

KAFFEE

MARKEN LEHR BRIEF

Kaffee

In Kooperation mit

LAVAZZA
TORINO. ITALIA. 1895

Lebensmittel
Zeitung

**direkt
LERNWELT**

MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de



EDITORIAL

WILLKOMMEN IM MARKEN- LEHRBRIEF KAFFEE!

Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Thema, am Beispiel der Marke Lavazza. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag. Die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

WAS ERWARTET DICH?

Die Broschüre ist so aufgebaut, dass sie Dir auf kurzem Weg und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung das Wichtigste zum Thema Kaffee, zu den entsprechenden Produkten im Handel sowie dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen präsentiert.



NICOLE GROHMANN
HEAD OF LZ DIREKT
LERNWELT

Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir die Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

Wichtig: Zu diesem Markenlehrbrief gibt es auch ein E-Training, das Dir Klick für Klick wertvolle Zusatzinfos zum Thema liefert.

Viel Spaß beim Entdecken und Lernen!

Herzlich,
Deine

Nicole Grohmann

STEP-BY-STEP

INHALT

MARKTWISSEN

- 06 Beliebte Bohne
- 08 Megatrend Decaffeinato

WARENWISSEN

- 10 Was ist eigentlich Kaffee?
- 12 Von der Bohne zum Kaffee
- 14 Kaffeeanbaugebiete & Genussvielfalt
- 16 Italienische Kaffeekultur
- 18 Internationale Kaffeespezialitäten

POS-WISSEN

- 20 Platzierung im Regal
- 22 POS-Tipps
- 24 Am POS frisch aufgebriht
- 26 Lagerung und Haltbarkeit

WISSEN PLUS

- 28 Nachhaltiger Kaffeegenuss
- 30 Rund um den Kaffee
- 32 Über 100 Jahre Caffè-Expertise

WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum



15

WUSSTEST DU SCHON, ...

... dass Kaffee nach Öl die weltweit am zweithäufigsten gehandelte Ware ist? Kaffee stellt damit einen der wertvollsten Agrarrohstoffe dar. Beim Kaffeekonsum liegen vor allem europäische Länder an der Spitze, so ist der Kaffeekonsum pro Kopf in Luxemburg mit 8,5 kg am höchsten. Auch in Deutschland ist Kaffee heiß begehrt – und noch beliebter als Bier und Mineralwasser.

Quelle: Statista-Studie „Kaffee im Welthandel“, 2024

Welche unterschiedlichen Kaffeespezies es gibt, worauf es bei der Kaffeebohnenaufbereitung ankommt und wie man internationale Kaffeespezialitäten zubereitet, erfährst Du in diesem Markenlehrbrief. Außerdem verraten wir Dir, wie Du Kaffee am POS aufmerksamkeitsstark platzierst und so den Abverkauf erhöhst. Denn dank der großen Vielfalt an koffeinhaltigen und koffeinfreien Produkten sorgt Kaffee nicht nur für Genussmomente zu Hause, sondern auch für Umsatz im Markt.

Für einen besseren Lesefluss sprechen wir, wenn nicht anders möglich, in der männlichen Form. Wir meinen aber immer gleichermaßen alle Gender.

Noch ein Tipp: Klick Dich auch ins **E-Training**. Es liefert ergänzende Informationen für nachhaltiges Lernen. Für Deine erfolgreiche Teilnahme kannst Du Dir **am Kursende ein Zertifikat als Bestätigung** ausstellen lassen.

Viel Spaß beim Lesen!

Dein Lavazza-Team



30

BELIEBTE BOHNE



Kaffee ist heute die weltweit am zweithäufigsten gehandelte Ware – nach Öl. Angesichts der enormen Mengen – die International Coffee Organization ICO verzeichnet den Export von mehr als 100 Millionen Säcken Arabica (à 60 kg) und 60 Millionen Säcken Robusta (à 60 kg) pro Jahr – sind die beiden wichtigsten Handelsplätze die New Yorker Börse für Arabica und die Londoner Börse für Robusta.

Die Nachfrage nach Kaffee wächst seit 2020 weltweit und stetig. Lag der weltweite Umsatz im Jahr 2020 mit Röstkaffee noch bei 227,8 Milliarden Euro, sind es 2023 bereits knapp 292 Milliarden Euro. Hochrechnungen gehen davon aus, dass im Jahr 2025 bereits die 300-Milliarden-Grenze erreicht wird (siehe Grafik). Aufgrund der hohen Nachfrage stellt Kaffee einen der wertvollsten Agrarrohstoffe im Welthandel dar, eine

Veränderung des Handelspreises kann sich daher stark auf einzelne Volkswirtschaften auswirken.

DEUTSCHLAND – KAFFEELAND

Im Jahr 2023 lag der gesamte Kaffeeumsatz in Deutschland bei mehr als 5,9 Milliarden Euro. Den größten Anteil am Umsatz hatte

LÄNDER WELTWEIT MIT DEM HÖCHSTEN KAFFEEUMSATZ 2023

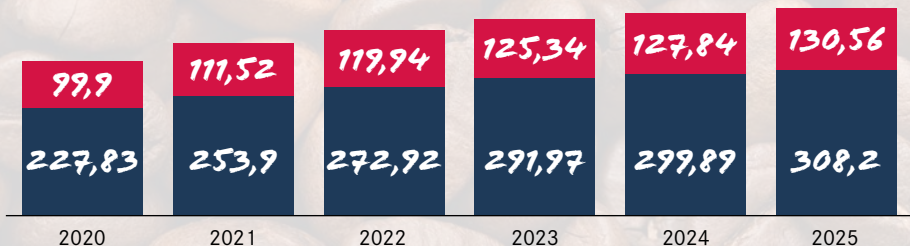
1. USA
2. Japan
3. Brasilien
4. Kanada
5. Deutschland



Quelle: Statista Consumer Market, 2024

UMSATZ MIT KAFFEE WELTWEIT

Entwicklung ab 2020 mit einer Prognose bis 2025
Angaben in Milliarden Euro



● Röstkaffee ● Instant-Kaffee

Quelle: Statista Consumer Market Insights, 2024



dabei Röstkaffee mit rund 4,1 Milliarden Euro. Am beliebtesten ist dabei die ganze Bohne. Ihr Marktanteil liegt bei 34,5 Prozent und verzeichnet 2024 ein Wachstum von 1,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Den zweitgrößten Marktanteil sichert sich der Filterkaffee (30,6 Prozent), gefolgt von den Kapseln mit 10,2 Prozent. Filterkaffee befindet sich seit Jahren im Abwärtstrend, 2013 lag der Marktanteil noch bei über 70 Prozent. Der Pro-Kopf-Verbrauch der Kaffeetrinker summierte sich in Deutschland zuletzt auf rund 216 Liter im Jahr. Damit ist Kaffee das mit Abstand beliebteste Heißgetränk der Deutschen.

HEISS BEGEHRT: KAFFEEVARIANTEN

Laut Nielsen entscheiden sich 76 Prozent der Shopper exklusiv für eine Variante, davon 23 Prozent für Espresso und 53 Prozent für Caffè Crema. 24 Prozent kaufen beide Varianten, also sowohl Espresso- als auch Caffè Crema-Bohnen¹.

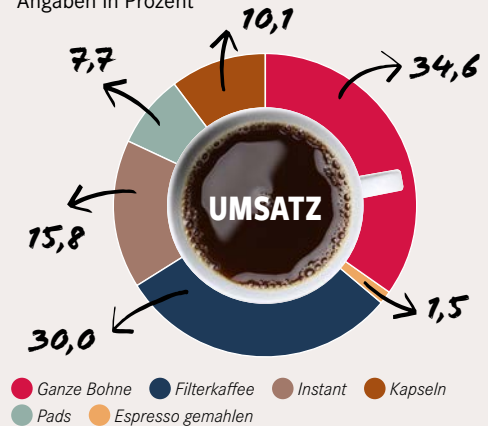
¹ Quelle: Nielsen Trade-Planner, Total Beans, 2022 KW 52. Definition Espresso entspricht der Deklaration laut Nielsen = Espresso Bohne Non-Crema.

² Quelle: Deutscher Kaffeeverband, „So trinkt Deutschland Kaffee“ auf Basis von Konsumtagebüchern

check!

