

COFFEEBAR

Magazin Franke
www.franke.com
Ausgabe 01/2011

Welt der Kaffeekreationen

VIELFALT IST TRUMPF

Der neue Coffee-Lifestyle nutzt die Vielseitigkeit der braunen Bohne
– S. 4–6

Der Sommer kann kommen

Kaffeekreationen für heiße Tage und mehr
– S. 12–13

Der kalte Kosmopolit

– S. 14–15



COFFEE
SYSTEMS

100 SPIRIT OF
FRANKE
THE FIRST 100 YEARS

FRANKE

INHALT

Vielfalt ist Trumpf	4–6
Der neue Coffee-Lifestyle nutzt die Vielseitigkeit der braunen Bohne	
Gfeller am Bärenplatz	7–9
Kompetenz bei Kaffee und Kuchen	
Henessy Coffee	10–11
We live and love coffee	
Der Sommer kann kommen	12–13
Kaffeekreationen für heisse Tage und mehr	
Der kalte Kosmopolit	14–15
Drei Fragen an Axel Jahraus	16
Barista, Berater und Trainer	
Drei Fragen an Max Eisenrieder	17
Münchner Freiheit Eisenrieder GmbH	
News	18–19

IMPRESSUM

Herausgeber:

Franke Kaffeemaschinen AG, Aarburg

Redaktion:

Ulla Dammer, freie Fachjournalistin;
Jeannine Zumstein, Franke Kaffeemaschinen AG;
Simone Grogg, Franke Kaffeemaschinen AG;
Katja Radünz, Franke bremer GmbH

Gestaltung:

visu'1 AG, Bern

Bilder:

Diverse Bilddatenbanken

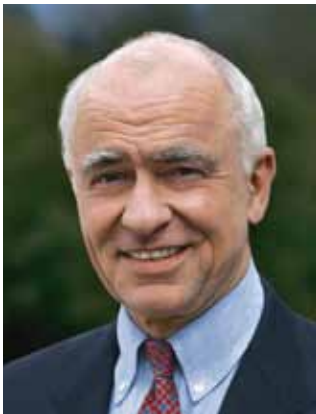
Druck:

Egger AG, Frutigen

Auflage:

Gesamt 7000 Ex.

EDITORIAL



**Liebe Franke Partner
Liebe Leserinnen und Leser**

Spirit of Franke – The First 100 Years: Mit diesem Credo läuten wir unser Jubiläumsjahr ein. Ich freue mich, Sie zu diesem besonderen Anlass zu begrüßen.

Zukunft braucht Herkunft – im Jubiläumsjahr blicken wir stolz auf eine erfolgreiche Vergangenheit zurück. Gleichzeitig sehen wir diese als Fundament und Verpflichtung für die Zukunft. Unsere Unternehmensgeschichte zeigt, dass wir generationsübergreifend denken.

Es ist uns wichtig, eine harmonische Balance zwischen unseren Geschäfts-, Umwelt- und sozialen Zielen zu verfolgen. Jeder Mensch ist einzigartig, jede natürliche Ressource lebensnotwendig. Deshalb behandeln wir beides mit dem nötigen Respekt und grösster Sorgfalt. Für uns ist eine langfristig ausgerichtete Strategie wichtiger als kurzfristige Erfolge.

Im Rahmen unseres Jubiläums hat sich Franke Coffee Systems verpflichtet, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, und ist eine Partnerschaft mit UNICEF eingegangen. Dies als klare Botschaft, unseren Fokus für soziale Nachhaltigkeit umzusetzen – unser Versprechen an die Generationen von morgen.

In der aktuellen Ausgabe der CoffeeBar widmen wir uns ganz der Welt der Kaffeekreationen. Die braune Bohne bietet enorm viele Möglichkeiten, kreativ zu sein. Entfachen Sie mit uns die Vielfalt: Ob warm oder kalt, ob mit Milch, Schokopulver oder Sirup – es gibt unzählige Varianten, mit denen Sie sich und Ihre Gäste verwöhnen können.

Soll es vielleicht ein Coffee on the rocks sein, oder doch eher ein Iced Mojito Latte Macchiato? Erforschen Sie die zahlreichen Getränkerezepturen, welche durch die Franke Foam Master, Flavour Station und Co. möglich werden.

Qualität in der Tasse ist unser stetes Ziel für neue und innovative Produktlösungen. Das Bewusstsein zu neuartigen Trends bleibt essenziell.

Gehen Sie mit uns in dieser Ausgabe von CoffeeBar auf Entdeckungsreise und gewinnen Sie mit den spannenden Interviews und Berichten Einblick in die Geschmacksnuancen der verschiedensten Regionen der Welt.

Ich wünsche Ihnen gute Unterhaltung mit unserer neuen Franke CoffeeBar!

Ihr

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'M. Pieper'.

Michael Pieper
CEO Franke Artemis Group

VIELFALT IST TRUMPF

DER NEUE COFFEE-LIFESTYLE NUTZT DIE VIELSEITIGKEIT DER BRAUNEN BOHNE

Es gibt ihn aromatisiert, mit Milchschaum, koffeinfrei oder klassisch schwarz: Kaffee ist eines der variabelsten Getränke überhaupt. Man kann ihn heiss oder kalt servieren und schon mit einfachen Zutaten köstliche Spezialitäten kreieren. Dabei kommt die aromatische Bohne keineswegs nur in die Tasse: Findige Barmixer haben Kaffee als trendy Cocktailzutat entdeckt und Köche zaubern damit raffinierte Gerichte. Was mit und aus Kaffee gemacht wird: Wir zeigen die kulinarische Vielfalt der starken Bohne.



Caffè Latte? Caramel Latte Macchiato? Iced White Caffè Mocha? Oder lieber Frappuccino «to go»? Wohl noch nie gab es so viele Kaffeespezialitäten wie heute. Schon lange denken wir bei Kaffee nicht mehr an ein schwarzes Getränk und feste Konsumzeiten. Ab Mitte der 90er-Jahre ist aus dem heimischen Wachmacher ein Kultgetränk geworden. Seit internationale Coffeeshop-Ketten die Welt erobern, sind die vielfältigen Zubereitungsmöglichkeiten und Kaffeekreationen so richtig bekannt geworden.

