

**NESCAFÉ**

# NESCAFÉnews

Edler Kaffee, fairer Partner, gutes Gefühl  
- Der neue NESCAFÉ PARTNERS' BLEND.

August 2008



## 70 Jahre NESCAFÉ Markenkompetenz und so agil wie nie zuvor



„Die Marke NESCAFÉ besteht nicht nur seit 70 Jahren, sie besticht auch durch ihre zuverlässige, marktprägende Qualität und ihre enorme Innovationskraft. Diese Markentradition bekommt jetzt durch die verstärkte Ausrichtung der auf internationaler Ebene gegründeten, eigenständigen NESTLÉ PROFESSIONAL weiteren Schub. Damit nicht genug. Mit der Eröffnung des NESTLÉ PROFESSIONAL Beverage Centre in Orbe, Schweiz im November 2007 erhält NESCAFÉ die erste Forschungs- und Entwicklungseinheit des Unternehmens

für das Außer-Haus-Geschäft mit Getränken. Hier werden auf weltweiter Ebene sämtliche Erkenntnisse im Bereich der Kaffee-Forschung und –Entwicklung gebündelt und in marktgerechte Konzeptlösungen umgesetzt. Das wird unseren Vorsprung als Innovationsmotor und verlässlichen Partner weiter stärken und ausbauen“, kommentiert Mark Szymanski, Customer Marketing Manager NESTLÉ PROFESSIONAL Beverages.

Zum 1. Januar 2008 wurde dieses Geschäft bei NESTLÉ in eine separate, weltweit geführte Geschäftseinheit umgestaltet. Damit verbunden ist auch eine Umbenennung des Unternehmens in „NESTLÉ PROFESSIONAL“.

Der Name „NESTLÉ PROFESSIONAL“ unterstreicht dabei den Anspruch, den Kunden und Vertriebspartnern weiterhin hochwertige Produkte, erstklassigen Service und innovative Getränkekonzeppte zur Steigerung der Kundenzufriedenheit zu bieten. Das NESTLÉ PROFESSIONAL Team als kompetenter Ansprechpartner - denn innovative Tradition verpflichtet.

A handwritten signature in black ink that reads "Mark Szymanski". The script is fluid and cursive.

i.V. Mark Szymanski  
Customer Marketing Manager Beverages  
NESTLÉ PROFESSIONAL GmbH

# Inhalt

NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND.....	4
Kaffee im Alltag.....	6
NESCAFÉ PREMIUM VENDING begeistert .....	7
Kaffee zum Verlieben.....	9
Kalzium: Der beste Freund Ihrer Knochen!.....	10
Koffein und Trainingsleistung.....	11

## Kunden werben Kunden

- Ihre Empfehlung ist uns was wert .....	12
--	----

Jetzt  
**Prämie**  
sichern!



**Abbestellung/Empfehlung Newsletter:** Sie möchten diesen Newsletter weiterleiten oder -empfehlen oder ihn abbestellen? Dann mailen Sie einfach an: [info@nc-automaten.de](mailto:info@nc-automaten.de)

## NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND

### Neuer Premium-Kaffee

Anfang Juli 2008 bringt NESTLÉ PROFESSIONAL mit NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND einen neuen Premium-Kaffee für das Vending-Geschäft auf den Markt. Dabei handelt es sich um eine Veredelung der bekannten Santa-Rica Rezeptur, um dem Wunsch der Konsumenten nach einem kräftigeren Geschmack Rechnung zu tragen.

NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND stammt aus fairem Handel und wurde mit dem unabhängigen FAIRTRADE-Siegel ausgezeichnet.

Bedingt durch den anhaltenden Trend von Espresso-Vollautomaten und Einzelportionssystemen für zu Hause stehen kräftigere, aromatischere Kaffees bei deutschen Konsumenten auch im Außer-Haus-Geschäft hoch im Kurs. Hier sind ein ausgeprägter Kaffeeduft und ein voller, runder Geschmack mit leichter Röstnote die wichtigsten Kriterien. Der neue NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND aus 100 Prozent Arabica-Bohnen kann in beiden Punkten voll überzeugen – und wird damit auch anspruchsvollen Kaffeegenießern gerecht. Dies wurde durch verschiedene Konsumententests bestätigt: Im Blindtest gegen das Produkt eines namhaften Wettbewerbers entschieden sich 62 von 100 Personen für den neuen NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND. Besonderes Augenmerk wurde auf eine vielseitige Verwendbarkeit gelegt: So eignet er sich nicht nur für schwarzen Kaffee, sondern auch für die Zubereitung verschiedener Kaffeespezialitäten mit Milch.



