

PRESSEINFORMATION

31. Januar 2005

Auf der INTERNORGA 2005 setzt J.J. Darboven Zeichen:

Belegung des Filterkaffees für mehr Umsätze in der Gastronomie

Mit der INTERNORGA in Hamburg vom 4. – 9. März 2005 wird J.J. Darboven (Halle 9, Stand EG.19) gemäß seiner Leadership-Rolle das wichtige Marktsegment „Filterkaffee“ mit den House Blends neu beleben. „Wir vitalisieren damit konsequent einen Longseller. Das Einfache, Wahre und Bewährte bekommt wieder einen neuen Stellenwert neben Trendprodukten und Spezialitäten – und das sollen Kunden von J.J. Darboven spüren“, sagt Arthur E. Darboven, der für J.J. Darboven Specialties verantwortlich zeichnet. Unter deren Dach sind alle Gastro-Marken mit den entsprechenden Genusswelten aus dem Hause Darboven versammelt.

Immer häufiger wollen viele Gäste im Restaurant „einfach nur eine gute Tasse Kaffee“. Das heißt für die Gastronomie mehr denn je: Neben den bekannten Spezialitäten und Trendprodukten ist ein hervorragender, klar auf der Karte ausgelobter Filterkaffee ein Muss und ein wichtiger Umsatzfaktor.

Die Genusswelten auf dem J.J. Darboven Messeforum

J.J. Darboven wird mit seinem Messeforum auf der diesjährigen INTERNORGA Zeichen setzen. Mit dem Fokus auf Produkten, die dem anspruchsvollen und trendorientiertem Geschmack vollkommen gerecht werden. Im linken Bereich des Messeforums die Eilles-Tee-Welt, rechts ein Teil des großen Darboven-Kaffee-Sortiments, die in ihrer Vielfalt für alle Nuancen des Kaffeegenießens stehen. In der Mitte lädt die Alfredo-Bar zum Verweilen ein. Das großzügig gestaltete Ambiente wird die Darboven Specialties Linien zur vollen Geltung bringen. Ganz nach der Maxime „Ein Wort – viele Welten“ werden auf der INTERNORGA 2005 bei J.J. Darboven die unterschiedlichsten Wünsche nach unvergleichlichem Geschmack mit ihren entsprechenden Produkten erfüllt. Ob beispielsweise J.ay-J.ay's mit seinem „American way of life“, Mövenpick of Switzerland, das Bäckereikonzept Exklusiv Kaffee für anspruchsvolle Genießer oder Coffeerotie für die Szenegastronomie – für jedes Gastronomie-Konzept das passende Produkt.

So ist es auch nicht verwunderlich, dass trotz unmittelbarer Nachbarschaft die von J.J. Darboven betreuten Restaurants oder Bars nicht in Konkurrenz zueinander stehen, sondern vielmehr den Flair der Gastronomie in einer Straße oder einem Viertel gemeinsam prägen. Und auf der INTERNORGA 2005 kann man genau das erleben. Durch die Gestaltung des Messeforums wird die große Welt von J.J. Darboven Specialties erlebbar. Einfach zum Eintauchen, Anfassen, Schmecken und Fühlen.

J.J. Darboven Specialties – der Geschmack für alle Geschmäcker

Bei J.J. Darboven Specialties stehen immer die Erlebniswelten im Mittelpunkt:

Pure Origins für Ursprung: Mit dieser Linie geht es direkt in die Herkunftsländer der hochwertigen Kaffees. Die Sorten KENYA MASSAI, ETHIOPIA SIDAMO, PAPUA NEW GUINEA, COLOMBIA SUPREMO und BRAZIL SUL DE MINAS machen den einzigartigen Kaffeegeschmack dieser

Aus Freude  am Leben
J. J. DARBOVEN · HAMBURG

Regionen authentisch erlebbar. Diese sortenreinen Ursprungscaffees stehen für die berühmte Geschmacksvielfalt, die seit jeher Kaffeegenießer in der ganzen Welt begeistern.

Brosio les Cafés Folies für Frankreich: Typisch französisch ist BROSIO. Die ganze frankophile Kaffeekultur wird auf anspruchsvolle Weise direkt und besonders hochwertig zu spüren sein. Nicht nur Café au lait, auch Latte Macchiato und andere Kaffeespezialitäten erhalten mit BROSIO ihre besondere Note. Das „Savoir vivre“ setzt den feinen französischen Akzent und bringt diese bewundernswerte Lebensart elegant in die Gastronomie.

House Blends für traditionelle Röstung: Tradition hat Zukunft. Die Sorten GRAND GOURMET, WIENER MOCCA, EXCELSIOR und CASINO knüpfen an die großen Kaffeetraditionen der Welt an. Fein komponiert treffen sie den unverwechselbaren Geschmack ihrer Art. Ob Paris, Wien, New York oder Monte Carlo – es sind die großen Namen und die unverwechselbare Atmosphäre, die in den unterschiedlichen Geschmacksnuancen immer mitschwingen.

Marketing für Filterkaffee ist gastronomische Unternehmensberatung

Ein weiterer wichtiger Punkt in der Belegung des Marktsegments Filterkaffee ist die Beratung der Gastronomie. Marketing für Kaffee ist seit jeher bei J.J. Darboven in hohem Maße gastronomische Unternehmensberatung. Auf der INTERNORGA 2005 können die Fachgäste dieses umfassende Leistungsspektrum schon vorab erleben. Mit J.J. Darboven Specialties wird der Gastronomie nicht nur hervorragender Filterkaffee und die Vielfältigkeit der Erlebniswelten garantiert, sondern auch das entsprechende Konzept dazu. Mit starken Partnern wie Jura, WMF, Erich Hinsche, der Partner für Ladenbau, und dt+p, der Partner für Coffeeshop-Module, stehen dem Gastronom die für ihn besten Möglichkeiten für Einrichtung, Kaffeemaschinen und Zubehörartikel zur Verfügung. Denn auch für die Gastronomie gilt das bewährte Darboven-Motto: Aus Freude am Leben. Und genau das soll man spüren.

Zeichen mit Leerzeichen: 4950

Weitere Informationen:

WOERTERSEE Kommunikation
Melanie Feuerbacher & Roland Ernst
Stresemannstraße 75, 22769 Hamburg
Tel.: 040 – 43 183 583, Fax: 040 – 43 183 584
eMail: darboven@woertersee.org

Von 07.02.2005 bis 18.02.2005 wenden Sie sich bitte direkt an:

J.J. Darboven GmbH & Co. KG
Frau Johanna Prescher
Tel.: 040 – 7 333 54 94
eMail: jprescher@darboven.com

Abbildungen des Darboven Messeforums auf der INTERNORGA 2005 finden Sie im Internet unter:

http://www.darboven.com/%20e_n_1_100263_n_n_n_n_n_n.html

Abdruck honorarfrei. Wir bitten um Zusendung eines Beleges!