

FILIALMANAGEMENT

FÜHREN UND VERKAUFEN

ZKZ 19432

Titelthema

Checklisten im Verkauf

ab Seite 12

Ortstermin

Das Qualitätssicherungs-Konzept
beim Backhaus Mahl

ab Seite 24

Tacheles

Interview mit Reinhold Siegers
zum Thema Franchising bei Elmi

ab Seite 38



30
GA Trendagentur
Ludger Schlaumann
Tiedersstraße 14
495 Bad Salzflöten
PVST, DPAG, 19432, Entgelt bezahlt
Back Journal Verlagsges. mbH - Lützenstr. 1a - 49074 Osnabrück

**WEITERBILDUNG:
SNACKS AUS DER
IDEENSCHMIEDE**

MEHR DAZU AB SEITE 64

Ein Interview zum Thema Standortkonzepte mit unserem Experten Ludger Schlautmann können Sie in Kürze auch auf www.backjournal.de sehen, unter dem Menüpunkt Back Journal TV.

Frische Früchte, Eis, Sahne – mehr braucht es meist nicht, um leckere Smoothies und Milchshakes zu zaubern. Selber Experimentieren ist natürlich erlaubt.

Foto: J. H. H. H.

Foto: www.sas.de / Nicola Tognoli

FILIALMANAGEMENT 2013

Sommer, Sonne und heiße Umsätze

Möchten Sie Ihren Kunden im Getränkesortiment einmal etwas Neues zur Sommerzeit bieten? Ludger Schlautmann von der GA-Trendagentur hat einige leckere Empfehlungen zusammengestellt.

Der Wind weht schwach, die Sonne steht hoch und gefühlt ist es einfach nur zu heiß. Die Menschen gehen einen Schritt langsamer und suchen in den Fußgängerzonen schattige Plätzchen und Cafés, um den Durst zu löschen. Ein kühles Getränk bringt an solchen Tagen die ersehnte Erfrischung. Wir wissen zwar nicht, für wie lange uns der Sommer besuchen wird, doch eines ist sicher: Heiß wird es auch in diesem Jahr! Begeistern Sie Ihre Kunden doch einmal mit Frozen Coffees und Smoothies. Die beliebten Durstlöscher Wasser und Co. dürfen natürlich nicht fehlen. Was sind jedoch die richtigen Sommergetränke, mit denen auch Sie in der Bäckereifiliale für Abwechslung sorgen können?

Das Retrogetränk. Eiskaffee ist als traditioneller Sommerschlager bekannt. Der Klassiker aus Vanilleeis, gekühltem Filterkaffee und zur Krönung mit einer Sahnehaube versehen, gewinnt wieder an Zuspruch. Häufig wird er noch mit Krokant und Schokosauce verziert und kehrt als Retro-Getränk auf die meisten Getränkearten zurück. Wie in der Modewelt, wo die Impulse aus vergangenen Zeiten durch leichte Veränderungen an das Heute angepasst werden, so ist es auch mit dem Eiskaffee. Ein Tipp: Legen Sie den Fokus auch auf die Qualität des Vanille-Eises. Starke Marken beim Sahneeis bieten einen Kaufimpuls, der aus Sicht der Konsumenten auch einen etwas höheren Preis rechtfertigt. Auf die Papierschirmchen in der Sahne kann man allerdings getrost verzichten.

Frozen Coffee ist Mindeststandard. Die amerikanisch geprägten Coffee-Bars haben in den letzten Jahren deutliche Akzente gesetzt. Begriffe wie „Frozen Macchiato“ oder „Frozen Cappuccino“ sind mittlerweile Mindeststandards. Die zumeist jungen Zielgruppen aus dem studentischen Lager sowie Berufstätige bis circa 40 Jahre, männlich wie weiblich, spiegeln die klassischen Konsumenten der Frozen-Coffee-Generation wieder. Zu dessen Herstellung gibt es unterschiedliche Rezepte. So bereiten manche Anbieter den Frozen Cappuccino folgendermaßen zu: Eiswürfel werden in einem Glas mit Schokosauce übergossen. Danach wird Milch aufgefüllt und der heiße Espresso dazugegeben. Als Topping kommt Sahne



Eiskaffee ist ein stets beliebter Klassiker, mit dem auch eine Bäckereifiliale punkten kann.

oben drauf, die noch mit Schokosauce verziert wird. Für das Auge werden die Sirup-Toppings auf der Sahne in kunstvolle Gestalt gebracht, beispielsweise in Gestalt einer Schnecke oder eines Gitternetzes. Analog zu diesem Rezept kann man den ebenso beliebten Frozen Macchiato mit Vanille zaubern. Dabei wird lediglich anstelle der Schokosauce Vanille-Konzentrat über die Eiswürfel und als geschmackliches Highlight auf die Sahne gegeben. Andere Anbieter von Frozen Coffees verwenden handelsübliche Kaffee-Konzentrate, die lediglich mit Milch verrührt werden und durch Sahnetoppings und Sirup den Kunden erfreuen. Beliebte Geschmacksvarianten im Bereich der Flavored Frozen Coffees waren in der jüngsten Zeit Vanille, Karamell und Haselnuss.

