem des Menschen ist in erster Linie meist an sein Ego angelehnt. Aber genau dieses System ist entscheidend dafür, ob der Gast zum Stammgast wird oder nur einmal einen Betrieb aufsucht. Man kann davon ausgehen, dass bei einem Stammgast eine große Deckungsgleichheit mit Merkmalen der Gastronomie und seinem individuellen Wunsch- und Bedürfnissystem vorhanden ist. Dient der Stammgast als Multiplikator, was

bedeutet, dass durch ihn ein neuer Gast in den Betrieb kommt, ist es sehr wahrscheinlich, dass auch dieser Gast emotionale Anknüpfungspunkte an die Gastronomie hat. Das hat seine Ursache darin, dass eine soziale Verbindung zwischen dem Stammgast und dem neuen Gast besteht - was bedeutet, dass eine Empfehlung Ihres Hauses von Stammgästen fast immer auch eine größere Affinität des neuen Gastes zu Ihrem Hause nach sich zieht.

Wissen ist also Macht! Je mehr von einem Gast gewusst wird, desto genauer kann sein Wunsch- und Bedürfnissystem erreicht werden und der Prozess zur Stammgastbildung setzt ein. Um darzustellen, wie dieses notwendige Wissen über den neuen Gast generiert werden kann, ist es sinnvoll, den Stammgast näher zu betrachten.

Was zeichnet den Stammgast aus? Mit hoher Wahrscheinlichkeit ist davon auszugehen, dass die Erwartungen eines Stammgastes an die gastronomische Dienstleistung erfüllt werden. Er schätzt die Menschen in einem Betrieb, findet in den Sortimenten und Angeboten genau die Produkte, für die er eine hohe Bereitschaft hat, Geld auszugeben. Häufig kennen wir vom Stammgast seine Lieblings Speisen und Getränke, wissen, über welche Themen er gerne redet und haben Informationen über sein Privat- und Berufsleben. Aber auch umgekehrt verfügt der Stammgast teils über internes Betriebswissen und über Informationen der Menschen, die im Betrieb arbeiten. Es sind also viele Anknüpfungspunkte für Kommunikationen mit dem Stammgast vorhanden. Und dieses Wissen lässt die Interaktion zwischen Stammgast und Gastronomiemitarbeiter individuell und inhaltlich werden. Durch diese Qualität der

Der Stammgast

Interaktion werden weitergehende Bedürfnisse und Wünsche des Stammgastes erfüllt, die eigentlich den Stammgast erst zum Stammgast machen.

Jeder neue Gast besucht eine Gastronomie mit Erwartungshaltungen, deren Erfüllung oder Nichterfüllung entscheidenden Einfluss auf sein Wiederkommen hat. Unterschieden werden müssen hierbei längerfristig entwickelte Erwartungen oder kurzfristig entstandene Erwartungen. Längerfristig entwickelte Erwartungen entstehen aufgrund von Empfehlungen oder Kommunikationen im Markt wie Zeitungsinseraten, Werbeflyern oder einem Internetauftritt. Diese Art von Erwartungen sind inhaltlich sehr umfangreich und zeichnen häufig schon ein klares Profil in der Vorstellungswelt des neuen Gastes. Kurzfristig entstandene Erwartungen sind häufig erste Eindrücke, wie sie auf dem Weg vom Parkplatz in die Gastronomie, beim Betreten eines Restaurants oder beim Telefonat für eine Tischreservierung entstehen können.

Erwartungshaltungen bei neuen Gästen sind grundsätzlich anders zu verstehen als Erwartungshaltungen beim Stammgast. Dieser erzeugt Erwartungen aus Erfahrungen, die leicht zu erfüllen sind. Der neue Gast generiert seine Erwartungen aus Sekundärwissen, welches durch ihn interpretiert die Erwartungen konkretisiert. Aber sicher ist, dass jede Art der Erwartung zu einer positiven Entscheidung, in ihren Betrieb zu kommen, geführt hat.

Doch wie soll, nach solch einer theoretischen Prozedur, der Einmalgast zum Stammgast gemacht werden? Ganz klar - durch Wissen über ihn! Erwartungen, die nicht bekannt sind, können auch nur sehr schwer erfüllt werden. Und weiter gilt: Je länger der neue Gast allein gelassen wird, desto intensiver nimmt er einen Abgleich zwischen seinen Erwartungen und den jetzt konkreten Erfahrungen vor. Deshalb sollte ein neuer Gast schnell ‚abgeholt‘ werden. Begrüßung, an den Platz bringen, währenddessen bereits erste Kommunikation, die wiederum Wissen über ihn erzeugt. Der neue Gast sollte relativ schnell in die konkrete Erlebniswelt der Gastronomie eingeführt werden, um so wenig wie möglich den Abgleich von Erwartungen und Erfahrungen, die er in der ersten halben Stunde vor Ort macht, vorzunehmen. Beobachten Sie den neuen Gast. Wie reagiert er auf andere Gäste? Zeigt er sich zufrieden, enttäuscht oder bestätigt?

Kommunikation ist in dieser Phase ein wichtiges Instrument, den neuen Gast zum Stammgast zu machen. Versuchen Sie, über Beobachtungen und Gespräche eine Ahnung seiner Bedürfnis- und Wunschvorstellungen zu bekommen. Je mehr Sie über einen neuen Gast erfahren, desto gezielter können Dienstleistung und Empfehlungen beim Gast platziert werden und ein Zweitbesuch wird wahrscheinlich. Das sollte auch immer das Ziel sein: Den Gast für einen weiteren Besuch zu gewinnen. Erst dann können Sie erlangtes Wissen über ihn gezielt einsetzen. Sie wissen dann vielleicht schon, was er gerne trinkt, welche Vorspeise er gerne isst etc. Die Stammgastbildung kann von Ihnen immer erfolgreicher umgesetzt werden, je häufiger der neue Gast zu ihnen kommt und Sie immer mehr Wissen über ihn generieren. Name, Beruf, Freizeitaktivitäten und vieles mehr regen zu immer intensiveren Gesprächen an und schaffen eine emotionale Verbindung vom Gast zur Gastronomie.

Der Gast fühlt sich individuell angesprochen, umsorgt und erlebt Momente von Entspannung und positivem Lebensgefühl in ihrem Betrieb. Wenn diese Situation erreicht ist, kann von einem Stammgast die Rede sein, der durch Aufmerksamkeit und offensive, interaktive Arbeit gewonnen wurde.