MARKTANTEILE NACH UMSATZ

Angaben in Prozent



Quelle: Nielsen Discover Germany, Umsatz Total Coffee (LEH+DM), YTD KW 01-47/2024



WIE HOCH WAR DER UMSATZ MIT KAFFEE IM JAHR 2023 IN DEUTSCHLAND?

- Rund 6,8 Milliarden Euro
- Rund 5,9 Milliarden Euro
- Rund 4 Milliarden Euro

MEGATREND ACHTSAMKEIT

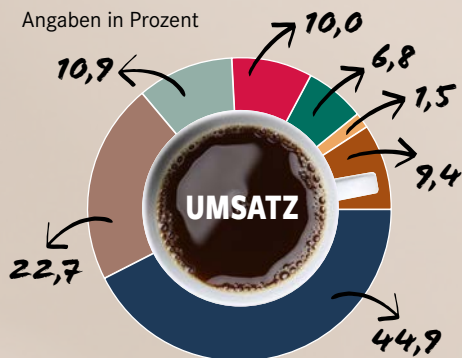
Bewusster leben und Stress abbauen: Achtsamkeit ist mittlerweile ein eigener Lebensstil. In diesem Zuge setzen auch immer mehr Verbraucher auf eine bewusste und gesunde Ernährung. Sie reduzieren zum Beispiel ihren Fleischkonsum oder verzichten auf Alkohol, Milchprodukte oder Koffein. Seit 2021 lässt sich eine steigende Beliebtheit von entkoffeiniertem Kaffee bei deutschen Verbrauchern beobachten. Besonders oft greifen sie zu entkoffeinerten Bohnen, die mit 17 Prozent das am stärksten wachsende Segment der Kategorie „entkoffeiniert“ darstellt.

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse-AWA, 2023



VERTEILUNG DECAF NACH SEGMENTEN

Angaben in Prozent



● Ganze Bohne
 ● Filterkaffee
 ● Instant
 ● Kapseln NCC
● Pads
 ● Espresso gemahlen
 ● Kapseln andere

Quelle: Nielsen Discover Germany, Umsatz Total Coffee entkoffeiniert (LEH+DM), YTD KW 01-47/2024

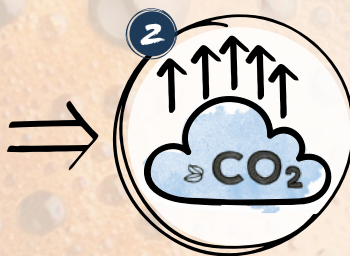
NATÜRLICHER ENTKOFFEINIERUNGSPROZESS – SO GEHT'S

So verläuft die natürliche Entkoffeinierung ganz ohne Chemie



VORBEREITUNG
 Natürlicher Wasserdampf macht die Kaffeebohnen durchlässig.

Quelle: Lavazza



ENTKOFFEINIERUNG
 Mit natürlichem Kohlendioxid (CO₂) wird das Koffein schonend aus den ungerösteten Kaffeebohnen gelöst.



NACHBEREITUNG
 Durch heiße Luft werden die Bohnen getrocknet und für die Lagerung sowie anschließende Röstung vorbereitet.

WIE HOCH WAR DER UMSATZ MIT KAFFEE IM JAHR 2023 IN DEUTSCHLAND?

✓ Rund 5,9 Milliarden Euro

MEGATREND DECAFFEINATO



„Aber bitte koffeinfrei“ – das heißt es heutzutage immer öfter. Laut Statista gab es im Jahr 2023 in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre zum Zeitpunkt der Erhebung rund 3,47 Millionen Personen, die in den letzten 14 Tagen koffeinfreien Kaffee gekauft hatten. Das bestätigen auch neueste Nielsen-Zahlen aus dem Jahr 2024: In der Kategorie hat die entkoffeinierte Bohne im LEH ohne Discount um 16,9 Prozent zugelegt. Sie war im Jahr 2024 noch gefragter als im Vorjahr. Führende Kaffeeunternehmen gehen davon aus, dass der Trend „Frei von“ in den nächsten Jahren weiter anhält und rechnen mit einer hohen zweistelligen Steigerung der Absatzzahlen für entkoffeinierte Produkte.

Quelle: Nielsen Discover Germany, Umsatz Total Coffee entkoffeiniert (LEH+DM), YTD KW 01–47/2024



ENTKOFFEINIEREN

Derzeit sind folgende Substanzen für die Extraktion von Koffein erlaubt:

- /// organische Lösungsmittel (Dichlormethan, Ethylacetat)
- /// Wasser
- /// überkritisches Kohlenstoffdioxid (CO₂)

Das Verfahren wird in allen Fällen beim Rohkaffee und somit vor dem Röstprozess durchgeführt. Lavazza nutzt das natürliche CO₂-Verfahren. Dabei werden die Bohnen mit Wasser und Dampf befeuchtet, bevor sie bei hohem Druck mit CO₂ gespült werden, sodass sich das Koffein löst. In diesem Zustand verbreitet sich das CO₂ wie ein Gas und löst sich wie eine Flüssigkeit auf. Anschließend verdampft das Kohlenstoffdioxid und es bleiben einerseits koffeinfreie Bohnen und andererseits reines Koffein zurück.

Dieser Vorgang geschieht mehrmals, bis der kleinstmögliche Koffeingehalt erreicht ist. Die Kaffeebohnen trocknen danach mit heißer Luft und sind bereit zum Rösten. Diese Methode zählt zu den nachhaltigen und natürlichen Methoden, da keinerlei chemische Lösungsmittel eingesetzt werden. Andere, günstigere Verfahren nutzen beispielsweise Dichlormethan oder Ethylacetat als Lösungsmittel von Koffein.



WAS SIND ERLAUBTE SUBSTANZEN ZUM ENTKOFFEINIEREN?

- Wasser
- Milch
- CO₂

WAS IST EIGENTLICH KAFFEE?



Kaffee stammt aus der Familie der Rötegewächse und ist verwandt mit Jasmin und Waldmeister. Coffea ist die Gattung und wird als Begriff für die Kaffeepflanze verwendet.

IN VOLLER BLÜTE

Es gibt 124 bekannte Coffea-Arten, wirtschaftlich wichtig sind aber nur Arabica (Coffea Arabica) und Robusta (Coffea Canephora). Mehr dazu auf Seite 17. Eine Kaffeepflanze kann bis zu 80 Jahre alt werden,

jedoch nimmt der Ertrag und die Produktivität ab dem 20. Jahr ab. In diesen 15 bis 20 Jahren produziert eine Pflanze durchschnittlich etwa 700 bis 900 Gramm Rohkaffee pro Jahr. Nach 3 bis 5 Jahren entfaltet die Pflanze zum ersten Mal ihre Blüte. Kaffeeb Blüten sind weiß und duften intensiv. Je nach Kaffeearart entwickelt sich aus der Frucht 6 bis 12 Monate danach die rote Kaffeekirsche. Die reifen Kirschen müssen innerhalb weniger Tage geerntet werden, da sie sonst gären und eine dunkelbraune bis schwarze Farbe annehmen.

DIE GESCHICHTE DES KAFFEES

DIE URSPRÜNGE DES KAFFEES IN ÄTHIOPIEN

Der Legende nach entdeckt ein äthiopischer Hirte namens Kaldi im 9. Jahrhundert die belebende Wirkung der Kaffeekirschen, als seine Ziegen nach dem Verzehr besonders energiegeladen waren.

AUSBREITUNG NACH ARABIEN

Der Jemen gilt als erstes Land, das Kaffee anbaut und exportiert. Die Hafenstadt Mokka wird zum Synonym für hochwertigen Kaffee.

INDIEN UND INDONESIA

Im 16. Jahrhundert gelangen die ersten Kaffeepflanzen nach Indien. Zu verdanken ist das dem Sufi-Mönch Baba Budan, der auf seiner Pilgerreise nach Mekka einige Kaffeebohnen stehlen konnte.



