

Scharfer Service

Erfrischungen & Snacks
rund um die Uhr



- Qualitätsprodukte für Automaten, Gastronomie und Büroservice
- Technischer Kundendienst
- Wartung und Reparatur
- Wasserspender
- Automatenverkauf
- bargeldlose Zahlungssysteme
- Shops / Kantinen
- Beratung und Planung



Mit Ideen & Tatendrang

GAST Automaten & Service GmbH & Co. KG versteht sich als Fachpartner für die betriebliche Zwischenverpflegung und Gästebewirtung. Zum Einsatz kommen dabei automatengestützte Verpflegungssysteme für Heiß- und Kaltgetränke, Süßwaren, Frischwaren, Snacks und Tabakwaren. Die eingesetzten Geräte werden je nach Kundenwunsch und Absatzmarkt im Fullservice, Komfortservice (Teiloperating), Verkauf oder im Leasing angeboten. Zum Gegenstand des Unternehmens gehört der Handel mit Automatenfüllprodukten, Watercoolern sowie Produkten für Gastronomie und betriebliche Zwischenverpflegung. Neben dem klassischen Vendinggeschäft erstreckt sich die Dienstleistung auch auf die Bewirtschaftung von Kantinen (Catering) und Essensausgabe in betrieblichen Einrichtungen. Das Betreiben von Shops in Schulen (z.B. Berufsbildende Schulen) und in größeren Betrieben gehört zur jüngsten Sparte der umfangreichen Dienstleistung. Die Mitgliedschaft im bdv verpflichtet zu einem hohen Qualitätsniveau der Dienstleistung.

Unternehmenshistorie

Anfang 1993 übernimmt der Diplom-Sozialökonom Udo Gast den bislang auf Nebenerwerb ausgerichteten elterlichen Betrieb mit ca. 30 Heißgetränkeautomaten. Die neugegründete Firma bezieht ihren Sitz in zwei gemie-

teten Kellerräumen der Lüneburger Küchenzentrale. Mit einem Fülltechniker und einem weiteren Techniker wird die Angebotspalette auf das komplette Vendingspektrum mit Heiß- und Kaltgetränken, Frischwaren und Snacks erweitert. Gleichzeitig vergrößert sich der Aktionsradius der Außer-Haus-Verpflegung auf die Landkreise Lüneburg, Uelzen und Soltau. Im Frühjahr 1994 übernimmt die Firma Gast einen Teil des Kundenstammes der sich auflösenden GVG Getränke- und Verkaufsautomaten GmbH aus Hannover. Damit fügt sich die Kantinenbewirtschaftung als neuer Geschäftszweig in die Dienstleistung des Vendingunternehmens ein. Durch das zügige Wachstum werden die vorhandenen Räumlichkeiten schnell zu klein. Im Winter 1994 erfolgt der Umzug in die ehemaligen Geschäftsräume eines Getränkefachgroßhandels in Bardowick, die in Eigenarbeit den neuen Bedürfnissen angepaßt werden. Dank des guten Rufes, den sich das junge Unternehmen bereits in der Branche erarbeitet hat, offeriert die Nestlé Foodservice GmbH im März 1995 ein Exklusivgebiet für den Vertrieb eines neuartigen, hochwertigen Spezialitätenkonzeptes. Der Einstieg in das Angebot des Markenartiklers erweitert die Geschäftsbereiche auf den Kleingerätemarkt mit Schwerpunkt Kaffeespezialitäten für Hotellerie, Gastronomie und



Gesellschafterbesprechung (v.l.n.r.: Peter Weseloh, Uschi Weseloh, Rena Meißner-Gast, Udo Gast)

Unterwegsmarkt. Ende 1997 vergrößert sich der Wirkungskreis um die Bereiche Stade und Hamburg. Der Coca-Cola Konzessionär Bremer Erfrischungsgetränke überträgt GAST Automaten & Service die Verantwortung für die Belieferung von mehr als 400 Mini-Pom-Kunden. Das Vertrauen in die konsequente Dienstleistungsorientierung und die langjährige Partnerschaft veranlaßt den Konzern Kraft Jacobs Suchard den Dienstleister im März 1998 als Gebiets-Exklusivpartner für sein neues Krönung-Vending Konzept zu gewinnen. Aufgrund des zügigen Unternehmenswachstums ist 1998 der richtige Zeitpunkt zur Änderung der Unternehmensform vom Einzelunternehmen zur GmbH & Co. KG. Die Umfirmierung bietet eine hervorragende

Basis für eine zukunftsorientierte Unternehmensentwicklung. Mit Hans-Peter Weseloh gewinnt das Unternehmen Anfang 1999 einen hochqualifizierten und erfahrenen Verkaufsleiter als Partner und weiteren Geschäftsführer. Mittlerweile sind die Räumlichkeiten in Bardowick zu klein geworden. Im April 2000 bezieht die Gast Automaten & Service GmbH & Co. KG ihren Firmensitz im attraktiven Lüneburger Industriegebiet "Bilmer Berg".

