

KP023 - Kaffee Marktplatz

Mit Pingo von Quijote rede ich über den neuen Kaffee Marktplatz „Überlegen“, mit nachhaltigem Angebot von verschiedenen Röstereien. Sie haben sich klare Kriterien für die Zusammenarbeit gegeben. Dabei geht es um die Produzenten, Transparenz und Kooperati

2023, Chris

KaffeePod

<http://kaffeepod.c-schwabe.de/>

Mit Pingo von Quijote rede ich über den neuen Kaffee Marktplatz „Überlegen“, mit nachhaltigem Angebot von verschiedenen Röstereien. Sie haben sich klare Kriterien für die Zusammenarbeit gegeben. Dabei geht es um die Produzenten, Transparenz und Kooperation.

▼ Generated Shownotes

Chapters

0:00:00 Intro
0:00:37 Begrüßung
0:01:36 Vorstellung
0:04:43 Kollektivarbeit
0:06:41 Transparenz
0:10:05 Der Marktplatz
0:16:03 Kooperation
0:18:04 Hintergrund für den Marktplatz
0:23:49 Das Kollektiv
0:25:45 Vertrauen
0:27:19 Die Kriterien
0:50:34 Was hat der Kunde davon?
0:54:07 Der Shop
0:56:27 Das Lager
1:00:25 Wie geht es weiter?

Long Summary

In dieser Episode sprechen wir mit Pingo, einem der Macher von Kichert, über die Entwicklung des Unternehmens und den Aufbau eines Kaffeekollektivs. Pingo arbeitet seit Mitte der 90er Jahre im Kaffeegeschäft und war als gewerkschaftlicher Menschenrechtsbeobachter in Mexiko tätig. Dort lebte er in den Dörfern der Kaffeebauern und begann, ihren Kaffee zu testen und zu rösten. Später gründete er eine Kaffeerösterei und legte dabei großen Wert auf direkte Zusammenarbeit mit den Kaffeeanbauern und transparente Kommunikation.

Pingo erklärt, dass die Transparenz in der Kaffeewirtschaft vor 25 Jahren sehr gering war, aber sie waren die ersten, die ihre Kaffeepreise öffentlich machten, um faire Beziehungen zu den Produzenten

herzustellen. Sie veröffentlichten auch andere Zahlen wie Import und Kaffeequalität, um zu zeigen, wie es anders gehen kann. Diese Transparenz wurde als bahnbrechend und weltverbessernd angesehen.

Sie haben einen neuen Marktplatz namens "überlegen" gegründet, auf dem Cafés von verschiedenen Röstereien angeboten werden. Sie arbeiten mit anderen Kaffeeröstereien zusammen, um ihre Botschaft von Ehrlichkeit und Transparenz im Kaffeehandel zu verbreiten. Ihr Ziel ist es, die Nachfrage nach ihrem Kaffee zu erfüllen und dabei auch andere Kaffeeröstereien zu unterstützen, die ähnlich seriös und nachhaltig arbeiten wie sie.

Pingo betont, dass sie den Marktplatz nicht alleine gegründet haben, sondern in Kooperation mit anderen. Sie schätzen die Zusammenarbeit und freuen sich über weitere Anfragen von Kaffeeröstereien, die Teil des Marktplatzes werden möchten. Je mehr sie sind, desto stärker sind sie und desto mehr werden sie wahrgenommen.

Die Kaffeeröstereien auf dem Marktplatz werden sorgfältig ausgewählt, um sicherzustellen, dass ihre Kriterien erfüllt werden. Sie bieten eine Vielzahl von Kaffeesorten an, auch solche von Röstereien, von denen man bisher nichts gehört hat. Das Ziel ist es, den Kunden eine große Auswahl an hochwertigem Kaffee zu bieten und gleichzeitig faire Handelsbeziehungen zu fördern.

Sie haben ein eigenes System aufgebaut, um die Kaffees zu versenden und die Frische zu gewährleisten. Dabei treffen sie sich als Betriebskollektiv, um die Bestellungen gemeinsam zu bearbeiten. Ihr Ziel ist es, nicht der einzige Kaffeemarktplatz zu sein, sondern andere dazu zu inspirieren, sich ebenfalls zusammenzuschließen und regionale Marktplätze zu schaffen.

In Zukunft werden sie auch Rohkaffee anbieten, sowohl für andere Röstereien als auch für Heimröster. Es wird spannend sein zu sehen, wie sich der Kaffeemarktplatz entwickelt und welche Auswirkungen er auf die Kaffeewirtschaft haben wird.

Brief Summary

Pingo, ein Kaffeeliebhaber und Mitgründer von Kichert, spricht über den Aufbau eines Kaffeekollektivs und die Transparenz im Kaffeehandel. Durch den neuen Marktplatz "überlegen" möchten sie Kunden eine große Auswahl an hochwertigem Kaffee bieten und fair gehandelte Beziehungen fördern. Ihr Ziel ist es, weitere Röstereien zu inspirieren und regionale Marktplätze zu schaffen. Spannend wird sein, wie sich der Kaffeemarktplatz weiterentwickelt und welche Auswirkungen er auf die Branche haben wird.

Tags

Pingo, Kaffeekollektiv, Transparenz, Kaffeehandel, Marktplatz, hochwertig, fair gehandelt, Röstereien, regionale Marktplätze, weiterentwickelt, Auswirkungen

Transcript

Intro

Sound

Chris:

[0:13] Gute Unterhaltung für Kaffeenerds, Hallo und herzlich willkommen zum Kaffeepott, dem Podcast mit der guten Unterhaltung für Coffee-Nerds und für alle Kaffeefreunde und Kaffeefreundinnen. Heute wird's mal wieder um ein Herzensthema gehen und zwar tada, den Kaffee an sich,

Begrüßung

[0:44] und ich meine wirklich den Kaffee an sich und nicht all die technischen Devices, die wir benutzen, um den Kaffee zuzubereiten, Ähm ich möchte gerne den Fokus etwas mehr verschieben, weg von den ganzen Gadgets, die wir tagtäglich benutzen und teuer bezahlen. Hin zu dem welchen Kaffeetrinken wir, wo kommt dieser Kaffee eigentlich her? Wie wird der produziert? Wie wird er gehandelt? Und dazu habe ich ein Ja, ich würde mal sagen, äh Spezialisten, ein Pionieren in dieser Szene heute bei mir, nämlich den Pingo. Herzlich willkommen Pingo.

Pingo:

[1:20] Vielen Dank für die Einladung lieber Chris.

Chris:

[1:22] Schön, dass du da bist. Ähm Du bist ja wir haben in einer Vorbesprechung habe ich gesagt, du bist ja bekannt wie ein bunter Hund in der Kaffeesezene und du meintest auch schon, na ja Das kommt immer drauf an, in welchen Teil der Kaffeesezene,

Vorstellung

[1:36] Ähm ich fänd's auf jeden Fall schön, wenn du dich kurz vorstellst. Du bist ja der einer der Macher von Kichert und du hast viel dazu beigetragen, dass es so was wie gibt jetzt gibt's noch was ganz Neues von dir, ähm nämlich den neuen Marktplatz mit dem Namen überlegen. Ähm aber sei doch bitte so lieb und sag ein paar Worte für all die Leute, die dich jetzt eben noch nicht kennen.

Pingo:

[2:02] Ja, vielen Dank für die schöne Gelegenheit. Also, ich bin Pimo, das ist ein Tiername, das ist erstaunlich, aber bei uns bei Kirotte in meiner Rösterei haben tatsächlich alle Tiernamen, also deswegen, Ich selber arbeite mit Kaffee seit Mitte der neunziger Jahre, Ich war damals als gewerkschaftlicher Menschenrechtsbeobachter in Mexiko und habe dort einfach in Dörfern gewohnt, die halt hauptsächlich von Kaffeebäuerinnen und Kaffeebauern bewohnt waren, Und die haben mich damals gefragt, ey guck mal, wir bauen hier Kaffee an und du schreibst über uns und die ganze Welt schaut auf uns. Willst du nicht mal schauen, ob dein Volk unser Zeug hier gefällt und das habe ich dann damals gemacht, sozusagen Kaffeesäcke mitgebracht von meinen Reisen, Mitte der 90er Jahre und habe damals Kaffee lieber aufgebaut, Kaffeekollektiv gemacht hat, Und irgendwann dann ähm habe ich irgendwann mal mehr und mehr für Kaffeequalität interessiert, geröstet habe ich den Kaffee damals schon selber mit Hilfe, anderen Kaffeeröstereien in Hamburg der Speicherstadt, Kaffeerösterei, die haben ihre Maschine gemiehen und da habe ich mich immer mehr für interessiert, heute gedacht, Ja, wir machen das eigentlich alles schon ganz gut, aber das fehlt halt noch äh das fehlt halt noch Qualität als als Faktor, weil das macht ja viel mehr Spaß irgendwie, wenn das auch Produkt ist, was wir gemeinsam mit den

Leuten, die das anbauen, immer weiter verbessern.

[3:23] 21 gegründet mit Kaffeerösterei die halt damals die erste Kaffeerösterei war die alle Kaffees die sie röstete selbst importierte, damals aus vier Ländern, inzwischen sind sechs immer aus direkten Beziehungen und langfristigen Beziehungen mit dem Ziel halt, Vertrauen aufzubauen und 'ne immer bessere Qualität hinzubekommen.

Ja, das ist das, was mich interessiert, eine direkte Zusammenarbeit mit den Leuten, die dafür verantwortlich sind. Ja, für den Kaffee und das sind immer eindeutig die Leute, die den Kaffee anbauen, und ähm, Wir waren ziemlich selbstbewusst damals, als wir das gestartet sind. Also wir haben uns halt irgendwie schon gedacht, wir haben ziemlich viele Alleinstellungsmerkmale. Wir waren die Ersten, die voll transparent waren damals. Wir haben gesagt, wir veröffentlichen alle wesentlichen Parameter, also Preise Geschäftsbedingungen, Qualität, Vorfinanzierung, wie wir da arbeiten und das war halt neu und das konnten wir halt ziemlich gut kommunizieren und dementsprechend haben wir uns gedacht, wir müssen gar nicht so viel Werbung nach außen hin machen, das ist nämlich der Grund, weswegen uns tatsächlich nur Leute kennen, die sich wirklich für Kaffee interessieren, Oder in der Kaffeeindustrie arbeiten, da kennt uns jeder und das war immer unser Fokus. Da ist die Kommunikation innerhalb der Kaffeeindustrie.

Chris:

[4:38] Mhm, du hast ja oh Mensch, mir unheimlich viel Stichworte schon gleich gegeben. Ich möchte mal eins aufgreifen, du hast neben dieser Transparenz und der Zusammenarbeit mit den Herstellern des Cafes,

Kollektivarbeit

[4:50] auch den Ansatz gewählt über ein Kollektiv euch zu organisieren und das ist ja auch für den neuen Marktplatz glaube ich ein ein eine Basis, und ähm das ist auch für dich glaube ich ähm ja so wie ich das so hm empfinde. Mhm ganz zentraler Ansatz. Kannst du dazu noch mal was sagen.

