

FILIALMANAGEMENT

FÜHREN UND VERKAUFEN

ZKZ 19432
ISSN 0940-0362

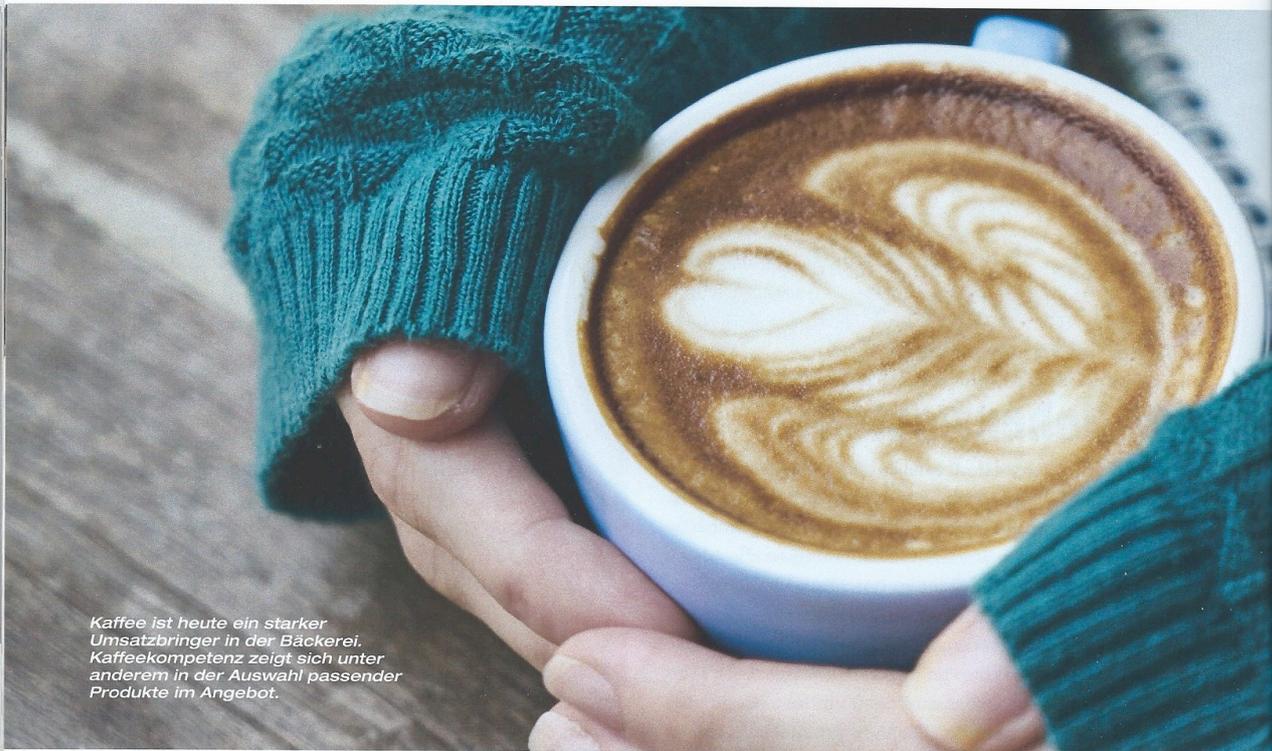
Perfekt positioniert

Waren optimal präsentieren *ab Seite 20*

Kompakt, schnell und smart
Die neue Generation der
Brotschneider *ab Seite 44*

Regionalleitung zu dritt
Zu Besuch bei der
Bäckerei Balzer *ab Seite 52*





Kaffee ist heute ein starker Umsatzbringer in der Bäckerei. Kaffeekompetenz zeigt sich unter anderem in der Auswahl passender Produkte im Angebot.

Was funktioniert im Kaffeegeschäft?

Schier unendlich scheint die aktuelle Innovationskraft von Kaffee-Profis zu sein. Was funktioniert und viel wichtiger: Was braucht der Bäcker?

Viel Bewegung ist derzeit im Markt: ein Relaunch von Melitta-Filtern, Brühmethoden wie Chemex, Siphon, Iced und Cold Brew und vieles mehr. Der Filterkaffee ist zwar immer noch auf Platz Nummer eins, jedoch holt der Cappuccino deutlich auf. Diese Einschätzung des Marktes gilt allerdings nur noch für Bäckereien, Cafés und Tankstellen. In Coffee-Bars hingegen ist der Cappuccino bereits seit längerem auf dem ersten Platz. Wie sind diese Trends zu bewerten? Antworten, Tipps und Anregungen sind im folgenden Artikel zu finden.

