

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

# COFFEE BUSINESS

# 25 JAHRE

## Jubiläums-Special

Ein Vierteljahrhundert  
geballte Fachkompetenz  
in Magazinform

Ab Seite 14

INGER Verlagsgesellschaft mbH, Luisenstr. 34, 49074 Osnabrück

Deutsche Post  +2 PRESSEPOST




INGER Verlagsgesellschaft mbH, PF 12 20, 49002 Osnabrück / PVST, Deutsche Post AG, „Entgelt bezahlt“, ZKZ 57232  
Foto: อนุทิน อนุทิน / stock.adobe.com 2025

# FIT FÜR WACHSTUM?

*Bonuskarten sind ein Muss.* | Ludger Schlautmann

**N**eulich in Münster: „Wie, keine Bonuskarte mehr?“ Entsetzt blickt die Stammkundin auf, die seit über zehn Jahren diese Coffeebar besucht. Der Barista erklärt: „Wir müssen wegen des Finanzamts alle Kundendaten aufnehmen, das ist zu viel Aufwand.“ Die Mittvierzigerin schaut verdutzt und schüttelt den Kopf. **Tipp:** Nehmen und geben. Dieses Sprichwort bringt es auf den Punkt: Kunden erwarten Wertschätzung. Wenn die klassische Bonuskarte entfällt, sollte eine digitale Variante die Lücke füllen. Entscheidend dabei: Die Vorteile für den Kunden attraktiv präsentieren, etwa mit Slogans wie „Clever gespart mit der Bonuskarte“ oder „Jedes 10. Getränk ist gratis“. Das Grundbedürfnis bleibt: ein Freigetränk, meist nach dem achten oder zehnten Heißgetränk. Besonders beliebt sind digitale Karten, die anschaulich zeigen, wie viele Getränke noch bis zum Bonus fehlen oder wie viele Freigetränke bereits gesammelt wurden.

**Preis Anpassungen „smooth“ umsetzen.** In einem Café in Köln: „Oh, es fehlen noch 50 Cent“, bemerkt der Barista. „Der Cappuccino kostet doch 3,40 Euro?“, fragt der junge Mann irritiert und sichtbar verlegen. „Sorry, wir haben den Preis auf 3,90 Euro angepasst“, erklärt der Barista ruhig. Die erstaunte Reaktion des Kunden folgt prompt: „Das sind ja 50 Cent!“ **Unser Tipp:** Das beobachtete Konsumverhalten zeigt, dass Preiserhöhungen bei Heißgetränken zwischen 20 und maximal 30 Cent relativ „smooth“ von den Kunden akzeptiert werden – so die Erkenntnis der GA-Trendagentur. Ein Bäckereicafé in Münster: „Zwei Stücke Kuchen und zwei Milchkaffees, das macht 20,40 Euro“, rechnet die Verkaufskraft. „Oh, sonst habe ich doch immer ungefähr 18 Euro bezahlt?“, fragt die ältere Dame verunsichert. „Wir mussten die Preise für Kuchen erhöhen“, erklärt der Barista sachlich. „Ganz schön happig“, entgegnet die Kundin, zahlt trotzdem und wirkt verstimmt. Am Tisch erzählt sie die Geschichte ihrem Mann. Gemeinsam beschließen sie, sich künftig ein Stück zu teilen. **Tipp:** Auch in diesem Fall gilt es, mit einer Preis Anpassung moderat umzugehen. Beim Kuchen und preislich vergleichbaren Artikeln in Bäckereien ist eine Erhöhung zwischen 10 und 20 Cent, im Ausnahmefall

auch 30 Cent, zu empfehlen. Ein Sprung von 30 Cent sollte mit Marketingmaßnahmen begleitet werden. Die Erläuterung eines Mehrwerts, beispielsweise besondere Zutaten, ist eine Lösung.

**In einem anderen Café:** „Du kannst auf dem Display entscheiden, wie viel Trinkgeld du geben möchtest, dann kannst du mit der Karte zahlen“, erklärt der Barista einer Kundin. Etwas verunsichert drückt diese eine der Trinkgeldoptionen. Ein erlösender Piepton folgt. Am Tisch angekommen, fragt ihr Partner, worin das Problem an der Theke bestand. „Die haben ein neues Kartenlesegerät. Ich musste zuerst angeben, wie viel Trinkgeld ich geben möchte. Ich habe einfach die 10-Prozent-Taste gedrückt.“ Der Mann erwidert: „Das sind fast fünf Euro Trinkgeld. Finde ich ganz schön viel für zwei Stücke Kuchen, zwei kleine Snacks, zwei Cappuccini und zwei Schorlen.“ Eine Diskussion entbrennt – über Haushaltsgeld, Verantwortlichkeiten und Wertschätzung. **Tipp:** Wenn ausschließlich bargeldlos gezahlt werden kann, sollte klar kommuniziert werden: Wer kein Trinkgeld geben möchte, drückt einfach die grüne Taste. Ferner sollten Betreiber sorgfältig abwägen, ob sie Kunden wirklich ausschließen, die bar zahlen möchten. Besonders Grundversorger wie Bäckereien sollten weiterhin Bargeld akzeptieren, da viele – darunter ältere Menschen oder Personen mit Kontoüberziehung – Barzahlung bevorzugen, um ihre Ausgaben besser zu kontrollieren. Doch zeigt sich: Wer bargeldlos zahlt, nimmt Preiserhöhungen meist kaum wahr, solange man die 30-Cent-Grenze nicht sprengt. So eine Erkenntnis der GA-Trendagentur.

