

KP032 - Corretto Kongress

An zwei Tagen ging es beim Corretto Kaffeekongress um die Zukunft des Kaffees. Ich war da und habe tolle Menschen getroffen.

Artist: Chris

Album: KaffeePod

Year: 2025

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

Chapters

- 0:00** Intro
- 0:33** Einleitung
- 3:20** Nikola - Überlegen
- 5:39** Corretto Kongress
- 13:09** Steffi - Direct Trade
- 16:17** Vorfinanzierung
- 21:40** Karl - Specialty Coffee
- 23:48** Global North
- 27:22** Quality vs. Revenue
- 30:29** How to help?
- 36:40** Development Aid
- 41:20** Upfront Payment
- 43:21** Direct Trade
- 44:51** Transparency
- 48:08** Steffi - Börse, Klimawandel
- 51:11** Peter - Quality Evaluation Method
- 52:27** Quality is not rewarded
- 55:49** Simplifying Quality Scoring
- 1:05:16** Abschluss

Transcript

Intro

Sound:

[0:22] Hallo und herzlich willkommen zum Kaffeepot.

Chris:

[0:24] Dem Podcast mit der guten Unterhaltung für Kaffee-Nerds und für alle Kaffee-Freunde und Kaffee-Freundinnen.

Einleitung**Chris:**

[0:32] Ich war zwei Tage in Hamburg auf dem Coretto-Kongress und habe dort viele tolle Gespräche führen dürfen, tolle Leute getroffen und möchte euch hier in dem Podcast ein bisschen davon erzählen, was dort alles geschehen ist und auch ein paar Leute zu Wort kommen lassen, die dort vor Ort Lust hatten, mit mir ein kleines Gespräch zu führen. Als erstes kommt Nicola zu Wort. Die erzählt uns ein bisschen was über den Kongress an sich, über die Entstehung und den Hintergrund. Danach rede ich mit Steffi über Direct Trade, so wie er von Quixote gelebt wird und über Vorfinanzierung. Dann erzählt uns Karl etwas über die aktuelle Situation in den Anbauländern. Und zum Schluss kommt nochmal der Peter von Cockby Collective zu Wort, der über eine neue Methode des Scorings von Qualität von Kaffee spricht.

Chris:

[1:38] Ja, jetzt fragt ihr euch wahrscheinlich, was ist der Coretto-Kongress und warum Hamburg?

Chris:

[1:45] Warum Hamburg ist einfach zu beantworten, weil die Organisatoren Quixote und Überlegen sind, die in Hamburg sitzen.

Chris:

[1:55] Was genau der Kongress ist, das werden wir gleich nochmal von Nicola hören. Sie ist eine der Gründerinnen von Überlegen und Organisatoren. Im Großen und Ganzen geht es darum, Netzwerke zu bilden, über die Zukunft des Kaffees zu reden. Und Röstereien miteinander zu verknüpfen, aber auch den Kunden die Chance zu geben, Röstereien kennenzulernen, Kaffee zu trinken und vor allen Dingen auch eine gute Zeit zu haben. In meinem Gespräch mit Nikola kamen immer wieder Freunde, Bekannte, Familie, Verwandte vorbei, die kurz begrüßt haben oder eben auch nur gewunken haben. Aber das zeigt eigentlich auch den zugeneigten familiären Charakter, den diese Veranstaltung hat. Es ist eine sehr freundliche Stimmung, eine sehr zugeneigte Stimmung, eine wirklich freundlich aufnehmende Stimmung. Und manchmal hört man das vielleicht sogar bei der Aufnahme, dass da irgendjemand vorbeikommt und winkt oder kurz grüßt. Als erstes erklärt uns Nicola kurz, wer sie ist und was eigentlich überlegen ist. Und dann steigen wir weiter in die Themen des Kongresses ein.

Nikola - Überlegen

Nikola:

[3:20] Meine Rolle jetzt hier ist, ich habe vor knapp zwei Jahren zusammen mit Pingu und Max und Eugen Überlegen gegründet. Überlegen als Online-Webshop so richtig, mit dem wir Kaffee verkauften. Und zwar nicht irgendeinen Kaffee, sondern wir wollten eine Schar von richtig guten Kaffees um uns rumsammeln. Denn gut ist gar nicht so der Fokus auf Wahnsinnsqualität. Die gibt es bei den allermeisten und das ist total schön. Das kommt, wenn man anständig und ordentlich arbeitet. Das weitere Gut bei uns, bei Überlegen bei diesem Webshop ist die Idee.

Nikola:

[4:01] Dass wir eine wohlkuratierte Auswahl von Cafés, von Röstereien um uns sammeln, die nach ganz hohen ethischen Standards arbeiten. Und ethische Standards haben wir ganz klar zusammengefasst in einem, wir nennen das Kriterienkatalog und dieser Kriterienkatalog umfasst den nachhaltigen Anbau, umfasst aber vor allem auch das, was wir als direkten Handel, Direct Trade bezeichnen. Und unsere Dienstleistungen sind im Grunde, wir sind fast eine Boutique geworden. Eine Boutique für Leute, die in dieser völlig unübersichtlichen Kaffee-Welt losgehen und sagen, Leute, das ist so schwer rauszufinden. Was ist eigentlich der coole Kaffee? Was ist der Kaffee, wo nicht fürchterlich viel Elend und Leid mit passiert, sondern wo können wir uns sicher sein, dass ich jetzt nicht diese ganzen Fragen alle einzeln an die Röstereien stellen muss, sondern wir haben die Fragen an die Röstereien gestellt. Und wir stellen sie auch immer wieder. Das heißt also, jedes Jahr gehen wir los und sagen... Liebe Rösterei XY, du wirst mir überlegen dabei. Du hast deinen Transparenzkatalog veröffentlicht und wir veröffentlichen den wiederum auf unserer Seite und du kannst jetzt einfach nachlesen, was Phase ist.

Chris:

[5:16] Das Thema Direct Trade war natürlich auf diesem Kongress eins der zentralen Themen. Ich habe da auch mit verschiedenen Leuten drüber gesprochen, hört ihr auch noch mehr hier in dem Podcast. Jetzt hören wir aber erst noch mal von Nikola in ihrer leidenschaftlichen Art, was den Kongress ausmacht, wie sich das anfühlt. Aber hört einfach selbst.

