

D 25259 E



Offizielles Organ der Wirtschaftsorganisation
des Bäcker- und Konditorenhandwerks

8|2011

www.baeko-magazin.de

magazin



Genau Ihre Kragenweite?

Sonderthema

Backmittel/Backmischungen:
Kreative Neuheiten mit
individuellem Charakter

Siedegebäcke

Anlagentechnik und
Basisprodukte, die beste
Ergebnisse garantieren

Außer-Haus-Markt

Mit kompetentem Kaffee-
ausschank Kundenverwirrung
vermeiden

Warenkunde 180

Quitten



Kundenverwirrung ein Ende setzen

Bei manchen Kunden ist in Sachen Kaffee die Verwirrung komplett, erhalten sie doch ihr Lieblingsgetränk fast nirgends in gleich bleibend hoher Qualität. Wie man die Erwartungen der verschiedenen Zielgruppen erfüllt, hat die GA-Trendagentur untersucht.

Schöne Aussichten: Ob Jung oder Alt, Schüler, Berufstätiger oder Arbeitssuchender, Hausfrau oder Pensionär – sämtliche Zielgruppen treffen sich fast täglich beim Bäcker. Auffällig ist allerdings, dass die jungen Zielgruppen bis 30 Jahre kaum und im Alter bis 40 Jahre nur mäßig oft ihren Kaffee beim Bäcker trinken. „Hier liegen noch große Potenziale, die auf ihre Erschließung warten“, macht Ludger Schlaumann von der GA-Trendagentur deutlich.

Die Ursache für die Zurückhaltung der genannten Kunden liegt nach Einschätzung der GA-Marktforscher zum einen darin, dass der Kaffee für die jungen Zielgruppen häufig zu stark ist. In diesem Fall punkten eher die klassischen Coffeebars, die sich verstärkt auf den Caffè Latte fokussiert haben und somit diese zahlungskräftige Zielgruppe massiv abgreifen. Die Chance für den Bäcker besteht in diesem Fall darin, sich um das Produkt „Caffè Latte“ oder zumindest um den „Milchkaffee“ besonders zu kümmern.

Da die überwiegend weibliche Zielgruppe jungen und mittleren Alters einen besonders festen Schaum bevorzugt, ist eine separate Milchaufschäumung aus Sicht der Kunden „die“ definierte Kaffeekompetenz schlechthin. Diese Zielgruppe ist als eine der wenigen auch bereit, auf ihr zubereitetes Getränk zu

warten. Bezüglich der Ergänzung des Produkts „Caffè Latte“ gibt die GA-Trendagentur einen Tipp: Um die bisherigen Liebhaber des „stärkeren“ Caffè Latte nicht mit einer „milderen Variante“ zu verärgern, ist es sinnvoll, das klassische Produkt mit der Ergänzung „strong“ zu kennzeichnen. Für die jüngeren Zielgruppen ist die mildere Variante somit der „Caffè Latte“. Von einer Ergänzung „soft“ sei hingegen dringend abzuraten.

Wichtige Voraussetzung: Mitarbeiterschulung

Das Angebot an Kaffee, Tee und Kakao kann noch so gut sein, die Ladengestaltung noch so einladend, selbst der Milchschaum einzigartig: Wenn die Mitarbeiter diesen hohen Qualitätsanspruch nicht selbst verkörpern, ist die Kaffeekompetenz eben nur mittelmäßig, gibt Schlaumann zu bedenken. Aufgrund des hohen Wettbewerbs- und Verdrängungsdrucks lautet die vielleicht wichtigste Empfehlung, sich der regelmäßigen Mitarbeiterschulung zu widmen. In Betracht kommen dafür z. B. Verkaufs- und Barista-Schulungen, unabhängig davon, ob ein Halb- oder Vollautomat benutzt wird.

Die Basis jeglicher Kaffeekompetenz ist das Wissen um die Rohstoffe und die richtige Zubereitung. Kurz gesagt: Die Mitarbeiter müssen die Unterschiede zwischen den

einzelnen Kaffeespezialitäten kennen, diese dem Kunden vermitteln und die Getränke rezeptgetreu und kompetent zubereiten können. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Vollautomat „per Knopfdruck“ bedient (so einfach ist es bekanntlich nicht) oder gekonnt eine Kaffeespezialität über den Halbautomaten zubereitet wird.

Die für die Kaffeezubereitung eingeteilten Mitarbeiter sollten z. B. wissen, was für eine Milch mit welchem Fettgehalt verwendet wird. Milch insgesamt dürfte nach Einschätzung der GA-Trendagentur auch in den nächsten Jahren noch verstärkt für Kompetenz bei der Zubereitung von Kaffeespezialitäten stehen. Die Konsumenten erwarten mittlerweile mindestens zwei Sorten Milch („low fat“ und „full fat“, also fettarme bzw. Vollmilch).

Rezepturen zuverlässig definieren

Was ist was? Wann kommt das Kakaopulver auf den Milchschaum? Wird der Cappuccino mit Milch oder Sahne zubereitet? Nachfolgend werden die gängigsten Kaffeeheißgetränke mit ihren Inhalten vorgestellt (Quelle: Berlin School of Coffee).

Espresso

- ▶ 20–30 ml Wasser
- ▶ 7–8 g Kaffee

Die Extraktionszeit entspricht der Milliliterzahl, also 25 Sekunden für 25 ml. Der Espresso sollte eine dichte, marmorierte Crema aufweisen.

Café Creme

- ▶ 150–220 ml Wasser
- ▶ 7–8 g Kaffee

Der Café Creme ist ein schwarzer, verlängerter Kaffee. Anders als beim Espresso wird hier gröber gemahlen und eine hellere Kaffeeröstung verwendet.



Auch im Rahmen des Bäckerfrühstücks werden Kaffeespezialitäten immer wichtiger.

Cappuccino

- ▶ 180–200 ml Getränk
- ▶ 1 Shot Espresso
- ▶ Ca. 1/3 der Tasse Milchschaum

Die aufgeschäumte Milch wird direkt in den Espresso gegossen. Milch und Schaum sind cremig und miteinander verbunden.

Latte Macchiato

- ▶ 300 ml aufgeschäumte Milch
- ▶ 1 Shot Espresso
- ▶ mindestens 1/3 des Getränks Milchschaum

Die Milch wird aufgeschäumt und in ein 300-ml-Glas gegossen. Den Espresso ziehen und vorsichtig in die Mitte gießen. Der Espresso bildet einen Ring zwischen Milch und Schaum.

Caffè Latte

- ▶ 1 Shot Espresso
 - ▶ 200 ml aufgeschäumte Milch
 - ▶ 1/4 des Getränks Milchschaum
- Espresso in ein 200-ml-Glas extrahieren (bei 300 ml zwei Espresso) und mit aufgeschäumter Milch aufgießen.

WER TRINKT WAS (AUSSER HAUS)?

- ▶ Studenten, Berufstätige im Business bis ca. 30 Jahre: Caffè Latte bzw. Latte Macchiato
- ▶ Berufstätige im Business über 30 Jahre (m): Cappuccino
- ▶ Berufstätige im Business über 30 Jahre (w): Latte Macchiato
- ▶ Berufstätige im Handwerk: Filterkaffee
- ▶ Altersgruppen über 60: Cappuccino
- ▶ „Nach dem Essen im Restaurant“: Espresso

