

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

# COFFEE BUSINESS

## Eiskalt verführt

Speiseeis im Café anbieten:  
Tipps zur Herstellung

*Ab Seite 28*

## Kaffee aus Potsdam

Die Röster aus  
Brandenburgs Landeshauptstadt

*Ab Seite 20*

## Gut umhüllt

Kaffee umweltfreundlich verpacken:  
Darauf können Sie achten

*Ab Seite 36*

in noch verlagsgesellschaft mbh, pf 12 20, 49002 Osnabrück / PVST, Deutsche Post AG, „Entgelt bezahlt“, ZKZ 57232



**GOGREEN**

Klimaneutraler Versand  
mit der Deutschen Post

# FIT FÜR WACHSTUM?

## KOMBI-PREISE UND DEALS SIND WILLKOMMEN.

*Einige Tipps, wie Sie auf sich aufmerksam machen und es mit Verkauf und Personal klappt, haben wir Ihnen hier zusammengefasst.* | Ludger Schlautmann

Ihr seid ja ganz schön teuer geworden – so die verdutzte Aussage eines älteren Kunden. „Nach dem Lockdown mussten wir anziehen“, erwidert der Verkäufer und schaut den Mann fragend an. „Ich nehme dann einen Caffè Latte small“ – „2,80 Euro macht das bitte.“ Ein paar Minuten später kommt ein weiterer Stammgast. Er bestellt einen kleinen Kaffee und legt das Geld vermeintlich passend hin. „Das sind nur 2,20 Euro, der Kaffee kostet nun 2,70 Euro“, erklärt die Verkaufskraft. Entsetzt fragt der Kunde, seit wann das so sei, und sucht währenddessen nach dem fehlendem Geld. Die massiven Preiserhöhungen sind spätestens seit dem deutlichen Anstieg der Kraftstoffpreise bei den meisten Verbrauchern im Fokus. Hinzu kommt, dass sich die Preisschraube im Handel ebenfalls munter weiter dreht. Der Maßstab zu realen Preiserhöhungen ist für viele Menschen nicht mehr transparent. Wir beobachten, dass ältere Kunden zwar beim Kaffeeverzehr blieben, aber überwiegend auf den sonst üblichen Snack verzichteten. Die Jüngeren hingegen konsumierten unbehellig weiter, nutzten aber primär angebotene Deals für Snacks und Kaffeespezialitäten.

**Tipp:** Installieren Sie Kombi-Angebote – ein Mix aus einem Snack plus kleinem Kaffeegetränk. Realisieren Sie im Deal eine Ersparnis von etwa 50 Cent. Bieten Sie verschiedene Stufen der Deals an – für unterschiedliche Getränkegrößen.

**Tipp:** Kaffeespezialitäten unterliegen einer Preislogik, die in der Regel weltweit ähnlich ist. Das günstigste Heißgetränk in Deutschland ist der Filterkaffee. Aktuell werden primär Becher zum Preiseinstieg von zwei oder 2,20 Euro angeboten. Je nach Größe sind es etwa 30 Cent mehr für den größeren Becher. Caffè Creme liegt mit einer kleinen Einstiegsgröße bereits bei 2,50 bis 2,70 Euro. Milchspezialitäten auf Espresso-Basis beginnen derzeit bei 2,70 bis 2,90 Euro für einen Latte Macchiato. Der Cappuccino ist in der Regel teurer als der Latte Macchiato und kann aktuell die drei Euro als Einstiegsgröße knacken. Je nach Füllmenge sollte man auch hier die 30 Cent-Differenz-Logik beachten. Tee sollte sich primär an den Preisen von Filterkaffee orientieren.

**Tipp:** Logik im Menü-Board – trennen Sie zwischen Klassikern (Kaffee, Caffè Creme, Tee und heiße Schokolade) und beispielsweise den Espresso-Specials.

**Tipp:** Machen Sie mit besonderen Produkten deutlich, warum Sie besser (und gegebenenfalls auch teurer) sind als der Mitbewerber. Espresso-Specials bieten sich hier an: Das Trendgetränk Flat White (kräftig wie ein Cappuccino, jedoch mit cremiger Milch) startet mittlerweile bei 3,20 Euro für eine kleine Tasse. Der im Ausland bekanntere Cortado (kräftiger Shot Espresso plus mehr Milch) setzt neue Maßstäbe in Sachen Kaffeekompetenz. Zu den legendären Latte-Specials wie Karamell-Macchiato, Pumpkin-Spiced- oder Vanilla-Latte könnte der (fast) vergessene Chai-Latte als Special-Tee ergänzt werden.

**Tipp:** Hot Chocolate, aber richtig! Um sich hier vom Wettbewerb abzuheben, können Sie – neben der klassischen heißen Schokolade – zusätzlich mit weißer und dunkler Schokolade trumpfen.

**Tipp:** Tee-Vielfalt steigert die Kompetenz. Dabei kommt es auf die richtigen Sorten an. Schwarzer Tee ist ein Muss. Darjeeling oder Assam ist als Grundausrüstung ausreichend. Je nach Region kann beispielsweise noch eine Ostfriesen-Mischung hinzukommen. Der Earl Grey ist gesetzt und unterstreicht die Teekompetenz. Zu den weiteren Standards zählen je ein Kräuter-, Rooibos-, Früchte- sowie Grüner Tee. Bei Minze ist es mittlerweile üblich, mit frischen Blättern zu arbeiten.

**Tipp:** Aktivieren Sie Bonuskarten. Die beliebteste im Außer-Haus-Geschäft ist die Kaffee-Bonuskarte. In der Regel ist das elfte Getränk gratis. Überlassen Sie es dem Kunden, sich sein Gratisgetränk frei auszuwählen – das hilft auch dabei, dass Ihre Stammkunden sich schrittweise an teurere Getränke herantasten.

Foto: Schlautmann 2018



**LUDGER SCHLAUTMANN**

GA-Trendagentur  
Am Übersch 7  
48268 Gimble  
Tel.: 02571-503 1332  
www.ga-trendagentur.com  
ga-trendagentur@t-online.de

**Good Luck and take care!**  
**GA-Trendagentur.com**