Corretto Kongress

Nikola:

[5:39] Das ist eine richtig große Frage jetzt. Wir sprechen über eine zweitägige Veranstaltung. Wir sind ja heute bei der Publikumsmesse. Wir haben hier heute alle Türen und Tore aufgemacht, den Kirottehof und geben all den Röstereien, die bei Überlegen organisiert sind, dieses Netzwerk bilden von Röstereien, die Chance, sich jetzt in diesem Rahmen zu präsentieren und zwar der Kundinnenschaft, die hier unterwegs ist. Wir sitzen in Hamburg, wir haben wundervolles Wetter, die Sonne scheint und drumherum sind noch ganz, ganz viele andere Sachen, die ganz wunderbar viel

Spaß machen. Also es gibt geiles Eis und es gibt wunderbares Bier und alles ist irgendwie, das sind schöne Lebensmittel, das sind Genussmittel und das ist es ja. Also das ist der erste Gedanke. Wir wollen Menschen zusammenbringen. Nicht nur in diesem Überlegen-Netzwerk, sondern eben auch darüber hinaus. Wir wollen den Leuten so wahnsinnig gerne die Gelegenheit bieten, ins Gespräch miteinander zu kommen. Und wir haben ja jetzt in diesem Überlegen-Netzwerk ganz, ganz viele unterschiedliche, super unterschiedliche Röstereien versammelt. Manche sind mini, total klein. Die machen echt ganz kleine Mengen von einer oder vielleicht zwei Farmen. Das bringen sie nach Hamburg, nach Deutschland irgendwie und rösten das dann in wirklich ganz kleine Röstereien. Das sind teilweise auch Lohnrösten. Andere sind viel größer, viel dicker aufgestellt und verfügen über eine riesen Logistik und auch einen viel höheren Bekanntheitsgrad.

Nikola:

[7:05] Das muss man einfach in dieser Unterschiedlichkeit jetzt hier sehen. Und hier heute auf dem Hof sind ja irgendwie alle gleich und alle gleich geil. Das ist total schön. Und alle haben so einen schönen einzelnen Stand und manche teilen sich auch Stände. Und was wir jetzt heute hier überlegt haben, ist, dass alle Leute, die jetzt hier nach Hamburg gekommen sind oder vielleicht sogar schon in Hamburg waren, hier rüber laufen. Eintritt ist frei. Du kannst eine Tasse abholen und an jedem Stand vorbei stromern und erstens den Kaffee probieren. Wann hat man das schon mal? Das ist ja bei Verkostungen immer total schwierig. Du sagst, dieser Kaffee ist fruchtig. Aber die Sachen im Vergleich zu sehen, das ist ja ein bisschen wie bei einer Weinverkostung. Du kannst Unterschiede viel klarer benennen und wahrnehmen, wenn du wirklich die Gelegenheit hast, zu erinnern. Einfach nur 2,50 Meter weiterzugehen und zu kosten und wirklich ins Verhältnis zu setzen. Was schmeckt mir denn? Das schmeckt nicht so geil. Wir haben gewaschene Cafés, wir haben Natural-Aufbereitung und wir haben diese ganzen fermentierten Geschichten, Honey und so weiter. Und die Unterschiedlichkeit dessen, was da ist und die unglaublich vielen Herkunftsländer, die wir hier zu bieten haben und das alles nebeneinander, ist ja sowas von schön, oder? Das macht uns allen so mega viel Spaß.

Chris:

[8:22] Ich weiß nicht, wie es euch geht, aber ich denke, da kommt doch ganz gut rüber, wie angenehm das für uns alle war. Nikola hat hier allerdings nur über den zweiten Tag der Veranstaltung gesprochen. Am ersten Tag kamen die Röster zusammen. Es gab Vorträge von vielen tollen Leuten, die spannende Sachen erzählt haben. Aber hört einfach mal rein, wie Nikola das beschreibt.

Nikola:

[8:45] Wenn man mit solcher Ware und wir sprechen über eine Kolonialware arbeitet, dann muss man einfach gucken, das ist eine schwierige Angelegenheit, das sind ganz lange Transportwege, das sind viele direkte Kontakte, die man da hat. Und üblicherweise ist das ja so, wenn man alleine irgendwo vor sich hin wurstelt, dann kann das alles klappen. Aber wenn man merkt, dass es ganz viele Leute gibt, die ähnlichen Herausforderungen gegenüberstehen, die verschiedene Probleme

zu bewältigen haben, dann ist es immer total cool, wenn man Leute fragen kann, wie es bei denen gelaufen ist. Und genau das ist unsere Intention gewesen, einerseits zu schauen, dass wir das ganze viele Wissen, das es ja in dieser Branche gibt, einfach in die Breite bringen, dass wir in den Austausch gehen und dass wir auch zu schauen, dass alles das, was an Schwierigkeiten zu bewältigen ist, einfach bündeln mit all den Kräften und mit all der Kreativität, die uns zur Verfügung steht.

Nikola:

[9:45] Einfach auf einen Platz zu bringen und dieser Platz da gestern, den wir jetzt hier so 2,50 Meter rechts von uns auf dem wunderbaren Hof von RWO hatten, das war ein total schöner Rahmen, den wir da hatten. Wir sind alle total froh, dass wir das so auf die Beine stellen konnten und nebenbei, dass offenkründig das Interesse daran so groß ist, dass so viele Leute dieser Einladung gefolgt sind. Und das ist für uns ein total schönes Zeichen. Und ich glaube, dass wir mit diesem Treffen, mit diesem sehr intensiven Treffen, das war ja total anstrengend teilweise auch, weil es so viel Input gegeben hat und so viele kluge Worte, die gesagt wurden und so viele Fragen, die gestellt wurden, dass wir das einfach in den nächsten Monaten unserer Arbeit weitertragen und das benutzen. Und ich glaube, das Wichtigste ist, irgendwie sagt mir das heute und das sagt mir auch das, was wir gestern miteinander verabredet haben, Netzwerke sind so toll. Und Netzwerke funktionieren aber nur, wenn sie gefüttert werden von Leuten, die Bock haben, miteinander zu arbeiten.