Globale Impulse

Mit ihrem Angebot haben die Bars Massstäbe für den modernen Kaffeegenuss gesetzt. Durch neue Rezeptideen und Produkte interpretieren sie das alte Getränk immer wieder neu. Damit treffen sie auch den Geschmack jüngerer Zielgruppen und generieren eine nie dagewesene Nachfrage. Längst haben Hoteliers und Gastronomen das Potenzial der Lifestyle-Drinks erkannt und erweitern die Bandbreite der offerierten Spezialitäten. Auch Banken, Friseure und Autohändler bieten heute Kaffeespezialitäten als Service für ihre Kunden an.

Trend zur Getränkevielfalt

«Kaffee ist ein abwechslungsreiches Produkt. Man kann ihn mit Sirup mixen, mit Milch, Schokolade, Hochprozentigem, Gewürzen oder Eis. Schon mit wenigen Zutaten kann man köstliche Spezialitäten kreieren», beschreibt Tiziano Mori, Barkeeper im Hyatt Hotel in Mainz, die Möglichkeiten, die kleine Bohne gross rauszubringen. In der Gastronomie sind vor allem Kaffee/Milch-Spezialitäten ein Renner. Vielerorts können Kaffeefans schon unter verschiedenen Milchsorten (fett, halbfett, Sojamilch) wählen. Auch Schokolade und Sirup sind unverzichtbare Begleiter. Vielfalt ist Trumpf im Coffeebar-Business, denn es gilt, stetig neue Anreize zu bieten, sich den kleinen Alltagsluxus zu gönnen. Vor diesem Hintergrund gewinnen auch saisonale Getränkekreierungen zunehmend an Bedeutung: Im Winter locken heisse Espressospezialitäten mit weisser oder dunkler Schokolade, Haselnussaromen, Zimt, Vanille oder Ingwer. Im Sommer wecken erfrischend eisgekühlte Variationen wie Frappuccino, Iced Caffè Latte oder Iced Caffè Mocha die Lust auf Kaffee. Starbucks bietet inzwischen fast alle regulären Kaffeespezialitäten auch kalt an – natürlich auch im «to go»-Becher.

Neu: Spezialitäten mit kaltem Milchschaum

Kaffeequalität und Getränkevielfalt sind auch für Marché International wichtige Erfolgsfaktoren. Seit Kurzem schenkt das Gastronomie-Unternehmen in seinen Betrieben in Deutschland, Österreich und der Schweiz nur noch Bio-Fairtrade-Kaffees aus. «Kaffee ist ein sehr wichtiges Produkt für uns», sagt Nicole Uferkamp, Marché Managerin der Betriebe am Airport Düsseldorf, wo Kaffee für 23 Prozent der Getränkeumsätze steht. Den Gästen werden neben Espresso und Espresso Macchiato diverse Spezialitäten mit Milch und Milchschaum geboten, ausserdem Mixgetränke mit Schokolade wie Chococcino oder Choc au Lait. Alle Getränke werden mit dem Vollautomaten Spectra Foam Master von Franke zubereitet, der über eine Besonderheit verfügt: Mit dem Gerät kann man nicht nur warmen, sondern auch kalten Milchschaum herstellen, «dessen Konsistenz und Geschmack dem geschlagener Sahne sehr nahe kommt», wie Nicole Uferkamp berichtet. Den aus fettarmer Milch hergestellten kalten Milchschaum verwendet Marché nicht nur für Kaffeespezialitäten, sondern nutzt ihn auch für saisonale Köstlichkeiten wie geeiste Milchdrinks mit Fruchtpüree oder für Eissshakes. Der Erfolg ist beachtlich: «Der kalte Milchschaum ist der Renner bei den Gästen, denn damit sind wir einzigartig», so Uferkamp.

Coffee-Cocktails

Ein relativ neues Thema sind Coffee-Cocktails, denn bislang war Kaffee keine typische Zutat im Shaker. Bei Heissgetränken ist die Kombination von Kaffee und Alkohol weitaus populärer, wie der legendäre Irish Coffee – nach wie vor ein beliebter Klassiker an kalten Wintertagen – oder der italienische Caffè Corretto beweisen. Doch es tut sich etwas. «Durch die Vielfalt der Sirupsorten, aber auch durch globale Impulse haben wir heute mehr Möglichkeiten, im Cocktailbereich mit Kaffee zu experimentieren», sagt Tiziano Mori. Fans der braunen Bohne serviert Mori den eigens kreierten Mirialy, der mit kaltem Espresso, Vodka mit Himbeeraroma, Licor 43, Erdbeersirup und Pfirsichnektar gemixt wird. «Solche Extras peppen das Angebot auf», sagt der Barkeeper über die Lifestyle-Offerte. Auch im Kempinski Taschenbergpalais in Dresden hat man Kaffee als trendy Cocktailzutat entdeckt: Neben dem Espresso Martini hat Barmanager Niko Pavlidis weitere Kaffee-Cocktails und sogar den alkoholfreien Banana Joe im Programm, den er mit Espresso, Bananennektar, Vanillesirup, Sahne und Puderzucker mixt. Über mangelnden Absatz kann er nicht klagen: «Die Drinks laufen ziemlich gut. Für jemanden, der gerne Kaffee trinkt, sind sie eine willkommene Alternative», befindet der Barkeeper augenzwinkernd.