Cappuccino holt auf. Was hip, cool oder out ist, wird primär von der Innovationskraft der Coffee-Bars und mittlerweile auch von kleinen, lokalen Kaffeeröstereien geprägt. Der Bäcker könnte sich augenscheinlich noch

etwas zurücklehnen, sollte aber die Innovationskraft der Coffee-Bars und Röstereien keinesfalls unterschätzen. Die Kreationen und Entwicklungen im Kaffeegeschäft werden heute fast in Echtzeit über das Internet kommuniziert. Je häufiger der Konsument Neuigkeiten erfährt, desto eher wird die Frage nach diesem und jenem auch in Ihrer Bäckerei gestellt. Und hier ist der Konsument recht gnadenlos. Wirkt der Anbieter für ihn nicht mehr kompetent, sucht er sich den nächsten. Mein Tipp: Informieren Sie sich über das Internet oder lesen Sie regelmäßig Newsletter und Fachmagazine. So bleiben Sie auf dem neuesten Stand. Aber nicht jeder vermeintliche Trend ist auch wirklich einer. Wie steht es beispielsweise um den Erfolg der wiederingeführten Porzellanfilter und deren Papierenleger?



Foto: Engin_Akyurt / pixabay.com 2017

Porzellanfilter tun sich schwer. Seit etwas mehr als zwei Jahren versucht man mit viel Aufwand, die altbewährte Brühmethode wieder in den Markt zu schieben. Es wurden zahlreiche Anbieter der Porzellanfilter-Methodik besucht. Die Erkenntnis war allerdings flächendeckend, dass die Kunden in den Coffee-Bars weiterhin auf Kaffeespezialitäten wie Cappuccino und Co. setzen. In Cafés konnte sich der historische Porzellanfilter nicht durchsetzen und der zeitgeplagte To-go-Kunde bevorzugte eher die Methode des bereits zubereiteten Filterkaffees. Während dieser Phase wurde allerdings ein leichtes Wachstum der French Press festgestellt, es verlief aber im Absatzverhältnis zum klassischen Brüh-



Foto: GA-Trendagentur 2017

Schön anzusehen sind Porzellanfilter allemal. Im Café können sie auch zu dekorativen Zwecken genutzt werden.



Foto: GA-Trendagentur 2017

Filterkaffee ist in, Porzellanfilter sind hingegen zunehmend seltener in Gebrauch.

automaten nach einiger Zeit auch in die Bedeutungslosigkeit. Eine Begründung liegt nach Einschätzung der GA-Trendagentur darin, dass die Konsumenten die vergangenen zehn Jahre über die rasante Entwicklung von Siebträgern und Vollautomaten auf Qualität getrimmt wurden. Lediglich einen historischen Porzellanfilter aus der Schublade zu holen, konnte die Glaubwürdigkeit an eine besondere Qualität und ein Geschmackserlebnis nicht stärken. Wie in der Mode bedarf es einer Anpassung. Phylz aus Amerika nutzt große Kaffeefilter, wie sie von der Marke Brewmatic bekannt sein dürften, und gießt mit Showeffekt aus größerer Entfernung das heiße Wasser in den Filter. Diese Methode führt dazu, dass ein Luftstrudel entsteht und der Filterkaffee aufquillt. Die Aromen entfalten sich besser. Vergleichbar ist die Vorgehensweise mit einer asiatischen, bei der jedoch zuerst mit der Luftstrudelwirkung Prütt (Kaffeepulver mit heißem Wasser) hergestellt und im Anschluss durch einen Baumwoll-Socken-Filter gegeben wird.