Chris:

[10:47] Tja, und dann erzählt uns Nicola noch, wie das eigentlich alles zustande gekommen ist mit dem Kongress.

Nikola:

[10:54] Also, wir machen das mal so in lang. Ich spanne mal einen ganz großen Bogen. Irgendwie vor drei Jahren haben wir unsere Köpfe zusammengesteckt und haben gesagt, wir wollen irgendwas machen. Und dann haben wir vor zwei Jahren überlegen gegründet. Kirotte-Café gibt es ja schon länger. Die sind zehn Jahre jetzt schon auf der Welt und sind ja total erfolgreich mit dem, was sie machen. Und wir haben dann irgendwann vor, ich würde sagen, einem Jahr oder vielleicht einem Dreivierteljahr gesagt, das ist total toll. Wir haben dieses Netzwerk, aber wir wollen viel mehr Leben reinbringen. Wir verkaufen Kaffee, ja. Das ist das eine. Aber darüber zu erzählen, was da passiert und wie wir es machen und all das, das geht am besten, wenn man sich nicht in Online-Konferenzen trifft, sondern richtig echt vor Ort. Und das war irgendwie so der Moment, wo wir gesagt haben, na gut, dann laden wir jetzt die Leute halt ein. Dass das jetzt mit diesen beiden sehr unterschiedlichen Veranstaltungen an einem Wochenende zusammengekommen ist, es ist einerseits eine völlig waghalsige Angelegenheit gewesen, andererseits aber auch eine total pragmatische Überlegung. Wenn sie eh schon alle da sind, dann ist es doch total toll, genau diese Kombination herzustellen. Die allermeisten, die gestern da waren, sind auch heute weiterhin da und das ist so eine schöne Sache. Und ja, warum? Klar, habe ich dir eben schon erzählt. Also weil

zusammen toll ist.

Chris:

[12:16] Genau so wie Nikola sagt, weil zusammen toll ist, das umschreibt die Veranstaltung wohl am allerbesten. Am ersten Tag ging es ja in erster Linie darum, die Röstereien enger miteinander zu verknüpfen, darüber zu reden, was man eigentlich tun kann, um auch gemeinsam vielleicht mehr zu importieren. Da gab es halt, wie gesagt, auch viele Leute, die gute Ideen entwickelt haben, sehr pragmatisch daran gegangen sind. Und eine der Dinge, die natürlich viel debattiert wurden, waren die Themen Direct Trade und auch Vorfinanzierung. Zu genau diesen Themen habe ich dann mit Steffi gesprochen. Sie ist eine der Gründerinnen von Quixote und hat auch am ersten Tag einen Vortrag zu dem direkten Handel mit Honduras gehalten.

Steffi - Direct Trade

Steffi:

[13:09] Jede Rösterei oder jeder Röster definiert Direct Trade direkten Handel für sich selber. Da gibt es alles von bis. Für Quixote definieren wir das so, dass wir nicht nur den Kontakt sozusagen direkt zu den Produzenten haben, in unserem Fall zu den Kooperativen, da Quixote nur mit den Kooperativen Verbänden zusammenarbeitet. Und das ist eines der Merkmale ist von Quixote, sondern wir wickeln auch den ganzen Import ab. Das heißt, wir kümmern uns darum, dass sozusagen ein Container bereitgestellt wird. Das machen wir, indem wir uns bestimmte Quoten einfach bei den Chippern holen. CMA, CGM, MERSC, die üblich Verdächtigen. Dann kriegen wir da eine Nummer oder einen Zahlencode, den geben wir dann an die Kooperative oder den Exporteur im Ursprung weiter. Der bucht sich daraufhin dann einen 20-Fuß-Container. Der wird dann schön mit Papier ausgekleidet, dann werden die Kaffeesäcke verladen und dann wird der Container zugemacht und dann wird der vom Kaffeeursprung zu uns nach Hamburg gebracht. Das war die Kurzversion. Davon gibt es sehr viel spannende Geschichten noch.

Steffi:

[14:21] Daneben, weil es kann alles passieren und es kann nichts passieren und grundsätzlich ganz maßgeblich ist es, dass es.

Steffi:

[14:29] Immer länger dauert. Viele von den Containern parken sozusagen mal irgendwo zwei Wochen. Und das sind alles Zeiten, die zusätzlich raufkommen zu diesem Zeitraum, in dem wir den Kaffee vorfinanzieren. Wir arbeiten ja immer mit Vorfinanzierung, um die Produzenten in den Ursprungsländern zu unterstützen. Das längste, was wir so als Zeitraum haben, ist zehn Monate. Es können aber auch zwölf Monate sein, je nachdem, wie arg es mit der Verschiffung wird. Weil manchmal kriegen wir einfach keinen Container, weil wir sind eine relativ kleine Rüsterei. Wir haben so ungefähr 17 bis 20 Container pro Jahr. Das ist uninteressant für die großen Chipper. Aber

die behandeln uns trotzdem sehr nett und wir haben eine gute Connections. Aber es bedeutet einfach, dass wir zum Teil etwas länger warten müssen. Und dadurch ist es halt so, dass wir das Geld, was wir anzahlen, den Gegenwert an Kaffee bekommen wir eben zum Teil wirklich zeitlich sehr versetzt. Und das ist eine ziemlich große Herausforderung, zumal Kaffeepreise Anfang des Jahres auf einmal wirklich sehr hoch auch an der Börse waren. Wir natürlich immer in Absprache mit den Produzenten Preisen auch vereinbaren und dass dann ganz klar ist, dass die Preise natürlich für uns auch hoch gehen.

Steffi:

[15:44] Und das ist dann, wie bei ganz vielen anderen Röstereien, dann auch eine Frage der Liquidität und das macht den direkten Handel nach dem Konzept, was Quixote sich sozusagen auserkoren hat, sehr anspruchsvoll und ja, ist eine Herausforderung, aber bisher läuft es gut.

Chris:

[16:01] Wenn man Steffi so hört, dann denkt man immer, ja, das ist alles so einfach und gar kein Problem, aber ich habe dann auch das Thema Vorfinanzierung nochmal mit ihr angesprochen Und da kommt dann schon rüber, dass das Ganze auch nicht nur ein Selbstläufer ist.

