



Seit seiner 1978 abgeschlossenen Gastronomieausbildung und Barista-Zertifizierung (SCAE) hat Axel Jahraus mehrere Jahre weltweit Erfahrungen im Gastgewerbe, in Bars und Cafés gesammelt. Als Unternehmer war er anschliessend mit eigenen Cafés/Bistros – erst in Italien und dann auch in München – erfolgreich. Heute vermittelt er sein Wissen als Berater und Trainer in Kaffeeangelegenheiten. Sowohl in Gastronomiebetrieben vor Ort als auch in zentralen Coffee-Competence-Centern von Industriepartnern führt er Seminare und Trainings durch. Ausserdem trifft man ihn auf diversen Messen als Barista, wo er in ständigem Erfahrungsaustausch mit der Branche steht.

DREI FRAGEN AN AXEL JAHRAUS

BARISTA, BERATER UND TRAINER

Herr Jahraus, welche Trends zeigen sich im Kaffeegetränk-/Ausser-Haus-Markt?

In Deutschland werden im Ausser-Haus-Markt ca. 80 Prozent Milch-Mixgetränke bevorzugt. Je nach Jahreszeit kommen dazu auch verschiedene Aromen ins Spiel, z. B. Zimt-Lebkuchen-Geschmack im Winter. In den kalten Monaten sind auch Trinkschokoladen in grosser Vielfalt beliebt. Die Schokoladenpulver, die bis zu 60 Prozent Schokoanteil enthalten, werden mit frischer Milch gemixt. Neben den neuen Getränkreationen ist aber nach wie vor auch frischer Filterkaffee gefragt, der in gewünschten Mengen bedarfsgerecht in der Tasse oder im Kännchen gebrüht wird. Neben der Getränkevielfalt liegt also auch ein weiterer Punkt im Trend: nämlich mengenbezogene Ausgabenvarianten. Der Konsum von Getränken «to go»/Take-away nimmt zu – gerade bei jungem Publikum in der Altersklasse um 20 Jahre. Dabei sind oft verschiedene Bechergrossen gefragt.

Wie wichtig ist das Thema Vielfalt/Kaltgetränke/Aromen?

Es zeichnet sich eine neue Bewegung im Kaltgetränkereich ab. Franke zum Beispiel bietet eine Kaffeemaschine an, die kalten Milchschaum produzieren kann – sogar in unterschiedlichen Cremekonsistenzen. Gerade an warmen Tagen sind ein klassischer Frozen Latte Macchiato oder diverse Milchschaum-Shakes mit ausgefallenen Fruchtaromen oder Pürees ein Pluspunkt für den Gastronomen. Die Entwicklung geht dort sicher noch weiter: über Getränke im Glas hinaus in Richtung Softeis oder Eisfrappé, was heute in der Art noch nicht so verbreitet ist.

Gibt es unterschiedliche Anforderungen zur Getränkevielfalt bei verschiedenen Kundengruppen (z. B. Hotellerie, Gross-Catering und Bäcker)?

Getränkevielfalt wird in jeder Gastronomiesparte erfolgreich vom Gast/Kunden angenommen, wenn man es offensiv kommuniziert. Die Werbung für das Produkt ist wichtig. Der Gast muss es schmackhaft angeboten bekommen, dann probiert er es auch. Natürlich gibt es regionale und standortbezogene Gegebenheiten, die man berücksichtigen sollte, sowie die Ausrichtung des eigenen Gastronomiekonzepts.

Die Hotellerie bewegt sich z. B. in drei Bereichen: Frühstücksbereich, Konferenzen/Seminare und Wellness/Bar/Lounge. In den ersten beiden Bereichen ist der klassische Kaffee oder Espresso wahrscheinlich wichtiger als ein flavoured Drink mit kaltem Milchschaum.

Catering-Betriebe in der Betriebsverpflegung arbeiten in der Regel mit einer Frischbrühmaschine oder mit einer Kolbenkaffeemaschine. Es muss gewährleistet sein, dass die Kunden immer das gleiche Produkt bekommen und dass der Arbeitsablauf recht zügig und einfach funktioniert.

Bei Bäckereibetrieben in Deutschland findet man alle Varianten, vom klassischen Siebträger über Vollautomaten bis hin zum Frischbrühgerät. Gerade bei Standorten, in denen es eine hohe Besucherfrequenz gibt, ist das «to go»-Geschäft wichtig. Dort werden auch Getränke in verschiedensten Verfeinerungen angeboten. Vielfalt und Getränkevarianten finden dort sehr guten Anklang.

Vielen Dank und weiterhin viel Erfolg! ■