



2004 gründete Dr. Steffen Schwarz sein Unternehmen Coffee Consulate als unabhängiges und neutrales Schulungs- und Forschungszentrum für Kaffee. Es ist weit vernetzt in alle Bereiche und Sparten der Kaffeeindustrie – national und international. Neben Forschung und Entwicklung für die Kaffeeindustrie stellen Informationsvermittlung und Schulungen den Tätigkeitsschwerpunkt dar. Mehrere hundert Teilnehmer besuchen jährlich die verschiedenen Workshops zum Thema

Kaffee. Mit seinem Unternehmen The Coffee Store GmbH eröffnete er den mit ihm arbeitenden Farmern zudem eine Plattform zur Präsentation ihrer Produkte, deren Verarbeitung (Röstung etc.), Verkostung in Workshops und für den Direktvertrieb.

*Wie steht es aktuell um den Kaffee als Produkt im Welthandel?*

Kaffee erlebt weiterhin eine hohe Nachfrage. Die Ausbildung zum Barista und andere neue Berufsbilder haben dazu beigetragen, dass in bestimmten Bereichen auch immer mehr Qualität einzieht. In Cafés mit geschultem Fachpersonal wie im Café BRUE ist Kaffeekultur erlebbar. Hier besinnt man sich wieder unterschiedlicher Aromen und Röstungen, der Vielfalt der Zubereitungsformen von Kaffee und es gibt neue spannende Kreationen wie Kaffeecocktails und andere. Dieser Entwicklung entgegen steht ein Massenkonsum, der dem Produkt Kaffee im Ansehen weiterhin enorm schadet. Es mangelt immer noch an Wissen und Qualitätsbewusstsein, nicht nur bei vielen Verbrauchern sondern auch im Handel. Dies geht vor allem zu Lasten der Farmer. Die Aufzucht und Produktionsbedingungen werden aber aufgrund von Klimaveränderungen schwieriger, der Ertrag damit noch kleiner.

*Bedeutet dies, dass Siegel wie Fair Trade und andere Labels die Situation der Farmer nicht verbessern konnten?*

Diese Labels und Zertifikate sind sicher ein positiver Ansatz, aber sie können nicht dazu beitragen, dass Kaffee als Qualitätsprodukt wahrgenommen und entsprechend honoriert wird. Woran es fehlt, ist das Bewusstsein für den gesamten, aufwändigen Prozess – von der Aufzucht der Kaffeepflanze bis zur fertigen Bohne und an dessen Transparenz für den Konsumenten. Details wie die Farm, die Anbaubedingungen und Einfluss auf das Aroma des Kaffees, das sogar von Parzelle zu Parzelle variieren kann, sowie die angemessene Aufbereitung werden mit diesen Labels nicht vermittelt. Damit wird das Produkt Kaffee preislich immer noch nicht angemessen gewürdigt. Ein Vergleich mit dem Produkt Wein macht das deutlich: Niemand würde einen Wein kaufen, der “Stern von Europa“ heißt – ohne weitere Informationen. Kaffee wird leider viel zu häufig viel zu beliebig verkauft. Das ist das aktuelle Schicksal eines vermeintlichen Standardprodukts im Welthandel.

**Kontakt**

vor Ort: Nicole Leonhard, PR-Manager, [nicole.leonhard@ariva-hotel.de](mailto:nicole.leonhard@ariva-hotel.de), Tel. +49 621 336503316

für die ARIVA Hotel GmbH: Beate Baumann, Leitung D&S Unternehmenskommunikation

[beate.baumann@dus.de](mailto:beate.baumann@dus.de), Tel. +49 621 8607 207

*Qualität hat bekanntlich ihren Preis. Dieses Thema hat ja auch die Diskussion im Weinbau lange beherrscht. Mit einer neuen Generation an Winzern haben sich das Bewusstsein der Verbraucher, sowie das Image und die Bewertung des Produkts gewandelt. Ist ein solcher Wandel auf Kaffee übertragbar?*

Durchaus. Wein und Kaffee sind in den meisten Aspekten hinsichtlich Anbau, Qualität je nach Anbaugebiet, der Varietät der Pflanzensorten, Boden- und Klimabedingungen, den intensiven Arbeitsschritten etc. vergleichbar. Der Unterschied: Heute werden Spitzenweine produziert und angemessen bezahlt, weil der Konsument sein Wissen und seine Geschmackskenntnisse erweitert hat und das Know-how und die immense Arbeit der Weinbauern honoriert. Das muss auch bei dem Produkt Kaffee unser Ziel sein. Hinter jedem herausragenden Kaffee stecken großartige Geschichten, harte Arbeit und ein über Generationen traditioniertes, komplexes Wissen. Aber Kaffee wird eben nicht vor unserer Haustür produziert, die Arbeit der Farmer ist in unserem Alltag nicht gegenwärtig. Die Prozesse von der Pflanzung bis zur Bohne sichtbar zu machen, erfordert mehr Einsatz von uns.