Vorfinanzierung

Steffi:

[16:17] Wir machen Vorfinanzierung aus einem Grund, weil wir eben die Produzenten, während der Saison, vor allem während der Erntezeit, einfach unterstützen wollen, weil wir wissen, dass es notwendig ist. Es ist so, dass in den meisten kaffeeproduzierenden Ländern, vor allem im Kontext von kleinen Produzenten, also mit privaten Finkas, die einen halben Hektar, einen Hektar, anderthalb Hektar, fünf Hektar haben, es einfach gang und gäbe ist, dass alle Leute, die auf dieser Finca mithelfen, Und das ist dem demokratischen Wandel geschuldet, dass es eben meistens nicht mehr nur mit Familienmitgliedern geht, sondern du musst Leute finden, die dir helfen, die mit auf der Farm arbeiten. Und die bezahlst du jeden Samstag. Samstag wird gezahlt. Und das musst du erst mal haben, weil in dem Moment hast du ja noch kein Geld für deinen Kaffee gekriegt, weil das Geld kriegst du normalerweise erst, wenn der Kaffee verkauft ist. Und das kriegst du nicht, wenn du dabei bist, im Erntegang Kaffee zu pflücken, im zweiten Erntegang, kriegst du auch noch kein Geld. Das kriegst du erst, wenn du mit allem fertig bist oder eben den Kaffee komplett abgeliefert hast. Und deshalb ist so eine Vorfinanzierung super elementar, weil es gibt einfach tägliche Kosten, es gibt wöchentliche Kosten. Und ein Produzent hat eben, je nachdem in welchem Land er ist und welche Möglichkeiten er hat, ein Einkommen im Jahr.

Steffi:

[17:44] Und das ist eine sehr lange Zeit, um mit Geld auszukommen und jedes Geld, was du vorher hast, vor dem finalen Verkauf, ist auf jeden Fall eine Unterstützung und das kriegen wir auch immer

als Feedback. Es ist einfach Teil des Konzeptes von Quixote. Also wir arbeiten nur mit Kooperativen zusammen, wir bieten immer eine Vorfinanzierung an und wir sind immer darauf aus, dass es langfristige Geschäftsbeziehungen gibt. Und wir gehen ein Risiko ein, wenn wir bei einer Kooperative, die wir neu kennen, vorfinanzieren, gehen wir ein Risiko ein. Das versuchen wir etwas zu verringern, indem wir sozusagen beim ersten Import etwas weniger Menge holen. Das kann sein, dass wir bei einem Import erstmal nur 50 Sack holen, 60 Sack, 80 Sack oder 100 Sack. Wenn wir dann nur, in Anführungszeichen, nur 60 Prozent vorfinanzieren, ist das ein finanzielles Risiko, was wir gerne eingehen und was für uns völlig okay ist und was wir auch einkalkulieren. Und von daher, wir bieten es allen an, unabhängig von der Größe, unabhängig von der Zusammenarbeit, von der Anzahl der Jahre der Zusammenarbeit. Und es ist einfach ein fester Bestandteil, weil wir es einfach erst elementar betrachten, die Produzenten eben genau zu dieser Zeit mit Geld zu unterstützen.

Steffi:

[18:57] Und vor allem im Kontext mit den wirklich deutlich verlängerten Verschiffungszeiten und auch der Verfügbarkeit von Containern. Das längste, was wir hatten, war, nachdem wir die Verschiffungsinstruktion, also die Anweisung, wie der Kaffee verpackt werden soll, wie die Säcke beschriftet werden sollten, haben wir 80 Tage gewartet, bis überhaupt bei dem Exporteur ein Container da war, der ihm bereitgestellt wurde von dem Schipper. 80 Tage plus nochmal ungefähr 40 Tage, 50 Tage sozusagen für den Transport plus nochmal, wenn es gut läuft, 10 Tage oder sagen wir mal eher 14 Tage, bis der Kaffee sozusagen hier eingelagert ist, verzollt ist und uns zur Verfügung steht. Das ist einfach eine super lange Zeitspanne. Wir geben zinslose Kredite und das ist eben auch wichtig. Die Vorfinanzierung ist nicht geknüpft an einen Zins, sondern es ist ganz klar, es ist immer eine Anzahlung, die zinsfrei gegeben wird. Auch damit wollen wir unterstützen, weil wir nicht möchten, dass die Produzenten sozusagen ein erhöhtes Risiko eingehen müssen, indem sie eben versuchen, Kredite zu bekommen, was für kleine Produzenten so gut wie unmöglich ist, schon immer schwierig war und jetzt seit spätestens diesem Jahr oder dieser Saison wirklich fast unmöglich. Möglich ist, weil die Banken in den Ursprungsländern Kaffee als Hochrisikoprodukt eingestuft haben und deshalb auch große Kooperativen nicht nur mehr mit einer Bank zusammenarbeiten können oder müssen, sondern eben auf mehrere Banken angewiesen sind und kleine Produzenten haben fast gar keine Chance mehr.

Steffi:

[20:26] Überhaupt einen Kredit zu bekommen und wenn, dann reden wir hier von über 20 Prozent bis über 30 Prozent, was an Zinsen gezahlt werden muss. Und da muss man kein Genie sein oder ein Mathe-Nerd. Das weiß man, was das bedeutet.

Chris:

[20:42] Genau, wie Steffi sagt, da weiß man, was das bedeutet. Und keiner weiß das besser als Karl, Karl Wienhold. Er kommt von der Universität in Lissabon, hat auch einen Vortrag gehalten zu der Situation in den Herstellerländern. Und ich habe mit ihm über viele Dinge debattiert. Das war

sehr spannend zu hören, weil Karl halt jemand ist, der auch den Leuten den Spiegel vorhält. Auch in der Szene den Spiegel verhält. Das heißt also, vieles, was Karl zu sagen hat, ist nicht immer leicht zu verdauen. Das Gespräch mit Karl habe ich in Englisch geführt. Ich hoffe, ihr könnt dem folgen. Als allererstes reden wir darüber, dass der Specialty-Coffee-Bereich auch alleine, nur weil er vielleicht etwas teurer ist, nicht unbedingt die Lage der Farmer verbessert.

