

Die Wirtschaftsfachzeitschrift für professionelle Gemeinschaftsverpflegung

D 7682 E

# gv-praxis

Business · Care · Education 9/2015



**Brennpunkt**  
Geschäft mit  
den Flüchtlingen

**Special**  
Ideen, Konzepte  
und noch mehr

**Kaffeebar**  
Rangliste der  
Spezialisten





Die Sodexo-Marke Gastro Kanne hat fast ein Viertel der Standorte verloren.

„Gastro Kanne GmbH“ in „Sodexo Cafeteria Services GmbH“ umfirmiert, der eingeführte Markenname bleibt jedoch erhalten. Deren bester Standort ist unverändert die Medizinische Hochschule in Hannover mit einem geschätzten Jahresumsatz von fast einer Million Euro und annähernd 1.000 Kassengängen pro Tag. Der Durchschnittsbönb hat sich leicht erhöht auf 4,51 Euro bei einem Food-Beverage-Verhältnis von 53 zu 47 Prozent. Seit diesem Jahr bauen die Rüsselsheimer die vegane Schiene deutlich aus: So erweitern vegane Togo-Becher, Sandwiches und sonstige Shop-Produkte die Verkaufspalette. Und Sodexo zeigt sich als Frontrunner beim Thema Mobile Payment: Nach einer Testphase können die Kunden jetzt an mehreren Standorten über die Software von Open Tabs

via App bestellen und bezahlen. Regelmäßige Kontrollen und der gezielte Einsatz von Mystery Customers sorgen für ein hohes Qualitätsniveau an allen Standorten. [www.sodexo.de](http://www.sodexo.de)

**7 Bota Group (Espresso team).** Die Wiesbadener konnten ihren Umsatz im vergangenen Jahr um 6,7 Prozent auf 4,8 Mio. Euro hochschrauben bei zwei Neueröffnungen. Die profitabelste Kaffeebar steht in einem Unternehmen und spielt jährlich rund 480.000 Euro in die Kassen. Der Durchschnittsbönb erhöhte sich um 15 Cent auf aktuell 3,25 Euro bei einem Food-Anteil von 35 Prozent. High-

### Nachhaltigkeit stärken.

lights 2014? Unter anderem hat die Bota Group das Produktportfolio optimiert und den Anteil an saisonalen Aktionsprodukten erhöht wie etwa hausgemachte Limonaden und Smoothies oder saisonale Kaffee-Spezialitäten. Preisattraktive Aktionen zur Stärkung des Frühstücks- und Nachmittagsgeschäfts würden bei den Kunden gleichfalls sehr gut ankommen, berichtet Vertriebs- und Marketingchef Alexander Baldauf. Die Hessen wollen sich zudem stärker mit den

Themen Nachhaltigkeit und Regionalität profilieren und arbeiten seit verganginem Jahr mit einer regionalen Kaffee-Manufaktur zusammen. Expansion: Bis Dezember plant die Bota Group sechs neue Standorte. [www.bota-group.de](http://www.bota-group.de)

**8 Primo Espresso.** Eine Premiere: Primo Espresso ist deutschlandweit der erste klimaneutrale Anbieter für Kaffeebars in der Gemeinschaftsgastronomie (siehe Kasten S. 50). Jenseits davon gelang es den Münchnern, ihren Umsatz mit nur zwei neuen Kaffeebars um beachtliche 19 Prozent nach oben zu schrauben auf nahezu 4,4 Millionen Euro bei einem leicht erhöhten Durchschnittsbönb von 2,20 Euro! Am Top-Standort generiert die Formel einen Umsatz von 395.000 Euro jährlich mit gut 1.000 Transaktionen pro Tag. Exakt vier der insgesamt 35 Kaffeebars tummeln sich in der Education-Sparte. Prominentester Neuzugang: eine zentrale Kaffeebar mit Bistrobetrieb für das Studentenwerk München mit einem breiten Food-Angebot. Alle Speisen werden dort frisch zubereitet auf Basis eigener Rezepturen, im Angebot buhlen Pizza, Pasta, Salate, vielfältige Belegware, Kuchen und frisch gepresste Säfte um

## TEE-NEWS



● **Teekanne.** Seit September bietet Teekanne mit Tealounge System eine neue Profitea-Maschine. Mit einem 3,5-Liter-Wassertank und 24 Teekapsel-Sorten soll

das neue Gerät im Handumdrehen für vollen Genuss sorgen. Auf Knopfdruck kann dank des entsprechenden Tea-Expert-Programms – der betreffenden Taste für Schwarz-, Grün-, Kräuter- und Früchte- oder Chai-Latte-Tees – die gewünschte Sorte immer perfekt aufgebriht werden.

[www.tealoungesystem.com](http://www.tealoungesystem.com)

● **Meißner ProfiLine** hat seinem Großgebäude eine Design-Auffrischung verpasst und zwei neue Sorten aufgelegt. Die verbesserten Produktbilder sollen den Kunden ins Auge fallen, aber auch das Handling für die Servicekräfte erleichtern. So wird jede Sorte durch

einen eigenen Farbbalken deutlich auf der Verpackung gekennzeichnet. Aktuell stehen 14 Teesorten von Schwarz- über Grüntee bis zu Kräuter- und Früchtetee im Sortiment Meißner ProfiLine 100er zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot jetzt durch einen English Breakfast Tea. Zudem wurde die Kräutertee-Rezeptur überarbeitet. Der neue Allrounder ist nun eine kräftige Auslese mit Pfefferminze, Zitronengras, Kamille und Fenchel sowie Rooibos. [www.profiline.otg.de](http://www.profiline.otg.de)



Cayenne-Pfeffer garantiert eine intensive Schärfe und weist ein Gewürzprofil aus Zimt, Kardamon, Nelken und Fenchel auf. Zudem

● **Market Grounds** hat sein Sortiment der Eigenmarke One & Only um eine neue Chai-Variante erweitert: Original Spiced Chai. Die glutenfreie Komposition mit

präsentieren die Hamburger das Produktportfolio ihrer Marke One & Only seit kurzem auf einer eignen Homepage. Nutzer erhalten dort bunte Infos zu Produkten, Aktionen und jede Menge

Rezeptideen.

[www.one-only.eu](http://www.one-only.eu)

● **Lebensbaum.** Unter dem Motto „Regionale Schätze“ hat der er Diepholzer Bio-Hersteller Anfang September eine neue Bio-Tee-Reihe herausgebracht. Im Angebot finden sich die Sorten:



Obstwiese (mit Äpfeln vom Bodensee), Küstenwind (mit Sanddorn aus Pommern), Waldkräuter (mit Kiefernspitzen aus dem Balkangebirge) sowie Bergkräuter (mit Drachenzwergmelisse aus Österreich).

[www.lebensbaum.de](http://www.lebensbaum.de)