

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS



Café mit Stil

Das Instinct Coffee
in Hamburg

Ab Seite 42

Kaffee trifft Tee

Tipps und Ideen für das
Heißgetränkesoriment

Ab Seite 32

INGER Verlagsgesellschaft mbH, Luisenstr. 34, 49074 Osnabrück

57232 PVSt+2 411

Deutsche Post

Am Trendgenuss
Ludger Schläumann
Am Übersich
49268 Greven-Gimble



FIT FÜR WACHSTUM

Der Winter kann kommen. | Ludger Schlautmänn

Fr Frankfurt am Main. Es sind minus zwei Grad Celsius. Die ersten kalten Tage sind da. In einem Frankfurter Mainstream-Café im Herzen der Stadt geht alles seinen üblichen Gang. Die Kunden, die zumeist täglich ihren Gewohnheiten nachgehen, sind eher mit dem Smartphone beschäftigt, als auf das Sortiment zu achten. „Wie immer?“, fragt Verkaufskraft Tobias einen offensichtlichen Stammgast. „Yep“, lautet die kurze Antwort des Mittzwanzigers, der mit einem Doppelklick seine Bezahl-App auf dem Smartphone öffnet und an das EC-Cash-Gerät hält. Nach dem Beep-Ton widmet sich der Kunde wieder seinem Smartphone, während Barista Tobias bereits mit der Zubereitung des Cappuccinos beschäftigt ist. Ähnlich verläuft es bei den nachfolgenden Kunden an diesem frühen Morgen.

Konsequente Werbung. In einer anderen Kaffeebar eines lokalen Kaffeerösters geht es dagegen etwas anders zu: Auch hier sind offensichtlich viele Stammkunden unterwegs. Bereits von außen bewirbt ein Gehwegaufsteller den Pumpkin Spice Latte in auffälligen Farben. Mit einem optischen Störer „Jetzt probieren!“ wird die Handlungsaufforderung zusätzlich in Szene gesetzt. Beim Betreten der Kaffeebar setzt sich die Werbung konsequent fort: Auf der Theke steht ein A4-Aufsteller mit dem gleichen Motiv, den verschiedenen Getränkegrößen und Preisen. Auch auf dem Menü-Board ist das Bild eines Pumpkin Spice Latte zu sehen.

Auch mal etwas Neues bieten. Durchschnittlich jeder sechste Kunde fragt den dortigen Barista nach dem Getränk. Teilweise wird auch der Barista selbst aktiv und bietet den Gästen das Getränk gezielt an – auch wenn die Erfolgsquote hier etwa bei zwei von zehn Kunden liegt, bleibt er unermüdlich. Regelmäßig mit Innovationen spannend zu bleiben, Abwechslung ins Sortiment zu bringen und diese auch bewusst anzupreisen, ist im Sinne der Stammkundenbindung wichtig, so die Bewertung der GA-Trendagentur.

Handlungsbedarf. Die meisten Anbieter waren in den letzten zwölf Monaten vermutlich eher damit beschäftigt, für ausreichend Personal zu sorgen, als in die Produktentwicklung zu investieren. Die zumeist stabilen Absätze und ein deutliches Umsatzwachstum durch Preiserhöhungen von bis zu 20 Prozent erforderten augenscheinlich keinen Handlungsbedarf. Aktuell sind allerdings erste leichte Absatzeinbußen zu beobachten. Um diesem Trend entgegenzuwirken, können folgende Tipps helfen:

Tipps 1: Jetzt die kalte Jahreszeit für Winter-Specials nutzen. Getränke, die beispielsweise zur Weihnachtszeit mit Spekulatius-Aromen und -Gewürzen sowie Spekulatiusbruch als Topping verfeinert werden, sind derzeit angesagt. Weitere Zutaten, die sich im Winter erfolgreich bewerben lassen, sind Lebkuchen, Mandeln, Toffee Nut, Ingwer und Zimt. Sind die Latte-Spezialitäten schön süß, bevorzugt das vor allem die junge, überwiegend weibliche Zielgruppe.

Tipps 2: Das Foto ist ein ausschlaggebender Entscheidungsfaktor für viele Kunden. Ein ansprechend gestaltetes Bild, das perfekt auf das Getränk abgestimmt ist, weckt Aufmerksamkeit. Specials mit Sahne und der jeweiligen Zutat sollten im Fokus stehen.

Tipps 3: Nutzen Sie Handlungsaufforderungen: Sätze wie „Jetzt probieren!“ oder „Hol es dir“ wirken sich auf die spontane Entscheidungsfindung aus.

Tipps 4: Eine Getränkegröße für Specials reicht in der Regel. Eine Standardgröße von etwa 300 Millilitern ist ideal. Der Preis für ein solches Special kann bis zu 90 Cent über dem vergleichbaren Latte-Preis liegen, sollte aber nicht mehr als 6,50 Euro kosten, so die Bewertung der GA-Trendagentur.