Karl - Specialty Coffee

Karl:

[21:40] Wenn wir in der Averageen, die globalen Produktion von Specialty Coffee haben, die Mild Arabica, Washed Arabica Coffee, die meistens werden Specialty Coffee, dann ist es, undeniable that most farmers are not able to earn a dignified living or even able to earn enough to reproduce their labor without making some other kind of arrangement. But this does not mean every one of these farmers is in this situation. Some of them are doing very well. Some of them are making a good living by accessing a different type of market in a different way. However, these are normally the ones that are already in a more privileged position. I think it's common in specialty coffee to think that we are doing better for the farmers, that this is a more equitable space. But the numbers and the data that can be accessed tells us a bit different story, that this may be true in some small cases, but on average, farmers that work through to traditional supply chains, traditional trading structures, even if their coffee is resulting in a specialty roastery selling for a high price, most of these farmers are still not accessing enough of this revenue that they are generating to be able to survive, unfortunately.

Chris:

[23:08] Da bleibt also die Frage offen, wo eigentlich das Geld hingehet, was wir dafür bezahlen. Karl hat sehr eindrücklich dargestellt, dass es nur wenige Companies, Trader und Röster sind, die 50 Prozent des Marktes steuern oder innehaben und dass die alle im globalen Norden liegen. Ich habe ihn dann gefragt, ob das das grundsätzliche Problem ist, welches diese, also was die Ursache dann ist oder ob das die Ursache dann ist für diese Situation. Hört mal, was er dazu sagt.

Global North

Karl:

[23:49] Well, I think in and of itself, on its own, this is not necessarily a problem. But it is an indicator that these companies could be very powerful, could have market power or the power to control prices that everyone is subject to based on the volume that they are buying or selling, based on the threat to not buy or the threat to not sell as much. Then they also exercise bargaining power, which is the threat to not do a transaction. So, because there are 12.5 million farms in the world, and most of this coffee of 12.5 million farms is going to only five trading companies, well, each one of these companies has a great power to say, you know what, I don't want your coffee. Or the farmer says,

oh, I need this price because I need to survive. Und das ist höher als ein neighbor oder jemand in einem anderen Land, ein Buyer könnte einfach so einfach sagen, ich brauche deine Koffe, weil ich habe Millionen von anderen Optionen. Und so, das ist unendlich.

Karl:

[24:59] Aber ob das passiert ist oder nicht ist eine andere Frage. Based auf die Informationen, die Daten, die ich ableen zu collect habe, dann, ja, die Revenue generatet von Selling Specialty Coffee zu Konsumern, in den globalen Norden, das Geld bleibt in den globalen Norden, mehr und mehr als Jahr. As time has gone by over the last few decades. It used to be more or less 40% of the revenue stays in production countries. This has gone down to about 20%. And if we look at specialty coffee, which we believe is more equitable, which is much more expensive, the amount that is going back to producing countries is still much lower. It is below 20%, it is around 15%. So, das sagt, dass als Farmer mehr Wert, in Quotation-Marken, als ihre Leistung erhöht, als sie etwas kreieren, das von Konsumenten mehr erhoben wird, dann wird ihre Mehrwert, die das Revenue generiert werden, reduziert.

Chris:

[26:13] Ja, lasst euch das mal auf der Zunge zergehen. Was Karl sagt ist, dass nicht nur sehr wenig von dem Geld, was die Produkte einspielen, dann überhaupt im globalen Süden ankommt, sondern dass Tatsache im Specialty-Bereich, wo die Qualität höher ist, wo die Preise höher sind, dass dort Tatsache noch weniger Geld beim Produzenten hängenbleiben als bei dem Kaffee, der vielleicht mit weniger Aufwand produziert wird. Das ist schon krass. Noch krasser ist doch eigentlich, dass das über die Jahre sogar noch schlechter geworden ist. Was Karl sagt, ist ja, dass es von 40 Prozent mittlerweile auf 20 Prozent runtergegangen ist, was dann in den Herstellerländern hängen bleibt. Und dann eben im Specialty-Coffee-Bereich noch weniger, ungefähr um 15 Prozent. Bleibt also weiterhin die Frage offen, wo bleibt eigentlich die Kohle?

Quality vs. Revenue

Karl:

[27:30] Ein bisschen paternalistisch zu sagen, oh, die Farmers sind ein bisschen mehr bekommen, so sie sollten nicht beklagen, obwohl es andere Leute weiterentwickeln sind, die die Mehrheit der Extra nehmen. Aber diese Extra-Revenue, die Preis pro Kilo von Roasted Coffee geht um drei, oder mehr, von commercial zu specialty, Well, who is responsible for this sensory experience? Of course, roasters and everyone cannot destroy this quality, but who is responsible for it is only farmers. Trading coffee is the same, no matter what the quality of the beans is. Roasting coffee, well, yes, you can be done in a good way or not so good way, but basically it is the same, no matter what is the quality of the beans you're roasting. So, why does everyone else in the chain deserve to take a piece of the superior performance of these farmers? And of course, in the origin country, we see the same thing. The exporters and the traders also take a higher margin when the quality is

higher. Because they know. Farmers who are desperate, they need to sell, they will do a lot more work to get a little bit more money. weil das ein bisschen mehr Geld ist die Unterschiede zwischen realen Suffering und ein bisschen weniger Suffering. Sie werden es tun. Sie werden einen schlechten Deal nehmen, weil sie so verpflichtet werden.

Chris:

[28:56] Also ganz klar, alle verdienen mehr mit, wenn die Qualität des Kaffees hochgeht, obwohl die eigentliche Leistung ja beim Pharma liegt und die anderen Dienstleistungen eher unabhängig von der Qualität sind. Und damit aber nicht genug, sondern es ist auch belegbar, dass der größte Anteil des Geldes am Ende bei den Röstern bleibt. Und das ist natürlich schon eine Knalleraussage in so einem Kontext von lauter Röster sitzen zusammen und hören, was Karl so sagt.

Karl:

[29:41] They are taking in, this is the surplus or the amount of money available as profits. So after we subtract the cost of doing this business, what is left? Wir haben den totalen Ausfluss von all den Akteuren in dieser Reihe. Und ja, die Künstler sind die größte Teil davon.