## **Für alle ein Gewinn: Kaffee aus nachhaltigem Anbau**

Schon seit langem engagiert sich NESTLÉ in Kaffee-Anbauländern wie Mexiko, El Salvador oder Äthiopien. Rund 800 NESTLÉ-Agrarberater sind weltweit im Einsatz und beraten die Bauern hinsichtlich Ertrags- und Qualitätssteigerung. In zahlreichen lokalen Projekten werden Kaffeebauern durch die Installation von Trinkwasseranlagen und Investitionen in das Gesundheits- und Bildungswesen unterstützt.

Jetzt wird mit NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND erstmals ein Premium-Kaffee von NESTLÉ PROFESSIONAL mit dem FAIRTRADE-Siegel zertifiziert.

Das von der unabhängigen Organisation TransFair vergebene Gütezeichen setzt auf faire Kaffee-Mindestpreise, eine nachhaltige, umweltschonende Wirtschaftsweise und langfristige Handelsbeziehungen. Dabei kommen die Mehreinnahmen des fairen Handels den Erzeugerländern direkt zu Gute – beispielsweise in Form von sozialen Gemeinschaftsprojekten. Mehr unter: [www.transfair.org](http://www.transfair.org).

Mit seiner hohen Qualität, einem hervorragenden, kräftigen Geschmacksprofil und der FAIRTRADE-Zertifizierung eröffnet der neue NESCAFÉ PARTNERS´ BLEND zusätzliche Wachstumspotentiale im Außer-Haus-Geschäft – nicht nur bei Kunden mit gesellschaftlichem Engagement.



Quelle: Marketing NESTLÉ PROFESSIONAL 05/2008



## Kaffee im Alltag

Am liebsten zu Hause oder bei der Arbeit. Gerade in Großstädten sieht man an jeder Ecke Kaffeefans, die einen Pappbecher in der Hand tragen oder plaudernd in einem Café sitzen. Mehr als 1.400 Coffeeshops (Jahresbericht des Deutschen Kaffeeverband) haben mittlerweile in Deutschland eröffnet – doch trotzdem wird der Kaffee am häufigsten bei der Arbeit (41 Prozent) oder zu Hause (38 Prozent) getrunken. Den Kaffee auswärts gönnen sich die Deutschen seltener: Elf von hundert Befragten sagen, dass sie ihren Kaffee überwiegend „im Café oder Coffeeshop“ trinken.

Quelle: Deutscher Kaffeeverband e.V. (Pressemeldung)

## **NESCAFÉ PREMIUM VENDING** **begeistert**

Die Liebhaber von trendigen Kaffeespezialitäten wollen heute über Emotionen angesprochen werden. Deshalb hängt der erfolgreiche Verkauf von Kaffee und Kaffeespezialitäten ganz wesentlich von einer gekonnten Inszenierung ab. Coffee Shops machen es der Branche vor: die hochwertige Ausstattung, das dort bewusst erzeugte Wohlfühlambiente und die große Getränkeauswahl lassen die Konsumenten bereitwillig einen deutlich höheren Preis für ihren Kaffee bezahlen. Dieses Wissen transferiert NESTLÉ PROFESSIONAL auch auf das Großgeräte-Geschäft. Mit dem Konzept NESCAFÉ PREMIUM VENDING schafft der Anbieter echtes Coffee Shop-Feeling – zum Beispiel am Arbeitsplatz, in Eingangshallen von Verwaltungen und öffentlichen Gebäuden, Klinken oder Facility Centern sowie Hochschulen. Neben dem Gerät zur Selbstbedienung – mit ansprechendem, dezemtem Markenauftritt steht die Getränkequalität und die Auswahl wie im Coffeeshop im Mittelpunkt des Konzepts. Hinzu kommt der einladende NESCAFÉ-Becher für die beiden alternativen Füllmengen „Large“ und „Regular“.

### **Noch mehr zufriedene Kaffeegenießer**

Beispiele aus der Praxis, z. B. von einer Hochschule oder einem Krankenhaus, zeigen, dass der Einsatz von Premium-Produkten mit hochwertigeren Getränkerezepturen eine überaus positive Resonanz bei den Kaffeegenießern hervorruft. Sehr sensibel wurde mit der NESCAFÉ Markenpräsenz umgegangen. Für diese Standorte entschied man sich bewusst für die dezente und edle Lösung, die in silber-grau Tönen gehalten ist.





