



## Werbecampagnen und deren Folgen

Herr Knöpfle von der Campari Deutschland GmbH stellte in Regensburg die Wirkung der verschiedenen Werbungen dar. Im Mai 2011 trafen sich einige Mitglieder der Sektion Regensburg zu diesem Seminar im Hansa Apart-Hotel.

Zielgruppe des Seminars waren Servicefachkräfte, Barmitarbeiter und Verkäufer. Ihnen wurden die direkte und indirekte Werbung sowie das gesteuerte Verkaufen näher gebracht.

Die Campari Deutschland GmbH verfügt über ein sehr großes Portfolio. Darunter sind zum Beispiel Rum, Whisk(e)y, Bitter, Südweine, Wodka und verschiedene Liköre.

All diese Spirituosen müssen an den „Mann“ bzw. die „Frau“ gebracht werden. Es gibt Gäste, die wissen genau was sie trinken wollen, es gibt allerdings auch Gäste, die sich unschlüssig sind. Dann sind wir Fachkräfte und Verkäufer gefragt, das Richtige für unseren Gast zu empfehlen. Er will richtig beraten und versorgt werden.

Es gibt natürlich auch gesteuertes Verkaufen durch Musik. Zum Beispiel in einer Diskothek nach einer 10-minütigen Rockrunde, bei der alle schweißgebadet im Anschluss durstig zu einem Jack-Daniels Cola greifen. Die Musik und der DJ steuern hier ganz gezielt den Verkauf. Denn solange die Tanzfläche voll ist, wird kein Umsatz gemacht.

Die Campari Deutschland GmbH hat mit ihrem Aperol Sprizz einen Verkaufsschlager und das Sommergetränk in der richtigen Größe geschaffen. Die Umsatz- und Abzahlen steigen auch in diesem Sommer wieder an.

Wie eine Hotelbar nicht verstaubt wirkt, sondern die Gäste zum trinken animiert, wurde uns näher gebracht.

In einer Bäcker- oder Metzgerei werden dem Kunden die Waren auch schmackhaft präsentiert.

Die Campari Deutschland GmbH gibt jährlich Millionen EURO für Werbung aus, denn erst wenn wir ein Produkt 27-mal (im Unterbewusstsein) gesehen haben, kaufen wir es.

Auch den Firmen der Produkte Persil, Tempo, Coca Cola, BMW oder Audi ist diese Werbeaggressivität bewusst und diese wird schwerpunktmäßig eingesetzt.

So wissen wir nun alle, wie wir unsere Gäste unmittelbar zum Kauf verführen können, um den Umsatz anzukurbeln.

Die Campari Deutschland GmbH bietet in ihrer Campari-ACADEMY in München Tagesseminare für Fachkräfte an. Barkeeper, F&B Manager, Restaurantleiter, Betriebsleiter oder auch Geschäftsführer können durch außergewöhnlich gutes Engagement dafür auserwählt werden und bekommen in einem zwei Tageskurs von Kennzahlen über Warenkunde einiges mit auf den Weg. Hier wird mit der DBU und der Szene gemixt, Interessen und Trends ausgetauscht sowie der Nachwuchs gefördert.

Herzlich Dank an Herrn Knöpfle von der Campari Deutschland GmbH und an das Hansa Apart-Hotel Regensburg für die Gastfreundschaft.

Viele Grüße aus Regensburg

Ursula Forsthofer, 1. Vorsitzende VSR Sektion Regensburg