

Heißgetränke, die dem KUNDEN schmecken

Preisentwicklung, Nachhaltigkeit und die neuesten Trends: Für Tankstellenbetreiber ist es wichtig zu wissen, wie sich Kaffee und Heißgetränke entwickeln. Unsere Experten geben einen Überblick.

TEXT: LISA LEVY FOTOS: CUP&CINO; GA-TRENDAGENTUR; ISI DEUTSCHLAND/LEONARDO - GLASKOCH; J. J. DARBOVEN; MELITTA; TCHIBO COFFEE SERVICE; KAI BOHLMANN; MARC SCHRIEGEL; J. SUNDERBRINK; WWW.WESTERMANN-BUROH.DE



„Die Preisentwicklung für Heißgetränke hat im Jahr 2024 einen deutlichen Schub erfahren“, sagt Ludger Schlautmann, Geschäftsführer der „GA-Trendagentur“. Laut einer aktuellen Analyse der Agentur mit Sitz im nordrhein-westfälischen Greven sind insbesondere in Bäckereien und Coffee-Bars signifikante Preiserhöhungen zu verzeichnen. „Während Tankstellen weitgehend stabile Preise bieten, sind in anderen Bereichen des Getränkemarktes teils kräftige

“

Kakao- oder Schokoladenspezialitäten sprechen vor allem die jüngere Kundenschaft an.

Karen Lässig, Marketing Managerin, „J.J. Darboven“



Preisaufschläge festzustellen“, resümiert Geschäftsführer Ludger Schlautmann. Während ein Latte Macchiato in Bäckereien die 3-Euro-Marke überschritten habe, in Coffee-Bars sogar die 4-Euro-Marke, böten Tankstellen moderatere Preise. „An Tankstellen hingegen blieb die Preisentwicklung vergleichsweise stabil. Ein Caffè Crema wird dort weiterhin für etwa 2,40 Euro angeboten – ähnlich wie im Jahr 2023“, so der Geschäftsführer der „GA-Trend-

agentur“. „Eine Ausnahme bildet hier das Kaffee-Tankstellen-Konzept von ‚Tchibo‘. Dort liegt der Preis für einen Caffè Crema im Oktober 2024 bei 1,99 Euro. Für einen Cappuccino schwanken die Preise an Tankstellen im Durchschnitt zwischen 2,40 Euro und 2,95



Konzentrieren Sie sich auf Ihre Zielgruppen und passen daraufhin das Heißgetränke-Konzept daran an.

Ludger Schlautmann, Geschäftsführer, „GA-Trendagentur“



Euro.“ Diese Preispolitik hat ihre Gründe. „Laut einer von uns in Auftrag gegebenen Studie sind Shopper an Tankstellen sehr preissensibel“, sagt Ralf Lommen, Key Account Manager National + Convenience bei der „Tchibo Coffee Service GmbH“. „68 Prozent achten verstärkt auf die Preise der Produkte (Bormann & Gordon Shopper Monitor 2024). Jeder zweite Shopper achtet mehr auf Promotion und Aktionen (51 Prozent), 49 Prozent kaufen nur bei Aktionen. In diesem Zusammenhang unterstützen wir unseren Kunden gerne mit individuellen Marketingmaßnahmen.“

Veränderung im Sortiment

Interessant sei auch eine Veränderung im Sortiment der Tankstellen: „Nach der Pandemie haben viele Tankstellen den klassischen Filterkaffee aus ihrem Angebot gestrichen“, so Ludger Schlautmann. Dies habe laut der „GA-Trendagentur“ zu einem spürbaren Absatzgewinn bei Bäckereien geführt. Besonders Kundengruppen, die traditionell Filterkaffee

bevorzugen, wie etwa Handwerker, griffen nun vermehrt auf das Angebot von Bäckereien zurück und kombinierten den Kaffee oft direkt mit einem Snack. Der Tipp des Experten Ludger Schlautmann lautet: „Konzentrieren Sie sich auf Ihre primären Zielgruppen an Ihrer Tankstelle und passen daraufhin das Heißgetränke-Konzept daran an. Eine Chance für mehr Absatz.“

Welche Sorten nicht fehlen sollten

An Tankstellen dürfen natürlich auf keinen Fall die gängigen Heißgetränke Kaffee, Tee und Kakao fehlen. „Kaffee ist nach wie vor der Klassiker und sollte in verschiedenen Varianten erhältlich sein, beispielsweise als Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato“, sagt Karen Lässig, Marketing Managerin bei „J.J. Darboven“. „Kakao- oder Schokoladenspezialitäten bieten eine süße Alternative, die vor allem die jüngere Kundschaft anspricht. ‚J.J. Darboven‘ richtet sich mit der Marke ‚Cocaya‘ exklusiv an den Außer-Haus-Markt und bietet mit elf Sorten eine breite Auswahl für jeden Geschmack.“

Und im Bereich Tee rät der Hersteller zu folgenden Sorten: „Ein empfehlenswertes Standardsortiment an Teesorten umfasst unserer Meinung nach folgende Auswahl: einen klassischen Schwarz-



Platzsparende SB-Kaffeetheke von „Tchibo“: Der Coffee-Service liefert Mobiliar, Kaffeeprodukte und die passende Maschinenteknik.

