

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

AUSGABE 1 2019

Februar 2019 - 19. Jahrgang
ZKZ 57232 / ISSN: 2190-2157

ESPRESSO	1,20 €
CAFÉ CRÈME	1,20 €
STEMPELKANNE	4,20 €
<small>versch. Sorten</small>	
CAPPUCCINO	2,20 €
LATTE MACCHIATO	2,50 €
MILCHKAFFEE	2,50 €
FLAT WHITE	2,50 €
TEE <small>versch. Sorten</small>	2,70 €
TRINKSCHOKOLADE	2,30 €
CHAI LATTE	2,50 €
<small>versch. Sorten</small>	

REPORTAGE

Zu Besuch in der
Rösterei Joliente in Rieste

MACHER

Im Interview: der Vorstand
der Deutschen Röstergilde

ROHSTOFF

301 40003 OGNARBUCK / PVT. DEUTSCHE POST AG, FACHZIT. BILZAHL: 24-57933

44

Roaster & Cheesecake

Berlin. „Coffee-Roaster“ steht ergänzend zum Namen der Coffee-Bar auf der Scheibe. Bereits beim Betreten fällt der große Röster ins Auge. Verpackte Kaffeebohnen mit verschiedenen Röstungen sind auffällig neben dem Counter in Szene gesetzt. Neben der nostalgischen Siebträgermaschine warten mehrere Handbrüh-Filter auf ihren Einsatz. Die Kunden werden grundsätzlich geduzt. Die jungen Mitarbeiter sind Mitte bis Ende 20 und wirken durch ihre zahlreichen Tattoos ziemlich „cool“. Neben der Kasse am Ordercounter ist ein Kühlresen zu sehen, der ausschließlich American Cheesecakes in zahlreichen Varianten präsentiert. Jeder zweite Kunden kauft an diesem Nachmittag ein Stück und ist offensichtlich überzeugter Coffee- & Cheesecake-Stammkunde. Am häufigsten werden an diesem Nachmittag Cappuccino und Caffè Latte konsumiert. Einige wenige wagen sich auch an die handgebrühten Filterkaffees heran. Die Atmosphäre in dem Store ist eine Mischung zwischen Coffee-Bar und Laden, wo es außerdem noch wiederverwendbare Coffee-to-go-Becher, verschiedene Hand-Brew-Filter-Geräte und zahlreiche Fachbücher über Kaffeeanbau, Röstung und den richtigen Einsatz von Cold-Brew & Co. zu kaufen gibt. „Roaster“ sind hoch im Trend. Gemeint sind eher kleine, individuelle Röster, die sehr koffeaffin sind und sich bewusst vom klassischen Kaffeehandel und anderen Coffee-Bars abheben wollen. Die Kunden haben ebenfalls häufig eine sehr hohe Kaffeekompetenz und wissen um die unterschiedlichen Qualitäten von Kaffeesorten und -röstungen. Ergänzend kommt hinzu, dass diese Zielgruppe bereit ist, bewusst mehr Geld für gute Qualitäten auszugeben. Aus diesem Grund ergeben sich folgende Tipps: Glaubwürdigkeit als Roaster (Profi) erzeugen: Tipp 1: Röster in das Ladenkonzept integrieren. Zur Unterstreichung der Glaubwürdigkeit als regionaler Röster ist es äußerst empfehlenswert, eine Röstmaschine in das Ladenkonzept zu integrieren. Tipp 2: Showröstungen anbieten. Das Rösten von Kaffee zu bestimmten Zeiten beflügelt den Kauf von Kaffee & Co. und zieht bei guter Außenwerbung auch Neugierige in den Laden. Tipp 3: Fach-Equipment anbieten: Gute Zeiten für Handelsware. Der im Handel etwas abgeflaute Hype von Hand-Brew-Filtern hat bei den Röstern weiterhin seine Daseinsberechtigung und erfreut insbesondere dann einen guten Absatzes, sofern verschiedene Brew-Methoden angeboten werden. Chemex oder Syphon inklusive des Porzellan-Filters dürfen nicht fehlen. Die French-Press inklusive. Tipp 4: „Cooles“ Personal. Da sich häufig Jungpioniere als lokale Roaster

ZUR PERSON



Foto: Schlautmann 2018

Ludger Schlautmann

GA-Trendagentur
Am Übersch 7
48268 Gimble
Tel.: 0257 - 503 1332
www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de

selbständig gemacht haben, hat sich die Szene der Third Wave primär mit „coolen“ Typen international in Szene gesetzt. Tipp 5: Kaffeeschulungen anbieten. Da neun von zehn lokalen Roaster ihre Kompetenz durch Kaffeeschulungen unterstreichen, dürfte es unabdingbar sein, ebenfalls diese Erwartungshaltung der koffeaffinen Kundschaft zu erfüllen. Wenn die Schulungen mit einem hohen Praxisanteil für die Teilnehmer durchgeführt werden, ist zudem von einer guten Mundpropaganda auszugehen, was den täglichen Kaffee-Konsum zusätzlich ankurbeln dürfte. Tipp 6: USP-Ergänzungssortiment anbieten. Auffällig ist (auch international), dass sich kleine Röster im Food-Segment spezialisieren. Am dankbarsten sind süße Produkte. Am erfolgreichsten ist international der Cheesecake. Allerdings nur, wenn man mutig ist und verschiedene Sorten anbietet. Mindestens drei Sorten, besser fünf. Topseller: NewYork-Style, Blueberry, Salted caramel und Strawberry. Tipp 7: Dass die oben genannten Aktivitäten über soziale Medien veröffentlicht werden, erklärt sich von selbst.

Good Luck!



**Schulungen
Events
Beratung**

Joram Heber

Bundesstrasse 29 | A-6063 Rum | Innsbruck
T: +43 (0)664 27 226 42 | info@kaffee-institut.at
www.kaffee-institut.at

