

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

Ausschank auf Zeit

Pop-up-Konzepte und ihre Möglichkeiten

Ab Seite 24

Yellowbird Coffee

Warum schon 80 Prozent Einsatz für Erfolg sorgen können

Ab Seite 18

Bohnenmeister

So kommt Matthias Dallinger auch ohne Laufkundschaft gut aus

Ab Seite 42



INGER Verlagsgesellschaft mbH - Luisenstr. 34 - 49074 Osnabrück
PVSt+2, DPAG, Engelt bezahlt, 57232
GA Trendagentur
Ludger Schlaumann
Sehr geehrter Herr Schlaumann
Am Übersch 7
48268 Greven-Gimble

FIT FÜR WACHSTUM?

Mehrweg, Getränkevielfalt und -Größen: Hier einige Tipps. | Ludger Schlautmann

Deutschland. Großer Knall, kleine Wirkung. Bereits nach einigen Monaten war die Ernüchterung groß. Ob Pfand- oder Mehrwegsysteme – die tatsächliche Nutzung der Konsumenten bewegt sich weiterhin im Mikrokosmos, so die Bewertung der GA-Trendagentur. Hinzu kommt, dass es bei vielen Behörden keinen einheitlichen Umgang mit der Entgegennahme und Herausgabe von Mehrweg- oder Pfandbechern gibt. Und dann ist da noch der Konsument, der es als lästig und unschön empfindet, die leeren Becher bis zum nächsten Kauf eines Heißgetränkes mitzuschleppen oder sogar noch zu reinigen. Trotz dieser traurigen Erkenntnis stecken aber auch gute Marketingchancen in der aktiven Bewerbung von Mehrwegbechern.

Preise jetzt anpassen! Die Preise für Heißgetränke sind im Jahr 2023 zur Freude der Anbieter deutlich nach oben geklettert. So wurde beim Bäcker mittlerweile die Zwei-Euro-Grenze für einen klassischen Filterkaffee geknackt, für Kaffeespezialitäten sogar die Drei-Euro-Marke. Die ersten Kaffeebars konnten die Preishürde bei den Kaffeespezialitäten von vier Euro nehmen. Die teilweise an Raststätten gesetzte „Fünf Euro plus X“-Marke wurde allerdings vom Kunden abgestraft. Dort scheinen die Kaffeeliebhaber für Latte Macchiato und Co. maximal 4,75 Euro zu akzeptieren, so unsere Beobachtungen. Erfreulich, dass die Konsumenten weiterhin bereit sind, auch hohe Preise für Heißgetränke zu akzeptieren, sofern ein für sie attraktiver, wahrnehmbarer Preiseinstieg zu erkennen ist. Tipp: Passen Sie Ihre Spalten auf dem Getränkeboard an. Bewerben Sie in der ersten Spalte Ihre Heißgetränke für den Mehrwegbecher (selbst gekaufter Becher des Kunden) als Preiseinstieg. Dies könnte beim Bäcker der Filterkaffee mit beispielsweise zwei Euro sein – oder je nach Zielgruppen vor Ort sogar 1,99 Euro als wahrnehmbarer Preiseinstieg. Danach folgen die anderen Heißgetränke mit dem entsprechenden Preisvorteil. Die zweite Spalte auf Ihrem Getränkeboard gehört nun den Heißgetränken für den To-go- und/

oder Inhouse-Verzehr. Diese Preise gilt es nun anzupassen. Die Differenz gegenüber dem alten Preis sollte nicht weniger als 20 Cent und nicht mehr als 30 Cent betragen.

Welche Größen? Je nachdem, wie viele Getränkegrößen Sie anbieten, erweitern sich Ihre Spalten auf dem Board. Tipp: Getränkegrößen auf maximal zwei unterschiedliche zu reduzieren. Kaffeebars haben mittlerweile Ihre Getränke sogar auf nur eine Größe neu definiert. Der Preis und die Menge ergeben sich aus dem Inhalt des Getränkegefäßes. Der Flat White beispielsweise wird in einer kleineren Tasse oder in einem kleineren Glas als der Milchkaffee zubereitet. Beim Bäcker hingegen werden zwei Größen lediglich beim Cappuccino und Caffé Creme erwartet. Der Latte Macchiato wird mittlerweile überwiegend in einem Pokal-Glas in nur einer Größe angeboten.