Pingo:

[5:11] Ja, sehr gerne. Ich ähm selber bin mein Leben lang schon in einer Basisgewerkschaft organisiert, der FAU, Und äh durch die durch die Erfahrung, die ich bis dahin gemacht hatte damals in ganz normalen Firmen, auch ich war mal Buchhändler und da haben wir ziemlich viele harte Arbeitskämpfe geführt auch, Und ähm ich konnte mir niemals vorstellen, Chef zu sein, aber ich habe immer so gute Ideen, dass ich halt immer das Lust hatte Firmen äh Firmen aufzubauen, aber ähm ja ich wollte halt weder Angestellter noch Chef sein und da kam mir die Idee, dass es doch viel besser ist mit Gleichen zu arbeiten, also immer Leute, die alle zusammen, entscheiden, alles zusammen diskutieren und in einer Gruppe eine Firma zu der zu der gemeinsamen Sache zu machen, Und halt ein Unternehmen einfach auch für viel mehr Beine zu stellen. Und das ist das begleitet mich seitdem ich mit Kaffee begonnen hab schon damals Kaffee lieber ein Kollektiv, Kaffee ist ein Kollektiv und das Neue, was wir machen, ist auch ein Kollektiv. Dieses gemeinsame zu machen, als das war schon immer mein Ding, Und das hat sich bisher für mich halt immer wirklich ausgezahlt, weil da können halt verschiedene Menschen ihre Stärken einbringen und ja jetzt sind halt schön umgeben zu sein mit Menschen, die sich halt wirklich für das engagieren und das nicht nur als.

Chris:

[6:24] Auch als Motivation eine gute Sache. Ich ähm finde das faszinierend und du hast da ja auch eigentlich wie soll ich sagen, also das ist natürlich auch gemessen an dem Zeitgeist und dem, wie heutzutage gewirtschaftet wird, auch ein ein Stück weit ein Alleinstellungsmerkmal in dem Bereich.

Ähm ich würde gerne nochmal das Thema Transparenz kurz ähm ansprechen.

Transparenz

[6:47] Für das ganze Thema Transparenz. Du hast das so dahin gesagt, ja du ihr wart die Ersten, die da so transparent drüber waren. Das war ja schon eine ein ziemlicher also es war ja sehr außergewöhnlich, dass jemand Transparenz an der Stelle über so ein äh Produkt oder ein Marktsegment irgendwie gegeben hat. Du hast das dann aber, ihr habt das dann aber auch äh weitergeführt und habe gegründet. Das ist ja auch noch eine Vereinigung, die sich einen, ja, bestimmten Normen unterwirft und sagt, also das, das bedeutet für uns transparent, weil wir wissen ja, es gibt in diesem in jetzt auf jeden Fall in dem jetzigen Zustand sehr viele Übergriffe direkt fair ähm, Bio et cetera. Ähm die sind so ein bisschen nachhaltig. Äh all das ist alles ein bisschen weich, aber ähm ihr habt das damals schon relativ stark konkretisiert magst du da vielleicht auch noch mal, bevor wir so in die ins Thema reingehen, noch mal kurz was dazu sagen?

Pingo:

[7:44] Ja, sehr gerne. Die Geheimniskrämerei in unserer Branche war vor vor 25 Jahren noch viel ausgeprägt, auch vor 13 Jahren als Becki Hotte gegründet haben, war es noch völlig unüblich, Dinge offen zu legen. Wir waren ja auch die erste Kaffeerösterei, die Röstprofile tatsächlich öffentlich gemacht hat, um in der Branche, für einen Austausch und für schneller zu lernen zu sorgen aber im Wesentlichen und darauf kommt's uns an die Kaffeepreise die wir halt an die Produzentinnen des Kaffees gezahlt haben öffentlich gemacht haben. Da waren wir Ganz früh, obwohl das ähm ja obwohl das diejenigen sind, die halt ähm für alles verantwortlich sind, Qualität des Kaffees und für den Anbau und die Nachhaltigkeit verantwortlich sind und das war für uns völlig unbegreiflich, erklären.

[8:31] Wird, Und ähm ja uns war es halt ein Anliegen, die Leute in den Mittelpunkt zu rücken, die den Kaffee anbauen und halt auch zu zeigen, dass da faire Preise notwendig sind und langfristigen Anrufbeziehungen notwendig sind, um nachhaltig Kaffee anbauen zu können, denn, Also wenn ich immer einen zu niedrigen Preis für das Produkt zahle und schlechte Handelsbeziehungen habe, dann werde ich halt auf Dauer auch kein gutes Produkt bekommen können, Das sollten wir halt modellhaft zeigen, wie das anders gehen kann und dafür ist es auch notwendig, auch für die Glaubwürdigkeit ist es nötig, dass transparent zu machen, Deswegen ähm ja und alle Zahlen veröffentlicht in wie viel Zahlen wir wie viel importieren, welche Qualitäten importieren wir und so weiter.

Das wollen wir in Deutschland die ersten. Es gab in Nordamerika schon andere, die das vor uns gemacht haben. Zum Beispiel hat das schon eher gemacht und ich glaube, das Coffee Collective in Kopenhagen hat das auch schon eher gemacht als wir, das fanden wir total gut und richtig und inspirierend, Wir hatten nichts zu verstecken, also haben wir uns da dran gemacht und haben gesagt, von Anfang an alles öffentlich, alles auf den Tisch zahlen und handwerkliche Aspekte.

Chris:

[9:34] Bahnbrechend. Ich finde das großartig und ähm ich denke ihr werdet auch so wahrgenommen, das ist Pionierarbeit, das ist irgendwie auch ein bisschen so ein Weltverbesserlichen äh verbessern. Ansatz und äh ich glaube, dass es absolut notwendig in einer Welt, wo äh ja im Grunde genommen die Wirtschaftlichkeit über allem steht und Transparenz natürlich an der Stelle. Wie soll ich sagen? Ähm vielleicht einer einer gewissen wirtschaftlichen Möglichkeit entgegensteht. Ähm,

Der Marktplatz

[10:06] mit deinem mit dem neuen Projekt, nein, mit der neuen Firma, na ja, mit dem neuen Marktplatz, den ihr gegründet habt, ähm das.

[10:15] Steht ja dann im konkreten, gleich wieder in demselben Zusammenhang. Also das heißt, ihr geht praktisch diesen Weg jetzt weiter und habt einen neuen Marktplatz gegründet, der ähm online verfügbar ist, wo ihr mit verschiedenen Röstereien zusammenarbeitet ähm und dann, eben über eine Plattform äh Cafes von unterschiedlichen Röstereien äh anbietet. Ähm da will ich jetzt gerne mit dir mal tiefer reingehen, weil das ist eigentlich das Kernthema. Ähm, Der Marktplatz heißt überlegen und, Das hat mich zum Beispiel am Anfang auch schon ähm ein bisschen verwirrt, weil ähm natürlich dahinter so eine Art ähm oder man kann dahinter ja so eine Art Wortspiel sehen.

Aber ähm in erster Linie ähm äh versucht ihr zu dokumentieren, dass mit diesem Wort Überlegen ähm einfach ein Nachdenken gemeint ist. Ähm ich, denke diese ganze Sache könnte auch so ausgelegt werden, dass ihr euch in irgendeiner Art und Weise mit eurem Anzeig überlegen fühlt. Ähm, Magst du dazu ein bisschen was sagen zu dem Namen, wie es dazu gekommen ist, weil das das ist das Erste, was einem Soja auffällt, ne?

Pingo:

[11:29] Ja, das sind aber ganz viele Fragen. Sag einmal, ich fange doch mal mit dem Weltverbessern an Also ähm ich ich mache genau. Ich fange nochmal mit dem Weltverbessern an. Also wir wir denken schon, dass ähm wenn man sich das überlegt, was Kaffee ist, Kaffee ist in erster Linie und das war es. Vor allem immer ist es unserer Meinung nach immer noch ein Kolonialprodukt halt auf und fiese Ausbeutung und auf ganz schlechten Handelsbeziehungen auf ungleichen Handelsbeziehungen basiert, also 90 bis mehr als 90 Prozent des Kaffees, der hier und Deutschland auf dem Markt ist, auf der Basis von Weltmarktpreisen gehandelt das kann nicht sein, das macht das macht nicht nur keinen Spaß, sondern das ist halt das ist hässlich tatsächlich und wir wollten das von Anfang an schon anders machen, Und ähm.

[12:12] Zum Beispiel als Kirotte Kaffee sind wir damit auch immer sehr gut gefahren. Wir sind als Kaffee so gut nett damit gefahren, dass wir schon immer von Beginn an, Mehr Nachfrage nach unserem Kaffee hatten als als das unsere ähm Produktionskapazität hergegeben hat, also egal wie schnell wir gewachsen sind, egal wie viel Kaffee wir produzieren, wir sind jetzt ungefähr bei 160 Tonnen im Jahr, Diesen Kaffee stellen wir am Montagmorgens um 7 Uhr bei uns im Webshop. Diese Woche war zum Beispiel am Montagmorgen um 9 Uhr schon ausverkauft. Das heißt also die Nachfrage nach dem Kaffee ist einfach viel höher als unsere unsere Kapazität.

Schon immer mussten wir halt oder konnten wir dann halt auf andere gute Kaffeeröstereien verweisen, die unserer Meinung nach genauso seriös und schön arbeiten wie wir, die halt genauso als Vorbilder dienen können für die Branche und auch als Vorbilder dienen sollen.

Und bei unserer Überlegung war das jetzt, dass jetzt einfach mal zu verbessern, indem wir halt auch gemeinsame Auftritte schaffen, indem wir uns noch besser vernetzen und indem wir uns gemeinsam darstellen.

Mit den Kriterien, die eigentlich für uns alle klar sind und äh ja diese diese Überlegungen, das zusammen zu machen, ist halt, die ist sowieso immer in unserem Denken drin gewesen, wie zum Beispiel bei Plash. Wir wollten uns gemeinsam darstellen und zeigen, guck mal, wir sind alleine diese 160 Tonnen sind natürlich ein Witz, die heute läuft auf dem Gesamtkaffeemarkt gemeinsam mit ich weiß gar nicht wie viel wir bei waren 100 anderen Kaffeeröstereien auch viele die wirklich sehr renommiert sind und sehr gute Arbeit machen und international bekannt sind.

[13:37] Das ist halt schon was anderes. Also stellen wir uns nach außen hin mal gemeinsam dar und zeigen, dass wir an einem Strang ziehen und dass wir gemeinsam doch schon gar nicht mehr so klein sind und was anderes erreichen können, als wir nur alleine erreichen.

[13:49] Und klar ist das Ganze eine ähm klar ist das Ganze ein Resultat von all diesen Überlegungen, die wir gemacht haben zusammen, zusammen zu arbeiten was wir alleine nicht schaffen können und deswegen dieser Marktplatz, Wir sind ähm nochmal negativen Sinne inspiriert worden durch die Marktplätze der äh Kaffeekonzerne und der Investoren wie halt ähm Rosemarkets oder sixty Beans oder rostets.

Da hatten wir eine Kampagne zugemacht in anderthalb Jahren jetzt mittlerweile fast hatten wir uns, Zusammengetan und hat geschaut, was bringt denn das für Kaffeeröstereien und vielmehr was für ein Risiko bedeutet das für die Kaffeeröstereien, die da mitmachen, Und das war einfach noch eine weitere Motivation zu schauen für uns, dass wir gemeinsam machen können und dann im positiven Sinne, All diese Kaffeeröstereien, die da mitmachen, stehen halt für äh Ehrlichkeit und Transparenz im Kaffeehandel, Und ja, das ist halt das, was wir weiter zeigen wollen. Also direkte und langfristige Beziehungen zu den Leuten, die den Kaffee anbauen, Transparenz, Ja und halt die Ehrlichkeit und insofern ist das halt das Ergebnis nun dieser Kaffeemarktplatz, Und das ist ein, ja, das ist ein Ergebnis von gemeinsamen Überlegungen mit 12 Kaffeeröstereien jetzt, die halt in der Gründungsphase auch alle mitbeteiligt waren.

