

Deutschland 12,95 Euro, Österreich 14,40 Euro / Schweiz 16,25 CHF

MAGAZIN FÜR DIE KAFFEEBRANCHE

COFFEE BUSINESS

AUSGABE 5/2011

August/September 2011 - 11. Jahrgang
K 57232

Coffee Business Verlagsgesellschaft mbH, PF 12 20, 49074 Osnabrück
P/S-T, Deutsche Post AG, Fernpostfach 7, K 57232



Petit Bistro

Hong Kong

Kaffee und Snacks in Fernost

Vollautomaten

So klappt's mit dem Milchschaum

**KAFFEE IM
VORBEIFAHREN**

Die Shop-Strategie von Aral

Hong Kong

Rund 9000 Kilometer von Deutschland entfernt war die GA-Trendagentur wieder auf der Suche nach Trends und Impulsen im Kaffee- und Snack-Business. In dieser Ausgabe wird die einst britische Kronkolonie Hong Kong unter die Lupe genommen.

Hong Kong ist eine Stadt der Gegensätze. Der Leitspruch „Time is money“ und hektisches Treiben prägen das Stadtbild ebenso wie allmorgendliches „TaiChi“ in den zahlreichen Parks und die ruhig anmutenden Tempel in den Seitenstraßen der sieben Millionen Einwohner zählenden Metropole am Chinesischen Meer.

Wettbewerb zieht an. An den meisten Bahnstationen in Hong Kong sind Kaffee- und Snack-Anbieter zu finden, die sich selbst in den kleinsten Nischen einige Quadratmeter für das schnelle Mitnahmegeschäft gepachtet haben. Auch hier wird wie in der gesamten Stadt deutlich, dass sich Wettbewerber gegenseitig anziehen. Findet man einen Store der Pacific Coffee Company, so dürfte die Starbucks-Filiale nicht weit sein. Ist der Standort interessant, weil sich Büros in der Nähe befinden, so sind Caffè Habitu und die zahlreichen Bäckereien in der einstigen Kronkolonie und Metropole der Bankenwirtschaft vis-à-vis anzutreffen.

Platzhirsch Pacific Coffee Company. Allein auf der recht überschaubaren Hong Kong Island ist die Pacific Coffee Company (PCC) mit mehr als 50 Stores vertreten und behauptet sich auf Platz eins. Das Interieur der Stores erinnert an ein ge-

mütliches Wohnzimmer: Rote Sessel auf weichen Teppichen, kleine Palmen und Leselampen in den Lounge-Bereichen sollen dem verweilenden Gast ein wenig Muße bieten. Die Farbe Rot ist dominierend, im Hintergrund erklingt leise Musik. PCC setzt ferner auf Fairtrade-Espresso unter dem Namen Crema Scura. „Tiramisu Latte with Crema Scura“ ist auf einem bebilderten Banner mit der Aufforderung „pick me up“ zu lesen und spiegelt den besonderen Ehrgeiz der führenden Coffee-Bar-Kette wider, den Blick auf Kreationen mit Sirup zu lenken. Tatsächlich war während der Stichproben in verschiedenen Stores auffällig, dass vermehrt Caffè Latte mit Flavour bestellt wurde - am häufigsten die Geschmacksrichtung Karamell. Die Topseller der eher teeverwöhnten Region waren eindeutig Caffè Latte, Cappuccino sowie Caffè Moccha (Espresso mit Kakao). Dieses Ranking entsprach zugleich der Reihenfolge auf dem Getränkeboard.

Premium durch Nuancen. Der für guten Caffè Latte-Absatz bekannte Global-Player Starbucks liegt mit ca. 40 Stores auf Hong Kong Island zweifelsohne auf Platz zwei. Der wesentlich kleinere Coffee-Bar-Filialist ist hier Caffè Habitu. Zahlreiche leuchtende Glühbirnen auf schwarzem Untergrund lassen die Coffeebar interessant wirken und verleihen ihr einen gewissen Glamour. Im Inneren sind die Wände zumeist mit Holz vertäfelt und bieten clevere Lösungen für eine breite Auswahl an Zeitschriften. Im Bereich der Theke fällt der Blick auf eine Auswahl an kleinen Törtchen und zahlreichen verfeinerten Cheesecakes, die mit speziellem Licht in Szene gesetzt werden. Der Cappuccino war während der Stichproben

Nachbarschaftliche Konkurrenz: Wettbewerber ziehen sich auch in Hong Kong gegenseitig an.



