



KAFFEE

BIO IM FOKUS

Der Trend zu Bio-Produkten ist ungebrochen, immer mehr Gäste hinterfragen auch die außerhäusig verzehrten Speisen und Getränke. Wer als Gastronom und Hotelier sein Kaffeeangebot um eine Bohnensorte in Bio-Qualität erweitert, kann mit der Story zum Produkt den Gästen nicht nur einen guten Kaffee, sondern auch Unterhaltung bieten.

Foto: © Gerson Cifuentes, Unsplash

Schon lange ist klar: Jedes Produkt verkauft sich über seine Geschichte, das gehört zum kleinen Marketing-Einmaleins. Warum also nicht auch beim Einsatz einer Bio-Kaffeesor-te auf den Reiz des Neuen setzen und das Angebot entsprechend verkaufen? Zu jeder Bohnensorte können die Hersteller Angaben zum Röstverfahren, dem Anbau oder auch der Geschichte einzelner Kaffeebauern liefern. Wer nun nicht nur ein Produkt mehr auf die Karte setzt, sondern es um eine Legende ergänzt oder kleine Flyer mit Informationen auslegt, weckt die Neugier beim Gast. Wichtig: Wenn Rückfragen kommen, sollte die Antwort parat sein, also lieber selber informieren und mit der spannenden Thematik des Anbaus von bio-zertifiziertem Kaffee auseinandersetzen.

Kaffee mit Tradition

Wer Hagenbeck hört, denkt vermutlich primär an den berühmten Tierpark in Hamburg – doch bereits seit den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts rösten Carl und John Hagenbeck hochwertige Kaffees in der eigenen Hamburger Rösterei. 1968 übernahm das Hamburger Kaufmannsunternehmen Max Meyer & Max Horn die Tochterfirma der Hagenbecks zu treuen Händen, einschließlich Rösterei, Personal und Kundenstamm. Besonders die Kaffeemarke Hagenbeck wurde über



die letzten Jahre mehr und mehr das mit Stolz geführte Aushängeschild von Meyer & Horn: So ausgewogen kreiert und beliebt, dass zum Beispiel die Mischung der Ursprungssorte Caféhaus nun seit vielen Jahren unverändert ist. 2020 haben Meyer und Horn das Sortiment nun um die zertifizierten Bio-Sorten „Reinkultur“ und „Crema Pur“ erweitert, wobei „Reinkultur“ als gemahlener Kaffee angeboten wird und „Crema Pur“ als ganze Bohne in Vollautomaten Verwendung findet. „Unser Anspruch ist es, stets hochwertigen Kaffee zu produzieren. Im Mittelpunkt steht für uns immer der Verbraucher mit seinem Geschmack und Anspruch. Der Bio-Kaffee eröffnet uns ein neues Segment, das wir mit unserer modernen Langzeit-Trommelröstung erweitern können und wollen“, erklärt Cornelia Meyer, die gemeinsam mit Christian Horn in dritter Generation das produzierende Familienunternehmen Meyer & Horn führt. hagenbeck-kaffee.de

Nachhaltige Kapseln

Kaffeemaschinen mit Kapseln – in Zeiten der „Fridays for Future“-Demos und Clean-up Days ein häufig verurteiltes Konzept. Wer die praktischen Maschinen für den schnellen Kaffee zwischendurch oder die koffeinverwöhnten Hotelgäste auf den Zimmern beibehalten möchte, kann mittlerweile zwischen

Fotos: © Gerson Cifuentes, Unsplash, Hersteller