Coffee-Cocktail Mirialy

KAFFEE-TRENDS IM ÜBERBLICK:

- Milchschaum-Drinks
- Verschiedene Milchsorten (fett, fettarm, Soja)
- Unterschiedliche Bechergrössen (small, medium, tall)
- Mitnahme-Offerten / Coffee to go
- Fair gehandelter / Bio-Kaffee
- Latte-Art-Technik
- Saisonale Spezialitäten (Sommer/Winter)
- Kaffee-Cocktails
- Integrierte Dispenser bzw. Module für Milch- und Schokodrinks

Kochen mit Kaffee

Auch in der Küche spielt die braune Bohne eine Rolle – für manch Kreativen ist sie gar ein echter Geheimplatz. «Kaffee hat einen sehr eigenwilligen Geschmack. Er passt sehr gut zu Fisch, aber auch zu vegetarischen Gerichten», weiss der Patissier Robert Oppeneder, der einst bei Eckart Witzigmann arbeitete. Spitzenköche wie Lea Linster, Nils Henkel oder Wahabi Nouri lassen sich von Kaffee zu raffinierten Gerichten inspirieren und zeigen mit Kreationen wie Kalbpiccata in Moccasauce oder gebeiztem Kaffeelachs, wie gut Fleisch und Fisch mit dem aromatischen Elixier harmonieren. «Im süßen Bereich ist Kaffee als Zutat bekannter», merkt Oppeneder an. Viele denken jetzt an den Italo-Klassiker Tiramisu. Oppeneder nennt aber auch die weisse Kaffeecreme, die die Hamburger Köchin Cornelia Poletto zeitgeistig variiert: als Café Crème Brûlée, zubereitet mit in der Pfanne angerösteten Espresso-Bohnen, die dann mit Sahne, Milch und Vanille aufgekocht werden. Neue Geschmackserlebnisse lassen sich übrigens mit kaltem Milchschaum zaubern, der von Patissiers schon länger als Topping für Cremes und Fruchtpurees eingesetzt wird. «Durch die molekulare Küche erfährt das Thema (Schäume) aktuell ganz neue Impulse», so Oppeneder.

Keine Frage, Kaffee ist ein Kombitalent und eignet sich bestens, den Vorlieben immer anspruchsvoller werdender Konsumenten gerecht zu werden. Denn ob klassisch oder trendorientiert: Die braune Bohne bietet enorm viele Möglichkeiten, kreativ zu sein. Es lohnt, sich mit dem Produkt auseinanderzusetzen – über den Tassenrand hinaus. ■



BELIEBTE SPEZIALITÄTEN

Ob heiss oder kalt, mit Milch, Schokolade oder Alkohol: Kaffee hat seit jeher den Erfindungsgeist der Menschen angeregt. Fast jedes Land hat eigene Kaffeekreationen hervorgebracht. Hier einige beliebte Spezialitäten aus verschiedenen Ländern:

- Caffè Corretto:** Espresso mit einem Schuss Grappa, eine Spezialität aus Italien
- Cappuccino:** Italienischer Espresso mit einer üppigen Haube aus heisser, mit Dampf aufgeschäumter Milch
- Caffè Latte:** Italiens Version des Milchkaffees
- Ristretto:** Ein italienischer Espresso mit sehr wenig Wasser
- Fiaker:** Eine den Wiener Pferdekutschern gewidmete Spezialität: Espresso mit einem Schuss Rum oder Cognac, im Glas serviert, mit einer Haube aus Schlagsahne
- Maria Theresia:** Mokka mit einem Schuss Orangenlikör
- Melange:** Österreichische Variante des Milchkaffees. Man mischt Kaffee und Milch zu gleichen Teilen.
- Café au Lait:** Französischer Milchkaffee, bei dem der Milchanteil überwiegt
- Café Brûlot:** Kaffee wird über eine Mischung aus Cognac, Gewürzen und Zucker gegossen und anschliessend flambiert
- Café Cortado:** In Spanien ein kleiner, starker Kaffee, der in einer Espressotasse oder im kleinen Glas serviert und mit gesüsster Kondensmilch aufgefüllt wird.
- Irish Coffee:** Irische Spezialität aus starkem Kaffee, Zucker und Whiskey, mit einer Haube aus halbgeschlagener Sahne, im Glas serviert

GFELLER AM BÄRENPLATZ

KOMPETENZ BEI KAFFEE UND KUCHEN

Seit jeher ist das Restaurant «Gfeller am Bärenplatz» im Herzen von Bern, der Hauptstadt der Schweiz, bekannt und beliebt für Kaffee und Kuchen. Die Kompetenz in Sachen Kaffee und Kuchen ist im Laufe von mehr als einem Jahrhundert gewachsen. Jetzt hat «Gfeller am Bärenplatz» mit seinem «Caffolito»-Konzept eine neue Ära der Kaffeekultur auf der Basis von aromatisierten kalten und warmen Kaffeekreationen eingeläutet. Die Basis dazu bildet die Franke Kaffeemaschine Spectra Foam Master.



«Gfeller am Bärenplatz» – mitten im Herzen der Schweizer Hauptstadt

«Gfeller am Bärenplatz» – das ist in der Berner Gastroszene und weit darüber hinaus eine Institution und Referenz zugleich: Seit bald 120 Jahren führt die Familie Gfeller in Bern einen Verpflegungsbetrieb – zuerst eine einfache Kostgeberei und Chüechliwirtschaft an verschiedenen Standorten in den Gassen der Berner Altstadt, dann, ab 1915, am Bärenplatz, also mitten im Herzen der Bundesstadt, direkt neben dem Bundeshaus und dort an der Front, wo das Leben pulsiert und die Bernerinnen und Berner flanieren und auf den Markt gehen.

Unterschiedliche Gastrokonzepte unter einem Dach

«Gfeller am Bärenplatz» ist heute ein gastgewerblicher Grossbetrieb mit rund hundert Voll- und Teilzeitmitarbeitenden und fünf Geschäftseinheiten mit total 1200 Sitzplätzen und wird in vierter Familien-Generation innerhalb einer Kommanditgesellschaft, der Christian Gfeller & Co., vom 56-jährigen Christian Gfeller geführt. Das Unternehmen umfasst folgende Betriebe:

- Das Restaurant «Gfeller am Bärenplatz» mit über 500 Sitzplätzen im Restaurant, Wintergarten und auf dem Bärenplatz-Boulevard. Es repräsentiert die Wiege von «Gfeller am Bärenplatz», ist sieben Tage pro Woche geöffnet und bekannt für preiswerte Gerichte, Kuchen, Kaffee, Gebäck und Glaces. Im Restaurant integriert ist «Gfeller's Chueche-Lädeli», ein Takeaway-Corner, wo vor allem Hausspezialitäten wie die legendären Fruchteukuchen über die Gasse verkauft werden.
- Daneben, ebenfalls im Erdgeschoss, befindet sich die Brasserie «Chez Edy» mit rund 270 Sitzplätzen im Restaurant, Wintergarten und auf dem Bärenplatz-Boulevard. Es ist ebenfalls sieben Tage pro Woche geöffnet und profiliert sich mit seinen typischen Brasserie-Gerichten, insbesondere mit Elsässer Flammkuchen sowie mit Moules et Frites.