Achten Sie auf die Getränkevielfalt. Während in einer Kaffeebar (mit hoher Kaffeekompetenz) Heißgetränke wie Flat White und Cortado Einzug genommen haben, so sieht die Erwartungshaltung beim Bäcker entspannter aus. Mindestens werden jedoch folgende Getränke erwartet: Filterkaffee, Caffé Creme, Cappuccino, Latte Macchiato, Milchkaffee beziehungsweise Caffé Latte. Espresso auf dem Getränkeboard abzubilden, ist eher eine Marketingmaßnahme im Sinne der Kaffeekompetenz. Ergänzend zu den oben genannten Kaffeespezialitäten

kommen noch die heiße Schokolade und verschiedene Teesorten dazu. Bei einer Bäckerei ist die Erwartungshaltung an Teesorten in der Regel begrenzt auf Schwarzen Tee (Darjeeling, Assam oder Friesenmischung für den norddeutschen Raum), Kräuter-, Grüntee, Earl Grey und Roisbois-Tee. Auch wohl wissend, dass die Absatzmengen für diese Sorten eher gering sind, so die Bewertung der GA-Trendagentur.

Die richtigen Mehrwegbecher anbieten. Sparen Sie Geld im Zusammenhang mit Pfandsystemen und bieten verschiedene

Foto: Schlautmann 2018



LUDGER SCHLAUTMANN

GA-Trendagentur
Am Übersch 7
48268 Gimble
Tel.: +49 (0)2571 503 13 32
www.ga-trendagentur.com
ga-trendagentur@t-online.de

Mehrwegbecher zum Kauf an. Für den Preiseinstieg eignet sich eine Kunststoffvariante und für den Premium-Anwender Metall. Deluxe wäre noch eine Porzellanvariante als Mehrwegbecher. Achten Sie bei der Auswahl darauf, dass die gefüllten Coffee-to-go-Becher in der Hand nicht zu heiß werden. Ferner, dass die Becher über einen Deckel verfügen, der gut verschließbar, einfach zu reinigen ist und vor dem Auslaufen schützt. Letzteres ist für die Anwender das wesentliche Argument, da sie ihren Becher auch in fast leerem Zustand häufig in der Tasche oder dem Rucksack aufbewahren. Seien Sie sparsam bei Ihrer Bevorratung. Auch hier hat sich gezeigt, dass sich die Kunden ihre Mehrwegbecher am liebsten selbst im Handel oder im Internet besorgen. Dennoch sollten Sie eine Musterauswahl als Impulsgeber sichtbar anbieten (Detailanfragen an GA-Trendagentur). Die oben beschriebene Preiseinstiegs-Logik mit dem „eigenen Mehrwegbecher“ ermöglicht Ihnen somit eine Preiserhöhung für die To-go-/Inhouse-Getränke. Hinzu kommt, dass durch den nun wahrgenommenen, reduzierten Preis des Mehrwegbechers vielleicht doch mehr Anwender im Sinne der Umwelt/Nachhaltigkeit handeln – für Ihre Markenpolitik ist es auf jeden Fall ein richtiger Schritt.

Good Luck! GA-Trendagentur.com



Nutzungsrechte

Als Abonnent der **INGER Verlagsgesellschaft mbH** sind Sie dazu berechtigt, unsere Verlagsprodukte für Ihre eigenen Unterlagen zu kopieren und zu archivieren. Jede andere Art der Nutzung und Verbreitung, auch die Veröffentlichung in sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Facebook, Instagram, Twitter oder WhatsApp – ist untersagt. Möchten Sie mehr als ein Vervielfältigungsexemplar zum Beispiel durch Ausdrucken oder Kopieren auf einen mobilen Datenträger oder möchten Sie ganze Ausgaben oder Textpassagen speichern und/oder ausdrucken, bedarf es der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung durch die **INGER Verlagsgesellschaft mbH**. Die Verlagsprodukte dürfen weder eingescannt noch für den geschäftlichen Gebrauch in irgendeiner Art vervielfältigt werden.

Ein Verstoß gegen diese Vorgaben verpflichtet zum Schadensersatz und wird strafrechtlich verfolgt.

Bei Fragen wenden Sie sich an:
INGER Verlagsgesellschaft mbH, Henning Tau,
Telefon +49 (0)541 58 05 44-70,
E-Mail tau@baeckerwelt.de

SIE HABEN FRAGEN? RUFEN SIE UNS AN!