Cold-Brew ist im Kommen. Unabhängig von aktuell stark propagierten Filterkaffee-Herstellungswesen wie Chemex (Verwendung eines Papierfilters) und Siphon (vergleichbar mit der italienischen Methode des Espresso-Kochers, jedoch aus Glas) dürfte in den Coffee-Bars die Cold-Brew-Variante trendverdächtig sein. Hier wird der Kaffee mit kaltem statt heißem Wasser für mehr als



Ein Fest für Augen und Sinne: Mittels Unterdruck im Glaskolben wird Kaffee im Syphon zubereitet.

zehn Stunden langsam zubereitet und ist insbesondere für die Sommermonate eine trendige Alternative zum klassischen Eiskaffee mit Vanilleeis. Für den Bäcker bedeutet dies, dass er sich zunächst zurücklehnen kann. Gleichzeitig sollte er aber seine Mitarbeiter über alternative Herstellungsmethoden aus den Coffee-Bars informieren. Somit wird es auch nicht peinlich im Gespräch mit fachinteressierten Kunden, die immer häufiger auch in den Bäckereien anzutreffen sind.

Standards erfüllen. In der lebendigen Zeit der Innovationen von Kaffee und Co. wird es immer wichtiger, den erwarteten Standards gerecht zu werden. Filterkaffee bereiten Sie am besten über einen Mengenbrüher zu. Achtung: Kaffeemaschinen mit Warmhalteplatten bergen die Gefahr, dass der Kaffee schnell bitter wird. Mein Tipp: Es ist der regelmäßige Austausch mithilfe

eines elektronischen Timers möglich, der auf das notwendige Auswechseln des Filterkaffees hinweist. Ein bitterer Kaffee führt heute bei den Kunden zum direkten Anbieterwechsel, da dieser im Anbieterspektrum als alter Kaffee wahrgenommen wird. Neben Filterkaffee ist der Cappuccino nicht mehr wegzudenken.

Aber bitte mit Kakaopulver. Viele Kunden erwarten beim Cappuccino die Ergänzung mit Kakaopulver. Einige Anbieter halten es für eine gute Idee, den Kunden zu fragen, ob er Kakaopulver möchte oder nicht. Sie wollen an dieser Stelle gerne sparen. Dass die Kunden in diesen Fällen auf das Kakaopulver verzichten, obwohl sie es gerne hätten, könnte daran liegen, dass sie meinen, man müsse dafür extra zahlen. Wenn es einzelne Kunden nicht wünschen, werden sie es sagen, so die Erkenntnis. Mein Tipp: Stellen Sie Kakao-, Zimt- und Vanillepulver-Streuer an einer Servicestation kostenlos zur Verfügung, wie es die meisten Coffee-Bars bereits tun.

Caffè Latte ist empfehlenswert. Da bei den Zielgruppen bis circa 40 Jahre über die weltweite Coffee-Bar-Marke Starbucks der Caffè Latte bekannt ist, sollte dieses Produkt auf dem Getränke-Board auch bei Bäckereien nicht fehlen. Klassisch wird der Caffè Latte mit einem Espresso und viel heißer Milch in einem Glas oder in einer großen Tasse zubereitet. Sollte man bereits einen Caffè Latte anbieten, der über zwei Shots Espresso (strong) verfügt, so ist es empfehlenswert, diesen als Caffè Latte strong auf dem Board zu kennzeichnen. Die mildere Variante – die die meisten jungen Zielgruppen bis 40 Jahre von Starbucks her kennen – wird dann als Caffè Latte bezeichnet. Der altbekannte und in der Provinz bewährte Milchkaffee wird hingegen überwiegend mit Filterkaffee und viel heißer Milch angeboten.

Der Milchschaum entscheidet. Flat White mit besonders cremiger Milch ist aktuell auf dem Vormarsch. Man nehme zwei Shots Espresso – oder analog Cappuccino – und bereite die Milch bei einem Halbautomaten oder Siebträger mit dem Steamer derart zu, dass die Milch eine kreisende Bewegung erfährt. Nachdem sich die heiße Milch im Milchkännchen durch das Klopfen auf der Tischplatte setzen und verdichten kann, wird diese nun unter den Espresso in die Tasse gehoben. Übrigens ist dies die beste Methode, um nun noch Latte Art anzubieten. Mittlerweile ist die Verzierkunst des Milchschaums bei jedem Kaffeeprofi ein Muss. Verfügt man über Vollautomaten,

