

nicht nur für Kaffeekultur im engeren, sondern gleichfalls im weiteren Sinn; sprich: „Die großen Dichter und Denker wurden durch Kaffee inspiriert“, berichtet die Meinl-Marketingleiterin. „Das Café war ein Wohnzimmerersatz, mancher hat sich gar die Post in Kaffeehaus liefern lassen.“

Awareness im Regal

Heute ist der Weg zum guten Kaffee vergleichsweise einfach geworden: Die Ausstattung der Haushalte mit Kaffeemaschinen in allen Varianten ist imposant – und die dazugehörige Vielfalt im Supermarktregal hält mit. Meinl will ebenda mittels Logo im neu-

”

Wir sind bei Meinl stolz auf eine Tradition, die bis 1862 zurückreicht. Aber man darf sich darauf nicht ausruhen.

Tanja Falter

Julius Meinl Austria GmbH

“

en quadratischen Outfit deutlich punkten: „Das Logo garantiert hohe Awareness im Regal und eröffnet den Verpackungsdesignern mehr Spielraum, da sich das Logo selbst in Szene setzt“, ist Falter überzeugt.

Vor dem Hintergrund der Verbindung des Traditionsrösters mit der Wiener Kaffeehauskultur, die zur Zeit der Wiener Moderne ihre Hochblüte feierte, werden klassische Jugendstilelemente im neuen Verpackungsdesign eingesetzt. Muster im Stil der Wiener Werkstätte und eine vom Jugendstil inspirierte Typografie liefern die Effekte – und darüber hinaus die Möglichkeit, eine Produktdifferenzierung innerhalb der Espresso-Range zu schaffen.

Gleichzeitig ist es gelungen, einen einheitlichen, starken Markenauftritt hinzulegen. Entsprechend das Echo: „Der Relaunch ist gerade erst drei Wochen her und wir haben daher noch kein

fundierte Datenmaterial dazu“, sagt Falter, „aber die Reaktion von Handel und Konsumenten ist sehr positiv.“ Das muss sie auch sein, denn es geht um nichts mehr und nichts weniger, als in der Espresso-Dimension groß aufzuspielen.

Im Schatten des Präsidenten

Und gerade beim Espresso war Meinl bis dato mehr präsent als dominant. Was nicht zuletzt an der Präsenz des Präsidenten lag:

Immer mehr Österreicher bereiten ihren Kaffee im Vollautomaten zu.

Derzeit steht in 38% der heimischen Haushalte ein Kaffeevollautomat, viermal so viel wie noch vor 15 Jahren. Zum Vergleich: Filterkaffeemaschinen stehen in rd. 35% der Haushalte. Espresso- und Caffè Crema-Käufer verfügen demnach mit hoher Wahrscheinlichkeit über einen Vollautomaten und sie sind jünger und kaufkräftiger.



© Julius Meinl

38%

Gut gerüstet

Derzeit steht in 38% der heimischen Haushalte ein Kaffeevollautomat – das ist viermal so viel wie noch vor 15 Jahren und übertrifft aktuell sogar die Ausstattung mit Filtermaschinen.

Meinls Präsident dominiert im Filterkaffee-Segment bereits seit Jahrzehnten – die Markenpremiere fand im Jahr 1980 statt. Die traditionsreichen Klassiker Präsident und Jubiläum sollen übrigens demnächst ebenfalls ihr neues Outfit verpasst bekommen.

Nun war es naheliegend, dass man auch in einem Boom-Segment wie Espresso ein gewichtigeres Wörtchen mitreden möchte. „Wir wollen beim Espresso in Zukunft eine größere Rolle spielen“, bestätigt Falter. Ergo rückt Meinl gleich vier 1 kg-Packungen frisch verpackt ins Kaffeeregal der Supermärkte. Die belegen zwei Preisebenen, zuletzt gesehen in der Verbrauchermarktkette Merkur um 13,99 bzw. 16,99 €.

Mithin gibt es die Sorten Espresso und Caffè Crema in einer Trend- und einer Premium-Collection. Hintergrund dazu:

Frisch geröstet

Die Meinl Kaffee-Experten Tanja Falter, Catherine Luckner und Angelika Wagner luden in der Meinl-Akademie zur Kaffeeverkostung – inklusive Einordnung der Aromen zwischen Arabica und Robusta-bohnen.

Und auch der Trend zu höherer Qualität hält an – und setzt sich, davon ist man bei Meinl überzeugt, weiter fort.

Barista-Ausbildung für daheim

Um dem Trend infolge die fachmännische Unterfütterung ange-deihen zu lassen, lädt Meinl ab 2019 Kaffeeliebhaber erstmals in die Meinl-Akademie im 17. Wiener Bezirk. „Wir befinden uns gerade beim Feintuning für einen Home-Baristakurs“, berichtet Angelika Wagner, ihres Zeichens Leiterin der Meinl-Akademie.

Das Absolvieren dieses voraussichtlich halbtägigen Lehrgangs wird erstens mit einem „Home-Barista-Zertifikat“ belohnt, zweitens verleiht es bei günstigem Verlauf die Fähigkeit, zuhause den perfekten Espresso oder Cappuccino zu bereiten. Letztlich darf der Kaffee-Genuss daheim vermehrt aus dem Schatten der Filtermaschine treten.