

„Der beste Vertrag ist kein Vertrag!“

Ohne jegliche Vertrags- oder Laufzeitbindung für seine Kunden, dafür aber mit strengen Qualitätsansprüchen an Produkten, Technik und Mitarbeitern hat sich coffee at work seinen Platz in der Branche der Aufsteller von Kaffeevollautomaten erkämpft.



Duftender Kaffee am morgen, ein starker Espresso nach dem Mittagessen, eine leckere Tasse Cappuccino am Nachmittag - das schwarze Heißgetränk ist der ideale Begleiter durch einen anstrengenden Arbeitstag und liegt aktuell voll im Trend. Zu jeder Zeit eine frisch zubereitete Kaffeespezialität genießen zu können, das wissen die eigenen Mitarbeiter genauso zu schätzen wie Besucher und Gäste, die Wartezeiten überbrücken müssen. Viele Unternehmen haben vor diesem

Hintergrund begriffen, dass die Anschaffung einer Kaffeezubereitungs-Lösung für das Büro eine durchaus lohnenswerte Investition ist. Abgestandener, bitterer Filterkaffee, häufig noch falsch dosiert und das lästige Klären der Frage, wer für das Kaffeekochen zuständig ist, gehören der Vergangenheit an, wenn moderne Kaffeevollautomaten auf Knopfdruck für Café au Lait, Espresso, Latte Macciato und Cappuccino sorgen.

Mit Kaffeevollautomaten für Büros Geld zu verdienen, diese Idee ist alles andere als neu. Entsprechend hart umkämpft ist der Markt.

Umso mehr ist wichtig sich von den bereits etablierten Wettbewerbern zu unterscheiden – ein „Alleinstellungsmerkmal“ zu finden und zu entfalten. Das weiß auch Martin Sesjak, der vor knapp drei Jahren das Unternehmen coffee at work gründete.

NEUES KONZEPT

Sesjak, der bereits seit Jahren erfolgreich ein Unternehmen aus dem Bereich Großküchentechnik führt und auf der Suche nach einer Kaffee-Lösung für sein eigenes Unterneh-



INS VISIER GEFASST: coffee at work-Gründer und Geschäftsführer Martin Sesjak möchte mit seinem Konzept auch in den großen deutschen Metropolen Fuß fassen.

men war, ärgerte sich über die Vertragsmodalitäten der arrivierten Anbieter und entschloss sich kurzerhand dazu, selbst ein Konzept zu erarbeiten und das Start-up-Unternehmen coffee at work zu gründen. Dieses sollte sich allerdings deutlich von dem seiner Wettbewerber unterscheiden: „Der beste Vertrag ist kein Vertrag“, meint Sesjak und erklärt: „Für unsere Kunden gibt es keinerlei Einstiegskosten und Verpflichtungen. Wir statten den Kaffeefullautomat je nach Kundenwunsch individuell aus, stellen das Gerät kostenlos auf und rechnen nur die wirklich getrunkenen Tassen ab. Kaffee, Milch und Schokoladen werden kostenlos geliefert. Kein Kauf, kein Leasing, keinerlei Vertrags- oder Laufzeitbindung, außerdem bieten wir einen kostenlosen Reparaturservice, egal wer den Schaden verursacht hat“, beschreibt Martin Sesjak die Grundpfeiler seiner Geschäftsidee. Tatsächlich kann der Kunde bei coffee at work das Vertragsverhältnis wann immer es ihm beliebt, und ohne Angaben von Gründen kündigen.