Chai ist hip. Als absolut trendverdächtig entwickelt sich Chai. Das indische Teegetränk, von vielen Anbietern auch als Instantlösung zu erhalten, ist heute nicht mehr aus den Coffee-Bars wegzudenken. Nachdem der Chai-Latte seinen Siegeszug geführt hat, folgen ihm nun geschmackliche Variationen wie Chai Vanilla, Chai spiced und Chai Green Tea. Etwas ausgefallener sind der Tiger Spice Chai oder Giraffe Chai. Mit entkoffeinierten und zuckerfreien Sorten können Sie Ihr Sortiment zusätzlich aufpeppen. Die Zubereitung von Frozen Chais sieht folgendermaßen aus: Man nehme ein Glas mit Eiswürfeln, gibt diese in einen Blender (Rührmixer) und füllt das Behältnis mit Milch auf. Je nach Getränkegröße werden zwei bis drei Löffel Instant-Chai hinzugegeben und der Blender kann seine Arbeit verrichten. Nachdem die Zutaten durch das Eis gecrusht wurden, kann die sämige Masse in ein Glas oder als to-go-Variante in einen Becher gegeben werden. Zusätzlich kann man noch Sahne hinzugeben. Die Sahne scheint trotz der häufig kalorienbewussten Konsumenten bei Trendgetränken keine kritische Rolle zu spielen und ist beliebter denn je. Es konnte sogar

in verschiedenen Feldstudien der GA-Trendagentur festgestellt werden, dass die Frozen Coffee-Sahne-Varianten für viele Gäste eine Alternative zum klassischen Eiskonsum sind.

Smoothies cooler denn je. Als weitere sättigende Alternative liegen nach wie vor Smoothies in der Gunst der Kunden. Mal bekannt als reines Fruchtpüree, mal als Milchshake-Variante mit Frucht. Der klassische Smoothie besteht aus reinen Früchten, häufig kommen jedoch Sorbet-Varianten zum Einsatz, aus gefrorenen Früchten oder mit frischen Früchten und Eiswürfeln hergestellt. Auch hier sorgt der Blender für die richtige Sämigkeit der Sorbetmasse. Die Erwartungshaltung des Konsumenten liegt bei Smoothies besonders auf der frischen Zubereitung. Sind Ihre Mitarbeiterinnen darin geschult, dauert das jedoch nicht länger als eine Minute. Studien der GA-Trendagentur zufolge waren allerdings die Milchshake-Fruchtvarianten die erfolgreichsten am Markt. Ihre Zubereitung ist einfach: In einem Blender werden gefrorene Früchte mit einer verzehrfertigen

Milchshake-Masse vor den Augen des Kunden gemixt. Die sämige, farbige Masse kommt am Besten in einem transparenten to-go-Becher zur Geltung. Ein ausreichend großvolumiger Strohhalm sorgt für ein genussliches Erlebnis. Highlights des letzten Sommers waren die Sorten Erdbeere, Mango und Waldfrucht. Je nach geschmacklicher Intensivität können sie noch mit Sirup gesüßt werden. Die Süße ist bei derartigen coolen Sommergetränken nicht zu unterschätzen, da auch die Smoothies der Milchshake-Varianten für viele Gäste inzwischen eine Alternative zum Sahneisverzehr sind.



Frische Fröchtchen und Tee auf Eis – eine von vielen Sommerideen für das Getränkesortiment.

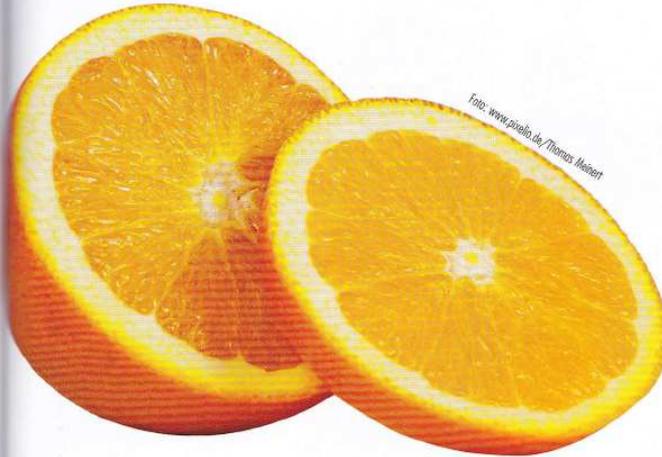


Foto: www.pexels.de/Thomas Meiner

Haben Sie Säfte im Angebot, sollten Sie diese auch ansprechend präsentieren. Zum Beispiel mit einer großzügigen Garnitur aus Obst und Gemüse.

