

Grönland Event in der Dussmann Kantine im Deutschen Bundestag

Gespräch mit Herrn Jürgen Boltersdorf, Fachberater Key Account bei TransGourmet Seafood

Erlauben Sie uns einige Fragen zum Grönland Event zu stellen, damit wir diese weiter verbessern und optimieren können:

1.) Was hat Sie dazu motiviert, ein Grönland Event mit dem Lieferpartner Royal Greenland bei Ihrem Kunden Dussmann im Deutschen Bundestag durchzuführen?

Die 1. Absprache wurde auf der Fischmesse in Bremen 2018 mit René Stahlhofen getroffen. Die prompte Zusage hier etwas gemeinsam auf die Beine zu stellen, war für mich ausschlaggebend. Auch die innovative (Mit)Gestaltung der Aktion war für mich ein sehr positiver Aspekt.

2.) Was hat den Ausschlag gegeben?

Die immer freundliche, professionelle und konstruktive Zusammenarbeit während der gesamten Vorbereitung.

3.) Wieviel Vorlauf braucht die Planung eines Grönland Events?

Für diese Aktion standen knapp 3 Monate zur Verfügung. Dieses ist schon ein sehr enges Zeitfenster und hat in diesem Fall so gerade eben ausgereicht, da alles vom Timing gepasst hat. Normalerweise würde ich hier ein Zeitfenster von mindestens 5-6 Monate ansetzen.

4.) Welche Planungs- und Abstimmungsschritte sollte man vornehmen?

Wichtig ist das von Anfang an alle beteiligten Personen immer auf dem neuesten Stand sind, damit es hier keinen Wissensstau gibt. Auch ist hier das eine oder andere Meeting von Nöten um sich auszutauschen und weitere Schritte zu besprechen. Das Gleiche gilt natürlich auch für die Zusammenarbeit mit dem Kunden, damit er sein Wissen, Anregungen etc. mit einbringen kann.

5.) Wie war die erste Resonanz und Kommentare des Kunden Dussmann?

Die Reaktion des Kunden beim 1. Termin war sehr positiv, da wir hier schon mit einigen Entwürfen punkten konnten. Auch die Tatsache der der Kunde hier aktiv mitwirken kann, wurde sehr positiv aufgenommen.

6.) Wie gestaltete sich die weitere Zusammenarbeit?

Diese Aktion soll dann in 2019 national ausgerollt werden. Auch sind weitere Aktionen zum Thema Fisch in der GV in Planung.

7.) Wie fanden die angestellten Köche und das Serviceteam das Bewerben Grönlands in ihrer Kantine?

Die Köche und das gesamte Serviceteam haben diese Aktion von Anfang an unterstützt und waren auch sehr neugierig bzw. offen für Neues. Die Auswahl der Gerichte kamen sehr gut an und auch die zur Verfügung gestellten Dekomaterialien wurden als sehr gut gewählt aufgenommen und das Serviceteam war auch sehr emsig was das Dekorieren der Bundestagskantine anging.

8.) War das ungewöhnlich oder wurde das als interessant und wissenswert wahrgenommen?

Ungewöhnlich war eigentlich nur, das ich die Aktion in diesem Zeitraum aktiv vor Ort betreut habe und auch in der Ausgabezeit tatkräftig das Team vor Ort unterstützt habe. Als interessant galten auf jeden Fall die Rezepturen und deren Zusammensetzung incl. der originalen Grönländischen Namen.

9.) Welche Werbemittel / Verkaufsförderungselemente kamen zum Einsatz?

Es wurden u.a. folgende Mittel eingesetzt:

Tischsets, Ankündigungsplakate, Tischdeko mit den Gerichten und Bildern aus Grönland, Werbeplakate mit Bildern aus Grönland und den Gerichten, kleines Infoheft zur Thema, Rollups, beleuchtete Rollups und ein Banner für die Abzugshaube. Besonders die beiden beleuchteten Rollups und das Banner für die Abzugshaube waren der absolute Hingucker und würdigten das Live Cooking Event am letzten Tag. Nicht zu vergessen der extra eingeflogene Grönländer Marek, welcher bei den Gästen sehr gut ankam 😊

10.) Wovon würden Sie gerne mehr einsetzen?

Das Werbemittelpaket war schon umfangreich aufgebaut, eventuell noch etwas DEKO zum Thema Fisch. Aber hier müßte man das Budget überdenken.

Eventuell ein kleines „Give Away“ für die teilnehmenden Tischgäste.

12.) Was war nicht so wichtig?

Hier fällt mir nichts ein, da alles optimal im Vorfeld abgestimmt war.

13.) Was würden Sie anders machen, was würden Sie verbessern?

Viel zu verändern gibt es hier nicht, vielleicht das eine oder andere Rezept ein wenig mehr auf die GV abstimmen um die Handgriffe in der Ausgabe zu minimieren. Aber wenn man schnell genug ist klappt auch dieses 😊

14.) Können Sie sich vorstellen, eine Grönland Event in der Dussmann Gruppe zu wiederholen oder mit anderen Kunden durchzuführen?

Das auf jeden Fall da es mir ungemein sehr viel Spaß gemacht diese Aktion mit zu planen und zu gestalten. Eine Wiederholung sollte dann aber mit neuen interessanten Gerichten geplant werden. Diese Aktion habe ich auch intern im KAM Team vorgestellt und auch darauf hingewiesen das diese Aktion auch für andere Kunden mehr als nur interessant ist.