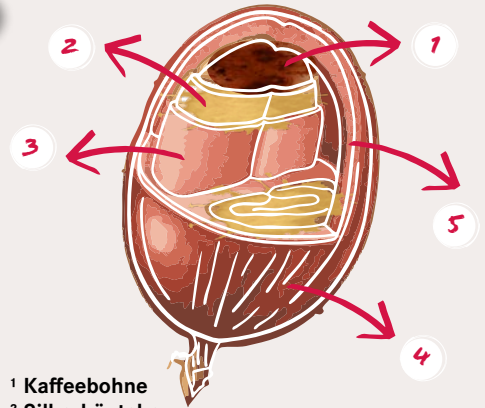
WAS SIND ERLAUBTE SUBSTANZEN ZUM ENTKOFFEINIEREN?

- Wasser
- CO₂





AUFBAU DER KAFFEEKIRSCH



- 1 Kaffeebohne
- 2 Silberhäutchen
- 3 Pergamenthaut mit Schleimschicht (Mucilage)
- 4 Kirschhaut
- 5 Fruchtfleisch

Die reife Frucht erkennt man an der roten Haut, die ein weiches, weiß-gelbliches, zuckerhaltiges Fruchtfleisch, die sogenannte Pulpe, umschließt. Die Kaffeeirsche enthält in der Regel zwei Samen, die Kaffeebohnen. Sie liegen mit ihren Innenseiten flach aneinandergedrückt und weisen mit ihren Rundungen nach außen. Charakteristisch ist die Furche an der flachen Seite. Die Samen sind durch zusätzliche Membranen geschützt: die Pergamenthaut mit Schleimschicht und die Silberhäutchen.

EINZUG IN EUROPA

1645 eröffnet das erste europäische Kaffeehaus in Venedig. Schnell folgen London, Paris und Wien, wo Kaffeehäuser zu Zentren des gesellschaftlichen und intellektuellen Lebens werden.

KOLONIALZEIT UND GLOBALER ANBAU

Europäische Kolonialmächte bringen Kaffee in ihre Kolonien und errichten Plantagen, insbesondere in der Karibik, Mittelamerika und Südamerika. Brasilien wird im 19. Jahrhundert zum größten Kaffeeproduzenten der Welt.

MODERNE ENTWICKLUNGEN

Heute ist Kaffee ein globales Getränk, das Menschen auf der ganzen Welt genießen. Er ist und bleibt ein Symbol für Genuss, Geselligkeit und Innovation.



WIE NENNT MAN DIE ÄUSSERSTE SCHICHT DER KAFFEEKIRSCH?

- Pergamenthaut
- Nusshaut
- Kirschhaut

VON DER BOHNE ZUM KAFFEE

DER KAFFEE WIRD IN DEN HOCHLAGEN DER TROPEN ANGEBAUT ...



Bilder 1 + 2 Anbau und Ernte: Aus der Frucht entwickelt sich je nach Kaffeeart 6 bis 12 Monate nach der Blütezeit die rote Kaffeekirsche. Die reifen Kirschen müssen innerhalb weniger Tage geerntet werden.

Bild 3 Aufbereitung: Die Schichten, die die Bohne umgeben, werden vorsichtig entfernt. Dazu gehören die Kirschhaut, das Fruchtfleisch, der Fruchtschleim und das Pergamenthäutchen mit Schleimschicht. Vom Silberhäutchen umgeben bleiben die Samen/Bohnen, also der Rohkaffee, der dem Kaffeebauer verkauft wird. Die Art und Weise, wie der

Bauer den Kaffee verarbeitet, hat einen erheblichen Einfluss auf den Geschmack des Endprodukts. Sehr oft hängt die Wahl der Methode vom lokalen Wetter ab.

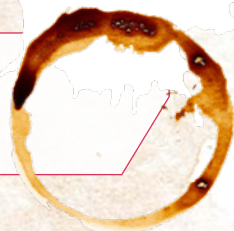
Bild 4 Qualitätssicherung: Als „Grading“ bezeichnet man im Fachjargon die Klassifizierung des Kaffees nach der Qualität der Kaffeebohnen. In der Regel werden dazu Klassifizierungsstufen (Grades) auf einer Skala von 1 bis 5 verwendet.

Bild 5 Transport: Der Rohkaffee wird in das Konsumland zur Weiterverarbeitung transportiert.



WIE NENNT MAN DIE ÄUSSERSTE SCHICHT DER KAFFEEKIRSCHEN?

Kirschhaut





DIE DREI GÄNGIGSTEN METHODEN DER KAFFEEBOHNENAUFBEREITUNG

NATURAL-VERFAHREN

Direkt nach der Ernte werden die Kaffeekirschen in die Sonne zum Trocknen gelegt. Der Trocknungsprozess dauert 3 bis 5 Wochen und währenddessen müssen die Kirschen täglich mehrmals gewendet werden. Im trockenem Zustand wird die Kirsche dann geschält.



WASHED-VERFAHREN

Direkt nach der Ernte werden die Kaffeekirschen von der Kirschhaut und dem Fruchtfleisch getrennt. Um den Fruchtschleim zu entfernen, wird die Frucht in Wassertanks mit Hefe und Milchsäurebakterien fermentiert. Danach lässt sich das Fruchtfleisch einfach abwaschen und die Rohkaffeebohne wird 8 bis 10 Tage zur Sontrocknung ausgelegt.



HONEY PROCESS/SEMI WASHED (SOQ. PULPED NATURALS)

Dies ist eine Mischung aus dem Natural-Verfahren und dem Washed-Verfahren. Die Kirsche wird auch von der Haut und dem Fruchtfleisch getrennt, aber der Fruchtschleim bleibt noch an der Bohne haften und wird damit in der Sonne getrocknet.



Bild 6 Röstung: Beim Rösten (siehe Seite 19) wird der Kaffee einem bestimmten Hitze-grad ausgesetzt. Die Röstzeiten können zwischen 5 und 20 Minuten betragen und währenddessen werden Temperaturen von 50 bis 230 Grad Celcius erreicht. Sobald die Höchsttemperatur erreicht ist, muss der Prozess gestoppt werden: Die Bohnen werden nun mit Strömen von kalter Luft und/oder Sprühwasser schnell heruntergekühlt. Die hohen Temperaturen beim Rösten ermöglichen es den Bohnen, ihre aromatischen Qualitäten

zu entwickeln. Grad und Qualität der Röstung ergeben somit einen Kaffee mit bestimmten präzisen Eigenschaften, nicht nur farblich, sondern auch in Bezug auf den Duft.

Bild 7 Weiterverarbeitung: Je nach Endprodukt werden die Bohnen weiterverarbeitet.



WAS ZEICHNET DAS NATURAL-VERFAHREN AUS?

- Die Kaffeekirschen trocknen nach der Ernte in der Sonne
- Die Kaffeekirschen werden direkt fermentiert
- Die Kaffeekirschen werden nass geschält

KAFFEEANBAUGEBIETE & GENUSSVIELFALT

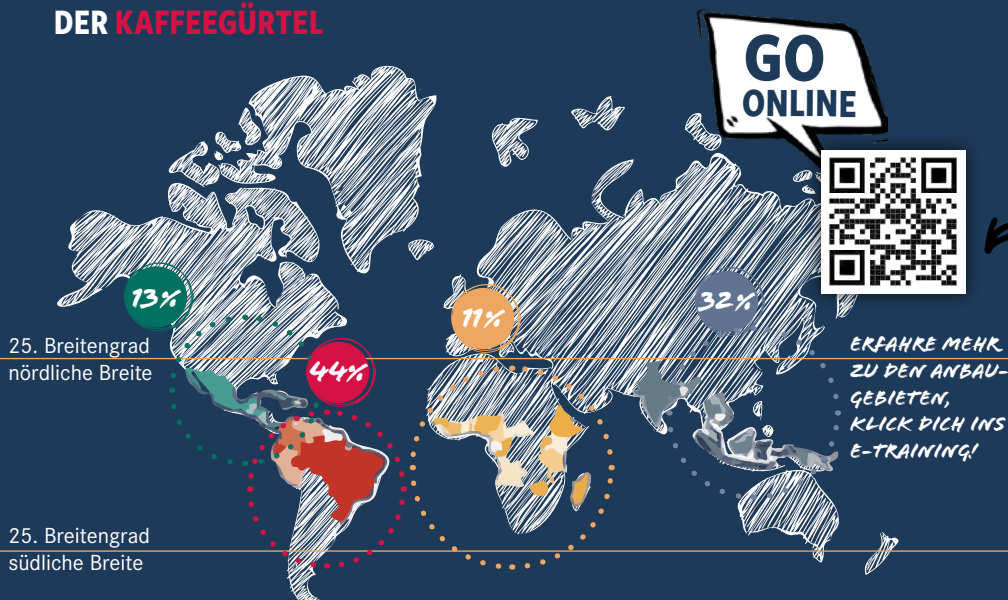


Entdeckt wurde Kaffee in Äthiopien. Das größte Anbauggebiet von Kaffee ist heute Brasilien. Dabei hat die Bohne – je nach Herkunft – eine andere länderspezifische Note. Kaffee aus Brasilien schmeckt zum Beispiel nach Schokolade, Nüssen oder Karamell. Indonesischer Kaffee erinnert an Tabak und trumpft mit würzig-erdigen Aromen auf. Heidelbeere, Jasmin und Erdbeere vereinen sich in der äthiopischen Kaffeebohne, während die kolumbianische Bohne an Apfel, Grapefruit und Bergamotte erinnert.