8 REFERENCES

Gastrunternehmer Christian Gfeller führt in der vierten Familiengeneration die Kommanditgesellschaft der Christian Gfeller & Co.



Der Kaffeeausschank im «Gfeller am Bärenplatz» basiert neu auf den Franke Kaffeemaschinen Evolution Plus und Spectra Foam Master



- In der ersten Etage wird seit 1968 «La Pizzeria» betrieben, die erste Pizzeria auf dem Platz Bern. Sie verfügt über 75 Sitzplätze und gilt in Sachen Pizza noch immer als das Mass aller Dinge: 30 Sorten Pizza, frische, knackige Salate und italienische Desserts sind die Markenzeichen von «La Pizzeria».
- Seit 1998 betreibt Gfeller in der oberen Etage am Bärenplatz auch ein mongolisches Speiserestaurant namens «China Imperial», wo es neben preiswerten Lunchtellern abends ein reichhaltiges Buffet à discrétion gibt. Das «China Imperial» bietet rund 200 Gästen Platz und ist sowohl bei Individualgästen als auch bei Firmenanlässen, Familienfeiern und Gruppen sehr beliebt, weil es sich dabei um eine sehr kommunikative und unkomplizierte Gastronomie handelt.

Kompetenz in Kaffee und Kuchen

Trotz der konzeptionellen Diversifikation ist und bleibt «Gfeller am Bärenplatz» der Inbegriff für höchste Kompetenz bei Kaffee und Kuchen. Das hat sogar dazu geführt, dass «Gfeller am Bärenplatz» von 1938 bis Ende des letzten Jahrzehnts im Schweizer Bundeshaus das «Café Vallotton» führen durfte. Noch heute werden bei «Gfeller am Bärenplatz» die in der eigenen Backstube zubereiteten Kuchen mit einer «4-Stunden-Garantie» versehen – Kuchen, die nicht innerhalb von vier Stunden verkauft oder verzehrt sind, verschwinden aus der Kuchentheke.

Integriert im Restaurant - «Gfeller's Chueche-Lädeli»



Das innovative «Caffolito»-Konzept mit aromatisierten warmen und kalten Kaffee/Milch-Kreationen



Das innovative Kaffeekonzept «Caffolito»

Jetzt hat Gastronom Christian Gfeller im Restaurant «Gfeller am Bärenplatz» ein weiteres Konzept implementiert, das die ohnehin schon legendäre Kaffee-Kompetenz unterstreichen soll: «Caffolito» heisst das Konzept, das aus einer Reihe innovativer Kaffeespezialitäten und einer extravaganten Präsentation besteht.

«Wir erzielen rund einen Sechstel unseres Gesamtumsatzes mit Warmgetränken, davon 70 Prozent mit Kaffee. Da ist es für uns von zentraler Bedeutung, im Bereich des Kaffeeausschanks mit Innovationen aufwarten zu können. «Caffolito» soll dazu beitragen, den Kaffee-Konsum bei uns mit überraschendem Genuss in Verbindung zu bringen. Wir haben deshalb eine eigens dafür entwickelte Angebotskarte mit den bekannten Kaffee-Klassikern, vor allem aber mit innovativen Kaffeespezialitäten. Die Rezepte dazu haben wir selbst und in enger Zusammenarbeit mit Franke Kaffeemaschinen und Monin-Sirup, beides bestehende Partner, entwickelt. Zudem haben wir für die Festigung unserer Kaffee-Kompetenz einen erfahrenen Kaffee-Sensoryer engagiert, mit welchem wir künftig weitere saisonal inspirierte «Caffolito»-Kreationen austüfteln werden», erklärt der Geschäftsführer Christian Gfeller.

Rechnet sich «Caffolito»?

Nur eben – rechnet sich der ganze Aufwand? Gastronom Christian Gfeller: «Die Frage ist absolut berechtigt. Wenn wir den Warm- und Kaltschaum für unsere «Caffolito»-Spezialitäten manuell zubereiten müssten, würde sich das ganze Konzept nicht rechnen. Das ist klar. Wir können diese aufwendigen Kaffee-Kreationen nur deshalb anbieten, weil wir unsere gesamte Kaffeeausschank-Infrastruktur auf Kaffeevollautomaten von Franke abgestützt haben. Ein Teil unserer Maschinen sind mit dem Franke Foam Master ausgerüstet. Mit der Kaffeemaschine Spectra Foam Master zum Beispiel ist es möglich, auf Knopfdruck vollautomatisch sowohl Warm- als auch Kaltschaum herzustellen. Das eröffnet uns absolut neue Möglichkeiten, unser Angebot an Kaffee/Milch-Kreationen auszubauen und neue Trends im Kaffee-Genuss zu setzen.» ■

HENNESSY COFFEE

WE LIVE AND LOVE COFFEE

Auch Sie kennen sicherlich Menschen, die von einer Sache vollkommen überzeugt sind und auch andere davon unbedingt begeistern möchten. Sie sollten einmal John Hennessy kennen lernen. Er verkörpert das australische Kaffeeunternehmen Hennessy Coffee, die treibende Kraft auf einem ziemlich speziellen Kaffeemarkt in seinem Land, der hauptsächlich Clubs und Hotels bedient.

Normalerweise geht man in Australien in einen Club, ein Hotel oder ein Pub, um in geselliger Runde ein Glas zu trinken oder ein Mahl einzunehmen. So war es wahrlich keine einfache Aufgabe, in dieser Gastronomiesparte eine Kaffeekultur aufzubauen. John Hennessy hatte diese weitgehend ungenutzte Chance jedoch vor rund zehn Jahren erkannt und machte sich mit grossem Eifer daran, in australischen Clubs und Hotels eine Kaffeekultur einzuführen.