Mit einer umfangreichen Website erfolgte Ende 2000 die Nutzung des Internet als überregionaler Marktplatz. Im gleichen Jahr wird die Aufstellung von Watercoolern und der Vertrieb der zugehörigen Waterbottles zum neuen Profitcenter. Im folgenden Jahr wird



Ungewöhnliche Projekte: Zwei Besucher bestaunen das Automatenangebot in einer Kirche



Herr Lohn (Personalleiter Matsushita Electronic) genießt einen Automaten Cappuccino

Wir stehen für unsere Leistungsgerade!

Daher setzen wir nur auf Qualität! Denn für Sie ist uns das Beste gerade gut genug.

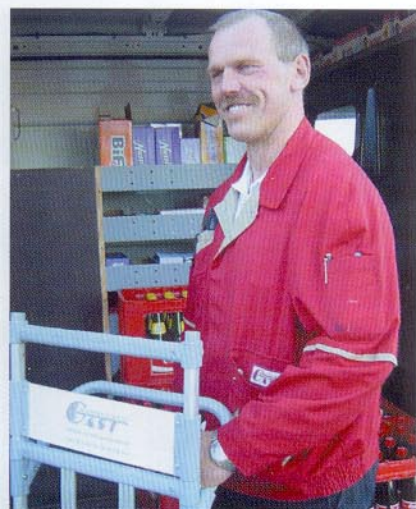


AUTOMATEN & SERVICE
GAST

Getränke- und Verpflegungsautomaten

Fax: 2 23 33-22 • Tel. (04131) 2 23 33-0





Norbert Schröder bestückt sein Tourenfahrzeug



So lecker können Ciabattabrötchen aussehen



Watercooler nach Wunsch im Optiker-Fachgeschäft

die Serviceleistung durch Einrichtung eines Schulkiosk in einer Berufsbildenden Schule erweitert. Die bisherigen Erfahrungen aus dem Kioskbetrieb und der Kantinenbewirtschaftung erweisen sich als wertvolle Grundlage bei der Übernahme von drei Verkaufsshops auf dem Gelände der Beiersdorf AG in Hamburg im November 2001.

Produktentwicklung und Projekte

In der technischen Abteilung werden ständig mechanische, elektrische und elektronische Verbesserungen an vorhanden Verpflegungsautomaten vorgenommen. Durch den engen Kontakt zu den Automatenherstellern fließen die praktischen Erfahrungen der Techniker und Fülltechniker in die Produktentwicklung mit ein. Nach Kundenwünschen werden mobile Einsatzsysteme für Verkaufsautomaten entwickelt, Designanpassungen vorgenommen oder Geräte durch Verkleidungen in die räumliche Umgebung integriert. "Wir können unseren Kunden nur das richtige Produkt und die optimale Dienstleistung anbieten, wenn wir Ihnen auch zuhören", so Udo Gast. "Gelegentlich

muß man auch verrückt sein und ungewöhnliche Dinge tun". Können Sie sich einen Verkaufsautomaten in der Kirche vorstellen? In der St. Nicolai Kirche in Lüneburg gibt es das schon (siehe Bild). Wenn der andächtige Besucher den Klängen der Orgel gelauscht hat, dann kann er gleich die CD im Automaten kaufen. Selbstverständlich gibt es auch Postkarten oder geistliche Lektüre. Sogar kleine Säckchen mit Lüneburger Salz oder Uhren sind im Angebot.