Chris:

[30:04] Bleibt also die Frage offen, wie eigentlich es möglich ist, das Geld dann wieder zurückzubringen zu den Herstellern, zu den Produzenten in den Ursprungsländern. Karl redet da sehr offen drüber und hat auch seine eigene Meinung über die Art und Weise, wie es eigentlich aktuell funktioniert. In Massen geschieht.

How to help?**Karl:**

[30:30] First, I just want to mention quickly that by recognizing these issues, I don't think the purpose is to blame someone or to say that someone is doing something wrong or is taking advantage of someone else, because these are totally normalized institutions that dictate this is the normal way the coffee business is done. It is not the fault of one roasting company who is within this paradigm that it is this way. This is something that develops little by little over many, many years. And now we are in this situation. If one roasting company says, you know what, I don't want to make 50%, I want to make 10%. Well, they're going to have a difficult time to compete with the other ones. So it becomes very difficult to undo these things because by trying to make something more equitable, Maybe you're sacrificing some profits. Then, okay, well, you don't have as much money to put into marketing or to open more stores or to buy fancy equipment that attracts people because having super fancy and expensive equipment has become normal. Necessary? I would say absolutely not. But now it is normal. And if you don't have it, well, you're lagging behind the other ones. So I think this is what makes it so difficult to undo this.

Karl:

[31:51] And there's many efforts, many things, and this is also a critique I have, of accepting this situation, this highly unequal, and then artificially trying to make a redistribution. So trading and roasting companies, especially the big ones, well, they take most of the money off the table in the way the trade is done. And then they say, okay, well, I'm going to give a little bit back. But this voluntary gift I find very problematic because a gift has a meaning, a gift creates gratitude.

Karl:

[32:28] A gift that is unreciprocated, where you get a gift, a farmer gets a gift and is unable to repay a gift. This establishes a moral hierarchy among these people, among nationalities, which is quite problematic, especially because it is based on an unequitable distribution to begin with. So it is only because of a highly unequal distribution of surplus that enables roasting and trading companies to make these kind of donations going back. So I think this, well, first I think this is not the way. The only way is to correct the distribution from the beginning. And this cannot be a top-down way because any top-down resistance to this mainstream paradigm of distribution can only be interpreted as a gift, as a charity.

Karl:

[33:24] Which, again, normalizes the initial unequal distribution. So any big change must come from the producers themselves. And I think, again, this is outside my territory a bit, but I think the only way this can happen is for producers to organize themselves, to recognize the situation and to say, we're not going to do this anymore if it continues the way it is.

Chris:

[33:58] Das Geld erst zu nehmen und dann als Geschenke mit Geschenken zurückzukommen, ist wohl eher nicht die Lösung aus Karls Sicht. Und ihr könnt euch vorstellen, dass das, was er da schreibt und sagt, für viele eher unbequem ist. Ich habe nochmal nachgefragt, ob es denn aus seiner Sicht sinnvoll sein kann, Transparenz und Solidarität ins Zentrum der Zusammenarbeit zu setzen.

Karl:

[34:23] Yes, I think there are many reasons why this kind of solidarity among farmers and resistance to the mainstream paradigm has not happened yet. One of these big ones is access to information, the ability to know what is happening with their coffee once it's leaving them. What is this business really all about on the other side of the world where so much revenue is being generated?

Karl:

[34:47] So, yes, there are many, many blocks in the road, but all of this will be pointless. And this is what I hear from farmers all the time. So, yes, okay, great, but no one wants to listen to us anyway. So why do we care? We just need to survive today. So forget about changing the institutional structure and all of this. But I think this is really what people on this side can do Is not to say, okay, they are a problem, how do I fix them? No, to listen to the people in the producing countries who

are already organizing, who are already looking to make some change, and simply listen to them, support them, be allies of their project, not try to make their own projects to have how to fix these people, but to be accepting of the initiatives that they are trying to do. Yes, they are small, there are not that many But once the ones that exist are listened to by people on this side Then this could inspire more people Okay, maybe it's not so silly to think about making a change To forming a cooperative or something, Because this must be normalized little by little so that this kind of broad organization of the smallest farmers can happen.

Chris:

[36:12] Jetzt gibt es ja doch reichlich Konzerne und Organisationen weltweit, die sich auf die Fahne geschrieben haben, Entwicklungshilfe zu leisten. Und darauf angesprochen hat Karl auch nochmal erklärt, dass Entwicklungshilfe, dass es entscheidend ist, in welcher Art und Weise hier geholfen wird und nicht nur, dass man sich auf die Fahne schreiben kann, Entwicklungshilfe zu machen.

Development Aid

Karl:

[36:39] Ja, ich denke, das ist auch... Also, something I've been trying to expose is, like I just mentioned, that there's such an unequal distribution of surplus along the chain. And then there are some corrective measures, like mostly the big companies, they will have some foundation or some different group that is dedicated to going to origin countries and doing projects, making interventions into the coffee production system, into farms themselves. Und diese sind immer in eine Arturistische, das ist helfen, das ist helfen diese Menschen, die Hilfe brauchen. Aber es ist interessant zu schauen, was die reale Orientierung ist, was sie tatsächlich machen? Sometimes, yes, sie sind einfach.

Karl:

[37:30] Subsidierende die Kosten der Leben. Sie sind geboten, sie sind geboten, sie sind geboten, Dinge wie das. Und dann, of course, die Frage ist, Well, if these people are dedicating their entire working hours, their entire working lives to supplying raw material to this company, and they are not able to buy their own food and clothes, I think this is a problem to begin with versus the correction after the fact. But mostly the programs are not oriented in this way. They are like the idea of self-help that since, well, since I guess the 1980s or a little bit after, there's been quite a lot of resistance to aid, as they used to call it. And then we changed in the neoliberal era. Das ist, dass sie ein Mann zu fisch sind. Sie wissen, dass ein Mann ein Fisch ist, er will es für ein Tag. Sie sind ein Mann zu fisch, oder was es. Es kommt immer so this way.