Die Klassiker. Über eines sollten die umsatzträchtigen Getränke an Frozen Coffees, Teas und Smoothies allerdings nicht hinwegtäuschen: Die klassischen Kaltgetränke sind immer noch der größte Absatzbringer in den heißen Wochen und Monaten des Jahres. Nicht fehlen dürfen also Cola, Wasser und Co. Out in Coffee-Bars und Bäckerei-Gastro-Konzepten sind dagegen Zapfanlagen, an denen sich die Kunden sich ihre Getränke selbst zapfen. Von Gästen bestimmt gern angenommen: offene Kühlschränke, die keine Tür als Hemmnis haben. Sie sollten in Reichweite des Kunden aufgestellt sein. Als absatzfördernd hat es sich in unseren Studien herausgestellt, wenn Getränke dank eines offenen Kühlbehältnisses in das Thekensortiment integriert werden. Denn die Erwartungshaltung bei Coffee-Bar- und Bäckerkunden liegt meist in der Selbstbedienung. Grundsätzlich sollte die Mindestauswahl die Cola-Sorten klassisch und light, Apfelschorle, Wasser mit Kohlensäure, still und medium umfassen.

Mehr als nur Eistee. Weiterhin trendverdächtig ist Eistee, zum Beispiel in Ergänzung zu Frozen Teas und Chai-Varianten. Als besonders empfehlenswert sind Eisteevarianten in neuen Geschmacksrichtungen wie Kirsch-Banane, Apfel-Holunder oder Lit-

Smoothies müssen frisch sein, so erwarten es die Gäste. Vor den Augen der Kunden lassen sie sich mit etwas Übung schnell zubereiten.



Foto: [13]

tschi. Nicht zuletzt sind wegen der guten preislichen Gestaltung Teemarken zu empfehlen, die nicht im klassischen Lebensmittel zu finden sind.

Exklusive Wässer. Ob eine Auswahl an exklusiven Wässern mehr Umsatz verspricht, konnte die GA-Trendagentur allerdings nicht feststellen. Die Preise für eine Flasche dieser Exoten lagen nicht selten über acht Euro, weshalb diese Getränke deshalb eher unter den Marketing-Aspekt verbucht werden könnten. Der Absatz dieser Wässer war bei den Stichproben eher unbedeutend. Vielleicht dienten sie mancherorts auch als Begründung dafür, die Preise der normalen Top-Seller-Standards etwas höher anzusiedeln.

Wo bleiben die Säfte? Auf den Punkt gebracht: Die Präsentation bringt den Erfolg! Erfolgreich sind nach Erkenntnis der GA-Trendagentur vor allem jene Saft-Konzepte, die eine auffällig große Menge an Früchten präsentieren, nicht selten über eine Fläche von mindestens einem halben Quadratmeter. Als dekorative Highlights dienen Früchte wie Ananas oder andere Exoten. Ob Apfel und Ingwer, Karotte und Apfel oder tropische Drinks mit Kokosnuss und Johannisbeere – allein beim Mischen von Obstsorten untereinander oder kombiniert mit Gemüse dürften Dutzende Möglichkeiten bestehen. Interessant ist nach Einschätzung der GA-Trendagentur, dass, sofern der Gesundheitsaspekt deutlich gemacht wird, für viele Gäste der Preis eine untergeordnete Rolle spielt. Eine weitere Empfehlung für den Absatzerfolg von Säften: eine bestimmte Menge an fertig vorproduzierten Säften in einer Lage Eis zu präsentieren. Beim Im-Haus-Verzehr können auch Apfelsinenscheiben oder ähnliches auf den Glasrand gesteckt werden. Für den Außer-Haus-Verzehr lassen sich die gängigsten Sorten auch in kleine Flaschen abfüllen und ebenfalls in einer Lage Eis präsentieren. Ein Hinweis zum Schluss: Die hier beschriebenen Sommererfrischungen sollten allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Heißgetränke Coffee, Tee und Co. auch im Sommer auf der Beliebtheitsskala ganz oben stehen.

AUTOR

Ludger Schlautmann

Unternehmensberatung
GA-Trendagentur
www.ga-trendagentur.de

Tel: 05222 2889276
E-Mail: ga-trendagentur@t-online.de