Für die Betreiber der Bars und Clubs ist dieses Konzept ein Selbstläufer. Denn wenn sie ihren Kunden «ein Kaffeeerlebnis der besonderen Art» anbieten, profitieren sie von einer ganzen Reihe unverhoffter Vorteile. Schliesslich haben die Kunden nun einen guten Grund mehr, in das Lokal zu kommen und auch länger zu bleiben. Das Kaffeesegment bietet hervorragende neue Möglichkeiten, Profite zu erwirtschaften. Und die meist anspruchsvollen australischen Kaffeegeniesser nehmen diese neuartigen, attraktiven Kaffeeangebote immer bereitwilliger an – und werden dabei immer wieder aufs Neue angenehm überrascht.

Warum hat dies bei Hennessy Coffee so gut funktioniert?

Natürlich ist die Passion für Kaffee der entscheidende Faktor, doch John Hennessy weiss nur zu gut, dass er nicht überall gleichzeitig sein kann, um diese Begeisterung zu verbreiten. Stattdessen setzt Hennessy Coffee auf ein konsequentes, kontinuierliches Schulungsprogramm für alle Kunden des Unternehmens, auf Kaffeebohnen höchster Qualität und natürlich auf absolute Premium-Kaffeemaschinen.

Hand in Hand mit Franke – eine erfolgreiche Partnerschaft

Australische Clubs und Hotels werden im Allgemeinen stark frequentiert. Daher ist die schnelle, zuverlässige Kaffeezubereitung in konstanter Qualität ein Muss. Die vollautomatischen Kaffeemaschinen von Franke liefern das Bean-to-Cup-Angebot für hohe Ansprüche, das ideal auf diesen Markt zugeschnitten ist. Mit diesen Maschinen ist jeder Mitarbeiter in der Lage, hervorragenden Kaffee zuzubereiten.



Die Kunden von Hennessy wissen ganz genau, dass sie dank der Unterstützung des Hennessy Coffee Teams einen Gang zurückschalten und sich dennoch sicher sein können, dass ihr Kaffeegeschäft reibungslos läuft. Sie können sich voll auf John Hennessy und sein Team verlassen, wenn es um die Planung und Umsetzung der Konzeption sowie um die Schulung und Motivation ihrer Mitarbeiter geht. Dazu zählt auch die regelmässige Kontrolle des Kaffeebereichs.

John Hennessy zeichnet seine intensive Leidenschaft für Kaffee aus. Er weiss genau, was es braucht, um in der Kaffeebranche erfolgreich zu sein.

Ausserdem tragen die Geräte von Franke dank ihrer HACCP-Zertifizierung der wachsenden Bedeutung der Lebensmittelsicherheit in der Branche umfassend Rechnung und stellen somit die ideale Lösung für Funktionsbereiche und den Bereich hinter der Theke dar – für stark frequentierten Standorte, in denen ein erstklassiges Kaffeeangebot gefragt ist, das strengsten Vorschriften obliegt. Da die Anforderungen von Lokal zu Lokal sehr unterschiedlich sind, sind die Kunden von Hennessy Coffee über die verschiedenen Möglichkeiten begeistert, die dank der verschiedenen Zusatzoptionen von Franke Kaffeemaschinen realisiert werden können. Dadurch ist Hennessy Coffee in der Lage, eine massgeschneiderte Lösung für Kunden mit unterschiedlichsten Anforderungen anzubieten: Zu gross, zu klein, zu einfach, zu kompliziert – das gibt es nicht. Durch diese Flexibilität kann für jedes Lokal ein ganz individuelles Konzept erfolgreich realisiert werden.

Das Motto von Hennessy Coffee lautet «We live and love coffee». Es steht kurz und prägnant für die Zielsetzung des Unternehmens: Es möchte dem schnell wachsenden Kundenstamm im Osten Australiens Produkte (Kaffee) und Ausrüstung (Maschinen) der absolut besten Qualität anbieten. Ohne gleichgesinnte Partner wie das Team von Franke wäre dies nicht möglich. ■



hennessycoffee



the new tradition

DER SOMMER KANN KOMMEN

KAFFEEKREATIONEN FÜR HEISSE TAGE UND MEHR

Da läuft nicht nur dem Kaffeeliebhaber das Wasser im Mund zusammen: Beim Anblick der neuen, trendigen Getränkekreationen mit Kaffee, kaltem Milchschaum und nach Gusto auch Flavour oder auf Eis wird jeder Gast schwach. Kalte Kaffeevariationen sind vor allem im Sommer ein echter Umsatzbringer und sorgen für Erfrischung und Energie.



Raspberry White Chocolate

Zutaten: Himbeersirup, weiße Trinkschokolade, kalte Milch, kalter Milchschaum

Gefäß: tiefes Glas

Dekoration: frische Himbeeren, weiße Schokoraspeln



Iced Mojito Latte Macchiato

Zutaten: Mojitosirup, kalte Milch, kalter Milchschaum, Espresso

Gefäß: Latte Macchiato-Glas

Dekoration: Rohrzucker, Pfefferminzblätter



Iced Chococcino

Zutaten: Schokosauce, kalte Milch, kalter Milchschaum, Espresso

Gefäß: Longdrink-Glas

Dekoration: Schokoraspeln



Die Spectra Foam Master mit Flavour Station ermöglicht Ihnen auf einen Schlag, Ihr Getränkeangebot nahezu unbegrenzt auszubauen: Kaffeespezialitäten mit kaltem und warmem Milchschaum – auch in verschiedenen Konsistenzen, mit Kaffee und Schokolade sowie Sirup können einfach auf Knopdruck hergestellt werden.

Weitere Rezepte mit kaltem Milchschaum und Flavour finden Sie im Internet:
www.franke.com

DER KALTE KOSMOPOLIT

Mit Eiswürfeln, sahniger Eiscreme oder einfach eiskalt serviert: Kalter Kaffee ist weltweit nicht nur im Sommer ein gefragter Drink – gern auch «ready to drink» aus der Flasche oder Dose.

Dass kalter Kaffee schön macht, lässt sich wissenschaftlich nicht beweisen. Dass er heute Kaffeetrinker in aller Welt begeistert, darüber besteht kein Zweifel. Von Atlanta bis Zürich, von Adelaide bis Tokio sind Iced Coffee & Co. wahre Top-Seller in Kaffeebars, Restaurants und Supermärkten. Die Vielfalt der kalten Trendgetränke ist gross und hat international ganz eigene Facetten.