Karl:

[38:31] Denn wir können nicht den Markt-Mechanismus. Die Markt ist die Markt und wir müssen es als etwas total exogenous, etwas, das kann nicht beffekt. Und das ist die Myth, die diese Art von

diesen Efforts sagen, okay, die Sache ist, die Farmers sind nicht poor because the market is bad or the market is behaving irrationally. The farmers are poor because the farms are too small or they're not productive enough or the quality is not good enough. So this is a way to change the logic, to make it the fault of the farmer. And by going in and saying, okay, now if you accept that it is your fault that you're poor, I will help you get less poor. Of course, the farm wasn't too small 20 years ago. It was fine 20 years ago. But now, the same farm is too small because the price is much lower in real terms, in purchasing power terms. So most of these programs that exist, like over 65% of them, are about how to intensify coffee growing.

Karl:

[39:35] How to put more coffee trees in the same land, how to fertilize more efficiently to get more coffee out of this. Basically, how to extract more from nature, which in most of these cases, when we're talking about technified agriculture, this is not at all sustainable. The soil is not able to regenerate itself to be able to continue producing coffee. But this is not really the concern of the buyers. And this is not the immediate concern of the farmers who are just thinking about how to survive two months from now, not the health of their soil five years from now. So it's mostly this intensification, expansion of coffee and improvement of quality. Und dann kommen wir zurück zur Spezialität. Aber wenn wir uns daran erinnern, dass die Distribution sogar noch nicht gleich in Spezialität ist, als es im kommerziellen Koffee gibt, dann können wir sehen, dass die Fährten in Spezialität helfen können, ja, das kann ihre Inhalt marginaisch erhöhen, aber es wird erhöhen, wie viel von ihnen von ihnen auszulösen können, sogar mehr auszulösen.

Chris:

[40:40] Tja, zieht euch das rein. Also am Ende, die Folien, die Karl aufgelegt haben, die zeigen, dass 30 Prozent der Entwicklungshilfe eigentlich die Sache schlimmer macht, weil sie nur darauf ausgelegt ist, dass es eine Mehrproduktion gibt auf derselben Fläche, dass es intensiviert wird, der Anbau, dass der Anbau effektiver wird. Ich habe Carly noch mal angesprochen auf Vorfinanzierung als Methode der Zusammenarbeit, weil es ja doch so aussieht, als wenn das also eine Lösung sein könnte. Aber hört selbst, was er sagt.

Upfront Payment

Karl:

[41:20] Ah, yes, I think this is one thing, one tactic that can be helpful. Because one thing is the distribution of income. So we're talking about pricing. But we can also take into account some of the details of the contracting and how these prices get set and moved. And one of the main reasons is because farmers, they harvest their coffee.

Karl:

[41:49] Many times they don't have any savings They need to sell this coffee very quickly In order to

be able to keep moving To be able to buy food To make lunch for the pickers To be able to finish the harvest So when they need to sell very quickly, But the buyers don't need to buy that quickly, there's a difference in urgency. And whoever needs to do a transaction more quickly will be at a worse power position. And so this is one way. If farmers did not have to sell quickly, they could wait, they could negotiate, they could compare different channels, They could organize themselves and not sell to an intermediary, rather sell all the way to a roasting company. But they can't do it in many cases because they don't have the cash flow to be able to wait the time. And this has much to do with the North-South divide. And because of the different banking systems and financial infrastructure in the North, it's much easier to get working capital, to get credit. The interest rate is much lower. So this is already, because of the geographical distribution, a source of power imbalance as well.

Chris:

[43:04] Alles klar. Also Vorfinanzierung ist eine gute Sache. Das kann man wohl eindeutig so sehen. Und die Frage, die jetzt noch bei mir offen war, ist denn auch der direkte Handel per se eine gute Lösung?

Direct Trade**Karl:**

[43:22] Well, I can't say it is helpful or not, on the surface. I think this contains some potential to be a more advantageous way to trade for farmers. But I mean, a roaster could work directly with a farmer and work in exactly the same way as the big traders. Because this power dynamic exists the way it does. So just by being direct, I think this changes nothing. But there are many more options that are available, if the two people on the extreme ends of the chain are able to talk with each other, are able to understand one another, build empathy and design their supply chain in a way that is more equitable. So, yes, I think this is one step toward one very important step. This is a necessary condition, but is not a sufficient condition.

Chris:

[44:25] Das war wohl ein klares It-Depends. Direct Trade per se ist nicht gut oder schlecht, sondern hängt natürlich stark von der Gestaltung ab, liefert aber eine, wie soll man sagen, gesunde Basis der vernünftigen Zusammenarbeit. Ein weiteres Thema, was wir ja auch schon vorher angesprochen hatten, war das Thema Transparenz und dazu hat Karl eine ähnliche Meinung.

Transparency**Karl:**

[44:51] Well, again, I think like a direct trade, these are like, I don't know, things that... Often accompany more equitable chains, but do not necessarily imply that there is. I think transparency

can mean many different things. It's often associated with goodwill and solidarity. But when we're talking about many times trading companies will send people out to farms to discover their cost of production and I think, well, what is it using this for? Ist es zu machen, dass wir immer noch mehr payen? Oder ist es zu sagen, dass wir das wie viel wir müssen, und nicht mehr? So diese Informationen kann man sich für den Vorteil von einem anderen oder anderen in vielen verschiedenen ways. Und für Solidarität, ich denke, das ist wichtig among Menschen der gleichen Position, der gleichen Klasse, if I may. But we also cannot take for granted the fundamental antagonism. One is buying and one is selling.

Karl:

[45:59] If everyone is looking to maximize profits, as is the nature of a business in capitalism, at something else we cannot pretend to ignore, pretend it does not exist, then if a roaster must sell at one price and they cannot do anything about it, well, the least they pay for green coffee for farmers, the more profit they make. So this is naturally the incentive that they have. Maybe they can deny fulfilling this incentive as much as possible, but the incentive exists. The same for farmers. The more they sell, the higher prices sell, the more they make. So I think some empathy, some respect for the dignity of the humans working. Hopefully we can get to there, but we also cannot deny der Gründe der Gründe zwischen ihnen. Das Geschäftsmodell hat komplett verändert, wie Kooperativen, wie sogar Vertical-Kooperativen. Es gibt Roasting-Kompanien im Global-Nord, deren Finanzierer sind kleine Farmer im Süden. Zum Beispiel. Und vice versa. Es gibt viele interessante Alternativen wie das.