DER KAFFEEGÜRTEL

Der sogenannte Kaffeegürtel verläuft zwischen dem 25. Breitengrad nördlicher und dem 25. Breitengrad südlicher Breite entlang des Äquators. Die Anbauflächen für Kaffeepflanzen umfassen insgesamt rund 10 Millionen Hektar und ein Großteil des weltweit konsumierten Kaffees wird hier angebaut. Brasilien belegt mit 44 Prozent Anteil des weltweiten Kaffeebohnenanbaus die Spitze, gefolgt von Vietnam mit 32 Prozent.

DER KAFFEEGÜRTEL



WAS ZEICHNET DAS NATURAL-VERFAHREN AUS?

- ✓ Die Kaffeebohnen trocknen nach der Ernte in der Sonne



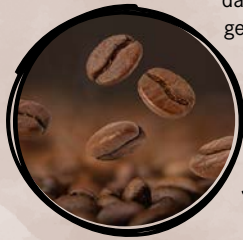
LEXIKON

Agtron | Der Agtron-Wert ist eine Maßeinheit, die in der Kaffeindustrie verwendet wird, um den Röstgrad von Kaffeebohnen zu beschreiben. Der Begriff leitet sich von Agricultural Resources Technology Laboratory ab, dem Unternehmen, das das entsprechende Messgerät entwickelt hat. Der Agtron-Wert basiert auf der Messung der Farbe von gemahlenem Kaffee. Ein niedrigerer Agtron-Wert steht für eine dunklere Röstung, während ein höherer Wert auf eine hellere Röstung hinweist. Der Skalenbereich erstreckt sich von 25 (sehr hell) bis 95 (sehr dunkel). Quelle: kaffeezentrale.de



GROSSES KAFFEESORTIMENT

GANZE BOHNEN: Die Bohnen werden so ausgewählt und verarbeitet, dass sie ein echtes Caffè-Geschmacks-erlebnis liefern. Ganze Bohnen müssen dafür zu Hause gemahlen werden.



GEMAHLENE BOHNEN: Nachdem die Bohnen fein gemahlen wurden, kann der gemahlene Kaffee direkt für Siebträger, Vollautomaten oder Filterkaffee verwendet werden. Das Aroma bei vorgemahlenem Kaffee verfliegt schneller als bei Bohnen.



KAPSELN: Die Maschine presst heißes Wasser aus einem Tank mit Hochdruck durch eine Aluminium- oder Kunststoffkapsel.

Die Kaffeebohne ist der Samen der Kaffeepflanze und botanisch gesehen eine Frucht. Sie dient als Rohstoff für Kaffee jeder Art.



PADS: Kaffeepads sind mit einer dünnen Schicht Papier umhüllt. Dank der speziellen Siebstruktur wird bei der Zubereitung Luft angesaugt, die den Kaffee aufschäumt.

INSTANT: Bei Instantkaffee handelt es sich um getrockneten Kaffeeextrakt, der im Gegensatz zum konventionellen Bohnenkaffee nur etwa die Hälfte an Koffeingehalt aufweist.



WELCHES LAND ZÄHLT ZU DEN VIER WICHTIGSTEN KAFFEEANBAUGEBIETEN?

- China
- Vietnam
- Italien

ITALIENISCHE KAFFEEKULTUR

MEHR ALS NUR EIN
GETRÄNK: KAFFEE
STEHT FÜR PUREN
GENUSS.



WELCHES LAND ZÄHLT ZU DEN VIER WICHTIGSTEN KAFFEEANBAUGEBIETEN?

Vietnam



LEXIKON

Blending | Das Wort „Blend“ kommt aus dem Englischen und bedeutet „Mischung.“ Blending beschreibt die Kombination unterschiedlicher Kaffeesorten. So vermischen die Hersteller beispielsweise Robusta und Arabica und vereinen so die Geschmacksnuancen. Auch Kaffeebohnen der gleichen Kaffeesorte können vermischt werden, dabei werden meistens Bohnen aus verschiedenen Ländern oder Regionen benutzt. Das Ziel des Blendings ist, einen ausgewogeneren Kaffee zu kreieren.



Der Beginn der italienischen Kaffeetradition lässt sich auf das 17. Jahrhundert datieren. Damals trafen erste Handelsschiffe in Venedig ein. Mit an Bord: Kaffeebohnen aus dem Orient, Afrika und Brasilien. Von da an sollte die Kaffeetradition in Italien hohe Wellen schlagen, denn die enorme Beliebtheit des Heißgetränks beflügelte in den Folgejahren den Erfindergeist der Italiener.

ERFINDER DES BLENDINGS

Im Jahr 1895 eröffnete Luigi Lavazza den ersten Lavazza-Laden in Turin. Er war mit Leib und Seele Unternehmer, geprägt von starkem Erfindergeist und Leidenschaft bei der Arbeit. Er studierte die verschiedenen Ursprünge und Eigenschaften einer Vielzahl an Kaffeebohnen und erfand so Ende des 19. Jahrhunderts das Konzept des Kaffeemischens, auch „Blending“ genannt. Bis heute werden aus verschiedenen Ländern der Welt Kaffees so miteinander kombiniert, dass eine perfekte Balance und ein runder Geschmack entstehen. Innerhalb der Kaffeespezies Arabica und Robusta sorgen über 100 Varietäten mit den verschiedensten aromatischen Eigenschaften für unzählige Möglichkeiten der Kaffeeveredlung.

ARABICA UND ROBUSTA

ARABICA

- // Anbauhöhe zwischen 800 bis 2.500 Meter über dem Meeresspiegel
- // Geschmacksprofil: mild, fruchtig, süß und blumig
- // Koffeingehalt: 0,9 bis 1,4 Prozent
- // Bohnen sind größer, oval geformt und besitzen einen geschwungenen Schnitt

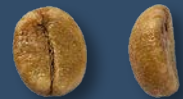
ROBUSTA

- // Anbauhöhe zwischen 500 bis 1.000 Meter über dem Meeresspiegel
- // Geschmacksprofil: würzig, erdig, holzig
- // Koffeingehalt: 1,8 bis 4,8 Prozent
- // Bohnen sind kleiner und besitzen eine bauchigere Form sowie einen geraden Schnitt

ARABICA
(Coffea Arabica)



ROBUSTA
(Coffea Canephora)



WIE HOCH IST DER KOFFEINGEHALT DER ROBUSTA-BOHNE?

- 1,8 bis 4,8 Prozent
- 2,0 bis 4,0 Prozent
- 0,1 bis 1,4 Prozent





INTERNATIONALE KAFFEESPEZIALITÄTEN



ESPRESSO

ESPRESSO
RISTRETTOESPRESSO
DOPPIOESPRESSO
LUNGOESPRESSO
MACCHIATOESPRESSO
PANNAESPRESSO
AMERICANOESPRESSO
CORETTO

CAPPUCCINO

DRY
CAPPUCCINOCAPPUCCINO
FLAT WHITECAFFÈ
CREMAAFFOGATO
AL CAFFÈCAFFÈ
LATTECAFFÈ
MOCCA

BICERIN



WIE HOCH IST DER KOFFEINGEHALT DER ROBUSTA-BOHNE?

