

TUCANO: TRENDS FÜR DIE GASTRONOMIE UMSETZEN

Für tucano standen auf der Internorga – auch nach der im Januar 2008 erfolgten Übernahme durch die Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG – die beiden Gastronomiemarken im Mittelpunkt: Niehoffs Vaihinger ist als nationale Gourmet-Saftmarke positioniert, Vertrieb und Marketing von Klindworth konzentrieren sich dagegen auf Norddeutschland. Wie das Unternehmen meldet, verzeichnete Niehoffs Vaihinger gegenüber dem Vorjahr ein Umsatz-Plus. Dabei profitierte die Marke nach Einschätzung von tucano-Produkt Manager Philipp Rosar von der exklusiven Ausrichtung auf den GFGH, Getränkemarkte, die Hotellerie und Gastronomie. Das Sortiment ist, mit Blick auf die Bedürfnisse der Gastronomie- und Hotelleriekunden, enorm breit: in der speziell für die Gastronomie entwickelten 1,0-Liter-Glas-Mehrwegflasche gibt es unter der Marke Niehoffs Vaihinger derzeit 35 Fruchtsäfte und -nektare, in 0,2-Liter-Mehrweg 22 Sorten.



Neue dritte Sorte der Bio Smoothies von Niehoffs Vaihinger (Foto:tucano)

„Richtig erfolgreich“, so Philipp Rosar, sind die im Herbst 2008 neu eingeführten Bio Smoothies, mit denen Niehoffs Vaihinger den Smoothie-Trend für die Gastronomie und Hotellerie erschließt. Die Bio-Qualität macht die Niehoffs Vaihinger Smoothies zu einer Besonderheit auf der Getränkekarte und dem Frühstücksbuffet. „Entscheidend für den Erfolg in der Gastronomie ist, dass unsere Smoothies eine Mindesthaltbarkeit von neun Monaten bieten und zudem keine Kühlkette brauchen“, erläutert Rosar weiter. Auf der Internorga präsentierte Niehoffs Vaihinger als Neuheit den dritten Bio Smoothie, die Sorte Ananas-Kokos. Gebinde ist die 0,2 Liter-Gastro-Mehrwegflasche aus Glas.

Cocktails bleiben aus Sicht von tucano ein zentrales Thema: Ihr Anteil am Getränkekonsum liegt im Bar-/Lounge-Bereich nach Angaben des Unternehmens bei knapp 50 Prozent, in Clubs und Diskotheken bei über 42 Prozent. Rosar geht davon aus, dass Cocktails und Longdrinks in der Gastronomie weiter an Bedeutung gewinnen. Dabei sei nach Wodka-Energy nun zunehmend Wodka plus Fruchtsaft im Kommen. Bei den Fruchtsäften sorgen immer wieder neue Geschmacksvarianten für Akzente: Cranberry habe sich bereits durchgesetzt, als neue Renner zeichnen sich Rhabarber-Nektar und -schorle ab. Der vor kurzem eingeführte Rhabarber-Nektar von Niehoffs Vaihinger habe die Unternehmensplanungen bereits um mehr als 100 Prozent übertroffen.

tucano befasst sich auch mit der Frage, wie neue Bereiche der Gastronomie vom Cocktailtrend profitieren können. Wie lassen sich Cocktails beispielsweise bei großen Feiern und Outdoor-Events anbieten? Als Lösung hat tucano „Cocktail Plant“ entwickelt, eine mobile Cocktail-Maschine, die Cocktails, so Rosar, „massentauglich“



(Foto:Gebhardt-Pielen)

macht. Das Gerät liefert auf Knopfdruck Mai Tai, Sex on the Beach und Piña Colada, fertig gemischt mit Niehoffs Vaihinger Fruchtsäften im 10-Liter-Bag in Box. Die Resonanz nach der Premiere auf der Internorga 2008 war hervorragend: „Die Geräte sind komplett distribuiert, die Nachlieferungen werden fast schon sehnsüchtig erwartet.“ Ab April 2009 wird das Cocktail Plant-Repertoire um den Zombie erweitert. Bewährt habe sich auch DCide: „Durch die Premixes wird das Angebot von Mixgetränken auch in Betrieben praktikabel, in denen man bislang in Sachen Cocktails Berührungängste hatte, weil das Know-how fehlt und das Handling zu aufwändig erschien.“ Die Premixes müssen, je nach Cocktail, nur noch mit Fruchtsaft, frischer Sahne und Eiskwürfeln aufgefüllt und geschakt werden. Das DCide-Sortiment umfasst sieben alkoholische und vier alkoholfreie Varianten. Am absatzstärksten sind auch hier Sex on the Beach, Mai Tai und Piña Colada; dank der TV-Serie „Sex and the City“ kommt auch der Cosmopolitan-Premix gut an.

Nach der Integration der tucano Fruchtsaftmarken (Merziger, Niehoffs Vaihinger, Lindavia, Klindworth und Schloss Veldenz) kann die Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG nun Markenprodukte für alle AfG-Segmente anbieten. Das Unternehmen führt die Marken Teinacher, Ü, Überkinger, Staatl. Fachingen, Hirschquelle, Krumbach, afri-cola und Bluna. Das Marketing erfolgt nun für das gesamte Portfolio zentral von Bad Überkingen aus, die tucano-Standorte Merzig und Lauterecken bleiben erhalten, Sittensen bleibt als Vertriebs- und Logistikstandort, die dort ansässige Produktion wurde eingestellt.

RAUCH SETZT AUF 100% FRUCHT UND NEUE FRUCTAILS

Die Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co. mit Stammsitz in Rankweil ist Österreichs Fruchtsaft-Marktführer und mit einem Umsatz von 690 Millionen Euro einer der führenden Fruchtsafthersteller Europas. Seit 1999 ist das Unternehmen, das seine Produkte in mehr als 90 Länder exportiert, auch auf dem deutschen Markt aktiv. Gute Erfolge im deutschen Lebensmittelhandel waren für Rauch der Anlass, wie zuvor bereits in anderen Ländern, auch in Deutschland die Fühler in Richtung Gastronomie auszustrecken. Vor vier Jahren nahmen die Österreicher daher erstmals als Aussteller an der Internorga teil. Nun kann Rauch in der Gastronomie richtig durchstarten, denn seit Februar 2008 hat der Fruchtsafthersteller durch die Kooperation mit Bitburger einen starken Partner mit einem flächendeckenden Vertriebsnetz in Deutschland an der Seite. Für die Gastronomie sind unter der Marke Rauch heute 23