**Mit Hafermilch erfolgreich.** Eine Coffeebar in Bielefeld: „Bei uns bestellt mittlerweile ein Drittel der Kundschaft Kaffeespezialitäten mit Hafermilch“, berichtet der Geschäftsführer. „Wir überlegen sogar, Haferdrink mittelfristig als Standard zu bewerben.“ Die GA-Trendagentur bestätigt, dass die Nachfrage nach Hafermilch in Coffeebars deutlich zugenommen hat. Der Einsatz ist derzeit meist bei Anbietern erkennbar, die Siebträgermaschinen einsetzen. Denn oft verfügt der eingesetzte Vollautomat nur über einen Milchbehälter, der für klassische Milch vorgesehen ist. **Tipp:** Wer über einen

Photo: Schlautmann, 2018



**LUDGER SCHLAUTMANN**

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

Siebträger verfügt, sollte aktiv Kaffeegetränke mit Hafermilch bewerben. Wer über Vollautomaten mit nur einem Milchtank verfügt, ist damit weniger erfolgreich. Und diejenigen, die „lediglich“ Hafermilch in einer Kanne an der Servicestation zur Verfügung stellen, müssen diese meist abends entsorgen. „Habt ihr andere Milch? Der Latte Macchiato schmeckt anders als sonst?“, so die Frage eines Stammkunden eines Szenecafés in Münster. „Hin und wieder mischen wir Voll- mit H-Milch“, lautet die Antwort des Baristas. Unumstritten gilt Vollmilch mit einem Fettgehalt von 3,8 Prozent als High-Quality-Milch in Cafés. Bei den Kaffeemaschinen ist es der Siebträger, der als Aushängeschild für hohe Qualität steht. Weiterhin ist festzustellen, dass die Kaffeesezene insgesamt einen stärkeren Fokus auf die Milchqualität legt, welches sich auch in der Anwendung von Latte Art im Tagesgeschäft widerspiegelt – und das ist derzeit nur mit separat aufgeschäumter Milch möglich. Fazit: Der Siebträger ist das Werkzeug der Profis. Vollautomaten finden sich primär in Bäckereien, da es dort hauptsächlich um die „schnelle“ Zubereitung von Heißgetränken und das parallele Einpacken von Backwaren geht. Mit Fokus auf Kundenzufriedenheit und Qualität sowie einer moderaten Preispolitik lassen sich Stammkunden halten und neue Kunden gewinnen.

**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@coffeebusiness.de

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

**Abo-Team:**  
Tel./WhatsApp +49 (0)541 58 05 44-60  
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: langefeld@coffee-business.de

**Impressum**

**25. 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:** 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)  
Sabine Jürgenmeier  
Christian Kohlhof  
Lukas Orfert (lo)  
Monika Patz  
Ludger Schlautmann  
Helen Werner (hw)

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

**Internet:** www.baeckerwelt.de  
**Anzeigen:** Anzeigenpreisliste 25 vom 01. Januar 2025  
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: langefeld@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

**Abonnentenservice:** 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-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 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 Markenzeichnungen 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 verteilt 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 +49 (0)541 580 544-70 erwerben. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese 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 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). Mengenrabattstaffel: 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 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 © 2025** 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:** [www.stock.adobe.com](http://www.stock.adobe.com) 2025

Es gelten die **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** der INGER Verlagsgesellschaft mbH, die im Internet unter [www.baeckerwelt.de](http://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 Verbraucherstreitbeilegung. Wir liefern ausschließlich an Gewerbetreibende, Institutionen und Verbände!

**Eine 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 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](http://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  
DE68BIO000032844846

SEPA-Lastschriftmandat: Ich ermächtige den Verlag, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen.

IBAN: \_\_\_\_\_

Name, Vorname \_\_\_\_\_  
Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_  
PLZ, Ort \_\_\_\_\_

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).