*Das NESCAFÉ PREMIUM VENDING-Konzept schafft Coffee Shop-Ambiente*

Hier wird im Vergleich zur bisher platzierten, klassischen Automatenlösung deutlich mehr verkauft und die Konsumenten sind bereit, für das „Mehr“ an Geschmack und Qualität einen höheren Preis zu bezahlen.

Außerdem haben die Kunden jetzt die Möglichkeit, sich entweder für die Füllmenge „Large“ oder „Regular“ zu entscheiden. Das NESCAFÉ PREMIUM VENDING- Konzept wird angenommen. Dies lässt sich auch daran erkennen, dass seit der Umstellung viel mehr zufriedene Kaffeetrinker den Becher auch für den Genuss unterwegs nutzen.

Aktuell ziehen Betreiber und Operator eine positive Bilanz. Mit NESCAFÉ Premium Vending wird eine deutlich höhere Kundenakzeptanz erreicht als mit dem traditionellen Kaffeeautomaten. Das zeigt sich auch in der sehr hohen Kundenanzahl, die sich für das Large-Angebot entscheiden.

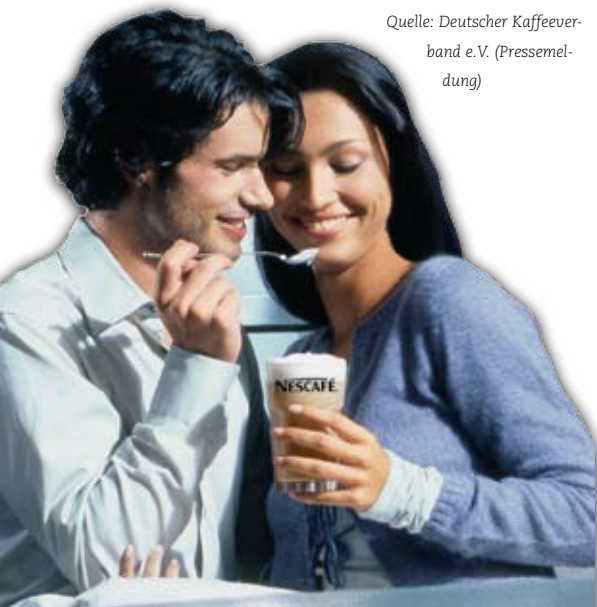
*Quelle: Marketing NESTLÉ PROFESSIONAL 07/2008*

## Kaffee zum Verlieben

Die Mehrheit der Deutschen lädt den Flirtpartner zu einer Tasse Kaffee ein. Wer sich in jemanden verguckt hat, möchte den oder die Angebetete natürlich besser kennenlernen. Wohin geht man bei einem Rendezvous? Wo ist der beste Platz, um sich näher zu kommen? Eine repräsentative GEWIS-Umfrage (Befragt wurden 1.064 Frauen und Männer zwischen 18 und 65 Jahren, Erhebungszeitraum: September 2007) im Auftrag des Deutschen Kaffeeverbands kommt zu dem Ergebnis: Nur jeder Fünfte bevorzugt es, zusammen ein Glas Wein oder Bier in einer Kneipe zu trinken. Kaffeetrinken im Lieblingscafé ist dagegen für 63 Prozent der Befragten erste Wahl bei der Frage „Wenn Ihnen jemand gefällt – wozu laden Sie ihn ein?“ Kaffee ist der Klassiker unter den Flirthelfern: Schließlich ist ein Plausch bei einem Kaffee unverbindlich.

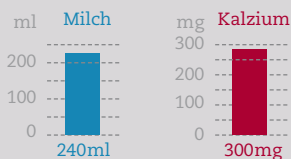
Der Liebling in deutschen Tassen ist gleichzeitig der Liebling der Flirtwilligen. 73 Prozent der Frauen, die sich verguckt haben, und 54 Prozent der Männer, die eine Dame anhimmeln, laden ihn oder sie zum Kaffeetrinken im Lieblingscafé ein. „Daran sieht man: Kaffee ist nicht nur das Lieblingsgetränk der Deutschen, sondern auch der liebste Helfer in Sachen Liebe“, schlussfolgert Holger Preibisch, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Kaffeeverbands.