✓ 1,8 bis 4,8 Prozent



LEXIKON

Crema | Crema ist die goldbraune Emulsion aus Kaffeeölen, Kaffeefettsäuren, Aromen, CO₂ und Wasser, die sich bei der Zubereitung von Kaffee unter hoher Brüh-temperatur sowie hohem Brühdruck in einer Espressomaschine ergibt. Gute Crema ist so stabil und dicht, dass ein Löffel Zucker nicht sofort untergeht, sondern langsam einsinkt.



RÖSTGRADE

Die Art der Röstung hängt davon ab, für welche Zubereitung der fertige Röstkaffee verwendet werden soll. Die Röstgrade lassen sich in drei grobe Kategorien unterteilen:

Hell

Eine hellere/hellbraune Bohnenfarbe verstärkt die aromatischen Eigenschaften und betont die fruchtig-komplexen Säuren eines Kaffees. Der Bitterkeitsgrad ist verringert. Bohnen mit diesem Röstgrad eignen sich besser für die Zubereitung als Filterkaffee. (Agtron > 55)

Mittel

Die mittelbraunen Bohnen haben ein größeres Gleichgewicht zwischen Aroma, Körper und Geschmack. Dieser Röstgrad eignet sich am besten für Espresso- oder Mokka-Systeme. (Agtron: 47 bis 55)

Dunkel

Die Farbe der Bohnen ist dunkelbraun wie Schokolade oder fast schwarz. Sie können eine leichte Ölschicht an der Oberfläche haben, da das Öl aufgrund der längeren Röstzeiten aus der Bohne austritt. Dieser Röstgrad entwickelt mehr Bitterstoffe, reduziert die Säuren und macht das Produkt löslicher (= höhere Extraktionsleistung), also vollmundiger. Ideal für Kunden, die viele Getränke auf Milchbasis servieren oder bei denen die Verbraucher an intensivere Aromen gewöhnt sind. (Agtron < 46)



OB WARM ODER KALT:
KAFFEE LÄSST SICH
VIELFÄLTIG GENIEßEN.



EISKAFFEE

CAFÉ
CON HIELOLATTE
MACCHIATOMOCCACINO
GRANDE

WELCHE EIGENSCHAFTEN HAT EINE GUTE CREMA?

- Sie ist stabil und dicht
- Sie ist goldbraun
- Sie ist dunkelbraun



PLATZIERUNG IM REGAL

Shopper orientieren sich horizontal und suchen vertikal. Da sie Entscheidungshilfen brauchen, kann ein übersichtliches und gut sortiertes Regal den Umsatz deutlich erhöhen:



- ✓ Platziere die Kategorie und Marken gemäß ihrer Marktbedeutung. Das heißt: mehr Regalfläche für den Marktführer sowie die Spitzensorte im Segment. Das Regal sollte dementsprechend mit der Ankermarke Lavazza beginnen.
- ✓ Erstelle sichtbare Markenblöcke. Das erleichtert den Einkauf und kann die Bonussumme spürbar erhöhen. Kunden empfinden Suchen allgemein als negativ. Durch die Präsentation im Markenblock sparen sie Zeit und kaufen mehr. Innerhalb der Markenblöcke sollten die Produkte nach aufsteigender Intensität platziert werden.
- ✓ Präsentiere „Bio“ und „entkoffeinierte“ ganze Kaffeebohnen jeweils in einem Markenblock.
- ✓ Beachte für die Instant-Sorten die Reihenfolge: Glas, Dose, Beutel – jeweils in Markenblöcken. Abschließend steht Cappuccino Instant.
- ✓ Komplementärartikel wie Filtertüten sowie Kondensmilch können im Anschluss zu Milchalternativen platziert werden.



WELCHE EIGENSCHAFTEN HAT EINE GUTE CREMA?

- ✓ Sie ist stabil und dicht
- ✓ Sie ist goldbraun



LEXIKON

Ankermarken | Produkte von bekannten Marken, welche die Kunden als repräsentativ für eine bestimmte Warengruppe wahrnehmen. Sie sollten im Regal gut sichtbar platziert werden.

Komplementärartikel | Produkte, die einander in einer Weise ergänzen, dass der Nutzen des einen ohne das andere entweder überhaupt nicht vorhanden ist oder aber durch das andere Produkt wesentlich erhöht wird. Quelle: wirtschaflexikon24.com

INSTANT

Markenblöcke beginnend mit portioniert zu Glas und von Dose zu Beutel anschließend Cappuccino-Instant platzieren



KOMPLEMENTÄR

Filtertüten und Kondensmilch

Regalanschluss zu Milchalternativen oder zum Tee als Einstieg in die Frühstückswelt



WICHTIGER TOUCHPOINT FÜR KUNDEN IST DAS REGAL

70–90 Prozent der Umsätze werden am Regal gemacht.

Die Platzierung der Waren hat im Lebensmitteleinzelhandel einen großen Einfluss auf den Umsatz.

* Quelle: Lavazza-Feldversuch 2023, 4 Testmärkte vs. 4 Kontrollmärkte, KW 40-51/2023 (12 Wochen) vs. Vorphase KW 27–38/2023



WAS ZEICHNET EINE ANKERMARKE AUS?

- Sie steht stellvertretend für die Kategorie
- Sie wird wenig nachgefragt
- Sie ist im Regal gut sichtbar platziert

POS-TIPPS



Schau, dass in Deinem Kaffeeregale immer alles schön ordentlich ist. Beachte daher am besten diese Tipps:



Richtige Anordnung

Mach es Deinen Kunden leicht, sich im Kaffeeregale zurechtzufinden. Platziere die für die Kategorie besonders „typischen“ Marken, sogenannte Ankermarken, am prominentesten. Der Gang, der frequenzstärker ist, sollte der Anfang der Kategorie sein (siehe Seite 20/21). Achte immer auf genügend Bestände der Ankermarken.



Optimaler Standort

Kaffee mag keine Hitze. Stelle die Produkte daher nicht in ein Regale mit direkter Sonneneinstrahlung oder neben Kühlmöbel, diese geben nämlich Wärme ab.



Lückenloses Regale

Unordnung und leere Lücken entstehen oft durch leere Kartons oder hohen Abverkauf. Zum Glück gibt es Vorschubsysteme, die für „Ruhe im Regale“ sorgen. Sorge außerdem für ausreichend Ware.



Gut vorplanen

Lücken im Regale sind verschenkter Umsatz. Stelle sicher, dass Dein Regale immer gut gefüllt ist. Dies wird einfacher, wenn Du – gerade im Vorfeld von Aktionen – kurze Nachbestellungszeiten einplanst.



Frische zählt

Natürlich musst Du das MHD in der Kaffeeteilung im Blick behalten. Achte darauf, dass abgelaufene oder beschädigte Ware möglichst schnell aussortiert wird.





Luftzieher

Produkte, die Luft gezogen haben, sollten aus dem Regale entfernt werden. Frage am besten Deinen Markt- oder Abteilungsleiter, wie Du mit diesen weiter verfahren sollst.



WAS ZEICHNET EINE ANKERMARKE AUS?

-  Sie steht stellvertretend für die Kategorie
-  Sie ist im Regale gut sichtbar platziert



Zweitplatzierung | Zweitplatzierung bedeutet, dass ein Produkt neben seinem regulären Platz im Regal auch an einer anderen strategisch gewählten Stelle im Verkaufsraum platziert wird. Das kann an Gondelköpfen oder in der Nähe der Kasse erfolgen. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit der Shopper zu gewinnen und den Absatz zu erhöhen. Quelle: marketing.ch

POS | Der **Point of Sale** ist der Ort, an dem ein Produkt angeboten wird. Ein anderer Ausdruck für Point of Sale ist Point of Purchase. Im Marketing wird damit der physische Ort beschrieben, an dem Shopper einen Direktkontakt zum Produkt haben. Übrigens kann der POS auch digital vorhanden sein, nämlich in einem Online-Shop. Quelle: marketing.ch



ECHTE HINGUCKER FÜR OPTIMALE SICHTBARKEIT



Mit zielgruppenorientierten Zweitplatzierungen werden Kunden am Point of Sale begeistert und auf das breite Kaffeesortiment aufmerksam.