Länderspezifische Zubereitung

Je nach Land und Gusto wird der Kaffee unterschiedlich gekühlt, gemixt und genannt. Fragt man zum Beispiel einen Kanadier, greift dieser gern zum «Iced Capp». Der Grieche bestellt einen «Frappé», der Chilene einen «Café Helado», und in Thailand gehören Zimt, Kardamom und Sesam zum traditionellen «Oliang». In Israel muss Crushed Ice in den «Slushie», und in Australien wird aus dem kalten Kaffee dank sehr viel Sahne und Zucker gewissermassen ein Milchshake mit Kaffeegeschmack. In Westeuropa wiederum allseits bekannt aus Cafés «der alten Schule» ist der Eiskaffee mit einer Kugel Vanilleeis, Zucker nach Wahl, geschlagener Sahne und jeder Menge Kaffee, der klassisch gekocht und schlicht heruntergekühlt wurde.



In Japan traditionell mit Eiswürfeln

Was der Eiskaffee für Europa ist, ist der kalte Kaffee mit Eiswürfel-Technik in Japan: Das Erfrischungsgetränk hat eine lange Geschichte im Land der aufgehenden Sonne und wird seit der Taisho-Zeit in den 1920er-Jahren gleichermassen traditionell hergestellt. Anstatt in eine leere Kanne wird der Kaffee in einen Behälter mit Eiswürfeln gebrüht. Der unmittelbare Kontakt mit dem Eis konserviert quasi das gute Aroma des frischen Kaffees, der am besten mild geröstet sein sollte. Wenn dann noch die Menge des Brühwassers richtig kalkuliert und mit der Menge Eiswürfel verrechnet wird, steht dem aromatischen Kalt-Genuss nichts mehr im Weg. Serviert wird der japanische Eiskaffee in seinem Heimatland am liebsten mit viel süsser Schlagsahne und Sirup nach Geschmack.

Der Klassiker: Caffè Freddo

Mit seinem «Caffè Freddo» gilt Italien als Urheberland des Eiskaffees – und setzt dabei seit jeher auf das Wesentliche: kalter Espresso, mit reichlich Zucker gesüsst und dank eines sehr schnellen Abkühlvorgangs im besten Fall gar nicht bitter. Der Klassiker lässt sich selbstverständlich auch kreativ variieren, zum Beispiel als Eiskaffee «Sour» mit Zitronensorbet und Limoncello oder zur Abwechslung als erfrischender Cocktail. Dazu wird der Espresso – wie Wasser – als Würfel gefroren, anschliessend zerkleinert und mit Sahne, Zucker oder Likören nach Wahl aufgefüllt.

USA: Trendgetränk Frappuccino

In den USA, einem Land, das den Espresso nicht gerade erfunden hat, spielt kalter Kaffee trotzdem – oder gerade deshalb – eine wichtige Rolle. Vor allem der Systemgastronom Starbucks hat in den vergangenen Jahren dafür gesorgt, dass Frappuccino & Co. nicht nur im Sommer in den «to go»-Becher kommt. Waren es anfangs eigene Rezepturen für den gekühlten Genuss, sind heute fast alle regulären Kaffeespezialitäten des Coffeeshop-Moguls auch kalt zu haben. So lässt sich der Lieblings-Kaffeedrink des Winters auch zur warmen Jahreszeit prima geniessen. Seit Kurzem bekommt das kalte Konzept nun «grüne» Konkurrenz aus dem eigenen Land: Mit «Culinary Iced Coffee» hat Starkoch Wolfgang Puck eine eigene Produktlinie mit fertigen Eiskaffees auf den Markt gebracht, die den Nerv der Zeit treffen – «organic» und «lowfat». Mit den Varianten Crème Caramel, Café au Lait, Double Blend Mocha und Vanilla Fusion sowie Zutaten ökologischer Herkunft setzt der Wahl-Kalifornier aus Österreich ganz neue Akzente im US-Coffee-Business. Ähnliches versucht in den USA auch PomX: Der kalte Kaffee in griffigen runden Plastikflaschen enthält Antioxidantien des Granatapfelextrakts. Zusammen mit nachhaltig produziertem Kaffee und ebensolchem Zucker sowie fettarmer Milch wird daraus ein Power-Drink für viele Gelegenheiten.



Schnelle Alternative: «ready to drink»

Wer keine Zeit zum Kühlen, Mischen und Rühren hat, der greift zum «ready to drink»-Kaffee. Auch wenn dieser nie ohne Zucker oder Zuckersubstitut auskommt, so ist der Koffein-Kick für unterwegs weltweit ein echter Hit – und birgt laut Marktforschern noch sehr viel Potenzial. An dem fixfertigen Kaffeetrend in Europa sowie dem Auf- und Ausbau einer ganz eigenen Produktkategorie ist massgeblich die Schweizer Firma Emmi beteiligt. Mit Caffè Latte fing 2004 alles an: Das erste kalte Kaffeegetränk mit frisch gebrühtem Espresso nach Barista-Art eroberte die Supermärkte, Tankstellen und Kioske. Als jüngster Neuzugang ist Intenso, der extra Starke, dazugekommen. Besonders viele Anhänger finden die kleinen Kalten in Deutschland: Gut 30 Millionen Becher und damit mehr als im Emmi-Mutterland setzen die Schweizer bei ihren Nachbarn pro Jahr ab. Mit 30 Prozent hält Emmi einen bemerkenswerten Anteil am Markt, auf dem sich unter anderem auch Firmen wie illycaffè (gemeinsam mit The Coca-Cola Company) und Nescafé erfolgreich tummeln. ■





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 Kaffeetränke-/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 Kaltgetränkebereich 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! ■



Das Familienunternehmen von Karl Eisenrieder ist seit über 40 Jahren eine bekannte Grösse der Münchner Café-/Konditoreien-Szene. Zum traditionsreichen «Café Münchner Freiheit» gehören heute acht Filialen. Das neueste «Familienmitglied» befindet sich in der Bayerischen Staatsbibliothek: das «StaBi-Café»

Nach seiner Ausbildung zum Koch bei Alois Dallmayr und seinem Abschluss an der Hotelfachschule Luzern engagiert sich auch Max Eisenrieder im Unternehmen.