Dass ein solches Konzept auf der anderen Seite höchste Ansprüche an Qualität, Service und Kundenorientierung erfordert, ist dem Macher von coffee at work natürlich bewusst: „Unser Qualitätsversprechen gegenüber unseren Kunden steht quasi täglich auf dem Prüfstand“, beschreibt Sesjak. „Wir sind dadurch vor die Herausforderung gestellt, jederzeit eine perfekte Dienstleistung zu erbringen. Menschen, Geräte, Performance – alles muss stimmen.“

Das fängt natürlich bereits beim wichtigsten Basisbaustein des Dienstleistungsgesamtpaketes an - dem Produkt. coffee at work bezieht ausschließlich Bohnen in Spitzenqualität von der Bremer Großrösterei Westhoff, einem Spezialanbieter für Gastronomiekaffee. Dabei schwört Martin Sesjak auf die Sorte Café Suisse, einem Qualitätsprodukt mit einem Kilopreis von über 20 Euro. Seine Kunden können aber auf Wunsch auch andere Sorten beziehen. Auch fair gehandelter Kaffee und biologisch angebaute Kaffeesorten werden geliefert.

HOHE ANFORDERUNGEN

Auch auf Technologieseite arbeitet coffee at work nur mit Profis zusammen. Die Kaffeefullautomaten, die so genannten coffee at work center, bezieht Sesjak vom Hersteller Necta Vending. Die Hochleistungsgeräte sind in verschiedenen Ausstattungsvarianten verfügbar und können auf Wunsch ohne Mehrkosten mit Münzprüfer, Wassertank, Unterschrank oder einer zusätzlichen Halterung für Becher ausgerüstet werden.

Höchste Anforderungen stellt coffee at work aber nicht nur an Produkte und Geräte, sondern vor allem auch an seine eigenen Mitarbeiter. Auf ein gepflegtes Erscheinungsbild wird ebenso viel Wert gelegt wie auf freundliches und sympathisches Auftreten beim Kunden. „Aus diesem Grunde werden die Mitarbeiter umfangreich geschult, beispielsweise wie sie Stress- und Konfliktsituationen erfolgreich

meistern“, erklärt Sesjak. Neben kommunikativen Soft-Skills müssen die Servicetechniker natürlich auch ausgewiesenes technisches Know-how mitbringen. Dabei kommt den coffee at work-Technikern zugute, dass das Unternehmen nur einen einzigen Kaffeefullautomaten vertreibt. „Unsere Techniker kennen das Gerät aus dem Effeff. Viele Handgriffe sind Routine. Das verkürzt die Service- und Reparaturzeiten maßgeblich und sorgt für höhere Zufriedenheit beim Kunden“, verdeutlicht Sesjak.

EHRGEIZIGE PLÄNE

Und der Erfolg gibt ihm recht: Nach knapp drei Jahren am Markt hat das Unternehmen mit Stammsitz in Witten allein in Nordrhein-Westfalen bereits 600 Kunden gewonnen – für ein reines Start-up-Unternehmen eine durchaus beeindruckende Zahl. Insgesamt sorgen 12 Mitarbeiter in den Bereichen Vertrieb, Technik und Innendienst für reibungslose Abläufe. Für die Zukunft hat Sesjak mit seinem Unternehmen ehrgeizige Pläne. Einen Kundenstamm von 10.000 Kunden übers gesamte Bundesgebiet will er mittelfristig, das heißt spätestens in fünf Jahren, erschlossen haben. Aus diesem Grunde ist der Unternehmer gerade dabei, mit seinem Konzept in Großstädten wie Berlin, Hamburg und Frankfurt am Main Fuß zu fassen. Auch personell expandiert coffee at work kräftig. Um die steigende Nachfrage nach dem Angebot von coffee at work zu befriedigen, ist Sesjak laufend auf der Suche nach qualifizierten und motivierten Mitarbeitern, vor allem für den Vertrieb. In den kommenden drei bis fünf Jahren soll sein Team eine Stärke von 50 bis 60 Mitarbeitern erreicht haben. Damit eine anspruchsvolle, aber dennoch unkomplizierte Kaffeekultur noch in möglichst viele weitere Büros Einzug erhält.

Daniel Müller ■

INFO

Weitere Informationen finden Sie im Internet und www.coffeeatwork.de sowie unter der kostenlosen Rufnummer: 0800-400 44 22