/// Baue Zweitplatzierungen an frequenzstarken Stellen im Markt auf, optimalerweise im Hauptkundenlauf. Beachte dabei, dass der Aufbau keinen Fluchtweg versperrt und von allen wichtigen Seiten einsehbar ist.

/// Präsentiere Zweitplatzierungen mit ansprechender Dekoration, die Neugier weckt und Lust auf das Produkt macht. Eine italienische Flagge und gefüllte Gläser mit Kaffeebohnen sind einfache Mittel, um Atmosphäre zu schaffen.



FÜR WAS STEHT DIE ABKÜRZUNG POS?

- Point of Sale
- Point of Search
- Point of Schnäppchen

AM POS FRISCH AUFGEBRÜHT



AUF DEN GESCHMACK GEBRACHT

Es gibt zahlreiche Themen, die zum Produkt Kaffee passen. Hier sind einige davon:

LA DOLCE VITA – ITALIENWOCHE

Präsentiere die ganze Vielfalt italienischer Köstlichkeiten am POS – von der Pasta bis zum Espresso.

HEISS UND KALT – KAFFEEVIELFALT

Viele Kunden probieren gerne mal etwas Neues. Stelle die große Vielfalt von Kaffee mit kalten und heißen Varianten vor.

WELT-KAFFEE-TAG

Am 1. Oktober jedes Jahres ist Welt-Kaffee-Tag. Nutze diese Gelegenheit, um auf Dein großes Sortiment aufmerksam zu machen.

FRÜHSTÜCK IST FERTIG

Decke einen ansprechenden Frühstückstisch im Sinne des Cross-Sellings und verwöhne Deine Kunden mit frisch aufgebühtem Kaffee.

GENUSS OHNE KOFFEIN

Lass Deine Kunden mal entkoffeinierte Varianten probieren – zum Beispiel im „Veganuary“. Schmecken sie den Unterschied?



Nutze die Beliebtheit rund um die Kaffeebohne und stelle eine aufmerksamkeitsstarke Verkaufsaktion auf die Beine. So einfach geht's:



Organisiere Azubis

Du als Auszubildender kannst dabei helfen, eine In-Store-Promotion zu realisieren. Das bringt Dich aus dem „normalen“ Verkaufsaltag raus und Du kannst Verantwortung übernehmen.



Bestelle Dekoration

Lass Deiner Kreativität freien Lauf. Bestelle Poster, Plakate oder auch Aufsteller, die es häufig bei den Herstellern gibt. Nutze außerdem Abverkaufsmaßnahmen wie zum Beispiel Zugabeaktionen für noch mehr Aufmerksamkeit.



Order Displays

Auf Deine Aktionsfläche gehören Displays. Diese solltest Du mit einem Mix aus bekannten Marken und Neuheiten füllen. Entsprechende Aufsteller (Zweitplatzierungen) passen ebenfalls gut. Stelle diese zum Beispiel im Eingangsbereich, auf den Hauptpfaden der Kunden oder auch innerhalb der Frühstückswarengruppen (Konfitüre, Pre-Bake) auf. Kurzum: an frequenzstarken Stellen.



FÜR WAS STEHT DIE ABKÜRZUNG POS?

✓ Point of Sale



LEXIKON

Cross-Selling | Unter Cross-Selling versteht man den Verkauf von verwandten bzw. ergänzenden Produkten.

In-Store-Promotion | Als In-Store-Promotion bezeichnet man sämtliche Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten, die direkt am Point of Sale (POS) stattfinden.

GUTE SICHTBARKEIT
ERHÖHT DEN ABVERKAUF.



✓ Bewirb die Aktion

Jetzt heißt es, Deine Kunden auf die Aktion aufmerksam zu machen! Hol Dir zum Beispiel Aufsteller für den Eingangsbereich oder setze auf stimmige Dekoration, die Du neben den Aktionswaren platzieren kannst. Berücksichtige saisonale Anlässe und Feiertage wie Ostern, Pfingsten oder Weihnachten, um Kaffee passend und ausreichend zu präsentieren.

✓ Zeichne aus

Sorge dafür, dass die Ware vollständig ausgezeichnet ist. Überprüfe, ob jedes Preisschild die Angabe des gut lesbaren Grundpreises enthält. Und vergiss nicht, immer mal wieder den Regalpreis zu checken.

✓ Schaffe Verbindung

Stelle Verbundplatzierungen her und bringe Deine Kunden damit auf die Idee, gleich alles Passende rund um den Kaffee zu kaufen. Für das Cross-Selling eignen sich Filtertüten, Frühstücksprodukten, Kuchen oder auch Kekse.



WAS SOLLTEST DU BEI EINER IN-STORE-PROMOTION BEACHTEN?

- Die Kunden informieren
- Für passende Dekoration sorgen
- Ausreichend Ware bestellen

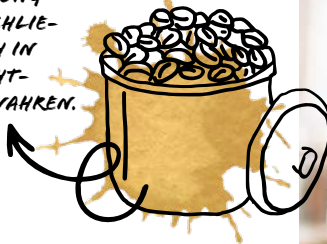
LAGERUNG UND HALTBARKEIT



Die Lagerung von Kaffee ist sehr wichtig, um seine Qualität bis zum Genuss zu erhalten. Folgende Hauptfaktoren können die Haltbarkeit von Kaffee beeinflussen:




- 
Luft: Je weniger Sauerstoff in der Verpackung ist, desto länger hält sich der Kaffee. Der Kontakt mit Sauerstoff mindert die Qualität.
- 
Hitze: Kaffee sollte keinen hohen Temperaturen ausgesetzt werden, denn auch das sorgt für Qualitätsverlust.
- 
Feuchtigkeit: Eine zu hohe Luftfeuchtigkeit führt zum Verlust aromatischer Bestandteile des Kaffees.
- 
Licht: Licht begünstigt unerwünschte Reaktionen, wie etwa die Selbstoxidation gesättigter Fettsäuren, worunter die Qualität des Kaffees leidet.

DIE ORIGINALVERPACKUNG MIT EINEM CLIP VERSCHLIESSEN UND ZUSÄTZLICH IN EINER LUFT- UND LICHTDICHTEN DOSE AUFBEWAHREN.



KAFFEE SETZT SICH AUS ÜBER 800 ARDMEN ZUSAMMEN.

WAS SOLLTEST DU BEI EINER IN-STORE-PROMOTION BEACHTEN?

-  Die Kunden informieren
-  Für passende Dekoration sorgen
-  Ausreichend Ware bestellen





Trinkreife | Während des Röstvorgangs von Kaffee entsteht Kohlenstoffdioxid (CO₂). Ein frisch gerösteter Kaffee besitzt deshalb deutlich mehr Kohlenstoffdioxid als ein Kaffee, dessen Röstdatum weiter in der Vergangenheit liegt. Aus diesem Grund sollte Kaffee nach dem Rösten bis zum Erreichen seiner sogenannten „Trinkreife“ etwas Zeit zum Entgasen gegeben werden.

TIPPS ZUR LAGERUNG VON KAFFEE

- /// Kaffee sollte stets trocken, dunkel und kühl gelagert werden. Bei falscher Lagerung verliert er seine Aromen.
- /// Ob gemahlene oder ganze Bohnen: Kaffee sollte nicht in den Kühlschrank oder ins Gefrierfach, denn er saugt Fremdgerüche und Feuchtigkeit geradezu auf.
- /// Kaffee idealerweise in seiner Verpackung verschlossen aufbewahren. Vermeide es, Kaffee in der Nähe von Gewürzen zu lagern.
- /// Bei korrekter Aufbewahrung ist zum Beispiel ungeöffneter Lavazza-Kaffee 2 Jahre haltbar. Geöffneter Kaffee hingegen sollte innerhalb von 6 bis 8 Monaten aufgebraucht werden. Innerhalb der ersten Monate nach der Röstung schmeckt der Kaffee unter richtiger Aufbewahrung übrigens am aromatischsten.



WELCHE FAKTOREN SIND WICHTIG BEI DER LAGERUNG VON KAFFEE?