[15:04] Insofern existiert er jetzt und na ja, dass das ein Wortspiel ist. Wir werden uns dann mal überlegt, Nehmen wir doch mal ein Wort, was äh wenigstens nur zweideutig ist und dreideutig ist. Ne, dreideutig ist aber auf jeden Fall von allen verstanden wird.

Und ähm das Logo zeigt ja auch so ein bisschen, dass es halt uns eigentlich um die Überlegung geht und nicht äh nicht, dass wir uns besser fühlen als andere, Das ist äh das ist mitnichten gemeint, aber wenn es für Diskussionen sorgt, freuen wir uns. Unsere Namen, die wir gewählt haben für Kirotte, hat überhaupt niemand verstanden.

Sprache gibt, dass es da halt äh für den ähm Einsatz und für den äh Kampf, für die eigenen Ideale gegen das entsteht kein Mensch bei dem Namen, deswegen jetzt halt ein Name, der auch provokativ aufgefasst werden kann und das ist das ist okay für uns. Wir halten uns nicht für besser als andere, aber wir wollen halt gerne Impulse setzen und wir wollen gerne wahrgenommen werden.

Chris:

[15:56] Super, du hast Tatsache so ziemlich alles gleich beantwortet. Das ist ja super. Ähm ähm,

Kooperation

[16:03] Ich hatte im Kopf ähm äh Kooperation, was Kooperation als überlegenes Konzept Könnte man das vielleicht ähm auch da drin sehen, weil das ja ein Kern ist, dass ihr, wie du schon gesagt hast, den Marktplatz jetzt nicht alleine oder du den nicht alleine hier den zusammen gegründet habt Ähm ist Kooperation. Das Kooperative dabei vielleicht etwas, was euch stärker macht.

Pingo:

[16:26] Kooperation ist auf jeden Fall besser, also es gibt halt immer, es gibt Leute, die Sachen können, die wir nicht können, es gibt Leute, die ähm Sachen können, von denen wir überhaupt keine Ahnung haben.

[16:38] Müssen wir uns dann immer mal rum fragen, das das können andere einfach viel besser als wir, weil wir uns 13 Jahre bei Kirotte auf einem wirklich äh auf einem wirklich alertyptischen Modell ausruhen konnten oder nie die Notwendigkeit hatten und na ja, das konnten zum Beispiel andere Kaffeeröstereien jetzt in der Vorbereitung dieses Projektes hat und ich kann das zum Beispiel überhaupt nicht und, Dann haben wir zum Beispiel Leute wie die Kaffeemacherinnen in dem Netzwerk, die halt so

toll sind mit ihrer ähm medialen Präsenz und mit ihren ganzen Videos und mit ihren Podcasts, die sie auch machen halt schön, das hilft uns halt doll. Wir haben halt Leute Beratung irgendwie, die jetzt noch gar nicht offen auftauchen in diesem Marktplatz, haben die uns zuarbeiten ausm aus dem fairen Handel und äh aus dem Import von anderen Firmen.

Da freuen wir uns, dass da noch ganz viel kommt. Also diese äh dieses Modell, was halt so viele Leute schon vor der Gründung inspiriert hat bei uns aus der Branche, Das sorgte dafür, dass wir halt mit äh ganz viel Know-How und ganz viel Unterstützung von anderen Leuten halt vorab irgendwie äh dass da damit gesegnet waren und, das zeigt sich jederzeit auch nochmal das Diese Zusammenarbeit in die wir da zusammenarbeit sehr vielen Leuten wirklich gefällt. Wir haben jetzt 25 Anfragen in den ersten vier Tage von überlegen von weiteren Kaffeerösterereien, die auch Lust haben Teil dieses Ganzen zu sein, jetzt sozusagen bewerben, auch mitmachen zu können, Und ich bin mir sicher, je mehr wir sind, desto stärker ist es, desto mehr werden wir nach außen hin wahrgenommen und ja, desto mehr bringt das auch für jeden einzelnen von uns.

Hintergrund für den Marktplatz

Chris:

[18:05] Ja ähm kommen wir nochmal kurz auf den auf den Punkt zurück, was der Hintergrund der Gründung war. Du hast vorhin angesprochen, dass es andere Marktplätze auch gibt Die ähm ja diesen Platz versucht haben, zu besetzen. Ähm was ist denn da das Problem bei diesen Marktplätzen oder was was ist das, was äh sozusagen, euch dann oder Was ist das, was du denkst, was euch dann davon abhängt? Mal abgesehen von dem Konzept, dass Kollektiv und gemeinsam anzugehen und natürlich ähm eine Transparenz zu schaffen und das auch wirklich ähm Wie soll ich sagen, ähm dem Produzenten auch wieder ähm dann zu Gute kommen zu lassen, was ihr da macht, Aber was ist das Problem bei diesen anderen Marktplätzen? Ich glaube, die sind in den letzten Jahren ja ja, augenscheinlich nicht nicht ohne Markt entstanden und die Leute nutzen das. Ähm was ist das Problem, was ihr da sieht.

Pingo:

[18:57] Ich spreche aus der Sicht von Kaffeeröstereien, wenn ich halt jetzt von der Problematik dort sprechen, ob's zur Sicht von Spezialitäten Kaffee also die großen Marktplätze, das gibt auch andere Marktplätze, die sind äh Die machen äh supergute Arbeit, zum Beispiel äh ist ein toller Pakt, weil toller Marktplatz oder ähm was gibt's noch? Coffee gibt's zum Beispiel, Marktplätze total Sinn machen und sie absolut unterstützenswert und besuchenswert sind von den großen Marktplätzen wie insbesondere wahrscheinlich.

[19:28] Die versuchen glaube ich als unsere Spezialitäten, Kaffee, Bewegung, die halt in den letzten 15 Jahren glaube ich für alle Fortschritte bei uns in der Branche verantwortlich war. Das geht halt von diesem, von vielen kleinen Kaffeerösterereien gab so tolle Impulse und alles was den Kaffee heute ausmacht, wie wir uns wünschen kommt halt von einem kleinen Kaffee was da rein und ganz wenig davon glaube ich nur von den großen Konzernen, Deswegen ähm denken wir, das ist halt so ein Versuch ist, ähm sich diese Sachen zu eigen zu machen von den kleinen Kaffeerösterereien und dann wird ganz viel von Partnerschaft gesprochen, zum Beispiel also es wäre halt jetzt keine gemeinsam an einem Strang ziehen, dass wir alle Partner sind.

Daran glaube ich nicht. Keiner von diesen Marktplätzen verlinkt zum Beispiel auch nur die beteiligten Röstereien, sondern das ist immer ein Versuch halt, ähm, Ähnlich wie bei anderen großen Marktplätzen wie im Lieferando oder Amazon meiner Meinung nach ein äh dieses äh Konzept des Kundenanlogs, umzusetzen, also dass halt Leute, die halt erstmal auf solche Marktplätze kommen.

[20:27] Ihren Kaffee weiterhin bestellen. Also ist ein Abgreifen von Kundendaten für die eigenen

Interessen. Das wird auf die Markennamen und auf die Firmennamen, geboten zum Beispiel, das heißt also, wenn du halt diese kleinen Röstereien jetzt auf diesen Marktplätzen vertreten sind, auf Google suchst, findest du halt zuerst den Marktplatz, aber nicht nur die Homepage der eigentlichen Röstereien. Dann wird, ganz viel von ganz viel Betrieben zu so Begriffen wie oder Fairness oder, Direkte Beziehungen oder Nachhaltigkeit.

[21:03] Das spielt überhaupt keine Rolle, aber in Wirklichkeit, also ich glaube denen das nicht, sondern ähm da werden diese Begriffe aufgeweicht, das stört uns, Das werden ähm Produkte mit einer höheren Marge besser platziert als äh Produkte mit einer niedrigeren Marge. Es gab in der Vergangenheit viele gefälschte und gelöschte Kundenbewertungen.

Darüber hinaus, ähm ja, denke ich, dass es halt schon einen recht großen und gefährlichen Imagetransfer von kleinen Kaffeeröstereien, die wirklich engagiert sind an die Kaffeekonzerne konnte es absolut nicht in unserem Interesse. Das ist eine, Nachtverschiebung zugunsten der Leute, die sowieso schon die Macht haben in unserer Branche und deswegen sollen wir damit spielen. Wir haben gedacht, wir machen das einfach mal. Wir machen das einfach mal selber, wir können das selber besser und wir können das selber fairer.

Chris:

[21:48] Ja, das ähm würde ich so unterschreiben, aber vielleicht kannst du noch mal ein bisschen äh rausarbeiten, was ihr denn genau besser macht jetzt. Also wir haben ja schon grundsätzlich über die Ansätze gesprochen, aber vielleicht noch mal ganz konkret. Was macht ihr jetzt besser?

Pingo:

[22:01] Wir machen halt ähm diesen genannten Dingen Schon mal das Gegenteil. Also wir haben ähm wir ergreifen keine keine Daten ab. Wir bieten nicht auf die Namen. Wir verlinken die Kaffeeröstereien ordentlich. Wir arbeiten wirklich zusammen.

Ähm das, was uns vereint und das, was halt jetzt die Kaffeerösterinnen alle ausmacht, die dabei sind, die Kaffeeröstereien sind halt diese klaren Kriterien, über die du auch die du vorhin schon kurz angesprochen hast. Also wir haben uns halt Vorher hingesezt und haben gesagt, gut, was vereint uns wirklich? Was sind die Kriterien, die wir garantieren können? Und ähm wo wir alle nicht nur für uns, für unsere Rösterei eintreten, sondern auch für die anderen, die dabei sind. Also das heißt, wir empfehlen, Wir geben unseren guten Namen dafür her, auch andere Kaffeeröstereien zu empfehlen und wollen da auch wirklich als gemeinsames Ding wahrgenommen werden. Das ist halt ein deutlicher Unterschied, wir halt füreinander eintreten, uns, denken, dass wir halt all diese anderen Kaffeeröstereien genauso empfehlen, können wir unsere eigene Kaffeerösterei. Das würde im Umkehrschluss bedeuten und das sollte Umkehrschluss bedeuten Dass Leute, die Kaffee kaufen möchten auf dieser Plattform auch ähm auch dem glauben können, was wir machen. Also ist tatsächlich alles ehrlich ist, was dort kommuniziert wird und dass diese Kaffees diesen Kriterien, die wir gemeinsam aufgestellt haben, auch tatsächlich entsprechend und das ist halt nicht irgendwie ein, irgendwie kuratierte Sache, sondern das ist nach einem klaren Kriterien, kuratierte Sache. Einmal von uns aus den von den Leuten, die halt im Kollektiv selber arbeiten, die jetzt unseren äh Typ bei uns im, also diesen Marktplatz betreiben als auch die zwölf Röstereien, die halt hinter diesem Marktplatz stehen.

Chris:

[23:31] Ja, Vertrauen als Basis. Ich glaube, grade das Thema Vertrauen, da können wir gerne mal einsteigen, aber ähm das ist eine eine wichtige Sache in einem in einem Segment, wo viele jetzt mit ähm was wird, wie du es sagst, ähm werben, ne und es ist sehr schwer nachzuvollziehen. Ähm kommen wir aber mal nochmal einen einen kleinen Schritt zurück auf dem was wer ist denn jetzt eigentlich, wer seid ihr jetzt, ja? Also wer ist das Kollektiv und wer macht.