Marktführer: Die Pacific Coffee Company ist mit ihren über 50 Filialen die größte Coffee-Shop-Kette Hong Kongs.



das am meisten gekaufte Getränk des italienisch geprägten Caffè Habitu. Der Caffè Latte folgte auf Platz zwei. Auch bei Caffè Habitu steht Sirup in teils außergewöhnlichen Sorten im Blickpunkt. Der auf dem belebten Coffeeboard beworbene Muscovado-Latte wird mit Muscovado, einem Nebenprodukt des braunen Zuckers in unraffiniertes Form, zubereitet.

An der Servicestation liegt Edelstahl-Besteck anstatt des üblichen Kunststoffbestecks bereit. Die Servietten sind ein wenig fester und setzen durch

McFoto: Ingrid Salkowatz



Der Coffeeshopfilialist Caffè Habitu besticht durch glamouröses Ambiente sowie seine raffinierten Cheesecakes und feinen Törtchen zu den Kaffeespezialitäten.

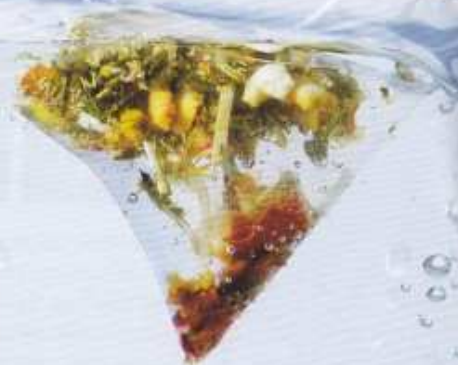
derartige Nuancen einen besonderen Qualitätsanspruch in der Coffeebar-Landschaft. Ein weiterer Fokus des Konzepts ist dem pikanten Foodangebot gewidmet. Neben italienischer Pasta sind auch Salate und Sandwiches im Sortiment. Zum Dessert oder dem in der ehemaligen Kronkolonie weiterhin präsenten Afternoon Tea überzeugen die Angebote im Kuchenbereich. Selbst die bisher auf Sandwiches und Salat getrimmte britische Kette Pret a Manger bewirbt aggressiv die nachmittägliche Tradition mit kleinen Tartes und Cakes und setzt ferner, bereits von außen sichtbar, auf Organic Coffee.

Tartes und Cakes - ein Muss. Ein Fokus bei fast allen Bäckern und Coffeebar-Anbietern ist das Tartes- und Cake-Geschäft. Kastanien-Tartes, Mango Mousse Cake oder Crunchy Valrhona Chocolate Mousse sind nur einige süße Verführungen aus dem Angebot. Der klassische Lemon Cheesecake darf selbstverständlich nicht fehlen.

Die kleineren Varianten in farbenfrohen Kompositionen sind in einer Glasvitrine direkt vor den Augen des Kunden platziert. Auch die kleinsten Anbieter von pikanten Snacks lassen sich das umsatzträchtige Geschäft mit süßen Tartes und Cakes nicht entgehen. Selbst McCafé mit einer überschaubaren Anzahl von Outlets hat den Fokus auf die süßen Snacks gelegt. Black Sesame oder Platinum Cheesecake und Orange Chocolate Cheesecakes zeigen den Innovationsdruck der Amerikaner. Eine Auswahl an Lammington Cakes, welche dem britischen Sponge (Schwammkuchen) angelehnt sind und aus Biskuitboden bestehen, bereichern zusätzlich die Theken. Lammingtons werden zumeist in mundgerechten Würfeln angeboten und zählen ebenfalls zu den Topsellern in Hong Kong. Die gängigsten Geschmacksrichtungen sind dunkle und weiße Schokolade, die von außen mit Kokosflocken bestreut werden. Durch ihre bewusst ausgewählten, hochwertigen Patisserie-Produkte



Verlockende Patisserie-Vielfalt: Aus den zahlreichen Café-Snacks in Hong Kong stechen die beliebtesten, außen mit Kokosflocken bestreuten Lammingtons hervor.



TEEPYRAMIDEN:
QUALITÄT SEHEN
UND GENIESSEN

MEßMER PROFILINE
TEE FÜR GASTGEBER

Meßmer Profiline

Gastronomie- und Großverbraucher-Service
Tel.: 04105/5 04-0 · Fax: 04105/6 24-0

E-Mail: profiline@LSH-ag.de · www.profiline.otg.de

Informationen auch über den

Meßmer Vertriebspartner Jacobs Professional
Info-Hotline 0180/3 33 34 40

0,09 Euro/Stk. an den H. Feinverp., max. 0,42 Euro/Stk. (ab Mindestbestellmenge)

www.jacobs-professional.de

schlagen die meisten Coffeeshop-Betreiber hier eine Brücke zum ausgedienten Kaffee.