- Temperatur
- Feuchtigkeit
- Luftdruck

NACHHALTIGER KAFFEEGENUSS



4 ASPEKTE FÜR NACHHALTIGEN KAFFEE

Um die Umweltauswirkungen der Kaffeeproduktion zu minimieren und nachhaltigen Kaffeeanbau zu fördern, kann man auf folgende Aspekte achten:

Klimaschutz

Eine verantwortungsvolle Nutzung der Ressourcen

Nachhaltigkeit beim Design

Ökologische Nachhaltigkeit am Ursprungsort

Kaffee stellt laut Deutschem Kaffee-Verband die Lebensgrundlage von weltweit 125 Millionen Menschen dar. Anbau und Handel von Kaffee haben aber nicht nur Auswirkungen auf Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kaffeebauern, sondern auch auf die Umwelt. Diesem Problem werden sich immer mehr Verbraucher bewusst: Im Jahr 2023 wurden in Deutschland insgesamt rund 23.190 Tonnen Fairtrade-Kaffee verkauft. Aktuell stammen rund 72 Prozent des hierzulande verkauften Fairtrade-Kaffees aus ökologischem Anbau.¹ Im Handel helfen Siegel, nachhaltig produzierten Kaffee zu erkennen.

¹ Quelle: Statista-Studie „Fairtrade in Deutschland“, 2024

GO ONLINE



MEHR ZUM NACHHALTIGEN KAFFEEANBAU ERFÄHRST DU IM E-TRAINING!



Das Fairtrade-Siegel etwa zielt auf verbesserte Anbau- und Arbeitsbedingungen von benachteiligten Kleinbauernfamilien in den Herstellerländern ab. Kaffee mit EU-Bio-Siegel erfüllt Europas Kriterien für den ökologischen Landbau. Die Siegel von UTZ/Rainforest Allianz unterstützen mehr Klimaschutz in den Herkunftsländern.



WELCHE FAKTOREN SIND WICHTIG BEI DER LAGERUNG VON KAFFEE?

- Temperatur
- Feuchtigkeit



NACHHALTIGKEIT – WIE GEHT NACHHALTIGER KAFFEEANBAU?

Wichtige Zertifizierungen, an denen Du nachhaltigen Kaffee erkennen kannst:



Bio: Kaffees mit dieser Zertifizierung stammen aus Bio-Anbau, der hauptsächlich auf der Wiederverwendung organischer Stoffe und der Anwendung umweltverträglicher Techniken beruht. Dies erfordert eine angemessene Nutzung der natürlichen Ressourcen sowie die Diversität von Pflanzen und Tieren als Garantie für die Aufrechterhaltung des natürlichen biologischen Gleichgewichts.



Rainforest Alliance: Diese Zertifizierung bezieht sich auf Forstwirtschaft, Tourismus und Landwirtschaft. Das Siegel zielt auf die Erhaltung der biologischen Vielfalt, die Entwicklung der lokalen Gemeinschaften, die Achtung der Arbeitnehmerrechte sowie produktive landwirtschaftliche Praktiken ab. Seit 2018 ist dieser Zertifizierung auch die UTZ-Zertifizierung enthalten.



Fair Trade: Die Standards beziehen sich vor allem auf die wirtschaftlichen Aspekte, etwa durch Zahlung fairer und stabiler Preise. Außerdem wird sichergestellt, dass die Rohmaterialien unter Beachtung der Rechte der Erzeuger angebaut und vermarktet werden. Auch Umweltaspekte werden berücksichtigt, indem eine ökologische, nachhaltige Produktion und der Schutz der natürlichen Ressourcen verlangt werden.



WORAUF BEZIEHT SICH DIE RAINFOREST ALLIANCE-ZERTIFIZIERUNG?

- Fair Trade
- Tourismus
- Landwirtschaft und Forstwirtschaft

RUND UM DEN KAFFEE

REZEPTIDEE: CREMA ESPRESSO AL TIRAMISÙ



ZUTATEN

- // 2 cl Tiramisu-Sirup
- // 1 Doppelter Espresso
- // 150 ml Kuhmilch
(alternativ Hafermilch)
- // 2 große Eiswürfel
- // Kakaopulver
- // 1 Löffelbiskuit

ZUBEREITUNG

1. Schlage einen doppelten Espresso mit zwei großen Eiswürfeln und 2 cl Tiramisu-Sirup in einem Spindelmixer oder mit einem Handmixgerät zu einer festen und cremigen Masse auf (mit dem Handmixgerät muss mind. 8 Minuten gerührt werden, um die gewünschte Konsistenz zu erhalten). Entferne anschließend die Eiswürfel aus der cremigen Caffè-Masse.
2. Schäume nun Kuh- oder Hafermilch auf und fülle diese bis zur Hälfte des Glases ein. Gieße anschließend die Caffè-Masse langsam auf die Milch und lasse dabei einen kleinen Abstand von etwa 1 Zentimeter bis zum Rand des Glases frei. So ist sichergestellt, dass das Glas nicht überläuft.
3. Zur Verzierung: Siebe Kakaopulver über das Getränk und verziere es schließlich mit einem ganzen Löffelbiskuit.

DIESES UND NOCH VIEL MEHR
REZEPTE FINDEST DU AUF
WWW.LAVAZZA.DE

WWW

WORAUF BEZIEHT SICH DIE RAINFOREST ALLIANCE-ZERTIFIZIERUNG?

- ✓ Tourismus
- ✓ Landwirtschaft und Forstwirtschaft



DIE ENTDECKUNG DES KAFFEES

Der Legende nach war Kaldi ein junger äthiopischer Hirte, der seine Tage an den Hängen der Berge mit seinen Ziegen verbrachte. Eines Tages bemerkte er, dass die Ziegen die leuchtend roten Kirschen eines nahe gelegenen Strauches fraßen – und schon bald recht munter waren. Neugierig geworden, probierte Kaldi selbst einige der Kirschen und entdeckte die belebende Wirkung des Kaffees.

IM NAMEN DES KAFFEES

Die Herkunft des Wortes „Kaffee“ ist bis heute nicht geklärt. Das türkische Wort „kahvè“ leitet sich vom arabischen „qahwa“ ab, was „anregend, kräftig“ bedeutet. „Kaffa“ ist außerdem der Name einer Hochebene im heutigen Äthiopien, das eine große Kaffee- kultur besitzt und die Bohne auch in großen Mengen exportiert.

MISSION POSSIBLE

Im Jahr 2015 wurde der italienische Espresso mit an Bord der Internationalen Raumstation genommen. Zusammen mit der italienischen Raumfahrtagentur (ASI) entwickelten Lavazza und Argotec die ISSpresso, die erste Kaffeemaschine für den Weltraum.



MIT HOCHDRUCK ZUM GENUSS

Espresso ist keine Bohne, sondern nur die Bezeichnung für eine bestimmte Zubereitungsart. Dazu benutzt man dunkel geröstete Kaffeebohnen und mahlt sie sehr fein. Anschließend wird heißes Wasser mit hohem Druck durchgepresst. Es entsteht ein konzentrierter Kaffee mit einer dichten, braunen Crema.

SO GELINGT DER PERFEKTE MILCHSCHAUAM BEI SIEBTRÄGERN/VOLLAUTOMATEN

Wichtig: Die Milch (am besten mit hohem Fettgehalt) sollte direkt aus dem Kühlschrank kommen. Danach gehst Du folgendermaßen vor:

1. Fülle Dein Milchkännchen bis zur Hälfte und halte mit einer Hand den Henkel des Kännchens fest, während Du mit der anderen Hand die Temperatur fühlst.
2. Bevor Du mit dem Schäumen beginnst, lasse einen kurzen Dampfstoß ab, damit das Kondenswasser entfernt wird.
3. Tauche die Spitze der Dampflanze nur knapp unter die Milch-

oberfläche. Die richtige Position erkennst Du an einem sanften Zischen.

4. Ziehe das Kännchen langsam nach unten, bis die Milch etwa ein Drittel nach oben gestiegen ist. Tauche nun die Dampflanze etwas tiefer ein, bis das Zischen aufhört.
5. Sobald Du das Kännchen nicht mehr anfassen kannst, hast Du die perfekte Temperatur zwischen 60 und 65 Grad Celsius. Beende das Schäumen und reinige die Dampflanze.