Das Kollektiv

Pingo:

[24:00] Das gibt halt zwei Ebenen des Kollektivs, also wenn wir das, wenn du die beteiligten Kaffeeröstereien jetzt als Kollektiv betrachten wollen, dann ist das natürlich ein was halt äh aus den einzelnen Firmen besteht, die jetzt halt deren Kaffee wir jetzt verkaufen und intern sind wir in Kollektiv von momentan nur vier Personen. Wir machen das alle nebenberuflich. Wir haben das als alle aus Engagement gemacht, weil wir Lust drauf haben auf dieses Projekt und wir machen das einfach mal nebenbei, also das neben mir ist das noch ähm Max, der ist Kaffeeröster aus dem Avenier in Lüneburg, das ist auch eine Kaffeerösterei, die direkten Handel mit Ecuador betreibt, Das ist halt Nikola, Nicola kommt aus der Öffentlichkeitsarbeit vom NABU, also ein großer Naturschutzverband, das ist wiederum was ganz anderes und das ist Eugen Ist ein äh ist ein Punker. Der hat Hamburgs ersten ähm Hamburgs erstes Panklokal, Hamburgs ersten Punkshoppen eröffnet, neunzehnhundertachtundsiebzig, Also es ist schon der hat viel Erfahrung mit Tankrock und ähm Tankrock hilft glaube ich auch immer, das ist ganz gut, wir sind vier Leute, die das nebenberuflich als kann man als äh professionalisiertes Hobby betrachten und als ähm eine recht professionelles Hobby betreiben.

Chris:

[25:06] Oh schön, wie du sagst, Punkrock hilft immer. Ich bin grad ausm aus einer ich war lange jetzt noch mal in Spanien gewesen und ähm ähm da ist so der Begriff geprägt worden. In Spanien ist mehr Punk. Aber das ist eine andere Sache. Ähm, Ähm ich würde gerne noch mal ähm da, Auf das Thema der Kriterien zurückkommen, weil ich glaube, das ist ja was, was euch ähm, Was euch sehr stark ähm ja auch prägt und wo alle Röstereien ähm mitmachen.

Wollen wir mal einfach die Kriterien, ich weiß nicht, so ein bisschen durchgehen oder willst du die kurz umreißen ähm weil wie gesagt, ich glaube in so einem Segment, wo wir,

Vertrauen

[25:50] immer mehr Leute mit Nachhaltigkeit und fair und sonst wie ähm äh werben, ist es ja sehr schwer und eben auch eine Vertrauensbasis ähm, dem zu glauben, was da versprochen wird. Also ähm ich denke Vertrauen als Basis ähm habt ihr wahrscheinlich dann eben auch mehr als andere Leute. Aber lass uns doch mal über die Kriterien im Einzelnen reden.

Pingo:

[26:16] Gerne, wir können gerne äh eins nach dem anderen auch durchgehen irgendwie, das das ganz gut ist. Was das Vertrauen, was du ansprichst, ist Sollte man, ich finde diese Skepsis, die uns halt immer entgegengebracht wird, auch ganz schön gut. Tatsächlich, weil wie du sagst, also es wird halt sehr viel gelogen, wie man auf der Welt auch in der Kaffeebranche und bei kleinen Kaffeeröstereien mindestens genauso wie bei großen Kaffeeröstereien nehme ich an Also ähm ich glaube, das ist gut, wenn wir die einfach alle mal hintereinander durchgehen.

Chris:

[26:40] Mhm, finde ich auch. Und und das Thema Vertrauen. Ich habe einen äh guten Podcast von Philipp von den Kaffeemacherinnen gehört ähm mit einer Frau, wo ich dummerweise den Namen gerade nicht präsent habe, aber ich werde den auf jeden Fall verlinken, Da ging's um Nachhaltigkeitskommunikation Greenwashing et cetera sowas und ähm das das äh die hat die schaut sich an, was steht auf den Verpackungen drauf und was ist wirklich drin ne? Und und das meine ich halt mit ähm am Ende ist es sehr schwer für mich als Konsumenten auch nachzuvollziehen, ob diese ja diese

Nachhaltigkeit, die da beworben wird, ob die auch wirklich stattfindet, aber wie gesagt, lass uns mal

Die Kriterien

[27:20] Zurückkommen auf die auf die Kriterien. Also ihr startet hier mit Beziehung statt Rohstoffe.

Pingo:

[27:26] Ja, das ist für uns tatsächlich auch das zentrale Kriterium, das, so ein bisschen gewertet jetzt in der Reihenfolge. Wahrscheinlich nicht. Wahrscheinlich nicht ganz zufällig, aber mit dem, was für uns am wichtigsten ist, begonnen. Ähm, Ich habe ja einen ganz guten Überblick aufgrund meines Hobbys, der Rösterkarte, den ich kennen die meisten, die jetzt zuhören, jetzt wahrscheinlich ja auch.

Chris:

[27:44] Ich werde sie verlinken, Bingo.

Pingo:

[27:46] Danke sehr. Und äh ne, so ich habe heute die tausendeinhundertsiebzig Silvesterei dort eingegeben und ähm das sind ähm ja deswegen ähm, Kenne ich die Art und Weise der Kommunikation halt auch ganz gut von diesen 1200 Kaffeeröstereien ungefähr, werben mittlerweile über 380 mit äh Mitbegriffen wie äh Partnerschaftlichkeit, direkter Handel, das ist natürlich das wichtigste Wort jetzt direkter Handel, nimm das fast alle, und so das ist.

[28:14] Das ist äh ziemlich ausgehöhlt dieser Begriff. Also da kann man halt auf keinen Fall drauf vertrauen, wenn da jemand solche Worte benutzt, sondern man muss immer dahinter schauen und das ähm das geht glaube ich nur, wenn wenn die Kaffeeröstereien auch klar machen irgendwie, dass sie wirklich direkte Beziehungen zu den zu den Leuten haben, die den Kaffee anbauen und da ist halt auch unser wichtigstes Kriterium, also dieser Kaffee soll aus Beziehungen, aus äh aus direkten Beziehungen kommen zwischen der Kaffeerösterei und den Produzenten dieses Cafes. Das muss irgendwie dokumentiert werden als zum Beispiel durch regelmäßige Besuche, die halt äh eine vertrauensvolle Zusammenarbeit überhaupt erst entwickeln können. Und das ist halt Klar ist, dieser Kaffee wird nicht über äh nicht über irgendjemanden importiert, sondern wirklich mit eigenem Engagement. Und das ist das, was für uns einfach ja einfach wichtig ist. Also und zeigt sich ernst nicht ernst ich glaub dass noch gar nicht so viele Kaffeerösterei sind absolut kein Anspruch auf Vollständigkeit ich glaub schon ist es halt so 50 bis 70 was da rein gibt die das alles ganz toll machen Wir haben jetzt erstmal mit zwölf anfangen, die wir halt auch alle kennen. Ich habe das mir dann noch so ein bisschen peinlich gewesen. Ich habe auch ein paar vergessen.

[29:23] Irgendwie zum Beispiel öffentlich entschuldigen zum Beispiel äh die Elephant Beans jetzt aus Freiburg, also die hatte ich eigentlich sofort im Kopf von irgendwie, das habe ich dann einfach vergessen, sie anzurufen vorher, meine Schuld, Also ja, es gibt noch mehr, aber ähm die zwölf. dabei sind, das sind welche, die es wirklich ernst nehmen und da gibt's halt da gibt's halt noch einige mehr, das gibt's auch noch ein paar, die dann in der Zukunft werden zu uns in den Marktplatz in den nächsten Monaten.

Chris:

[29:48] Ja, es ist ein Anfang. Ich ähm was mich sehr fasziniert ist, dass ihr, du, ähm aber eigentlich ihr alle da draußen, die das jetzt im Moment so angehen, dass ihr das auch macht und nicht nur redet, das ist äh wundervoll zu sehen und ja die Beziehung zu den Herstellern ähm denke ich auch ist eigentlich der Das ist wirklich das Pudelskern, ja? Neben dem Preis und das zweite Kriterium, was ihr euch gegeben

habt, ist Bedürfnisorientierung statt Weltmarktpreis. Was soll das bedeuten.

Pingo:

[30:16] Ja, das bedeutet, dass wir den Weltmarktpreis für keine Möglichkeit haben auf äh für keine Basis halten für einen Kaffeehandel. Also es muss halt unserer Meinung nach, realistischer Preis gefunden sein und uns bewusst sein auch alle Leute, die regelmäßig in diesen Ursprungsländern sind und sich austauschen mit denen, die den Kaffee anbauen, wissen, dass äh das deutlich mehr als ein Weltmarktpreis oder ein Weltmarktpreis plus ein Qualitätsbonus, der auch immer mit dem Weltmarktpreis dann halt mit Schwankteil der gesamte bezahlte Preis.

[30:43] Äh es muss das muss halt ein garantierter Preis sein, damit die Leute in ihren Kaffeeanbau investieren, damit die Leute halt äh eine Zukunft sehen in dem Kaffeeanbau und das ist das, was wir garantieren, Preis bezahlt wird, der halt, der realistisch ist, der halt die Kosten von diesem Kaffeedeckel, der die Lebenshaltungskosten dort vor Ort berücksichtigt und darüber hinaus ermöglicht, dass vor Ort investiert werden kann und eine Zukunft gesehen werden kann im Cafe an Bord, auch in unserem Interesse und das muss halt gemacht werden, Und das tun auch alle Kaffeeröstereien mit allen Kaffees, die wir jetzt vermarkten, Also es ist halt immer auf der Basis von einem garantierten Mindestpreis, der dort angeboten wird und der guten Kaffee ermöglicht, Unabhängig davon, wo der Weltmarkt gerade steht, denn auch die meisten Spezialitäten Kaffees, die wir jetzt kaufen können über die ganzen Importeure, Die werden alle auf der Basis vom Weltmarktpreis gehandelt und na ja da gibt's halt den Basispreis, Vom Weltmarkt und da gibt's halt noch herkunftsspezifische Aufschläge oder qualitätsspezifische Aufschläge, Davon abgesehen, bieten wir einen Mindestpreis, der halt vereinbart ist mit den Leuten, die den Kaffee anbauen, der halt auch nicht garantiert ist und dass dass unsere Meinung nach auch die einzige Möglichkeit, Nachhaltigkeit.

Chris:

[31:55] Ja, guter Ansatz, wie ist denn das? Ähm es gibt doch diesen Fair-Trade-Preis. Seid ihr da in in in der Region oder drüber oder drunter oder wie wie sieht's da aus?

Pingo:

[32:05] Wir freuen uns sehr, dass der Fairtrade-Preis halt jetzt weggegangen ist. Zum 1. August ist der Fair-Trade-Mindestpreis auch erhöht worden von äh Fair Trade Bio-Kaffee völlig anachronistisch und 190 pro Fund, jetzt auf zwei 40. Das ist halt ein ganz schön guter Schritt. Das macht es möglich, in manchen Ländern mit besonders niedrigen Löhnen niedrigen Anbaukosten tatsächlich die 240 Standardkaffees herzustellen mit einer zweiundachtziger, 3undachtziger Qualität. Kann das in einzelnen Ländern ein realistischer Preis sein?