Quelle: Deutscher Kaffeeverband e.V. (Pressemeldung)





NESCAFÉ LATTE (150ml)



NESQUIK (240ml)



NESCAFÉ CAPPUCCINO (150ml)



Kalziumgehalt

## Kalzium: Der beste Freund Ihrer Knochen!

Kalzium ist wesentlich für das Knochenwachstum. Der im menschlichen Körper am meisten vorhandene Mineralstoff ist Kalzium, und 99% des Kalziums sind in den Knochen und Zähnen enthalten. Der Verzehr diätetischer Kalziumquellen ist wichtig, damit Knochen und Zähne lebenslang gesund bleiben. Außerdem ist es erforderlich, bereits in früher Kindheit mit dem Verzehr kalziumreicher Lebensmittel zu beginnen, da solche Lebensmittel helfen, die Grundlage für eine gute Entwicklung von Knochen und Zähnen zu schaffen. Darüber hinaus können sie dazu beitragen, potentielle chronische Erkrankungen im späteren Leben zu verhindern, wie beispielsweise Osteoporose. Kürzlich dokumentierte Forschungen haben ergeben, dass der Zusatz von 1 Gramm Kalzium am Tag zu einer 25–30%igen Reduzierung des Hüftfrakturrisikos bei älteren Menschen führt.

Quelle: NUTRITION MAGAZINE , Beverages N° 2 (12/07)

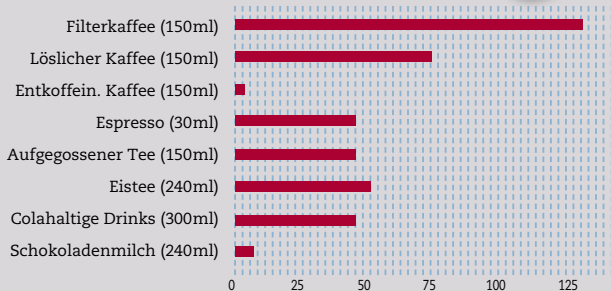
## Koffein und Trainingsleistung

Koffein kommt natürlicherweise in Kaffee, Tee, Kakao und Schokoladenprodukten vor. Man geht davon aus, dass Koffein das zentrale Nervensystem anregt, was physische und physiologische Vorteile hat. Koffein hat positive Wirkungen wie beispielsweise höhere Aufmerksamkeit, bessere Konzentration, gehobene Stimmung und höhere körperliche Leistung.

Koffein wird weit verbreitet zur Leistungssteigerung eingesetzt (als Substanz, die die Arbeits- oder Trainingsfähigkeit steigert). Verschiedene veröffentlichte Studien haben nachgewiesen, dass sich Koffein positiv auf die Trainingsleistung auswirkt. Koffein verlängert die Zeit bis zur Erschöpfung oder verbessert die Trainingsleistung über 30-120 Minuten. Koffein hat sich auch im Leistungssport, wie beispielsweise beim Gewichtheben, Leichtathletik und Kurzstreckenschwimmen, Radfahren und Laufen als vorteilhaft erwiesen.

Die optimale Dosierung für Koffein beträgt 200–300mg, konsumiert 60 Minuten vor dem betreffenden Ereignis. Forschungen haben schlüssig bewiesen, dass diese Menge eine positive Wirkung auf Körper und Psyche hat. Die Wirkung kann 2–3 Stunden anhalten.

Quelle: NUTRITION MAGAZINE , Beverages N° 2 (12/07)



Wieviel Koffein enthält Ihr Drink?  
(Die Werte können je nach Kaffeebohne und Zubereitung variieren)

# Ihre Empfehlung ist uns was wert...

Als Dankeschön erhalten Sie von uns für jeden erworbenen Neukunden und je nach Automatengröße einen NESCAFÉ Warengutschein in Höhe von 50€ oder 100€ .