Abo-Team:
 Tel: +49 (0)541 58 05 44-60
 Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
 E-Mail: abo@baeckerwelt.de

Redaktion:
 Kristina Bomm
 Tel: +49 (0)541 58 05 44-33
 Mobil: +49 (0)151 70 30 11 76
 E-Mail: bomm@baeckerwelt.de

Anzeigenverkauf/Kleinanzeigen:
 Charles Greene
 Tel: +49 (0)234 91 52 71-18
 Mobil: +49 (0)178 202 16 82
 E-Mail: greene@baeckerwelt.de

Impressum

23. JAHRGANG



Verlag: INGER Verlagsgesellschaft mbH
 Luisenstraße 34
 49074 Osnabrück
 Postfach 1220, 49002 Osnabrück
 Zentrale: +49 (0)541 58 05 44-30

Herausgeberin: Monika Kordhanke

Geschäftsführung: Monika Kordhanke, Henning Tau

Gründer: Triond Patzphal (+ 2022)

Chefredaktion: Monika Kordhanke (V.i.S.d.P.)

Projektverantwortung: Kristina Bomm (kb)
 Tel: +49 (0)541 58 05 44-33
 Mobil: +49 (0)151 70 30 11 76
 E-Mail: bomm@baeckerwelt.de

Redaktionsanschrift: Luisenstraße 34,
 49074 Osnabrück
 Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
 E-Mail: coffeebusiness@baeckerwelt.de

Autoren dieser Ausgabe: Kristina Bomm (kb)
 Jessica Escher (je)
 Benno Kirsch (Bk)
 Christian Kohlhof
 Lukas Orfert (lo)
 Monika Putz
 Ludger Schlaumann
 Martin Wispel

Grafik: Silvi Harri
 +49 (0)541 58 05 44-32
 harri@ingerverlag.de

Internet: www.baeckerwelt.de
Anzeigen: Anzeigenpreisliste 23
 vom 01. Januar 2023
 Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen hat der Verlag nicht für die Richtigkeit.

Verlagsleitung/Anzeigenverkauf: Sonja Shirley
 Tel: +49 (0)234 91 52 71-76
 Mobil: +49 (0)178 202 16 81
 E-Mail: shirley@baeckerwelt.de

Anzeigenverkauf: Charles Greene
 Tel: +49 (0)234 91 52 71-18
 Mobil: +49 (0)178 202 16 82
 Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
 E-Mail: greene@baeckerwelt.de

Anzeigenverwaltung: Volker Kohl
 Tel: +49 (0)234 91 52 71-16
 Fax: +49 (0)234 91 52 71-19
 E-Mail: kohl@baeckerwelt.de

Abonnentenservice: INGER Abo-Team
 Luisenstraße 34, 49074 Osnabrück
 Tel: +49 (0)541 58 05 44-60
 Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
 E-Mail: abo@baeckerwelt.de

Druckerei: Silber Druck oHG
 Otto-Hahn-Straße 25
 34253 Lohfelden

Genderschreibweise: Um den Lesefluss nicht zu hemmen, wird in den Texten in der Regel die männliche Form gebraucht. Die jeweilige Bezeichnung soll für jedes Geschlecht stehen und als generischer Begriff verstanden werden.

Urheberrecht und Nutzungsrechte: Alle in der Coffee Business erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch Übersetzungen, vorbehalten. Reproduktionen jeder Art bedürfen der schriftlicher Genehmigung des Verlages. Coffee Business wird ganz oder in Teilen im Print oder digital vertrieben. Für unverlangt eingesandte Bild- und Textmateri-

al wird keine Haftung übernommen. Namentlich gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Eine Gewähr für die Richtigkeit der Veröffentlichung kann trotz sorgfältiger Prüfung nicht übernommen werden. Die Redaktion behält sich vor, Zuschriften und Leserbriefe bei Veröffentlichung zu kürzen. Aus der Nennung von Markenbezeichnungen in dieser Zeitschrift können keine Rückschlüsse darauf gezogen werden, ob es sich um geschützte oder nicht geschützte Zeichen handelt. Diese Zeitschrift ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Nutzungsrechte: Die vorliegende Fachzeitschrift wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Artikel und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung, Verbreitung, Digitalisierung, Speicherung in Datenbanksystemen oder Inter- und Intranets, ist unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urhebergesetz nichts anderes ergibt. Sollten Sie Artikel aus dieser Fachzeitschrift nachdrucken, in Ihr Internet Angebot oder in Ihr Intranet oder Pressespiegel übernehmen oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der Inger Verlagsgesellschaft mbH, Henning Tau, Telefon 0541 580 544-70 erwerben. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Dieses Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen.