so kann die Milch mit der Cremigkeit-Einstellung insbesondere für Flat White, aber auch für den Cappuccino angepasst werden. Die Kunden werden es Ihnen danken. Der Cortado könnte ebenfalls in den nächsten Jahren in den heimischen Markt kommen. Aktuell bewirbt die weltweite Coffee-Bar-Kette Costa-Coffee ihn als neue Variante für das besondere Geschmackserlebnis. Der Espresso unter der Bezeichnung Cortado kommt kürzer mit dem heißen Wasser in Kontakt, wobei weniger Bitterstoffe freigesetzt werden und der Kaffee, somit bekömmlicher und geschmackvoller sein soll. Der Cortado wird ebenfalls mit cremiger Milch in einem kleinen Glas serviert. Von Bäckern wird dies bislang noch nicht erwartet. Die Kundenbindung dürfte diese Erweiterung allerdings stärken. Für Kaffeeliebhaber ist es zudem ein Zeichen von Kompetenz, wenn der Caffè Mocha – das ist heiße Schokolade mit Espresso – auf dem Board zu finden ist. Auf Wunsch mit Sahne.

Apropos Sahne. Sahne ist in Coffee-Bars nicht mehr wegzudenken. Was hier als Standard wahrgenommen wird, wird irgendwann auch Standard bei den Bäckern sein. Insbesondere bei den jungen und weiblichen Zielgruppen erlebt Sahne immer häufiger ein Comeback. Allerdings tritt sie auch hier, wie in allen Trendentwicklungen, leicht verändert in Erscheinung. Zum Heißgetränk kommt sie süß aus dem Einwegspender, dazu wird gern auch ein wenig Soße genommen. Während sich Sirups und Aromen bei Bäckern insgesamt sehr schwer tun, ist



Foto: GA-Trendagentur 2017

Zunehmend wird der Kaffee im Außer-Haus-Markt beliebt. Ein Geschäft, das Bäcker ohnehin gut bedienen.



Foto: GA-Trendagentur 2017

Äthiopischer Kaffee wird besonders gern wegen seines fruchtigen Charakters im Kolben zubereitet. Bei dieser Zubereitungsart kann sich das Aroma besonders gut entfalten.

die Kombination von Sahne und beispielsweise Schokosoße am Beispiel des Caffè Moccha der Hit. Bei der heißen Schokolade (Hot Chocolate) sollten ebenfalls Sahne und Schokosoße angeboten werden – am besten im Glas.

Voll- oder Halbautomat? Die Meinungen der Anwender, ob sich ein Voll- oder ein Halbautomat für eine Bäckerei besser eignet, gehen auseinander. Die Kundenwahrnehmung allerdings nicht. Bäckern, die Siebträger verwenden, gestehen sie die höchste Kompetenz zu, so die Bewertung der GA-Trendagentur. Anwender begründen ihre Entscheidung für einen Vollautomaten vor allem mit der Zeitersparnis. Die Zubereitung dürfte hiermit allerdings nicht gemeint sein, da trainiertes Personal die Kaffeespezialitäten schneller zubereiten kann als die meisten Vollautomaten. Es ist vielmehr die Zeit gemeint, während der der Mitarbeiter dem Kunden noch andere Artikel verkaufen und/oder sie einpacken könnte. Die oben genannte händische Herstellung der cremigen Milch und der Latte Art ist auf Dauer dennoch nicht zu vernachlässigen. Die Lösung könnte neben einem Siebträger ein Halb- oder Vollautomat sein, der lediglich den Kaffee zubereitet. Der Mitarbeiter kann sich dann auf das Milchaufschäumen konzentrieren. Mein Tipp: Egal, wofür Sie sich entscheiden, ob Siebträger oder Vollautomat, auf jeden Fall gehört beim Bäcker ein Filterkaffeeautomat dazu.

Fett oder nicht fett? Milch sollte im Sinne eines vollmundigen Geschmacks mindestens 3,5 Prozent Fett beinhalten. Dennoch sollten auch fettarme Milchvarianten und laktosefreie Milch zum Standard des Bäckers gehören. Bislang fragen circa 20 Prozent der Kaffeetrinker in Coffee-Bars bewusst danach – mit steigender Tendenz. Kann der Kunde allerdings an der Servicestation zwischen unterschiedlichen Milchvarianten für seinen schwarzen Kaffee wählen, so greift jeder sechste zu fettarmer Milch. Mein Tipp: Stellen Sie die drei gängigsten Milchsorten in verschiedenen Kannen zur Verfügung: Vollmilch, fettarm und laktosefrei.