Ich kann ja sogar Pirotte sprechen nur, da kenn ich unsere Preise natürlich sehr genau und über ein paar Partnerröstereien, ich denk das halt für, guten, leckeren Kaffee, Gewähren und Söhnchen halt von 84er Qualität ungefähr 3zwanzig330 in meisten Ländern gezahlt werden muss. Das ist halt das, was realistisch ist oder für 85 als 86er Qualitäten, dass man so um die vier Dollar, Das sind die Preise na ja um diese Preise Range bewegen wir uns halt so zwanzig bis, ein bisschen mehr also so 30 bis 40 Prozent für unsere Basiskaffees über den Fairtrade Mindestpreisen aber wir verlangen noch höhere Qualitäten wir verlangen natürlich auch ja, Kaffee wirklich lecker ist und dass wir auch Spaß daran haben können.

Chris:

[33:16] Ja, ja, ja, verstehe. Na ja, gut, wenn du sagst, ähm das ist der Preis, der gezahlt werden muss, dann ist das ja genau der Ansatz, den wir eigentlich, ja, äh, brauchen, nämlich mal, eigentlich die Leute da vor Ort, ähm um vernünftig leben zu können und ähm damit dann eben auch uns einen guten äh Kaffee liefern zu können und nicht andersrum, äh wie viel Kaffee es gerade billig am Markt und äh wie setzen wir den, Preisfest, also das Umdrehen dieser Denkweise ist glaube ich ein ein Schritt der der mehr und mehr kommen müsste. Ähm gerade vor den, Grund, dass wir ja noch andere Probleme zu

bewältigen haben, ne, Klimakrisen und was weiß ich nicht alles, ja.

Pingo:

[33:57] Von Land zu Land zu von Land zu Land unterschiedlich und das muss auch da müssen wir einzeln. Wir müssen also das spricht wieder für die Beziehung, wir müssen wirklich vor Ort sein, wir müssen wirklich Beziehungen aufbauen, die Leute kennen und Vertrauen aufbauen miteinander.

Chris:

[34:09] Hm. Das nächste Kriterium äh ist Langfristigkeit statt Mode. Was soll das mit der Mode auf sich?

Pingo:

[34:17] Ja, die Langfristigkeit ist, das, das, was ich eben schon ähm angesprochen hatte, das ist ein, Bedingung dafür, dass Vertrauen entsteht. Also ich kann ich kann halt immer dort hinfahren, wo gerade der äh der letzte Kaffee-Trend umgesetzt wurde und wo die Leute schon zwei Jahre lang jetzt in Anarobe ähm Herstellungsmethoden, investiert haben und ähm dahingehend, wenn ein äh Jahren wieder der ähm äh der pinke gestreifte Burgen aus einem anderen Land äh halt der nächste Trend ist wo alle hinterher rennen das ist nicht das was wir wollen wir wollen langfristig zusammen arbeiten und halt 'ne echte Beziehung aufbauen und Vertrauen aufbauen, Alle, die halt in den Kaffeeländern viel reisen wissen, wenn du irgendwo die ersten Jahre bist, gibt es kein Vertrauen, weil niemand kennt dich und alle können zurückblicken auf viele Jahrzehnte, gegenseitige Verarschung. Die Kaffeekäufer haben die Produzenten verarscht, die Produzenten haben die Kaffeekäufer verarscht und äh so so geht das halt nicht. Deswegen Langfristigkeit sind das entsteht halt meistens erst nach ein paar Jahren wirklich so eine, so eine wirklich vertrauensvolle Beziehung, dass man dass man halt äh weiß, oh die Meinung ist ja wirklich ernst und.

[35:25] Ja, das ist halt, das ist halt unser Anspruch halt, langfristig miteinander zu arbeiten. Das ist auch für die Zukunft zu garantieren, wenn wir uns jeweils an unsere Versprechungen halten, Dass es auch gut geht und dass wir das halt auch in der Zukunft fortsetzen können. Du hast so angesprochen diese wirklich großen Herausforderungen dieses Lieferkettengesetz und die Antientwaltungsrichtlinien von der EU jetzt sind halt, Eher so technische Herausforderungen, die halt wir zum Beispiel alle recht leicht meistern werden, Aber der Klimawandel ist eine Herausforderung, die wir halt wirklich gemeinsam angehen müssen und wirklich gemeinsam besprechen müssen mit den Kaffeebeuern und Kaffeebauern.

Chris:

[36:00] Ähm spielt ähm also langfristige Beziehung, das das spielt ja alles so ein bisschen Hand in Hand und auch der Preis. Ähm wie haltet ihr das dann mit der Thematik Vorfinanzierung. Ich weiß, das ist immer ein Thema, was gerade in der Beziehung zu den Herstellern ähm augenscheinlich ein ganz wichtiger Punkt ist, um den auch eine gewisse Sicherheit. Äh zu geben.

Pingo:

[36:23] Das ist leider leider ein Thema, was bei uns in der Branche völlig in Vergessenheit geraten ist oder überhaupt seltene Rolle spielt. Es gibt nur ganz wenige, Reporteure und Kaffeerösterei, die wirklich vorfinanzieren. Also mir fallen halt außer uns bei Kirotto wirst von Anfang an Zum Thema gemacht haben, also kurz dann wir zahlen halt ungefähr 60 Prozent der Vertragssummen, also des Kaffeepreises, halbes Jahr vor der Lieferung, also beim Vertragsabschluss an, verlangen dafür auch keine Zinsen, weil wir gute Kredite hier bei der GLS-Bank haben, die können wir, wenn wir finanzieren und einfach zinslos weitergeben. Ein Vorbild ist neben Kirotte in Deutschland glaube ich dort noch das Roasters United Netzwerk also von denen uns zum Beispiel bei uns jetzt auf dem Marktplatz die machen das halt auch absolut vorbildlich, also, Vorfinanzierung bedeutet dort vor Ort, dass halt ja viele Kosten entstehen, dass dieser Kaffee erstmal eingebracht ist und verschifft werden kann und dass das unterstützt

wird, denn Kredite zu bekommen für, Kleinbauern in diesen in diesen Ländern des globalen Südens ist halt meist nicht nur schwierig, sondern total unmöglich. Und wenn es schwierig ist, dann sind das horrende Zinsen von 20 bis 30 Prozent und diese 60 Prozent, die wir vorfinanzieren, sind ungefähr die Kosten, die halt schon bis zur Ernte des Kaffees angefallen sind.

Finanzielle Risiko beziehungsweise ja die finanzielle Absicherung, dass dieses Geld erstmal da ist. Ist wichtig, denn in vielen Gegenden, ja, könnte dieser Kaffee einfach dann gar nicht eingebracht werden, weil es keine finanziellen Ressourcen gibt.

Chris:

[37:48] Ja, ich denke, das ist ein super Beispiel dafür, wie man Langfristigkeit auch ähm dokumentieren kann, ja. Mhm.

Pingo:

[37:55] Das ist äh das macht Sinn und das ist halt ähm auch ähm neben neben den guten Preisen und unseren Beziehungen. Also wir sind halt, ungefähr zweimal pro Jahr in jedem jeder unserer Partnerkooperativen zu Besuch ist das halt das was an ähm das was am meisten betont wird wie gut das ist das wir vorfinanzieren, Es wird leider halt auch immer wieder betont, wie selten das in unserer Branche ist, das profinanziert wird, weil vor allen Dingen direkten Handel äh liebäugeln und alle alle Kollegen, die direkt nach betreiben, ich würde euch wirklich empfehlen, schaut auf vorfinanzieren könnt.

Chris:

[38:27] Guter Hinweis, guter Hinweis. Ich denke auch, das ist das ist wirklich ein ein ganz wichtiger Punkt und ähm man kann nur wirklich versuchen, das mehr und mehr, ja zu fördern und irgendwie den Leuten ans Herz zu legen und ich meine ähm bei euch im Kollektiv wird das ja höchstwahrscheinlich auch diskutiert werden. Das nächste Kriterium, was ihr euch aufgestellt habt Transparenz statt Geheimniskrämerei. Ich meine Transparenz haben wir vorhin schon angesprochen Gibt's da jetzt noch was extra, was ihr da extra definieren wollt oder was du jetzt noch dazu extra definieren würdest.

Pingo:

[38:59] Nee, das ist das, was wir schon mit damals angesprochen hatten und wo sich halt auch noch deutlich mehr Röstereien ja damals auch schon bei angeschlossen haben, um sich selbst zu verpflichten, Wesentliche, äh wesentliche Parameter öffentlich zu machen, also es sind die Namen der Handelspartner, selbstverständlich, die Einkaufspreise mindestens FOB, Und darüber hinausgehend auch gerne, wie viel äh wie viel Empfarmengeld bezahlt wird, die Mengen äh des Kaffees, der importiert wird. Die Qualitäten meistens nach SCA definiert und die Dauer der Beziehung, Das ist das, was halt als Mindestkriterium bei uns für Transparenz gesehen wird und das muss halt ähm aktiv von den Kaffeeröstereien auf ihren Homepages oder halt in ihren Jahresberichten von Transparenzberichten veröffentlicht werden. Das verlangen wir von allen, die bei uns mitmachen.

Chris:

[39:43] Und das kontrolliert ja auch.

Pingo:

[39:46] Das kontrollieren wir auch. Das kontrollieren wir halt, also es gibt auch drei vier, für die das ganz neu ist. Ähm das sind halt drei, vier Röstereien jetzt bei uns aufm Marktplatz, die jetzt halt jetzt mit eingestiegen sind, aber versprochen haben, das jetzt zum Jahresende umzusetzen.

Also wir kontrollieren das und spätestens im Februar müssen das alle haben, sonst rufen wir miteinander ein.

Chris:

[40:02] Ja, schön gesagt, schön gesagt. Ähm, auch das Thema Umweltschutz und Naturschutz. Also wir haben ja gerade Klimawandel schon erwähnt, ich glaube die Herausfront, die weltweit größte Herausforderung, die uns allen im Moment hier gerade vor der Brust ist, äh Umweltschutz und Naturschutz statt konventionellen Anbaus. Das ist auch eins eurer Kriterien. Das ist ja dann so eine Sache, da wird's da geht's ja richtig ins Eingemachte dann, ne?

Pingo:

[40:28] Ja und da geht's auch richtig ins Vertrauen tatsächlich, weil wir siegeln diese Kaffees hier ja nicht und wir reden ja auch nicht vom Bio-Siegel oder sowas, das ist ja nachvollziehbarer machen würde, Also in Wirklichkeit sind doch fast alle Cafes, die wir anbieten, biogesiegelt, auf jeden Fall im Ursprung Bio gesiegelt und zertifiziert, wir stellen das Siegel halt jetzt nicht in den Vordergrund, sondern wir stellen halt den Vordergrund, dass die Kaffeeröster, die diese Kaffees beziehen, selber vor Ort sind und selber schauen, Wie wird der Kaffee angebaut? Es gibt halt Länder, wo es keine Zertifizierung oder Gegenden wo es keine Zertifizierungsmechanismen gibt, zum Beispiel der Kaffee aus Uganda, den wir bei uns im äh Marktplatz haben oder Kaffee aus Kamerun, den wir am Marktplatz haben. Das sind Kaffees, die halt wirklich, total korrekt angebaut werden, wie halt im Biohandel, weil wir halt auch im Bioanbau verlangt, aber ähm es gibt gar keine Zertifizierungsmethoden dort vor Ort. Deswegen gehen wir halt jetzt drehen wir halt nicht nur auf ein Siegel ab, sondern zielen halt genau davon ab, dass wir dort vor Ort sind und selber ein Bild machen können, wie dieser Kaffee angebaut wird.

