

geronnen.  
**2,8 Mio. Österreicher  
mit Tee in den Tag**



„Süßer Muntermacher – Tee als  
Stücksgetränk am Vormarsch.“

Jeder dritte Österreicher nippt bereits am Morgen an seiner Tasse Tee, so das aktuelle Ergebnis zweier unabhängiger Studien. Mit aktuellen Frühjahrmischungen und Raritäten vom afrikanischen Kontinent füllt Tee-Experte und Fachhändler Gerhard Haugeneder (Tea & More) die Tassen mit exklusiven Blattqualitäten, auf die immer mehr gesundheitsbewusste Konsumenten vertrauen.

Sein Tipp: Trend-Filter im Minipolster-Format (inkl. Bindfaden) zum Selberbefüllen. Er orakelt: „Das Selberbefüllen kann bereits als europäische Teezeremonie gewertet werden.“  
Infos: [www.teaandmore.at](http://www.teaandmore.at)

**Coffeeshop Company/Schärf** 2011 steht im Zeichen der Expansion; 100 neue Shops sind in Mexiko geplant

## Botschafter der Wiener Kaffeehauskultur

Wien. „Nach einem sehr positiven Geschäftsjahr 2010 mit vielen richtungsweisenden Projekten sieht die Schärf Unternehmensgruppe sehr positiv in die Zukunft. In diesem Jahr steht eine Vielzahl von Projektrealisierungen auf dem Programm“, so Geschäftsführer Reinhold Schärf.

Stichwort Coffeeshop Company: Die Umsetzung des Systemgastronomie-Franchisekonzepts funktio-

niert auf nationaler wie internationaler Ebene. Die Idee, auch in Europa mit dem US-Trend zum kultigen wie qualitativ hochwertigen Coffeeshop zu punkten, wird seit 1999 umgesetzt. Der Fokus liegt nach wie vor auf der Eigeninterpretation des klassischen Wiener Kaffeehauses – und das längst auch mit außereuropäischem Erfolg. So soll heuer der erste von 100 neuen Standorten der Coffeeshop Company in Mexiko er-

öffnet werden. Der Startschuss dazu ist im Frühjahr in der Millionenmetropole Mexico City geplant „und das Land mit seinen 110 Millionen Einwohnern bietet einen Markt mit ungeheurem Potenzial“, schwärmt Schärf. Positiver Faktor dabei sei auch die Erfahrung von Mexiko im Franchisebereich mit über 2.000 verschiedenen Franchisesystemen. Neben Mexiko sind weitere Markteintritte innerhalb Europas geplant. Die derzeit mehr als 200 Coffeeshop Company-Standorte sollen in den nächsten zehn Jahren sukzessive um rund 500 Shops erweitert werden. Dafür gibt es bereits konkrete Vereinbarungen.

### Tradition meets Lifestyle

Was für Schärf bei aller Expansionsfreudigkeit nicht zu kurz kommen darf, ist „die Beibehaltung unserer hohen Qualitätsstandards – das ist mir äußerst wichtig. Und: Ich sehe unser Unternehmen als Botschafter der österreichischen, speziell der Wiener Kaffeehauskultur. Auch wenn es sich bei der Coffeeshop Company um eine

moderne Marke bzw. ein modernes Konzept handelt, wurde nie auf die Grundphilosophie des traditionellen Wiener Kaffeehauses vergessen – unsere modernen Coffeshops sind ein sozialer Treffpunkt für alle Bevölkerungsschichten und eine offene Kommunikationsplattform für alle Menschen.“

### Gastrobereich wird gepusht

Neben den Coffeeshop Company-Projekten wird heuer auch eine Reihe von Schärf-Individualkonzepten für den Gastronomie- und Bäckereibereich an den Start gehen. „Beachtlich dabei ist, dass die Schärf Unternehmensgruppe bereits tausendfach Schärf-Kaffeekonzepte auf nationaler und internationaler Ebene im Bäckerei- und Gastronomiebereich erfolgreich umgesetzt hat“, so Schärf. Neben der Coffeeshop Company hat sich das Unternehmen unter anderem auf den Vertrieb von halb- und vollautomatischen Espresso-Maschinen bzw. auf den Verkauf und das Rösten von Kaffee spezialisiert.



Darauf legt GF Reinhold Schärf Wert: „Trotz Expansion keine Qualitätsverluste.“