**50€**  
entsprechen  
**500** Portionen  
Kaffee



**100€**  
entsprechen  
**1000** Portionen  
Kaffee



**Kunden werben Kunden**

**Werbender:**

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Name der Firma \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ, Stadt \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Telefonnummer \_\_\_\_\_

-----  
Datum Unterschrift vom Werbendem

**Geworbener:**

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Name der Firma \_\_\_\_\_

Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_

PLZ, Stadt \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Telefonnummer \_\_\_\_\_

-----  
Datum Unterschrift vom Geworbenem





Bei  
Zusendung  
per Post: bitte  
ausreichend  
frankieren

**NESTLÉ PROFESSIONAL GmbH**

Customer Marketing Beverages

Lyoner Str. 23 „NESTLÉ Haus“

60528 Frankfurt am Main



Empfehlen Sie uns Ihren Freunden und Kollegen, wenn Sie mit unseren Produkten und unserem Service zufrieden sind. Alles was Sie tun müssen, ist das folgende Formular auszufüllen und anschließend an die untenstehende Adresse zu schicken.

NESTLÉ PROFESSIONAL GmbH  
Customer Marketing Beverages  
Lyoner Str. 23 „NESTLÉ Haus“  
60528 Frankfurt am Main

**WICHTIG:** Es muss sowohl von Ihnen als Tippgeber als auch vom potenziellen Neukunden unterschrieben werden!

NESTLÉ PROFESSIONAL benötigt die Daten des Tippgebers für das Zusenden der Prämie. Die Daten des potenziellen Neukunden werden für Beratungsgespräche zwecks Vertragsabschluss genutzt. NESTLÉ PROFESSIONAL wird über einen unserer regionalen Vertriebspartner mit dem Tippgeber und dem Neukunden in Kontakt treten. Die Daten werden nur im Zusammenhang mit der Aktion „Kunden werben Kunden“ genutzt.

#### Teilnahmebedingung:

1. Überzeugen Sie Freunde und Bekannte von unserem Mehr an Leistung. Füllen Sie zusammen mit dem potenziellen Neukunden unser Formular aus und schicken es unterschrieben an NESTLÉ PROFESSIONAL.
2. Die Aktion ist zeitlich beschränkt bis zum 31.12.2008
3. Teilnehmen können nur Personen über 18 Jahre.
4. Neukunden sind Kunden, von denen der entsprechende Mietkauf- bzw. Kaufvertrag bei uns im Hause eingegangen ist und von denen der Mietkaufvertrag schon seit mindestens sechs Monaten läuft. Empfehlungen, die Standorte innerhalb einer Firma des Arbeitgebers des Empfehlenden betreffen (gleiche Firmierung oder gleicher Standort), sind von dieser „Kunden werben Kunden“- Aktion ausgeschlossen.
5. Der Tippgeber erhält eine Prämie für jeden aufgrund seiner Empfehlung abgeschlossenen Kauf- bzw. Mietkaufvertrag: Für die Geräte NESCAFÉ Komo, NESCAFÉ BusinessStar, NESCAFÉ Angelo XS, NESCAFÉ Angelo B, NESCAFÉ XXOC, JAZZ Presso Bean erhält er einen Warengutschein NESCAFÉ in Höhe von €50. Für die Geräte NESCAFÉ Hot & Cold, NESCAFÉ 6000 Vision, NESCAFÉ San Remo Classico, JAZZ Sielissimo, NESCAFÉ Luce, NESCAFÉ Pausenpoint, NESCAFÉ PREMIUM VENDING in Höhe von €100.
6. Ansprüche auf eine Prämie haben nur Teilnehmer, die einen Kunden mit oder vor Vertragsabschluss empfehlen. Kunden, deren Vertrag bereits bei NESTLÉ PROFESSIONAL eingegangen ist, können nicht mehr empfohlen werden.
7. Wird ein Interessent von mehreren Teilnehmern genannt, dann entscheidet die Reihenfolge des Eingangs der Mitteilungen über die Zuteilung der Prämie.
8. Der Tippgeber erhält eine Prämie für jeden aufgrund seiner Empfehlung abgeschlossenen Kauf- bzw. Mietkaufvertrag,
9. Mit der Teilnahme an der Empfehlungsaktion werden diese Bedingungen anerkannt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.
10. NESTLÉ Mitarbeiter und Vertriebspartner von NESTLÉ PROFESSIONAL sind von der Aktion ausgeschlossen.

NESCAFÉ - Wir machen Kaffee automatisch zum Erfolg!

NESTLÉ PROFESSIONAL GmbH

Lyoner Straße 23 · 60528 Frankfurt am Main

[www.nescafe-automaten.de](http://www.nescafe-automaten.de) · [info@nescafe-automaten.de](mailto:info@nescafe-automaten.de)

Hotline: (0 18 05) 8 36 34 64 (Min. € 0,14)