tee, einen milden Grüntee, den beliebte Earl Grey, einen Früchtetee, Kamillentee für entspannende Momente sowie Pfefferminztee für den erfrischenden Genuss“, so die Marketing Managerin. „Diese Grundauswahl deckt eine große Palette an Geschmacksrichtungen ab und spricht damit eine breite Zielgruppe an. Mit ‚Eilles Tee‘ präsentiert ‚J.J. Darboven‘ eine Premium-Teemarke, die mit einem Angebot von über 200 Sorten diese Produktkategorien abdeckt.“

Seit November 2024 ergänzen drei neue Bio-Sorten die „Junge Linie“ der „Luxury World Selection“ der Marke „Eilles Tee“: „Bio Kamille“, „Bio ▶



Trend-Getränk: Für den „Nitro Cold Brew Coffee“ wird kalt gebrühter Kaffee mithilfe des Geräts „iSi Nitro Whip“ mit Stickstoff versetzt. Dadurch erhält der Kaffee eine cremige Konsistenz und wird milder im Geschmack.

SHOP & CONVENIENCE

Trends bei Kaffee und Heißgetränken

► Pfefferminze“ und „Bio Fairtrade Rooibos Pure“. Die Kakao-Spezialität „Cocaya Premium Vegan“ für den Außer-Haus-Markt ist seit März erhältlich.

Milch und Milchalternativen

„An der Tankstelle erwartet der Kunde das klassische Angebot von Café Crema und Kaffeespezialitäten mit Frisch-



Saisonale Rezepte können ein Impuls sein, wichtiger ist aber das Angebot einer Milchalternative.

Ralf Lommen, Key Account Manager National + Convenience, „Tchibo Coffee Service“



milch. Saisonale Rezepte können in einem bestimmten Umfeld ein Impuls sein, wichtiger ist aber das Angebot einer Milchalternative“, sagt Ralf Lommen, Key Account Manager National + Convenience bei „Tchibo Coffee Service“. Dem pflichtet man auch im Hause „J. J.

Darboven“ bei: „Als zusätzliches Angebot sollten Milchalternativen wie Hafer-, Soja- oder Mandelmilch für Kaffee und Kakao vorhanden sein“, sagt Marketing Managerin Karen Lässig. „So erreicht man den wachsenden Anteil von Menschen, die auf tierische Produkte verzichten.“ Darum habe das Unternehmen auf diese Entwicklung reagiert und mit „Cocaya Premium Vegan“ eines der ersten veganen Kakaoprodukte auf den Markt gebracht.

Nachhaltigkeit: Mehrwegbecher

Die Akzeptanz von Mehrwegbechern für Coffee to go bleibt weiterhin verschwindend gering, wie eine aktuelle Untersuchung der „GA-Trendagentur“ zeigt, die das Verbraucherverhalten im Bereich Mehrwegbecher analysiert hat. „Trotz des wachsenden Bewusstseins für Umweltschutz und Nachhaltigkeit setzen sich Pfand- und Mehrwegsysteme nicht durch“, sagt Geschäftsführer Ludger Schlautmann. Um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen, empfiehlt die Agentur, sowohl Pappbecher als auch Mehrwegoptionen anzubieten. Ein wichtiger Tipp: „Erlauben Sie Kunden, ihre eigenen Mehrwegbecher mitzubringen, anstatt sich auf ein starres Pfandsystem zu verlassen. Kunden, die bereits

Verkaufs-Tipp

Basisgetränke sollten in einer konsistenten Qualität angeboten werden. Folgende Getränke und Größen bilden die Kernangebote:

- **Filterkaffee:** 2 Größen
- **Caffè Crema:** 2 Größen
- **Cappuccino:** 2 Größen
- **Latte Macchiato:** 1 Größe
- **Espresso:** 2 Größen (besonders in Süddeutschland und an Autobahnen gefragt)
- **Heiße Schokolade:** 1 Größe
- **Tee:** 1 Größe

Quelle: GA-Trendagentur.com

auf Mehrwegbecher setzen, haben oft individuelle Vorlieben für bestimmte Becherarten“, erklärt Geschäftsführer Ludger Schlautmann.

Wichtig sei außerdem, bei den Bechern auf einen verlässlichen Auslaufschutz zu achten. Und: „Belohnen Sie die Verwendung von Mehrwegbechern mit einem Bonus, der direkt beim Getränkekauf Anwendung findet.“ ■



Seit November sind die drei neuen Tee-Sorten „Bio Kamille“, „Bio Pfefferminze“, „Bio Fairtrade Rooibos Pure“ von „Eilles Tee“ aus dem Hause „J. J. Darboven“ in Pyramidenbeuteln erhältlich.



Das neue „Melitta Cafina XT Aroma System“ erweitert die vollautomatisch zubereitete Getränkevielfalt mit bis zu fünf verschiedenen Aromen für viele neue Mix-Ideen auf Knopfdruck.



Umsatzstarke „Hot Signature Drinks“ von „Cup&Cino“ liegen im Trend: Die Sorten „Golden Drink Elixir“, „Mango Coco Breeze“, „Salty Caramel Kiss“ und „Toffee Banana Bliss“ lassen sich auch vegan zubereiten.