



Manfred Klüber leitet den Vertrieb von Papperts, während sich der zweite Geschäftsführer Bernd Pappert überwiegend um die Produktion des Familienbetriebes in mittlerweile 7. Generation kümmert.

digem Markenauftritt. Das Sitzcafé ist mit langen Naturholztischen und -bänken bewusst schlicht gehalten, neben dem Backwarenverkauf gibt es ein Selbstbedienungsbuffet. Kaffee können die Kunden hier unbegrenzt für zwei Euro aus einer Pumpkanne ziehen. Das Konzept ist besonders bei Müttern mit kleinen Kindern beliebt, für die sich ZweitTag zu einem Treffpunkt etabliert hat. Die Drive-In-Standorte bieten natürlich auch die Möglichkeit, das Auto zu parken und die Filiale auf normalem Weg zu Fuß zu betreten. Denn komplett etabliert hat sich der Autoschalter für Backwaren und Kaffee noch nicht. Manfred Klüber ist gespannt, wie sich diese Art Verkauf in den nächsten Jahren entwickelt.

**Der Fitnessbäcker.** Nicht nur auf dem Coffeeshop-Markt, sondern auch im Bereich Bäckerei ist in den letzten Jahren eine starke Entwicklung zugunsten regionaler, biologisch erzeugter oder fair gehandelter Produkte angestoßen worden. Papperts wollte jedoch auch hier eine eigene Richtung einschlagen, die zum Unternehmen passt. Ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Bäckerei hat sich somit ganz zufällig entwickelt, als Manfred Klüber privat anfang zu joggen. Nach und nach entwickelte sich Papperts zum Fitnessbäcker, und das nicht nur im Hinblick auf spezielle Fitness-Backwaren. Mittlerweile hat Papperts eigene Fitnesstrainer und steht in engem Kontakt zu Leistungssportlern aus verschiedenen Bereichen. Regelmäßig findet ein Laufftreff statt sowie Sportkurse oder Fahrradtrainings auf Mallorca. Die Angebote sind zwar bis auf den Laufftreff kostenpflichtig, der eher geringe Umsatz mit diesen Zusatzangeboten steht jedoch nicht im Vordergrund. Durch die geringe Größe Fuldas sprachen sich diese Initiativen schnell herum und machten Papperts zum „Fitnessbäcker“, der sich auch im gleichnamigen Kundenmagazin darstellt. Manfred Klüber ist darüber hinaus davon überzeugt, dass Produkte dem Kunden heutzutage einen Zusatznutzen bieten müssen, wobei der Gesundheits- und Wellnessgedanke im Vordergrund steht. Das spielt auch bei der Vermarktung von Kaffee eine wichtige Rolle: Latte Macchiato ist nicht nur ein Kaffeegetränk, sondern vermittelt auch ein bestimmtes Lebensgefühl, das Papperts verstärkt mit Marketingmaßnahmen vermitteln möchte.

**Facts**

**Papperts GmbH & Co.KG**  
 Am Forsthaus 21  
 36163 Poppenhausen  
 service@papperts.de  
 www.papperts.de  
 Tel. 06658 9601 0

gegründet: 1928, Coffeeshop ab 2003  
 Geschäftsführung: Bernd Pappert (Produktion),  
 Manfred Klüber (Vertrieb)

Umsatz: ca. 30 Mio. Euro,  
 davon 500.000 Euro mit Kaffeegeschäft

Filialen: 75, davon 50 eigene, 25 Franchise  
 Vertriebsgebiet: 100 km um Fulda in Hessen & Bayern  
 Mitarbeiter: 700 (inkl. 78 Azubis)

Kaffeekonzepte:

Coffeeshop:	8 Filialen
Durchschnittsbon Kaffee:	2,90 Euro
Baristakonzert:	23 Filialen,
Durchschnittsbon Kaffee:	2,40 Euro
Minibar:	43 Filialen,
Durchschnittsbon Kaffee:	1,70 Euro

Kaffee: 100 % Arabica, 3 Blends + 1 entkoffeiniert  
 Röstung: Trommelröstung

Preise:

Espresso	1,60 Euro (Coffeeshop, Barista)
	1,50 Euro (Minibar)
Cappuccino	2,70 Euro (S = 0,2l, Coffeeshop)
	2,30 Euro (klein, Barista)
	1,80 Euro (Minibar)

koester@coffeebusiness.de