



© Tchibo

**Kompakt**

Der „Esperto Caffè“ will Espressoqualität auf Gastronomieniveau in die Haushalte bringen. Er punktet mit schlankem Design und leichter Reinigbarkeit.

# Esperto Caffè für Connaisseure

Tchibo bringt seinen ersten Vollautomaten auf den Markt. Das Sortiment wird um eine Bio-Röstung erweitert.

WIEN. Bei Tchibo tut sich was. Nach den fünfjährigen Feierlichkeiten anlässlich des 70-jährigen Jubiläums hat der Kaffeeröster schon das nächste Highlight aufzubieten: Mit dem „Esperto Caffè“ präsentierte Tchibo kürzlich seinen ersten Kaffeefullautomaten.

Mit der Maschine wolle man „Gastronomiequalität zu einem leistbaren Preis“ in die Haushalte bringen, so Harald J. Mayer, Geschäftsführer von Tchibo Österreich.

Der Vollautomat aus Edelstahl und Kunststoff bereitet per Direktwahltasten Espresso, Caffè Crema oder Americano (Verlängerter) zu. Kaffeestärke und -geschmack lassen sich mit der „Intense+“-Taste und stufenloser Mahlgradeinstellung individuell anpassen.

Neben der Qualität und Personalisierung bei der Zubereitung standen leichte Bedienbar-

keit und Reinigung sowie ein schlankes Design im Fokus der Produktkonzeption.

Die Maschine wiegt knapp acht Kilo und bringt es auf eine Breite von 18 cm. Das Kegelmahlwerk ist aus Edelstahl und verfügt über einen Brühdruck von bis zu 19 bar.

**Bio-Kaffee aus Äthiopien**

Der Esperto Caffè ist auf das Tchibo-Kaffeessortiment abgestimmt und kommt mit einer Empfehlung zu den passenden Röstungen. Kompakt und simpel in der Wartung, hebt sich der Esperto auch durch einen für Vollautomaten verhältnismäßig günstigen Preis ab.

Parallel zum Launch des Esperto Caffè in Österreich wurde auch ein neuer Zugang im Tchibo-Dauersortiment verkündet: Der neue „Tchibo Bio Kaffee“ ist aus 100% ökologischem Anbau und stammt aus Äthiopien. Die

Arabica-Bohnen sind trommelgeröstet und mit dem Rainforest Alliance-Siegel zertifiziert.

Entfallen das Jahr hindurch etwa 60% des Umsatzes von Tchibo Österreich auf Röstkaffee und die übrigen 40% auf Produkte aus der wöchentlich wechselnden Themenwelt, verschiebt sich das Verhältnis um

die Weihnachtszeit auf rund 80% zu 20% zugunsten des Non-Food-Sortiments.

**Weihnachtswelten**

Ab Ende Oktober stehen die Produktwelten Tchibos ganz im Zeichen der Adventszeit. Den Auftakt bilden Geschenkideen und Toys für Kinder (u.a. Schaukelpferd, Werkzeugwagen und Puppenhaus-Set), im November gibt es Backutensilien wie Ausstechformen, Keksröller und Lebkuchenformer zu erstehen.

Unter dem Motto „O du Styliste“ können Ende November Kleider und Strick aus feinstem Stoff ergattert werden. Der Dezember steht dann ganz im Zeichen weihnachtlicher Festmahle: Mit Multi-Bräter, Champagnergläsern und goldenen Stabkerzenhaltern. (haf)



© Tchibo/Philipp Schütz

Die Zukunft des Tchibo-Kaffees fokussiert auf Nachhaltigkeit und Bio.