

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Mix it!

*Wie Konzepte wie das Tamper
meets Jigger Kaffee für Cocktails
entdecken. Ab Seite 24*

EXPERTENTREFFEN

*Neuheiten vom Bar Convent Berlin.
Ab Seite 16*

SIEBTRÄGERMASCHINEN

*Großer Überblick über aktuelle
Modelle am Markt. Ab Seite 32*

**Die Host in
Mailand:**
*Die Trends und
Highlights
Ab Seite 12*

WINTER SPECIALS

*Fit für Wachstum? Wie Sie in der kalten Jahreszeit
Ihren Heißgetränke-Umsatz steigern.* | Ludger Schlautmann

Oldenburger City. 10 Uhr. Es ist ein kalter und sonniger Tag in der Fußgängerzone. Vor der Coffee-Bar ist ein Gehwegaufsteller mit einem appetitanregenden Foto platziert. Einige Passanten bleiben kurz stehen und scheinen von dem Motiv angelockt zu werden. Auf dem Foto ist ein Caffè Latte mit Sahnehaube zu sehen, wo offensichtlich eine große Menge an Karamell-Sauce über die Sahne hinweg den Rand des Glases herunterläuft. Auf einem zweiten Caffè Latte ist die Sahne mit vielen Smarties getoppt. Die Botschaft des Plakates lautet: Winter-Specials und ist in großen Lettern bereits von weitem zu sehen. Einige der „gestoppten“ Passanten gehen in die Coffee-Bar und kommen kurze Zeit später mit einem Coffee-to-go wieder heraus.

Erfolg mit Werbung. Als gelungen darf man die oben genannte Werbung bezeichnen. Eine weitere Feststellung ist zudem, dass innovative und/oder kreative Getränke nicht nur neue Kunden in die Läden locken, sondern in der Regel das Heißgetränke-Wachstum ankurbeln. Leider reicht die Außenwerbung allein nicht, so die Erkenntnis der GA-Trendagentur. Um auch hier bestens aufgestellt zu sein sind nachfolgende Tipps geeignet:

Tipp 1: Die Wiedererkennung im Store. Duplizieren Sie zum Beispiel das A1-Plakat des Gehwegaufstellers und befestigen Sie es neben dem Getränke-Board. Bis zu drei Plakate auf weiteren Wandflächen, die beim Betreten des Stores wahrgenommen werden, können für den Heißgetränke-Absatz förderlich sein. A5- oder A4-Aufsteller auf der Theke könnten zudem die Winter-Specials mit Preisen abbilden.

Tipp 2: Am besten wäre es, wenn neben dem Menü-Board ein generelles Board mit den Specials/Saison-Specials gibt.

Tipp 3: Die Top-Seller am Beispiel der Winter-Specials sind Caffè-Latte-Krationen mit Mandel- und Karamell-Geschmack. Spekulatius- und Zimt-Noten sind ebenfalls förderlich zur kalten Jahreszeit. Für das Sahnetopping sollten am besten Saucen (keine Sirups) verwendet werden. Ein weiteres must have ist die Hot Winter Chocolate mit viel Schoko-Sirup und zum Beispiel Schoko-Chunks.

Tipp 4: Wählen Sie Namen, die den Geschmack des Getränkes beschreiben und verzichten Sie auf Phantasienamen

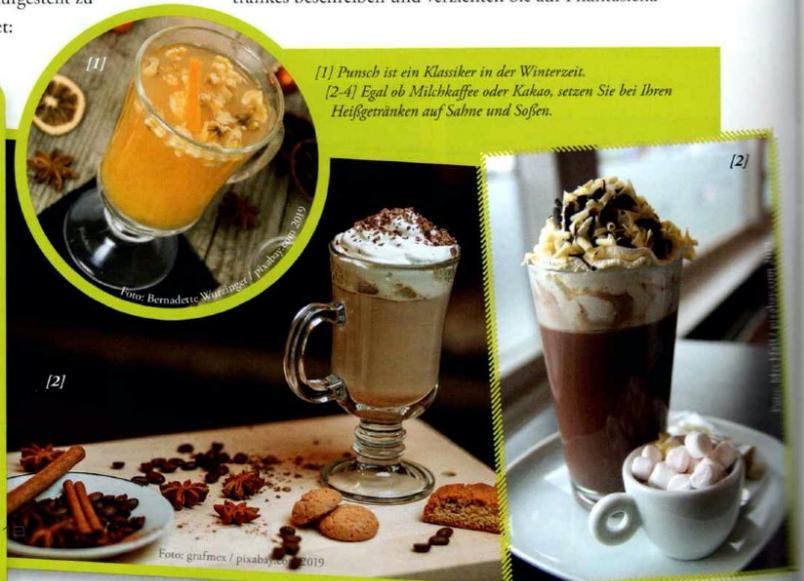
Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

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

1181 Coffee Business 7+8/2018



[1] Punch ist ein Klassiker in der Winterzeit.