[41:27] Klar, also wir ähm verlangen, dass halt dort keinen chemischen mineralischer Dünger eingesetzt wird. Wir verlangen, dass halt vor allem keine ähm Herbizide eingesetzt werden. Das bezieht sich natürlich auch auf Fungizide und auf Pestizide dort vor Ort. Das muss halt wirklich gesehen werden, wie dort vor Ort gebaut angebaut wird, Und falls das halt noch nicht umgestellt ist oder falls es noch in der Umstellung ist, es muss begleitet werden und nachvollziehbar sein, dass der Kaffee wirklich korrekt angebaut wird für uns selber. Und das ist so ein Vertrauensdenken jetzt natürlich, ne? Also wer ohne das Zertifikat arbeiten, zumindest jetzt als Plattform.

[42:04] Ist es tatsächlich so, dass man uns nur Vertrauen, Sollte und ob man das kann, das werden wir halt auch irgendwie selber äh schauen. Also wir werden daraus lernen und wir werden halt uns gegenseitig begleiten auch auf unseren Reisen sicherlich.

Und halt schauen, ob wirklich alles so ist, wie wir behaupten und da ist es halt äh das also genau dieses Bio- und Naturschutzding ist so ein Punkt, wo ich halt Auch in all meiner Erfahrungen, auch in allem an all meinen 25 Jahren Kaffeereisen gedacht habe oh das Vertrauen gut und Kontrolle ist aber auch sehr gut und also, Wir stoßen halt immer wieder auf 'ne Probleme, ich berate, ich berate ja auch recht viele kooperativen in den letzten Jahren, von denen wir nicht Kaffee importieren als Berater dort vor Ort tätig gewesen und, Da siehst du halt immer wieder Sachen, die äh die du Alter, wie du halt dann siehst und du darauf hinweist, guck mal, ähm so geht das aber nicht. Das wird von euren Kunden doch sicherlich auch was ganz anderes verlangt und Da ist halt ein Punkt, wo wir halt sagen Das ist super im Netzwerk zu machen, denn ja wir werden unsere gegenseitig einfach begleiten auf unseren Reisen. Und schauen, wie das da wirklich vonstatten geht und dann falls irgendwas nicht so läuft, wie wir uns das vorstellen, dass wir gegenseitig dran arbeiten, dass das gut wird.

Chris:

[43:17] Hm ja Vertrauen wird ja unter anderem auch immer über Transparenz hergestellt, aber für den äh Konsumenten, wenn ich mich jetzt mal auf die andere Seite stelle, ist natürlich, ich, denke, es ist natürlich für mich auch ein Vorteil, wenn ich einen festgelegtes Siegel habe, was irgendwie, wo ich genau weiß, ja, da gibt's Prüfer, die sich darum kümmern, et cetera, et cetera. Ähm das ist, eine schwierige Situation, in der wir stehen. Also ich glaube, viele wollen gerne auch dem Ideal ähm vertrauen, dass da alles klar geht, aber hm dieses Vertrauen äh ich würde jetzt mal sagen, so wie du dich

ähm in der Vergangenheit dargestellt hast, wie vielleicht auch die anderen Röstereien, die mit und in Zukunft noch mitmachen werden, sich dargestellt haben, gibt's natürlich bei vielen ein Vorschussvertrauen, aber du hast es ja selber vorhin gesagt, eine gewisse Skepsis, äh immer schön skeptisch bleiben, ne. Also man muss immer auch ein bisschen sehen, äh kann man, kann man kann man das langfristig auch halten Und äh was tut man dafür? Es scheint mir alles sehr aufwendig zu sein, also idealistisch Bin ich da voll dahinter? Ist das nachher machbar? Wir werden sehen, ne? Oder wie siehst du das?

Pingo:

[44:31] Das werden wir sehen. Also ähm bei uns wir arbeiten halt auch bei Kirotte mit beiden. Wir arbeiten halt mit der Bio-Zertifizierung fast alle unserer Partner sind bio-zertifiziert mit der Ausnahme von, mit der Ausnahme von zwei kleinen Kooperativen im Amazonas, Tiefland Äquators, wo es halt auch keine Zertifizierungsmöglichkeiten gibt, Und ähm wir machen uns trotzdem trotz der Zertifizierung immer wieder ein Bild vor Ort und halt nehmen halt auch selber Analysen vor, auch Laboranalysen vor. Und ähm das ist gut, um halt allen zu beweisen, dass es halt wirklich ernst meinst mit diesem Thema, auch vor Ort immer wieder zu beweisen, dass es auch wirklich ernst meins mit dem Thema und dass uns das wichtig ist.

[45:05] Die Skepsis ist äh das ist bei allen unseren Punkten ist die Skepsis zusammengebracht. Erstmal sind das ja nur sind das ja auch nur Schlagworte, das Einzige, was wir hier wirklich transparent machen können, sind die ja okay, diese Beziehung und die Langfristigkeit und die Kreistransparenz ist, das werden wir alles gut schaffen. Ähm ja also ähm ich hoffe, dass das einfach viel auf Gegenseitigkeit bei uns funktioniert und dass Das halt auch einen Vertrauensvorschuss gibt, weil das schon zu ahnen ist und das das vielleicht irgendwie zu Angst, dass das es schon alles gut ist, wie wir das machen, zumal ja wie ich vorhin auch gesagt habe, wir auch so ein bisschen füreinander die Hand da ins Feuer legen, ne. Also wir jetzt die anderen Arbeiten auch gut, dass ein Röstereien den ja auch vertrauen solltet, genauso wie uns.

Das ist auch als Selbstschutz. Also das war ja das ist heute nichts Schlechtes passiert. Deswegen gucken wir einfach aufeinander. Aber klar, die, die jetzt dabei sind, wir kennen uns alle so ein bisschen. Wir wissen, wie die Leute ticken dabei und wir wissen, dass die das auch wirklich ernsthaft umsetzen. Aber als Kundin, ja Ich werde immer skeptisch, immer äh immer nachfragen und auch gerne bei uns gerne kritisch nachfragen. Ich freue mich über jede kritische Nachfrage, auch im Kaffeenetz.

Chris:

[46:09] Ja.

Pingo:

[46:09] Da werde ich halt sehr häufig sehr kritisch gesehen und äh ich halte das gerne aus. Also gerne freundlich nachfragen. Das das gefällt mir dann doch besser als bepöbelt zu werden, aber ich antworte euch gerne und ich lade euch auch gerne ein mitzukommen und sich alles mal vor Ort anzuschauen.

Chris:

[46:24] Ach schön, ja. Ja, bitte kritisch bitte weiter kritisch nachfragen, aber unterlasst das Pöbeln, finde ich ja echt schön.

Pingo:

[46:30] Ja das also das ist gut. Also Skepsis ist gut, Vorurteile sind nicht so gut. Also das also können sich gerne alle ein Bild machen, aber Vorurteile sind da nicht angemessen.

Chris:

[46:40] Ja schön ja ach das ist äh an sich schon ein Thema, da könnten wir jetzt stundenlang drüber reden, aber so kommen wir nicht durch Pingu.

Pingo:

[46:47] Okay, weiter geht's.

Chris:

[46:48] Genau, Kooperation statt Konkurrenz ist das letzte Kriterium, was ich hier auf der Liste habe und ähm da haben wir ja schon äh kurz das angerissen, Kooperationen Ja, ist ja jetzt nicht das Standard äh System, was heutzutage wirtschaftlich auch verfolgt wird, sondern, gerade erst wieder als neues Modell ähm zurück, würde ich jetzt mal sagen. Ich halte, von meine Sicht da drauf jetzt, ja ähm für einen wirklich ernsthaft überlegenes System, wenn man das mal, betrachtet, wie die Menschheit sich entwickelt hat, ähm war Kooperation immer ein Teil dessen, was was absolut notwendig war und was auch ganz normal war.

Aber wir leben ja nun mal in einer Konkurrenzwelt, in einer Wettkampfwelt, in einer höher, schneller, weiter besser Welt. Von daher finde ich's äh sehr schön, dass Sie das nochmal rausgearbeitet habt, aber sag du mal deine Meinung dazu. Kooperation statt Konkurrenz. Warum?

Pingo:

[47:44] Ja, wie vorhin auch schon gesagt, es gibt immer Leute, die was besser können als ich, zum Beispiel in dem Netzwerk haben wir jetzt äh wahrscheinlich in jedem äh in jedem Bereich Leute, die irgendwas besser können als ich, Bei sind da vielleicht im ganz gut. Okay, aber zum Beispiel als als Röster. Mein mein Lieblingsröster aus Deutschland ist zum Beispiel jetzt auch mit bei uns im Netzwerk. Wolfgang Sorg von, der ist einfach ganz toll und der ist auch glaube ich der beste Röstertrainer den wir in Deutschland haben. Also ist nochmal eine Empfehlung. Wenn ihr rösten lernen wollt Kaffee hin in Frankfurt nach.

Ja und ähm dort also wenn wir gemeinsam gemeinsam arbeiten sind wir einfach viel besser, wenn wir unsere Stärken zusammenwerfen und uns gegenseitig unterstützen, das bringt, zum Beispiel die Professionalität von den Kaffeemacherinnen mit ihrer Onlinepräsenz. Das schafft das schafft kein anderes, schafft keine andere Kaffeerösterei im im deutschsprachigen Gebiet. Coffee Circle hat sich anfangs, glaube ich, so viel Mühe gegeben, ne, das war's dann auch. Und ähm, Na ja, dann gibt es halt ganz kleine irgendwie bei uns im Netzwerk. Das sind halt ein Personendinge, wie zum Beispiel ähm Karaja-Kaffee, die ein super vorbildliche Arbeit machen in Bolivien, Kaffee mit Transparenz über die Personen, die den Kaffee anbauen in Uganda, dass die nicht also okay gut das ist jetzt zum Beispiel da setzen sich zum Beispiel Maßstab mit Maßstäbe als ein Personenunternehmen in Annalina von Molembe.

[49:06] Interviewt die jede einzelne Person, die den Kaffee anbaut und da gibt's ein Videointerview mit jeder einzelnen Person aus ihrem ganzen Netzwerk dort Sensationell was die machen, aber klar du kannst ganz viele andere Sachen schaffst du alleine ganz bestimmt nicht und das verbessert deine Position ganz bestimmt, wenn du dich halt mit anderen und teilweise auch viel erfahreneren Kaffeeröstereien austauscht und das bieten wir halt auch allen, die dabei sind. Halt die Möglichkeit, sich auszutauschen und sich gegenseitig zu unterstützen, Das schafft äh das schafft auf jeden Fall eine deutliche Verbesserung und ich glaube, dass die Kompetenz, die wir jetzt schon mit diesen zwölf Röstereien bei uns im Netzwerk haben, tatsächlich, dass wir da schon so ein bisschen von Überlegenheit dann also in dieser Interpretation, die wir eigentlich nicht beabsichtigen, aber dann doch sprechen dürfen.

Chris:

[49:48] Ja, ich mag das Wortspiel. Ich hab's von Anfang an gut gefunden. Ähm äh ich ähm ja gehe da jetzt nicht auf das Ü im Domainnamen ein und diesen ganzen Kram.

Ich denke das hatte glaub ich der ein oder andere Kommentar im Kaffeernetz auch nochmal hochgespült, ne? Also es ist ein bisschen ähm, äh technisch nicht ganz einfach mit dem Ü im Domain Namen, aber ich glaube, das ist so nebensächlich äh wie nichts anderes bei dem ganzen Thema.