DREI FRAGEN AN MAX EISENRIEDER

MÜNCHNER FREIHEIT EISENRIEDER GMBH

Herr Eisenrieder, wie sehen Sie den Trend zur Getränkevielfalt im Allgemeinen und speziell für Ihr Geschäft?

In unserem «StaBi-Café» waren wir besonders durch unsere Kundschaft gefordert, dem Trend der Getränkevielfalt zu folgen. Ungefähr 80 Prozent unserer Gäste sind Studenten, die natürlich «trenddurstig» sind. Wir waren praktisch gezwungen, auf neue, innovative Kaffeeprodukte zu setzen. Durch die neue Spectra Foam Master haben wir die Möglichkeit, den Trend des Kaltschaums mit verschiedenen Toppings anzubieten und erhoffen uns natürlich eine innovative Positionierung in den Köpfen unserer Kundschaft.

Der zweite wichtige Punkt, den es zu berücksichtigen gilt, ist die unterschiedliche Kaufkraft. Um diesem Kriterium zu entsprechen, haben wir uns entschieden, unsere Getränkevielfalt auch in der Quantität zu erweitern. Wir bieten alle unsere Heissgetränke in den Grössen 0,2 l, 0,3 l und 0,4 l zu entsprechenden Preisen an und gehen somit auf die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Kunden ein.

Welche Getränkespezialitäten (aus der Maschine) bieten Sie an? Wie werden diese von der Kundschaft angenommen bzw. wie unterstützen Sie dies?

In unserem «StaBi-Café» bieten wir natürlich die bekannten Kaffeespezialitäten wie Milchkaffee, Latte Macchiato etc. an. Als wirklich neues Produkt bieten wir unseren Kunden Kaltschaumgetränke mit Toppings wie Kokos, Erdbeer, Mandel etc. an. Sicherlich ist es das primäre Ziel, mit diesen Produkten die stagnierende Nachfrage nach Heissgetränken in den warmen Monaten zu decken. Aber natürlich wollen wir einzigartige Produkte anbieten, mit denen wir uns von der Konkurrenz unterscheiden. Dies gelingt uns sicherlich mit der neuen Produktlinie der Franke Spectra.

Da unsere Spectra Foam Master erst im November in Betrieb genommen wurde, können wir die Akzeptanz unserer Kunden zu den neuen Kaltprodukten noch nicht in Zahlen ausdrücken. Aber als wir im November als Benefit Kaltmilch-Shots mit Topping kostenlos an unsere Kunden verteilten, war der Andrang für die bereits niedrigen Aussentemperaturen überraschend hoch und so manches überraschte und fröhliche Gesicht unter den Studenten war zu sehen.

Welche Rolle spielt Maschinenteknik bei der Getränkevielfalt? Welche Anforderungen stellen Sie an die Maschine?

Unsere Anforderungen waren folgende:

Hohe Qualität des Milchschaums:

Aus diesem Grund kam für uns nur eine Maschine infrage, die mit einer Kaltmilch-Pumpstechnik arbeitet, also die Milch erst bei Produktabgabe à la minute erhitzt.

Leistungsfähigkeit:

Im «StaBi-Café» ist die Nachfrage an Heissgetränken gerade in Spitzenzeiten aussergewöhnlich hoch. Die Spectra Foam Master schafft die Zubereitung von Kaffeespezialitäten mit hohem Milchanteil in Rekordzeit bei gleichbleibender Schaumqualität in Temperatur und Milchporung.

Zuverlässigkeit:

Im «StaBi-Café» verfügen wir über keine zweite Vollautomatenmaschine, die als Back-up dienen kann. Deshalb wäre eine Unzuverlässigkeit der Maschine nicht zu vertreten. Seit die Spectra Foam Master bei uns in Betrieb gegangen ist, verzeichnen wir keinen Ausfall in jeglicher Art und verlassen uns hundertprozentig auf diese Maschine.

Vielen Dank und weiterhin erfolgreiche Kaffeegeschäfte! ■



INTERNORGA – LEITMESSE IM AUSSER-HAUS-MARKT

VOM 18. BIS 23. MÄRZ 2011 IN HAMBURG



Die INTERNORGA in Hamburg ist mit rund 1000 Ausstellern aus 25 Nationen eine der führenden und grössten europäischen Fachmessen. Sie bietet den Fachbesuchern aus aller Welt Informationen über Neuheiten und Trends in der Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung sowie Bäckereien/Konditoreien.

Franke Coffee Systems präsentiert (Halle B2 EG Stand 211) neue Getränkecreationen, die mit der Spectra Foam Master und der Flavour Station hergestellt werden. Passend zur anstehenden Sommersaison stehen Mixgetränke mit Fruchtaromen und kaltem Milchschaum im Vordergrund. Ein weiteres Highlight wird die Übergabe einer gespendeten Pura Kaffeemaschine an UNICEF im Rahmen der 100-Jahre-Jubiläumsfeierlichkeiten von Franke. Stargast Johanna Christine Gehlen und Franke Inhaber und CEO Michael Pieper werden die Pura am 19. März um 16.30 Uhr überreichen, um damit die Hilfsprojekte von UNICEF zu unterstützen. ■



FRANKE COFFEE SYSTEMS AUF DER NAFEM SHOW

10. BIS 12. FEBRUAR 2011 IN ORLANDO (FLORIDA/USA)

Auf der NAFEM Messe in Orlando drehte sich alles um innovative Ideen. Franke Coffee Systems Americas war stolz darauf, seinen Beitrag zum 100-jährigen Jubiläum von Franke zu leisten und so den innovativen Schweizer Geist eines ganzen Jahrhunderts zu feiern. Auf der Messe präsentierte Franke Coffee Systems Americas sein neues verschlanktes Portfolio mit massgeschneiderten Angeboten für die verschiedenen Marktsegmente.