Bezugspreis: Coffee Business (6 Ausgaben im Jahr) zum jährlichen Bezugspreis Inland von 140 Euro inkl. MwSt. (Abopreis 110 Euro zzgl. 30 Euro Versandkostenpauschale Inland, gleich Jahresbezugspreis Inland inkl. MwSt., Versandkostenpauschale Ausland 40 Euro, gleich Jahresbezugspreis Ausland 150 Euro). Mengen-Rabattstufen: 2-5 Abos = 5%, 6-10 = 10%, 11-15 = 20%, 16-20 = 30%, ab 21 = 40%. Abonnenten vom DBZ Magazin oder Back Journal beziehen Coffee Business zum jährlichen Vorzugspreis von 110 Euro (Abopreis 80 Euro, zzgl. 30 Euro Versandkostenpauschale Inland, gleich Vorzugspreis Inland, inkl. MwSt., Versandkostenpauschale Ausland 40 Euro, gleich Vorzugspreis Ausland 120 Euro, zzgl. MwSt.). Zu Ihrem Print-Abonnement können Abonnenten ein Digital-Abo bestellen. Für Abonnenten kostet das Coffee Business Digital-Abo 30 Euro und für Non-Print-Abonnenten 110 Euro. Das Abonnement ist zeitlich nicht befristet. Abonnementkündigungen müssen in Schriftform zwei Monate vor Ablauf des Bezugsjahres an den Verlag erfolgen und persönlich vom Bevollmächtigten unterschrieben werden. Bei Nichterscheinen in Folge höherer Gewalt, Materialverknappung, Streik o.ä. besteht kein Anspruch auf Nachlieferung bzw. Schadensersatz.

Copyright © 2023 für alle Beiträge, sofern nicht anders angegeben, bei der INGER Verlagsgesellschaft mbH. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigungen auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlags. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen.

ZKZ: 57232
ISSN: 2190-2151
Gerichtsstand: Gerichtsstand ist Osnabrück
Titelfoto: grivna / stockadobe.com 2023

Es gelten die **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** der INGER Verlagsgesellschaft mbH, die im Internet unter www.baeckerwelt.de einzusehen sind. Die Europäische Kommission stellt unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> eine Plattform zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung (sog. OS-Plattform) bereit. Die Teilnahme an den Streitbeilegungsverfahren ist freiwillig; der INGER Verlag nimmt nicht teil an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle. Wir liefern ausschließlich an Gewerbetreibende, Institutionen und Verbände!

Die Veröffentlichung von Inhalten in sozialen Netzwerken ist ausdrücklich untersagt



Abonnementsbestellung
 INGER Verlagsgesellschaft mbH
 Luisenstr. 34, 49074 Osnabrück
 Per Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
 Per Telefon: +49 (0)541 58 05 44-60

Ich bestelle Coffee Business im Jahresabonnement (6 Ausgaben) für zurzeit nur 140 Euro (110 Euro Abopreis + 30 Euro Versandkostenpauschale inkl. MwSt./im Ausland 110 Euro Abopreis + 40 Euro Versandkostenpauschale zzgl. MwSt.). Ich habe das Recht, 8 Wochen zum Ende des Bezugszeitraums zu kündigen. Hinweise zu den AGB und Ihrem Widerrufsrecht finden Sie unter www.baeckerwelt.de

Ich zahle bequem per SEPA-Lastschrift und spare zusätzlich noch 10% auf den Abonnementpreis bei der ersten Rechnungsstellung.

INGER Verlagsgesellschaft mbH
 Luisenstr. 34, 49074 Osnabrück
 Gläubiger-Identifikationsnummer
 DE58810000032844846
 SEPA-Lastschriftmandat: Ich ermächtige den Verlag, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen.

IBAN: _____

Hiermit willige ich in die Erfassung und Verwendung meiner Daten und Datenweitergabe im Zuge der Vertragserfüllung ein. Die Erhebung und Nutzung Ihrer Daten erfolgt streng nach den Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und des Telemediengesetzes (TMG).

Name, Vorname _____
 Straße, Hausnummer _____
 PLZ, Ort _____