Pingo:

[50:13] Ja, du kannst es also, wir wir kommunizieren den Moment mal eigentlich auch lieber mit U E, also das geht ja beides bei uns, ne also aber das ähm das ja das ist schon wieder wahrscheinlich äh wird uns dann auch Arroganz vorgeworfen.

Chris:

[50:25] Vielleicht.

Pingo:

[50:26] Nur Zeste werden wir uns das zutrauen äh das ist auch okay. Mach das.

Chris:

[50:30] Gut, Schwamm drüber. Ähm wie was äh du hast es ja eigentlich jetzt schön ausgearbeitet, was da alles ähm drin ist und wie es ähm ja wer das macht, ähm was die Kriterien sind et cetera, was habe ich denn jetzt als Kunde davon?

Was hat der Kunde davon?

Pingo:

[50:45] Ja, das äh das das haben wir uns halt gar nicht überlegt, ne? Da sind wir so, Da sind wir so ein bisschen äh da sind wir so ein bisschen äh naiv rangegangen und haben das ganze Ding aus Sicht von Kaffeeröster reingemacht, ne. Also was haben Kaffeeröstereien davon und wie grenzen wir uns ab als äh als Marktplatz, den Marktplätzen überall zu doof fanden und wie drehen wir das halt, wenn das Gegenteil, dass es gut ist. Und na ja was ähm was Kundinnen davon haben, dass das dasselbe wie sie von jedem Webshop haben. Du hast halt auf einer, viele viele verschiedene Kaffees, nicht nur von einer Röstereien, kann's halt bunt bestellen irgendwie fast verschieden. Ich glaube 15 Länder oder 15 Herkunftsregionen haben wir, die wir aus einem Webshop mit einem Paket verschicken können, Das ist der übliche Vorteil. Du zahlst ja nur einmal Versandkosten und das ist gut. Du kannst dich halt orientieren irgendwie über verschiedene Kaffeeröstereien nicht informieren, das was wir halt versprechen ist, dass wir unsere Kriterien ernst meinen. Das unterscheidet uns halt aus Kundensicht glaube ich für, ja das unterscheidet uns aus Kundensicht von anderen Kaffeemarktplätzen Dass wir halt wirklich sagen, guck mal, da hast du Kriterien, die meinen wir auch wirklich ernst und wenn das dich interessiert hält, dass der Kaffee nicht einfach nur lecker schmeckt, dann kann das durchaus sein, dass du hier richtig bist.

Chris:

[52:02] Mhm Ja, also wenn ich wenn ich mal die Rolle des Kunden hier einnehme, dann ist das genau das, was ich da auch sehe an Vorteil, also dass man ein so ein so ein Go-to-One-Stop-Shop hat, wo man hingehen kann, wenn man wirklich ernsthaft Interesse daran hat, nicht nur einfach Guten Kaffee zu trinken, sondern eben auch, dass ähm ja das, Kaffeegeschäft und die Produzenten und das ganze Kaffee Business, ähm alternativer, nachhaltiger zu beeinflussen, dann macht's natürlich wahnsinnig äh viel Vorteil für mich aus, wenn ich weiß, ich muss nicht mir das extra zusammen äh suchen, welche ja Röstereien oder welche Shops ich benutze, sondern ich habe so einen one two one to go Stop Shop Wo ich jetzt dann ähm ja auf jeden Fall ein Angebot kriege, wo ich mit viel Vertrauen natürlich ähm davon ausgehen kann, dass ähm die Röstereien der angebotene Kaffee eben nicht nur am Ende mir schmeckt,

sondern dass er eben auch noch ähm dem großen Ganzen zugute kommt. Das halte ich für für eine tolle Sache. Ja, wenn ich das so aus meiner Sicht beurteile, ähm da.

[53:12] Denke ich, seid ihr auch ja, also soweit ich das sehen kann, nicht allein, aber jetzt doch auf einem Weg viele Röstereien da zusammenzuführen, die diese Kriterien ähm äh erfüllen und somit für mich so mit viel Vertrauen wie gesagt auch erst mal einen Anlaufpunkt, den ich in Zukunft nutzen werde.

[53:33] Und darüber auch, ich lerne da ja auch, muss ich sagen, ganz viel Neues. Ich kannte manche von den Röstereien, die ihr jetzt da mit dabei habt. Die kannte ich vorher gar nicht und werde dann natürlich mal bestellen und mal Gucken, ähm was was deren Kaffee für mich so macht, aber auf jeden Fall kann ich mir na ja in gewisser Weise schon sicher sein, dass sich damit dann ebend auch ein alternatives Kaffee äh umgehen mit dem Kaffee und den Produzenten fördere und das gibt mir auch ein ganz gutes Gefühl in einer Welt, die ähm ja, Mehr und mehr zusammenbrechen droht. Wenn man so sagen kann. Lass uns mal auf den Cover an sich äh eingehen, auf eure Angebote. Ich habe da mal durchguckt durch den Shop und was mir aufgefallen ist, ihr habt

Der Shop

[54:14] relativ viel oder einiges an Robusta im Angebot. Das ist ja auch etwas, was vielleicht bewusst so gesteuert wurde. Ich weiß es nicht, aber ähm wie kuratiert ihr denn den Kaffee? Ich habe weiter bemerkt, dass jetzt sagen wir mal von Kaffeeröstereien, die ich kenne. Ähm nicht unbedingt die Top-Schlager Der Kaffee ist da, also die wie sagt man immer, Bestseller, der Cafes da drinnen sind, sondern das sind vielleicht Cafes da drin von Röstereien, die ich jetzt so gar nicht bisher bestellt habe oder hätte. Wie wie kommt denn jetzt das Angebot zustande?

Pingo:

[54:50] Das ist so ein bisschen dem Zufall überlassen gewesen bisher, da wir halt alle Kaffeeröstereien gefragt haben, ob sie halt erstmal mit zwei Kaffees starten möchten von denen jetzt mehr dabei sind sind halt und also von uns selber mehr. Da wir halt das Risiko übernehmen die alten Kaffees halt dann wieder zurückzunehmen, weil sie garantieren euch eine frische Kaffee sollten nicht alt werden bei uns. Deswegen wollten wir einfach erstmal vorsichtig beginnen mit einfach nur zwei Kaffees aller Kaffeeröstereien, die wir die wir äh technisch den Röstern erstmal abgekauft haben. Und halt auch gesagt haben, wir geben die euch nicht zurück. Also wenn die alt werden, das geht jetzt auf uns das Risiko. Im nächsten Schritt werden dann die Kaffeeröstereien auch eventuell, wenn sie Interesse haben, mehr Kaffees bei uns anbieten können, dann müssen sie allerdings das Alterungsrisiko als tragen, so wie das halt appellieren. Kairothe bisher auch mal. Und ähm ja, das sind dann zwei Kaffees, die jeder einzelne Kaffeerösterei ausgewählt hat, ähm dass sie in dem Shop platziert werden. Also da haben wir zu Beginn erstmal drauf geachtet, dass sich halt nicht zu viel ähm kannibalisiert und kann dort, dass das halt irgendwie nicht irgendwie acht Kaffees, acht Treffer Arabicas aus Kolumbien, ähm bei uns im Marktplatz und da haben wir natürlich drauf geachtet, aber sonst blieb das halt erstmal der Wahl der einzelnen Röstereien überlassen, welche Kaffees sie uns angeboten haben und das sieht ganz so aus, als ob robuster ein größeres Thema. Das was meiner Meinung nach noch fehlt sind hellere, modernere Arabica-Röstungen bei uns im Webshop, da werden wir in den nächsten Wochen nachbessern.

Chris:

[56:12] Ja, das klingt gut. Ich denke, das das ist auch was, was die Sache noch mehr abrundet. Robusta ist ein Thema, gerade im Hinblick auf Klimawandel. Ähm da kommt auch immer mehr Qualität in den Markt. Ähm ich Ja, finde das auf jeden Fall erst mal interessant. Ähm du hast aber den den äh den

Das Lager

[56:29] Knackpunkt auch schon angesprochen. Ihr habt ein Lager gegründet dafür, das heißt also um auch die Versandkosten na ja sagen wir mal gering zu halten Ähm wird jetzt nicht jeder einzelne, also ihr seid nicht nur ein ein Koordinationsmarkt Platz, der dann weiter reicht, welche Bestellungen rausgeschickt Werden sollen, sondern ihr macht das zentral. Also ihr lasst euch Kaffe anliefern und schickt den zentral auch wieder raus. Da hast du das Kernproblem schon angesprochen, nämlich die Frische. Wie hand habt ihr das?

Pingo:

[57:02] Haben das erstmal mit vorsichtigen und kleinen Mengen. Also wir bestellen halt maximal Kaffee von von dem her ausgehen, dass sie sich in drei Wochen ungefähr verkauft, Und wir haben dann halt in der Anfangsphase, wo noch nicht so viele unseren Shop kennen, also wir haben jetzt in den ersten vier Tagen ungefähr 100 Bestellungen gehabt. Das entsprach halt auch unseren Erwartungen, das ist gut, Und sind halt genau äh genau in dieser Kalkulation, dass der Kaffee halt jetzt nicht älter als vier Wochen wird, Und die äh Röstdaten werden halt bei uns eingepflegt im Webshop, das heißt sie sind zu sehen von den einzelnen Kaffees, von wann der Kaffee geröstet ist, der dort dann gerade bestellt wird, das kann sich auch manchmal verschieben, weil das tagesaktuell schwierig geht, aber das ist auf jeden Fall garantieren erstmal, dass dieser Kaffee halt akzeptable Frische hat, ja wir wollten das auf keinen Fall mit so einem Dropshipping Ding machen, dass jede Rösterei einfach so ein so eine so eine Versandmarke kriegt, wo draufsteht hier muss jetzt 250 Gramm von dem und dem Kaffee an äh dahin schicken, was sehen wir auch schon bei uns um Bestellung, wir haben teilweise, Bestellungen, wo halt sieben äh Packungen Kaffee von 250 oder 500 Gramm von sieben verschiedenen Röstereien gestellt worden sind, das wären Katastrophe, sieben Pakete für sieben äh sieben Kaffees ähm durch die Welt zu schicken. Also ökologisch macht das noch weniger sind als das was wir machen das ist ja schon fragwürdig Kaffee überhaupt überall rumzuschicken aber halt sieben Pakete rumzuschicken das macht ökologisch überhaupt keinen Sinn und ökonomisches ist eine Katastrophe. Also es kann man sich gar nicht leisten du hast einen Kaffeekonzern im Hintergrund.

[58:29] Ganz andere Interessen. Da geht's dann um äh Datensammlungen, nicht um nicht um das äh.

Chris:

[58:35] Ja, Frische ist aber das Thema. Ich glaube, da ähm habt ihr auch ein eine große Aufgabe übernommen. Ähm ihr macht das jetzt wahrscheinlich nicht so, dass ihr große Mengen bekommt und die dann ab Pacht zentral, sondern ihr lasst euch dann irgendwie äh abgepackten Kaffee an, legt ihr den Anlager oder oder wie macht ihr das.

Pingo:

[58:52] Genau, das machen alle so, das machen auch die großen Marktplätze so, wir sind eigentlich und bin Einzelhandel der Kaffee wird uns geschickt irgendwie, noch keine Ahnung, zehn Kilo von jedem Kaffee von jeder Rösterei oder sowas und ähm der ist fertig verpackt, so wie wenn ihr es direkt bei der Rösterei kommt, Also es kommt genauso in der gleichen Packung an und verpackt von den einzelnen Kaffeerösterungen.