Am Stand von Franke herrschte grosser Andrang – die Messe war ein echter Erfolg. Den Auftakt anlässlich des 100. Jubiläums von Franke bildete ein bereits sehnlich erwarteter grosser Empfang. In diesem feierlichen Rahmen nutzten etwa 400 bis 500 Freunde und Kollegen des Hauses die gute Gelegenheit, die zentralen Werte von Franke zu transportieren. Von der anhaltenden Feststimmung mit entsprechend hohen Besucherzahlen profitierte neben Franke Coffee Systems auch Franke Foodservice Systems, denn die beiden Unternehmensbereiche teilten sich bei dieser Messe einen Stand. Neben Produktinnovationen präsentierte Franke Coffee Systems auch ein innovatives Geschäftsmodell, bei dem das bestehende Vertriebsnetz durch ein Netz von Handelsvertreter erweitert wird. 80 Verkäufer aus über 20 Unternehmen



nahmen vor Messebeginn an verschiedenen Schulungen teil, die darauf abzielten, die Markenbotschaft von Franke und die Werbemassnahmen verschiedener Programme zu stärken.

Viel Wirbel gab es bei WHAT'S HOT! WHAT'S COOL!®, einer Präsentation neuer Produkte auf der NAFEM. Die Entscheidung der Messeveranstalter, die Evolution Plus Foam Master von Franke zu präsentieren, erwies sich als grosser Erfolg bei dieser sehr gut besuchten Veranstaltung. Bei der Konzeption der Foam Master ging es darum, eine Kaffeemaschine mit herausragender Milchschaumqualität zu entwickeln. Diesen Anspruch löst die Foam Master mit Bravour ein, getreu dem Slogan «Entdecke Milch völlig neu».

Insgesamt ein sehr positiver Start in das Jahr 2011. ■

100 JAHRE FRANKE

Was vor 100 Jahren als «Spenglerei Hermann Franke» in Rorschach (SG) begann, ist heute – drei Generationen später – eine globale Schweizer Unternehmensgruppe mit 70 Gesellschaften und rund 11 000 Mitarbeitern. Die Franke Artemis Group, zu der Franke Coffee Systems gehört, feiert dieses Jahr ihren 100. Geburtstag.

Kaum ein Schweizer Unternehmen ist in den letzten Jahrzehnten so gewachsen wie die Franke Artemis Group. Durchschnittlich drei Unternehmen pro Jahr wurden in den letzten eineinhalb Jahrzehnten akquiriert und stets aus dem selbst erarbeiteten Cash-Flow finanziert.

Gelebtes Unternehmertum, in Herausforderungen Chancen zu erkennen und diese umzusetzen sowie den Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten zu stellen, sind laut CEO und Inhaber Michael Pieper die Erfolgsfaktoren der hundertjährigen Geschichte von Franke.

Entdecken Sie mit uns 100 Jahre Franke unter:
www.100yearsfranke.com



VIER UNTERNEHMER – ZWEI FAMILIEN – EINE SCHWEIZER ERFOLGSGESCHICHTE

Hermann Franke, der Gründer und Industriepionier, erkannte früh das Potenzial von Edelstahl. Er begann mit der Herstellung geschweisster Spültische und legte damit den Grundstein zur industriellen Entwicklung von Franke.

Walter Franke übernahm nach dem plötzlichen Tod seines Vaters die Firma. Er erweiterte die Spültische um das Grossküchen-Geschäft und weitete die Geschäftstätigkeiten über die Schweizer Grenze hinaus aus, indem er in Westeuropa Unternehmen kaufte oder selbst aufbaute. Walter Franke war einer der Väter der heute noch angewendeten Normen der Küchentechnik.

Willi Pieper erwarb das Unternehmen Franke von seinem Freund Walter Franke und entwickelte es mit systematischem Vorgehen und klarer Strategie weiter. Willi Piepers Ziel war, in ausgewählten Nischenmärkten weltweit die Nummer 1 zu werden. Mit dem Erwerb der Progressive Corporation in Philadelphia USA tat er den ersten grossen Schritt zum globalen Unternehmen.

Michael Pieper schuf aus dem Unternehmen mit CHF 480 Millionen Umsatz (1989) den weltweit führenden Anbieter von intelligenten Systemen für Haushaltsküchen, professionelle Systemgastronomie, professionelle Kaffeezubereitung, intelligente Systeme für die Getränkeindustrie und umfassende Waschräumlösungen mit rund CHF 2,5 Milliarden Umsatz. Er erkannte früh das Potenzial der osteuropäischen Staaten, von Asien, Südamerika und Afrika und baute das Unternehmen konsequent und erfolgreich zur heutigen globalen Franke Artemis Group aus. ■



Das Franke Gelände in Aarburg – damals 1947 und heute

Franke Kaffeemaschinen AG
Franke-Strasse 9
4663 Aarburg
Schweiz
Fon +41 62 787 36 07
Fax +41 62 787 30 10
www.franke.com

Franke bremer GmbH
Franke Strasse 1
97947 Grünsfeld
Deutschland
Fon +49 9346 9278 0
Fax +49 9346 9278 100
www.franke.de

Service Büro:
Franke Coffee Systems
Holland
Lage Dijk 13
5705 BX Helmond
Holland
Fon +31 402 990 260
Fax +31 402 990 266
www.franke.com

Franke Coffee Systems
Japan Ltd.
Shinkawa Bldg. 6F
D104-0033 Chuo-ku,
Tokyo, Japan
Fon +81 3 3523 7660
Fax +81 3 3523 3360
www.franke.com

Franke Coffee Systems UK Ltd
18 Handley Page Way,
Old Parkbury Lane,
St Albans, Hertfordshire AL2 2DQ
England
Fon +44 1923 635700
Fax +44 1923 635701
www.franke.com

Franke Coffee Systems
Americas
800 Aviation Parkway
Smyrna, TN 37167
USA
Fon +1 615 462 4265
Fax +1 615 462 4400
www.franke.com

Franke Coffee Systems
Österreich
Wallackgasse 7
1230 Wien
Österreich
Fon +43 1 907 66 60 -0
Fax +43 1 907 66 60 -3
www.franke.com

19'328'011/03.11/02d



FRANKE

COFFEE
SYSTEMS