Deals sehr erfolgreich. So genannte Deals, also Kombi-Angebote wie das French-Pastry Set, English Breakfast Set oder Breakfast Brioche Set, werden analog zu einigen Burgeranbietern in den morgendlichen Stunden mit appetitanregenden Bildern beworben. Während sich Pret a Manger auf dem Sandwichmarkt behauptet hat, sind Cafés in Hong Kong verstärkt als Restaurants zu verstehen. Café de Central, Suzuki-Café oder Café Coral sind nur einige bekannte Namen auf Hong Kong Island. Auf Tafeln sind bebilderte warme Menüs vorgestellt, die der Gast bestellen kann.

Bäckereien führend. Das Außer-Haus-Geschäft im Snack-Segment findet vornehmlich auch bei



den zahlreich vertretenen und führenden Bäckereien statt. Yamazaki, Saint Honore sowie die Kee Wah Bakery sind nur einige, die als Filialisten auftreten. Das Konzept der Bäckereien ist fast ausschließlich auf Selbstbedienung ausgelegt. Der Kunde hat es hier schwer, sich zwischen den zahlreichen pikanten und süßen Milchbrötchen-Variationen zu entscheiden. Das Gute ist eine Bäckerei, die sich auf die deutsche Backqualität beruft. Neben Toastbrot und Brezeln werden die für Hong Kong typischen Softbrötchen angeboten.



Der Topseller, das French Style Wooden Milk Bread, ist mit einem weichen Baguette zu vergleichen, welches mit Ahornsirup als Topping verfeinert wird und in handlichen Stücken zum sofortigen Verzehr einlädt.



Lassen das Wasser im Mund zusammenlaufen: Süße und pikante Snacks bilden den idealen Begleiter zum Kaffee und beleben das Außer-Haus-Geschäft.

Strohhalme, Merchandise und Electronic Cash. Eine gute Alternative zu den klassischen Strohhalmen bieten die in Hong Kong verbreiteten sogenannten Stürer, flache Strohhalm- oder Rührhalme. Die mehreren kleinen Kanäle dieser Halme sind angenehm beim Trinken und der Strohhalm wirkt zudem stabiler als herkömmliche Varianten. „Think before you take...“ ist auf den Behältnissen des Einwegequipments zu lesen und regt das Gewissen für verantwortungsvollen Umgang mit der Natur an. Sind bei den hiesigen Coffeeshop-Betreibern zumeist Kaffeebecher in jeglicher Form zu erhalten, so setzt z.B. Pacific Coffee Company zusätzlich auf eigens gebrandete Notizblöcke, Kugelschreiber und andere Büroaccessoires. Eine Kundenkarte, die elektronisch mit entsprechendem Guthaben versehen wird, ist hier ein weit verbreitetes Zahlungsmittel. Das führende elektronische Zahlungsmittel in Hong Kong dürfte jedoch die Octopus-Card sein. Das System ist vergleichbar mit unserer Bank- oder Geldkarte, es funktioniert jedoch rasend schnell. Nachdem man an der Kasse den Zahlungswunsch via Octopus genannt hat, bedarf es lediglich einer Berührung mit dem Lesegerät. Es ertönt ein Ton, der die Zahlung in Bruchteilen von Sekunden bestätigt. Auf Wunsch wird ein Beleg des abgebuchten Betrages herausgegeben. Die Octopus-Card kann z.B. an U-Bahn-Stationen aufgeladen werden und wird beim täglichen Einkauf wie Bargeld behandelt.

Ludger Schlaubmann, GA-Trendagentur



Süße Happen für unterwegs: Im Yamazaki Express locken besonders die für Hong Kong typischen herzhaften wie süßen Milchbrötchen zum Verzehr.

Die Kee Wah Bakery macht ihren Kunden die Wahl der Köstlichkeit nicht leicht. Die in den Vitrinen präsentierten fein dekorierten pikanten wie süßen Verführungen laden zum Zugreifen ein.

Deutsche Spezialitäten wie Brezeln und Toastbrot sind beliebt. Das Gute zum Mitnehmen an. Doch auch das Softbrötchen gibt es hier.