Mitarbeiter und Geschäftsleitung

Das Unternehmen ist eigentlich ein Zwei-Familienbetrieb. Beide Familien sind schon seit vielen Jahren freundschaftlich verbunden. Die vier Gesellschafter Uschi Weseloh (Controlling), Rena Meißner-Gast (Personal), Hans-Peter Weseloh und Udo Gast verstehen sich als Führungsteam. Die beiden Geschäftsführer Udo Gast (Facility Management und Shops) und Hans-Peter Weseloh (Verkauf und Vertrieb) haben klar abgegrenzte Verantwortungsbereiche. Zu den fast 40 Mitarbeitern zählen 1 Verkaufsleiter, 3 Techniker, 9 Fülltechniker, 3 Verwaltungs- und Controllingmit-

arbeiter, 2 Köche und 7 Kantinenfachkräfte, 9 Shopverkäufer/innen sowie Teilzeit- und Hilfskräfte.

"Intensiver Informationsaustausch, gute Zusammenarbeit und Teamgeist sind Grundlage für die Erfüllung unserer Aufgaben. In solch einem Team verdient jeder Mitspieler die höchste Wertschätzung", so Udo Gast zum Geschäftserfolg der GAST Automaten & Service GmbH & Co. KG.

Objekte

Im Hause Beiersdorf AG betreibt das Unternehmen seit November 2001 an drei Standorten Heißgetränke-, Kaltgetränke- und Snackautomaten. Zusätzlich konnte GAST als nunmehr fünfter Dienstleister die Bewirtschaftung der 3 Verkaufsshops auf dem Firmengelände übernehmen. Zum Angebot zählen neben einem breiten Sortiment an Getränken und Süßwaren auch frisch belegte Brötchen, Baguettes und Snacks, Zeitschriften und Tabakwaren. An einem Standort ist ein Tchibodepot mit Bestellservice integriert, der für regen Kundenzustrom sorgt. Vier mal

im Jahr tagt der "Brötchenausschuß" mit Gesamtbetriebsratsvorsitzenden, Wirtschaftsleitung und GAST Automaten. Seit 1988 stehen ebenfalls Automaten im Betrieb der Matsuhita Electronic Components (Europe) GmbH. Im Laufe der Jahre hat sich die Zahl der Verkaufsautomaten immer wieder der wechselnden Personalstärke anpassen müssen. Neben den Automaten kommen auch Watercooler zum Einsatz.

Im Jahre 1978 startete GAST Automaten mit einem Heißgetränkeautomaten in der Johnson Controls Interieurs GmbH (Zulieferer für Fahrzeuginnenausstattung). Neben der kompletten Automatenversorgung und 20 Watercoolern wird auch das Betriebsrestaurant bewirtschaftet (ca. 120 - 170 Essen täglich). Für die Gästebewirtung gibt es Sondergerichte oder Canapés je nach Kundenwunsch. Beim letzten Tag der offenen Tür wurden rund 2.400 Gäste mit Grillfleisch, Paella, Bier und Softdrinks versorgt. Einmal monatlich findet ein Treffen mit Betriebsrat und Personalleitung statt. Hier werden aktuelle Aufgaben und Aktionen besprochen.

Erfolgsfaktoren für Operator

"Unser Erfolg wird im Wesentlichen durch unsere Mitarbeiter bestimmt. Sie sind die positive Visitenkarte unseres Unternehmens. Nur motivierte Mitarbeiter lassen sich auf Unternehmensziele verpflichten. Deshalb verstehen wir Führungskräfte uns eher als Motivationstrainer denn als Chefs. Geht man einmal von den kundenorientierten Erfolgsfaktoren aus, so lassen sich nach unserer Erfahrung zwei wesentliche Gruppen bilden. Das sind Kundengewinnungs-Faktoren und die Kundenbindungs-Faktoren" (siehe rechter Kasten), so Udo Gast abschließend.

Inge Brecht: Ihre Automaten sind stets vorbildlich gepflegt



Kundengewinnungs-Faktoren:

Sympathie - Verhandlungen und Verkauf wird bei einer komplexen Servicedienstleistung immer noch durch persönliche Beziehungen geprägt. Wir alle wissen, dass Entscheidungen nicht nur auf Basis von nüchternen Zahlenmaterial getroffen werden, sondern vor allem emotionalen Einflüssen unterliegen. Nur wer in der Lage ist, bei seinen Gesprächspartnern Sympathie zu erwecken, erhält den Auftrag. Erfolgreiche Verkäufer schaffen eine Erlebniswelt.