WAS IST PERFEKTE TEMPERATUR FÜR DAS MILCHAUFSCHÄUMEN?

- 80 bis 90 Grad Celsius
- 60 bis 65 Grad Celsius
- 40 bis 55 Grad Celsius

ÜBER 100 JAHRE CAFFÈ-EXPERTISE



LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

NUVOLA (TURIN), WIE SICH DER GEBÄUDEKOMPLEX NENNT, BEHERBERGT ÜBERRESTE EINER FRÜHCHRISTLICHEN BASILIKA AUS DEM 4. JAHRHUNDERT.

Lavazza ist ein global agierendes italienisches Unternehmen mit Sitz in Turin, das in vierter Generation von der Familie geführt wird. Was vor 130 Jahren mit Luigi Lavazza und seinem kleinen Laden begann, ist heute ein Industriegigant. Die Lavazza Group zählt über 5.500 Mitarbeiter weltweit, acht Produktionsanlagen in sechs Ländern und exportiert in über 140 Länder. Carte Noire, Kicking Horse Coffee, Merrild, Maxi Coffee und Lavazza Professionals sind international anerkannte Marken. Lavazza ist besonders stolz auf seine 130-jährige Caffè-Expertise und die Erfindung des Blendings.

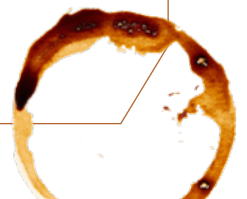
TRAININGSZENTREN WELTWEIT

Wissen und Leidenschaft gibt das Unternehmen in 57 Trainingszentren weltweit weiter. Mit Präsenzen in allen Kanälen sowie eigenen Cafés unterstreicht Lavazza seine Kompetenz in der Kategorie. Im April 2018 wurde die neue Lavazza-Zentrale in Turin eröffnet – mit einer Fläche von 30.000 Quadratmetern. Sie ist nicht nur ein topmodernes Gebäude mit LEED Platinum-Zertifizierung, sondern vor allem ein öffentlich zugänglicher Orte. Sie bekräftigt das Engagement des Unternehmens für seine Heimatstadt.



WAS IST PERFEKTE TEMPERATUR FÜR DAS MILCHAUFSCHÄUMEN?

✓ 60 bis 65 Grad Celsius



HIER
UMKNICKEN!
LÖSUNG AUF
DER NÄCHSTEN
SEITE.



ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 2

Mehrfachantworten sind möglich!

WAS IST AGTRON?

- Ein Wert, der den Röstgrad beschreibt
- Ein Wert, der das Aroma beschreibt
- Ein Wert, der beim Anbau von Kaffee wichtig ist

WELCHE VORTEILE BIETEN MARKENBLÖCKE IM REGAL?

- Sie verschaffen dem Shopper Übersicht
- Sie sorgen für gut sichtbare Lücken
- Sie erhöhen die Bonsumme

WAS SIND KOMPLEMENTÄRARTIKEL VON KAFFEE?

- Filtertüten
- Milch
- Joghurt

WIE VIEL PROZENT DES KAFFEE-UMSATZES WERDEN AM REGAL GEMACHT?

- 70 bis 90 Prozent
- 50 bis 70 Prozent
- 35 bis 50 Prozent

WANN SOLLTE GEÖFFNETER KAFFEE AUFGEBRAUCHT SEIN?

- Nach 2 Monaten
- Nach 4 Monaten
- Nach 6 bis 8 Monaten

WIE HOCH IST DER MARKTANTEIL VON NACHHALTIG ZERTIFIZIERTEM KAFFEE IN DEUTSCHLAND?

- 10 Prozent
- 12 Prozent
- 25 Prozent

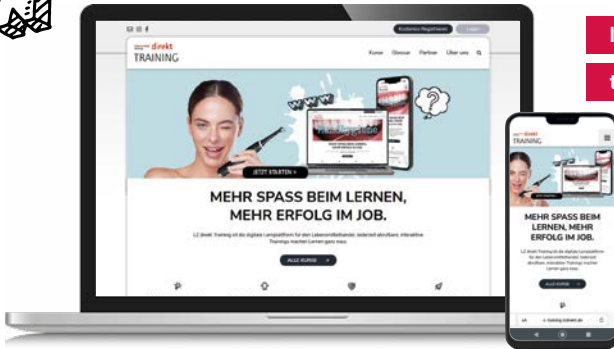
NOCH MEHR BRAINFOOD!

... GIBT ES IN DER
LZ DIREKT LERNWELT

In unserem Shop Izdirekt-lernwelt.de findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken

Das E-Learning-Portal training.Izdirekt.de für Mitarbeitende im Lebensmitteleinzelhandel ist mit kompakten E-Trainings inklusive Abschlusszertifikaten die perfekte, flexible und interaktive Ergänzung zu den Markenlehrbriefen. Hier kannst Du jederzeit **kostenlos und ohne Registrierung** Dein Wissen auffrischen: egal ob am PC, Tablet oder Smartphone.



Izdirekt-lernwelt.de

training.Izdirekt.de

IMPRESSUM

1. AUFLAGE
2024

Ein Markenlehrbrief der
LZ direkt Lernwelt, Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main

Head of LZ direkt Lernwelt: Nicole Grohmann

Creative Direction LZ direkt Lernwelt:
Anke Couturier

Redaktion: Fabienne Leonard

Grafische Gestaltung: Stefanie Först

In Zusammenarbeit mit
Luigi Lavazza Deutschland GmbH
Platz der Einheit 2,
60327 Frankfurt am Main
www.lavazza.de

Bestellservice und Auslieferung

Herold Fulfillment GmbH, Daimlerstraße 14,
85748 Garching b. München
Tel. +49 (0)89 613871-0
lernwelt@herold-fulfillment.de, www.Izdirekt-lernwelt.de

BILDNACHWEIS

AdobeStock (S. 1: karepa; 3, 9, 12, 14; divector; 3, 4, 6-13, 15, 17, 19, 20-24, 26, 28, 30-32, 34; Iesichkadesign; 4, 13; jane55; 4, 30; Nik_Merkulov; 5, 16; Andrey Cherlat; 5, 15; Mikhaylovskiy; 6; Buntan2019; 7; Graphicsnice; 7, 8, 11, 21, 28; Lav-brown; 7, 8; Markus Mainka; 8; Knockknack; Luka; Nika_Art; Tierney; volff; 10; kaiskynet; N_W-transformed; 12, 13, 32; Nik_Merkulov; 15; DN6; Juri; Leszek Kobusinski; supawan; RawR8; yodaswaj; 16; Andrey Cherlat; 17; PNG; 19; Maksym; Oleksij; 20; Björn Wylezich; Lasvu; 21; Rob Stark; tiero; 28; tanarch; 29; Александр Марченко; 31; Peter Atkins; Pugin & Photo Studio; 36; Karnav; **Freepic** (S. 14, 23; rocketpixel); **Lavazza** (S. 5, 12, 13, 17, 22, 25, 28-30, 32); **iStockphoto** (S. 2; pixeliff; 3, 8, 25, 27, 30, 35; FrankRamsport; 3, 30; Ollustrator; 3, 6-8, 10-13, 15, 16, 17, 18, 24, 27; Akiko Maki; 3, 14, 32; Olga Kurbatova; 4, 6-9, 19, 21, 27, 28, 30, 33; Dragon Tiger; 4, 7, 8, 11-15, 21, 28, 29; 32; Omsadbek Nabiev; 6, 13, 15, 17, 19, 22, 23, 27, 33; ulimi; 12, 13, 22, 25; Nattomani; 15, 18; Unchalee Khunchaturus; 25; coldsnowstorm; 26; Ivan Pantic; yurii_ym); **Shutterstock** (S. 35; bameng; Intellson); **Stefanie Först** (S. 11, 21, 26); **vecteezy** (S. 4; agumgum; 6, 15, 24; papicky; 8; doodervector; natalie.osipova; 11; Rohmat Sukur; 31; rchidayat; 32; kedsinn

MARKENLEHRBRIEF

EIN PRODUKT DER LZ DIREKT LERNWELT

MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN!

LZ direkt Lernwelt

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de