*Sie arbeiten seit einigen Jahren mit mehreren Farmern aus Indien, Brasilien, El Salvador und Mexiko eng zusammen, es sind allesamt Familienbetriebe. Was sind für Sie die wichtigsten Aspekte dieser Zusammenarbeit?*

Zunächst waren wir überzeugt davon, dass es bei Kaffee genauso wie beim Wein auf die Anbau- und Verarbeitungsbedingungen ankommt, wenn man ein Spitzenprodukt erzeugen möchte. So war es für uns logisch, auf der Produzentenseite gleichgesinnte Partner zu finden, die bereit sind, einen deutlich höheren Aufwand zu betreiben, um dadurch ein besseres Produkt anbieten zu können, das in Konsequenz natürlich auch einen höheren Preis hat. Genau diesen Aspekt haben wir bei den Farmern, mit denen wir heute zusammenarbeiten, wiedergefunden. Über die Jahre unseres intensiven Austauschs sind wir Freunde geworden. Ich habe einen tiefen Respekt vor ihrem Wissen, ihrem harten Arbeitsalltag und ihrer Hingabe. Ich kann Forschungserkenntnisse an sie weitergeben und berate sie zum Beispiel zur Aufzucht oder ökologischen Schädlingsbekämpfung. In der Zusammenarbeit mit ihnen gewinne ich aber auch immer wieder neue Erkenntnisse. Im Gegenzug sind die Farmer zu Kundenbesuchen, Vorträgen und Workshops mit mir unterwegs. Sie, ihre großartige Arbeit und die herausragende Qualität ihrer sehr variantenreichen Kaffeesorten sichtbar zu machen, sind mir ein großes Anliegen. In der direkten Begegnung mit ihnen entsteht das Bewusstsein für das Qualitätsprodukt Kaffee nahezu unmittelbar. Daneben haben wir gemeinsame Kanäle für den Direktvertrieb ihrer Produkte entwickelt, die gepflegt werden müssen etc.

## **Kontakt**

vor Ort: Nicole Leonhard, PR-Manager, [nicole.leonhard@ariva-hotel.de](mailto:nicole.leonhard@ariva-hotel.de), Tel. +49 621 336503316

für die ARIVA Hotel GmbH: Beate Baumann, Leitung D&S Unternehmenskommunikation

[beate.baumann@dus.de](mailto:beate.baumann@dus.de), Tel. +49 621 8607 207

Presseinformation vom x. August 2019

Anlage 1: Interview mit Dr. Steffen Schwarz



*Worin liegt der Reiz für Sie in der Zusammenarbeit mit unserem Café BRUE?*

Ich habe in der Begegnung mit Florian Schindler, Mirko Mechler und Ihrem Team sehr schnell erkannt, dass diese Menschen mit mir die Begeisterung für guten Kaffee wirklich teilen, dass sie neugierig sind, ihr vorhandenes Wissen noch erweitern wollen, die Lust mitbringen, selbst kreativ zu werden und ihnen gleichzeitig eine umfassende Nachhaltigkeit im Umgang mit dem Produkt Kaffee am Herzen liegt. Wenn Ende August der erste Rohkaffee – das Café BRUE hat ja den Ertrag mehrerer Parzellen gekauft- eintrifft, kann es losgehen mit den gemeinsamen Workshops zur Verarbeitung, Röstung und Aufbereitung. Darauf freue ich mich sehr! Die Tatsache, dass bereits jetzt die angebotenen Sorten „meiner Farmer“ im Café gerne gekauft werden, zeigt auch, dass auch bei den Gästen des Cafés jenes Bewusstsein schon vielfach vorhanden ist, das wir uns alle wünschen. Das spornt auch mich persönlich an!

**Kontakt**

vor Ort: Nicole Leonhard, PR-Manager, [nicole.leonhard@ariva-hotel.de](mailto:nicole.leonhard@ariva-hotel.de), Tel. +49 621 336503316

für die ARIVA Hotel GmbH: Beate Baumann, Leitung D&S Unternehmenskommunikation

[beate.baumann@dus.de](mailto:beate.baumann@dus.de), Tel. +49 621 8607 207