Akquisition - Erfolg hat drei Buchstaben; und die heißen t-u-n. Nur wer sich aktiv im Markt bewegt kann auch etwas bewegen. Dazu zählen Mailings, Telefonmarketing, Anzeigen, Präsenz bei wichtigen Wirtschaftsveranstaltungen und vor allem Besuche, Besuche und nochmals Besuche.

Individualität des Angebotes - Standardangebote machen das Leben überschaubar und einfach. Der prospektive Neukunde sieht auch sofort wieviel Mühe er seinem Dienstleister Wert ist - keine Minute extra.

Know-how - Erst im persönlichen Beratungsgespräch können wir uns beweisen. Rede nur von den Dingen, von denen du auch etwas verstehst. Dein Gegenüber hat möglicherweise mal bei einem Kaffee gebarbeitet und ist nun ganz erstaunt über die ungewöhnlichen Eigenschaften des angebotenen Automatenwunderkaffees.

Preis-Leistung - Ein russisches Sprichwort sagt: „In jedem Markt gibt es zwei Narren: Der eine hat zu hohe, der andere zu niedrige Preise.“ Mache deine Leistung transparent! Kostenlose Aufstellung, Beratung und Einweisung kann einen vermeintlich hohen Gerätepreis wieder attraktiv erscheinen lassen.

Transparenz - Nicht nur Preis und Leistung sollten transparent gemacht werden, sondern auch das eigene Unternehmen und seine Handlungsweise. Tue Gutes und rede darüber. Wir gewinnen Neukunden oftmals durch Empfehlung bereits bestehender Geschäftsverbindungen. Für einen Einkäufer kann das Gespräch mit einem Kunden des Operators schon im Vorfeld einer Partnerschaft als vertrauensbildende Maßnahme nicht hoch genug bewertet werden.

Realismus - Wir sind nicht allein im Markt und der Wettbewerbsdruck wird immer stärker. Auch wenn unser Verkaufsgespräch noch so gut gelaufen ist und wir den Auftrag schon in der Tasche zu haben glauben, kann der Zuschlag an den Mitbewerber gehen. Die Frage ist, wie wir mit Niederlagen umgehen. Es gibt fast immer eine zweite Chance.

Investitionsbereitschaft - Riskieren Sie doch mal etwas! Es wäre doch schade, wenn ein Auftrag verloren geht, nur weil man nicht zu einer kostenlosen und unverbindlichen Probeaufstellung bereit war. Investition bedeutet nicht nur Gerätekauf. Investieren heißt auch Schulung der Mitarbeiter, Anschaffung von geeignetem Werkzeug, Arbeitsgerät und Berufskleidung.

Kundenbindungs-Faktoren

Kundenkontakt - Es reicht nicht, bei Vertragsabschluss seine Visitenkarte abzugeben, um dann auf immer Wiedersehen zu verschwinden. Ihre Kunden möchten gern von Ihnen besucht werden. Sie möchten Ihnen von den Erfahrungen mit ihrem Automaten berichten, über Golf oder Tennis sprechen und vor allem einem Menschen gegenüber sitzen, der ihnen zuhört.

Teamfähigkeit - Entscheidungen werden oft in der Gruppe getroffen; ob in der Lehrer-Eltern-Versammlung, in der Betriebsratssitzung oder bei der Einkäuferkonferenz. Wer sich als Mitarbeiter und Berater in einem Team versteht, hat gelernt zuzuhören und andere Meinungen zu akzeptieren.

ServicLeistungen - Im Vergleich zu anderen Ländern sind wir in Deutschland nicht gerade mit gutem Service verwöhnt. Mit etwas Phantasie fällt es uns leicht, unsere Kunden mit mehr Service zu verwöhnen: Warenlieferung frei Haus, Produktlieferung bei Bedarf stückweise und nicht nur in ganzen Kartons, kostenlose technische Hotline, schnelle Reaktionszeiten bei Automatenstörungen und vieles mehr.

Automatentechnik - Automaten, die nicht funktionieren, bringen keinen Umsatz und verärgern den Kunden. Eine ausgereifte Automatentechnik gehört zu den Grundanforderungen eines jeden Operators.

König Kunde - Der Kunde steht im Zentrum unseres Denkens und Handelns. Nur er gibt uns das Geld für unsere Mitarbeiter. Egal ob er persönlich erscheint, anruft oder Briefe schreibt, er ist immer die wichtigste Person. Er unterbricht nicht unsere Arbeit – er ist unsere Arbeit.