Servicestationen bieten Orientierung. Servicestationen sind keine Trenderscheinung, sondern gehören aus Sicht des Konsumenten bereits zum Standard und unterstreichen daher die Kaffeekompetenz. Am besten werden sie separiert von der Kasse platziert, sodass der Kunde sich etwas Zeit zur Orientierung und finalen Zubereitung nehmen kann. Coffee-to-go-Deckel, Rührstäbchen, ver-



Wer in der Bäckereifiliale Kaffee mit einer Siebträgermaschine zubereitet, wird von seinen Gästen als kompetenter wahrgenommen.

schiedene Milchvarianten, weißer und brauner Zucker sowie Süßstoff und Kakaopulver sollten mindestens vorhanden sein. Kaffeebohnen – gemeint sind eigens geröstete Kaffee- oder Espresso-Bohnen, am besten gemahlen – verkaufen sich äußerst schwach. Sie funktionieren zwar als Kompetenzbringer, jedoch sind sie kein Absatzgarant in der Bäckerei. Hier sollten Sie Ihre Erwartungshaltung an den Umsatz deutlich herunterschrauben.

Schulung für Mitarbeiter. Als unausweichlich bewertet die GA-Trendagentur fundierte Kenntnisse der Mitarbeiter zum Thema Kaffee. Viele Konsumenten sind im Zusammenhang mit Kaffee heute besser informiert und

erwarten auch von einem Bäcker mit Kaffeekompetenz, dass die Mitarbeiter über Grundlagen von Kaffee und Co. Bescheid wissen. Schicken Sie Ihre Mitarbeiter daher in Kaffeeschulen oder nutzen Sie das Wissen Ihres Kaffeelieferanten. Ausreichend sind Kenntnisse über die Herkunft des Kaffees, die Bohne und Röstungen (Robusta, Arabica). Fair gehandelter und Bio-Kaffee sind von Vorteil und funktionieren als Kundenbindungsinstrument. Obwohl der Konsument nicht bereit ist, mehr Geld für fair gehandelten Kaffee zu bezahlen, so wertet er das Image dennoch auf. Sofern der Kunde die Wahl zwischen zwei Anbietern hat, werden sich die meisten dem guten Gefühl widmen und den fairen Partner wählen.

Klar strukturierte Boards. Zu viele Informationen auf Angebotstafeln verwirren den Kunden. Er ist schnell überfordert. Mitunter ist die Gestaltung des Getränke-Boards eine der schwierigsten Entscheidungen jedes Bäckers. Welche Produkte sollen angeboten und wie sollen sie am einfachsten für den Kunden gegliedert werden? Hier der Tipp für Bäcker der Zukunft mit Kaffeekompetenz: Wählen Sie die Board-Bezeichnung „Klassiker“, darunter fallen Cappuccino, Latte macchiato, Milchkaffee, Kaffee, Café Creme. Unter der Bezeichnung „Espresso-Specials“ fassen Sie Caffè Latte, Vanilla-Latte, Caramel-Latte, Flat White und Caffè Mocha. Für Bäckereien mit

Siebträger sollte der Espresso ebenfalls auf das Klassiker-Board. Die Empfehlung für andere Heißgetränke in Ihrem Angebot lautet: Tea, Chai-Latte, Matcha-Latte sowie Hot Chocolate in zwei Varianten, brown und white.

Kaffeetassen werden rustikaler. Vorbei ist die Zeit von feinem Geschirr, wenn man dem Trend in den Coffee-Bars folgt. Der Farbverlauf der Tassen wirkt freundlich und oft individuell getöpft. Die handwerklich geformten Tassen und Becher vermitteln die Botschaften von Ursprünglichkeit und schlagen eine Brücke zum ausgewählten Kaffee von der persönlich bekannten Plantage aus Übersee. Auf diese Weise können Sie sich vom industriellen und allzu perfekten Standard optisch abheben. Weitere Impulse im „TrendBook 2017 + X“ unter www.ga-trendagentur.com.

AUTOR

Ludger Schlautmann ist der Inhaber der GA-Trendagentur, die sich primär dem Konsumverhalten widmet. Schlautmann begleitet zudem Unternehmen bei der Umsetzung von Trends.

Unternehmensberatung
GA-Trendagentur
www.ga-trendagentur.de

E-Mail: ga-trendagentur@t-online.de



Foto: GA-Trendagentur 2017

Foto: GA-Trendagentur 2017



Kunden sind heute besser informiert als noch vor ein paar Jahren. Entsprechend erwarten sie von ihrem Bäcker heute mehr Kaffeekompetenz.