Chris:

[59:10] Das heißt also, es gibt da auch nicht flexibel alle möglichen Verpackungsgrößen, sondern so, wie ihr die jetzt am Lager habt äh und versucht ihr da zu gucken, dass ihr eher größere Verpackungsgrößen habt oder macht ihr wirklich überall auch 250 Gramm Päckchen.

Pingo:

[59:23] Bei denen, wo es 250 Gramm gibt, macht es zum jetzigen Zeitpunkt großen Sinn auch die anzubieten, denn viele probieren sich einfach neugierig durch das Sortiment durch.

Chris:

[59:30] Mhm mhm.

Pingo:

[59:30] Und ähm das wird erstmal von denen das überhaupt machen. 250 Gramm geben als tatsächlich gar nicht an, dass auch da sind da sind wir auch sehr verwöhnt. Wir wir packen nur ein 500 Gramm und ein Kilo ab, Und das ist ähm das ist unterschiedlich von Rösterei zur Rösterei. Es gibt von 250 Gramm bis zu einem Kilo Manchmal von einzelnen Röstereien auch alle drei Packungen 250 und ein Kilo.

Chris:

[59:54] Mhm. Na schön ist auf jeden Fall, dass man sehen kann, ähm wann der Kaffee geröstet wurde. Auch hier wieder transparent als so ein Stück weit Schlüssel für Vertrauen, also man kauft halt nicht die Katze im Sack, wie so manchmal, bei dem einen oder anderen Markt wo man überhaupt nicht weiß, wie lange der Kaffee schon liegt. Also ich denke, ihr tut da schon alles ähm so wie ich als Kunde es auch gerne haben möchte.

Und ja ich persönlich denke das wird sich auch weiterentwickeln. Ähm Ich glaube, wir sind eigentlich ganz gut durch, aber lass uns doch mal darüber reden, was was plant ihr jetzt für die Zukunft noch? Du hast so ein bisschen angesprochen, es gibt

Wie geht es weiter?

[1:00:29] weitere Röstereien, die gerne mitmachen wollen. Teaser doch mal, wer da alles mitmachen will oder ist das irgendwie Topsecret?

Pingo:

[1:00:37] Das ist jetzt so ein bisschen topsecret. Ich habe vorhin noch angesprochen, dass ich die vergessen habe, dass sind jetzt die einzigen, die ich jetzt gesagt habe und die ich auch sagen werde Wir sind heute noch in einem Gespräch. Also bisher sind die auch alle aus dem deutschsprachigen Kaffeeröstereien, also ich ähm selber habe noch ein, zwei Röstereien, die für mich selber ähm äh sehr spannend sind, weil sie in meinen Augen noch, mich selber immer inspiriert haben, mit denen bin ich halt gerade im Gespräch, ob die nicht mitmachen wollen, die kommen jetzt halt aus benachbarten Ländern, die halt nicht zu weit weg sind hier von Norddeutschland, Also und das würde es noch hoffentlich geben, wenn ich dir davon überzeugen kann mitzumachen.

[1:01:13] Ja das werden halt und wir werden das Ganze erstmal jetzt analysieren und wir werden das erstmal ein, zwei Monate konsolidieren und danach dann analysieren, was das alles gemacht hat, wie sich das entwickelt. Das Interesse ist dann aus der Branche, das hat uns gefreut, auch wirklich einige Röstereien, die ich selber sehr schätze, Die sich jetzt schon gemeldet haben, mit denen wir auf jeden Fall sprechen werden, aber wir sprechen alle zwölf Röstereien zusammen, ne? Und wir alles später aufnehmen, ne? Es gibt halt diese zwölf Kriterien, die werden von uns gemeinsam analysiert, ob das Röstereien auch dieses Vertrauen entgegengebracht wird, Denn wir wollen halt weiterhin alle füreinander einstehen können und alle füreinander auch dieses Vertrauen empfinden, das wird sich langsam entwickeln. Also es wird jetzt nicht so sein, dass halt jeden jede Woche oder jeden Monat eine neue Rösterei dort äh reinpoppt, sondern es wird einfach sich Stück für Stück entwickeln Und weiter sorgfältig entwickeln. Ich bin mir sicher, dass wir nächstes Jahr im Sommer schon 8zehn bis 20 Uhr was

da rein drin haben im Shop viel schneller wollen wir auch. Wollen wir auch gar nicht wachsen. Also so Stück für Stück.

[1:02:13] Alles, also ein Schritt für Schritt gehen und dann wird das wahrscheinlich dem Ganzen besser tun in Bezug auf das Einhalten und auf das Versprechen dieser Ideale und Kriterien, dass die auch wirklich ernst ernst genommen sind.

Die Veränderung ähm was halt für sich selber bringt. Wir werden halt die Kooperation der jetzt beteiligten Röstereien werden wir noch ausbauen. Also wie gesagt, dass wir uns gegenseitig auf Reisen begleiten können, dass wir gegenseitig uns besuchen und mal in den Röstereien Know-How austauschen und so weiter. Das wäre halt dann irgendwie was für technische Lösungen wir halt jeweils haben oder halt uns gegenseitig ein unterstützen, wo wir als zum Beispiel ziemlich gut sind enge Kooperation der jetzt beteiligten Röstereien geben und das ist für uns also als Personal die dadran beteiligt sind auch noch ein ziemlich riesiger Pluspunkt, das ist halt die jenseits von diesen Marktplatz haben wir gemerkt können wir Sachen zusammen machen.

Chris:

[1:03:03] Und die äh Auswahl der Röstereien trifft ihr Kollektiv. Das habe ich richtig verstanden, ja.

Pingo:

[1:03:08] Ja genau, doppelt Kollektiv treffen wir die Betriebskollektiv, also hier die wir bei uns jetzt vom äh Dorf südlich von Hamburg diese Kaffees verschicken.

Wir sprechen, dass uns die beteiligten Röstereien besprechen das auch alle mit. Also das wird halt jetzt nicht so sein, dass irgendwie, Röstereien auftauchen, wo irgendjemand von irgendjemand von denen jetzt schon äh mitmachenden Röstereien sagt irgendwie sagen wir jetzt auch nicht ernst, wenn man mit dem wohl ja eigentlich zusammen, aber Weiß ich ganz genau, was für einen Scheiß die bauen. Die reden nur vom direkten Handel. Also sowas wird's nicht geben. Das muss halt schon Vertrauen irgendwie und da äh achten wir aufeinander und äh gucken wir irgendwie, wie das ist. Also klar, nicht dass es aus Konkurrenz fällt, dass uns so ein bisschen Neid und sowas, das gibt's immer bei uns in der.

Chris:

[1:03:49] Hm hm.

Pingo:

[1:03:50] Aber wenn jemand äh wir sind halt Ja, wir sind halt schon ganz schön 12 Leute, die einen ganz guten Überblick haben, 12 Röstereien, einen guten Überblick haben mit Branchen. Wir werden weiterhin aufpassen, dass halt weiterhin die Kriterien eingehalten werden von den Röstereien, die dazu kommen, damit das nicht verbessert. Und wir haben auch kein äh wir haben ja auch kein, Anspruch, jetzt die Hegemonie aller Kaffeemarktplätze zu sein. Wir wollen mit dem Marktplatz gerne inspirieren, hey Leute, macht das selber irgendwie, ne? Irgendwie schließt euch zusammen. Schließt euch doch auch zum Beispiel regional zusammen, das ist jetzt kein regionales Konzept, was wir machen, aber das wird sicher totalen Sinn, Meiner Meinung nach auch, wenn sich Kaffeerösterei regional mehr unterstützen würden und regional zum Beispiel gemeinsame Marktplätze machen könnten mit, mit zum Beispiel einem sehr gut zentral gelegenen Shop schon immer hatten, in unserer Anfangsphase noch umgesetzt haben. Warum macht ihr das nicht? Warum haben die Berliner Kaffeeröstereien nur die Frankfurter Kaffeerösterei nicht einen gemeinsamen, super gut gelegenen Laden, um halt ihre Kaffees gemeinsam zu präsentieren?

Ja also ist das kann man halt, zusammen seid ihr stärker.

Chris:

[1:04:53] Ja, gute Idee. Wird's Rohkaffee geben.

Pingo:

[1:04:56] Ja es wird Rohkaffee geben, das wird, Auf jeden Fall Rohkaffee geben im Schritt und ähm dann nächsten Schritt im nächsten Jahr für Kaffeeröstereien. Also wir werden halt die Kaffees, die wir ja alle aus direkten Beziehungen schön glaubwürdig importieren, Auch ähm an andere Kaffeeröstereien anbieten. Das heißt, die Kaffees, die verfügbar sind oder die verfügbar sein werden, werden wir, Als äh werden wir Listen in erster Linie für andere Kaffeeröstereien sackweise wie gesagt, ob's Rohkaffee, für Heimröster gibt, da sind wir uns noch nicht sicher, Wir ähm wünschen uns eigentlich dafür noch einen anderen Marktplatz, aber na ja vielleicht, vielleicht übernehmen wir das mit, das ist in der Diskussion.

Chris:

[1:05:31] Okay, es bleibt spannend abzuwarten, was ihr so macht. Bingo, ich denke, ähm wir sind da äh einmal durchs ganze Thema durch. Also äh für mich ähm habe ich eigentlich so das Gefühl, wir haben alles gut umrissen. Hast du noch was?

Was wir ansprechen müssten, wo du sagst, Mensch, wir haben noch gar nicht darüber gesprochen oder ich würde gerne noch mal weiter ausholen zu dem Thema.

Pingo:

[1:05:54] Nee, das machen wir ja in der Matte. Das machen wir einfach nochmal irgendwie eine neue Sendung. Du hast es schon alle relevanten Sachen äh im Überblick gehabt und irgendwie alles relevant erfragt, da freue ich mich drüber.

Chris:

[1:06:03] Schön Schön. Ja denn lass uns doch hier einfach einen Punkt machen. Pinguin, ich danke dir. Ähm es war mir eine Riesenfreude. Ich ähm finde das toll. Du hast da, so viel tolle Informationen jetzt wieder auch hier kompakt zusammengefasst in grade mal einer Stunde. Ähm, Ich ich weiß immer gar nicht, was ich sagen soll. Also ich find's so toll, äh dass ihr, dass du jetzt hier auch im in der Sendung bist, dass du da die Chance nutzt, ein bisschen was zu sagen und mal ganz vom Herzen, ich finde das großartig, was du ihr alle da draußen auch macht, äh um, Dieses ganze Kaffeegeschäft etwas fairer, etwas ähm menschlicher, etwas sozialer zu machen. Auch ähm die Ökologie dabei im Auge behaltet. Ich halte das für wichtig und ja, wenn ich dazu einen kleinen Teil beitragen kann, mache ich das gerne. Pingo, vielen Dank fürs Gespräch, ja.

Pingo:

[1:06:57] Vielen Dank für dein Interesse und die Wertschätzung.

Chris:

[1:07:00] Gerne, gerne. Und für alle Zuhörer und Zuhörerinnen, die jetzt noch dabei sind. Vielen Dank fürs Zuhören. Habt immer eine leckere Tasse Kaffee an eurer Seite und ich hoffe, wir hören und sehen und sprechen uns dann bald, Bis dann, tschüss.

Sound**Chris:**

[1:07:23] Alle Links zur Sendung findet ihr in den Shownotes und auf der Webseite KaffeePott Punkt C minus Schwabe Punkt DE.