[2-4] Egal ob Milchkaffee oder Kakao, setzen Sie bei Ihren Heißgetränken auf Sahne und Sofen.

Foto: grafmex / pitababy 2019

men, die die Kunden nicht sofort verstehen. Caffè Latte Winter Caramell oder Caffè Latte Caramell Cream sind gängige Bezeichnungen für die Winter-Specials.

Tipp 5: Bieten Sie nur eine Getränke-Größe an. Zumeist in einem 400 Milliliter Glas (300 Milliliter Füllmenge).

Tipp 6: Halten Sie die obere Preisgrenze von vier Euro ein und bieten Sie das Getränk auch als To-go-Variante im Dom-Becher an.

Tipp/Info! Die Kunden, die sich für ein Winter-Special-Heißgetränk entscheiden, sind häufig in der Altersgruppe von 18 bis 49 Jahre und überwiegend weiblich. Überprüfen Sie Ihre Coffee-Kompetenz bei den Standards. Die Erwartungshaltung für Kunden, die aufgrund des oben beschriebenen Plakats mit Winter-Specials in den Store gelockt werden ist derart hoch, dass die Basics an Heißgetränken auf dem Menü-Board zu finden sein sollten. Neben dem Cappuccino und dem Latte Macchiato



Kolumne berichtbar

zählen mittlerweile auch der Caffè Latte, Flat White und die Espresso-Schoko-Variante des Caffè Mocha dazu. Eine Siebträgermaschine liegt zudem bei den Coffee-Bar-Kunden genauso in der Erwartungshaltung wie Latte Art – unabhängig wie perfekt die Muster sind oder nicht. Good Luck!

Anzeige

BÄCKERWELT



Foto: Fimbee / photo.com 2019



BÄCKERWELT – alles, was Bäcker wissen wollen

13 Fachzeitschriften auf einem Online-Portal!

www.baeckerwelt.de ist das neue Online-Portal für Bäcker und Konditoren, welches erstmals 13 Fachzeitschriften in einem Auftritt vereint. Übersichtlich und benutzerfreundlich aufbereitet, finden Bäcker und Konditoren jeder Firmengröße im Portfolio die für sie passende Fachzeitschrift (und Anzeigenkunden natürlich ebenfalls). **BÄCKERWELT** ist somit die umfassendste Quelle für fundierte Fachinformationen aus der Branche und für die Branche.

Neben ständig aktualisierten News auf der Website bringt Ihnen unser wöchentlich erscheinender **BÄCKERWELT Newsletter** aktuelle Brancheneignisse direkt auf Ihr Smartphone oder Ihren heimischen Computer. Darüber hinaus bietet **BÄCKERWELT** unser aktuelles Seminarprogramm, alles über die begehrtesten **Branchen-Awards** und wie man sich darauf bewirbt sowie die besten Möglichkeiten zum Networking.

Eines der Highlights des **BÄCKERWELT** Auftritts ist eine interaktive Karte, welche sämtliche Betriebe anzeigt, die unsere Fachredaktionen im zurückliegenden Jahr besucht haben – Suchfunktion und Download der dazugehörigen Reportagen inbegriffen!

Weiterhin verfügbar ist selbstverständlich der Bereich **abonet+**, das registrierungspflichtige **Portal für Digital-Abonnenten**, nun erweitert um eine Download-Möglichkeit für einzelne Artikel. Neu auf der Website sind auch ein **Jobportal** nur für die Bäckerbranche sowie ein Terminkalender mit allen wichtigen Veranstaltungen.

Abgerundet wird das Rundum-Sorglos-Paket für Bäcker und Konditoren durch ein **Branchenverzeichnis**.



www.baeckerwelt.de