Tipps 5: Mitarbeiter trainieren. Die aktive Ansprache von Stammkunden ist deutlich



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

einfacher als bei neuen Kunden. Das liegt daran, dass die Empfehlung der meist jungen Baristas in der Kaffeeszene einen besonderen Stellenwert hat. Unabhängig vom Alter fühlen sich Stammkunden oft persönlich verpflichtet, der Empfehlung des Baristas zu folgen. Aussagen wie „Das Getränk kann ich echt empfehlen“ oder „Das Getränk finde ich total lecker, es dürfte dir auch schmecken“ verleihen der Ansprache eine persönliche Note. Mitarbeiter sollten darin geschult werden, jahreszeitliche Trendgetränke aktiv anzubieten, insbesondere an weibliche Kunden, die häufig die Hauptzielgruppe darstellen. Es ist jedoch wichtig, Stammkunden, die das Getränk ablehnen, nicht mehrfach darauf anzusprechen. Ein monatlicher Wechsel der Specials könnte hier die aktive Ansprache für die Mitarbeiter erleichtern.



Good luck, merry Christmas
and all the best for 2025.

GA-Trendagentur.com

Grafik: delia-delta / stock.adobe.com 2024

Ein Objekt der **INGER**
Verlagsgesellschaft mbH

GOGREEN
Umweltfreundlicher Versand
mit dem Recycled-Paper



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@coffeebusiness.de

**SIE HABEN
FRAGEN?
RUFEN SIE UNS AN!**

Abo-Team:
Tel: +49 (0)541 58 05 44-70
Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
E-Mail: abo@coffee-business.de

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

Anzeigenverkauf/Kleinanzeigen:
Michaela Langenfeld
Tel: +49 (0)541 58 05 44-55
Mobil: +49 (0)151 56 33 08 31
E-Mail: langenfeld@coffee-business.de

Impressum
24. JAHRGANG

WAS IST DIE KAFFEEWIRTSCHAFT?
COFFEE BUSINESS
EST. 2000

vereint mit:
Zeitschrift
CAFÉ SOLO

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: Trond 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@coffee-business.de

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

Autoren dieser Ausgabe: Kristina Bomm (kb)
Jessica Escher (je)
Christian Kohlhof
Lukas Orfert (lo)
Ludger Schlaumann

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

Internet: www.baeckerwelt.de
Anzeigen: Anzeigenpreisliste 24 vom 01. Januar 2024
Bei telefonisch aufgegebenen Anzeigen haftet 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@coffee-business.de

Anzeigenverkauf: Michaela Langenfeld
Tel: +49 (0)541 58 05 44-55
Mobil: +49 (0)151 56 33 08 31
Fax: +49 (0)541 58 05 44-99
E-Mail: langenfeld@coffee-business.de

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

Abonnement-service: INGER Abo-Team
Luisenstraße, 34, 49074 Osnabrück
Tel/WhatsApp +49 (0)541 58 05 44-60
Fax +49 (0)541 58 05 44-99
E-Mail: abo@coffee-business.de

Druckerei: Silber Druck oHG
Otto-Jahn-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 schriftlichen Genehmigung des Verlages. Coffee Business wird ganz oder in Teilen im Print oder digital vertrieben. Für unverlangt eingesandtes Bild- und Textmaterial 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. Diese Rechtsübertragung 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.

Bezugspreise: Coffee Business (6 Ausgaben im Jahr) zum jährlichen Bezugspreis Inland von 150 Euro inkl. MwSt. (Abopreis 120 Euro zzgl. 30 Euro Versandkostenpauschale Inland, gleich Jahresbezugspreis Inland inkl. MwSt., Versandkostenpauschale Ausland 40 Euro, gleich Jahresbezugspreis Ausland 160 Euro). Mengendeckelung: 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 Ausland 120 Euro, zzgl. MwSt.). Zu Ihrem Print-Abonnement können Abonnenten ein Digital-Abo bestellen. Für Abonnenten kostet das Coffee Business Digital-Abo 50 Euro und für Non-Print-Abonnenten 120 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 © 2024 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 Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen.

ZKZ: 57232
ISSN: 2190-2151
Gerichtsstand: Gerichtsstand ist Osnabrück
Titelfoto: ALL YOU NEED studio / stock.adobe.com 2024

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 Verbraucherstreitbeilegungsstelle. Wir liefern ausschließlich an Gewerbetreibende, Institutionen und Verbände!

Eine Veröffentlichung von Inhalten in sozialen Netzwerken ist ausdrücklich untersagt

GOGREEN
Umweltfreundlicher Versand
mit dem Recycled-Paper

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 150 Euro (120 Euro Abopreis + 30 Euro Versandkostenpauschale inkl. MwSt./im Ausland 120 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:
DE68810000032844846
SEPA-Lastschriftmandat: Ich ermächtige den Verlag, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen.

IBAN: _____

Hiermit willige ich in die Erhebung und Verwendung meiner Daten und Datenverarbeitungen im Zuge der Vertragsabwicklung ein. Die Erhebung und Nutzung Ihrer Daten erfolgt ausschließlich auf Grundlage des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und des Telemediengesetzes (TMG).

Name, Vorname _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Ort _____