Chris:

[47:10] Ja, bei allem, was wir jetzt gesprochen haben, sind wohl Kooperativen und Partizipation, enge Zusammenarbeit, einer der Schlüssel, die uns hier weiterbringen können und nicht alleine nur auf die Webseite schreiben, dass man einen direkten Handel macht. Ich finde das schön, wie Karl da zu der Konklusion kommt, dass es vielleicht eine gute Möglichkeit ist, dass man in einer Kooperative so zusammenarbeitet, dass die Pharma vielleicht sogar im globalen Norden Teilhaber von Unternehmungen sind. Aber ich glaube, da ist noch ein Meter zu gehen. Mit Steffi von Kichot hatte ich auch darüber gesprochen, wie sich die aktuellen Preise entwickeln beziehungsweise wie die Börse auf diese ganze Wertschöpfungskette einzahlt. Und da hat sie auch ein paar sehr spannende Sachen zugesagt. Hört mal selbst.

Steffi - Börse, Klimawandel**Steffi:**

[48:08] Lebensmittel sollten einfach nicht an der Börse gehandelt werden oder beziehungsweise auch alle landwirtschaftlichen Produkte sollten einfach strikt verboten sein und nicht an der Börse gehandelt werden. Es ist Spekulationen ausgesetzt und zwar maßgeblich und es bringt für keinen, letztendlich bringt es für keinen in dieser ganzen Wertschöpfungskette irgendetwas Positives. Also

der Preis ist eine Herausforderung, ja, ist aber nicht, meiner Einschätzung nach, ist es nicht das akuteste Problem. Das akuteste Problem, was wir haben, ist einfach der klimatische Wandel. Also der Klimawandel ist für uns das viel größere Problem, weil die Wetterkapriolen, die in den Ländern einfach immer häufiger auftreten, sind so unberechenbar und so unkalkulierbar, dass du einfach, egal wie gut du arbeiten kannst, egal wie viel du vom Kaffee verstehst, ab einem gewissen Punkt kannst du einfach nichts mehr tun und das ist hart für beide Seiten zu erkennen. und um, Das macht es gerade sehr schön.

Chris:

[49:13] Auf den Klimawandel werden wir jetzt hier nicht weiter eingehen können. Dazu verlinke ich euch eine Sendung, die ich mit Ben und Philipp von den Kaffeemachern gemacht habe, über biologischen Kaffeenanbau, da ja gerade die eigentliche Produktion von Kaffee sehr stark in dieser ganzen Wertschätzungskette auf den CO2-Ausstoß einzahlt. Allerdings, was auf der ganzen Konferenz natürlich ein Thema war, ist inwiefern der Preis an die Börse gekoppelt sein darf oder auch andersrum gesagt, dass eben der Preis mehr von der Qualität des Kaffees bestimmt sein sollte als von den Börsenbewegungen.

Chris:

[50:05] Und dazu passt ganz wunderbar, was Peter Dupont von Codfield Collective, einen der ersten, der in Europa direkten Handel betrieben hat, auf der Bühne gesagt hat. Er hatte auf der Bühne den Morten Münchow mit sich. Die haben zusammen ein neues Verfahren vorgestellt, was sehr viel einfacher ist als das bestehende Verfahren der SCA aktuell. Um beim Cupping die Qualität von Kaffee bewertbar zu machen. Das Schöne war auch, dass eben nicht nur ein Upfront-Vortrag gehalten wurde, sondern dass Tatsache direkt ein großes Cupping mit allen im Raum gemacht wurde und die Daten dann direkt ausgewertet wurden. Schöne Sache, tolles Verfahren und ich muss ganz ehrlich sagen, Wie geil ist das denn, wenn man da eine einfachere Methode an die Hand bekommen würde, die es uns möglich macht, Kaffee und Qualitäten zu bewerten, um dann auch die Pharma dementsprechend zu entlohnen.

Peter - Quality Evaluation Method**Peter:**

[51:12] Es ist ein weiteres Projekt. Wir haben noch nicht ein geschlossenes System. Der Projekt ist eine Transparente Qualitäts-Evaluation-Method. Das ist, was wir arbeiten. Es gibt viele Möglichkeiten, die Qualitäts- und in der Specialty-Kofi-Sektor sprechen. So it's a core element. And my view is very much that when we work with farmers, we have a system where we pay them according to the quality of the product. So of course, it's essential to make it easily understandable and transparent. What is this quality concept? And that's what we work together with Coffee Mind on, trying to make a more simple way of describing the qualities of coffee than what's existing now in general.

Chris:

[52:11] Ja, CoffeeMind ist die Firma von Morten und in dem Vortrag hat Peter auch gesagt, the quality of coffee is not rewarded. Darauf habe ich ihn auch nochmal angesprochen. Hört, was er sagt.

Quality is not rewarded**Peter:**

[52:26] Ja, ich meine, das ist auch sehr breit auf den Koffe Markt in der Welt. Und der Koffe Markt ist nur an diese vier Koffe Kategorien, Robusta, der eine Natur, Arabica, der zweitendlichste Koffe, und dann gibt es Mild Arabicas, Worst Arabicas, von verschiedenen Quaranten, als die zwei anderen. Das ist die Koffe Markt, die sich in der Koffe, auf ein paar Differenzialen, according to the quality. Aber es ist definitiv nicht bewerblich, der Qualität zu einem gewissen extent. Und das ist auch was, die Zahlen, dass von vielen anderen Ländern, die Produkte von besseren Qualität produzieren, zum Beispiel Kenya.

Peter:

[53:14] Der Export hat sich umgekehrt, über ein paar Jahre, weil es nicht die extra Arbeit, die extra Kosten für die Qualität zu machen, sondern die Kosten, die für die Qualität bezahlen sind. Also, in general, ich glaube, dass der Markt nicht die Qualität beantwortet ist. Wir hatten auch eine Präsentation von Karl Weinhold, dass wir auch in Specialty Coffee nicht gewinnen, die Qualität zu den Produkten in der richtige extent. Und dieses Projekt mit Coffee Mind ist definitiv der Hoffnung, dass wir die Qualität mehr öffnen, including die Farmers. Ich denke, dass ein bisschen ein Tendenz in der Art, wie wir heute beschreiben, quality today, that it's a very lab-looking way of describing quality. So you need to be a certified doctor standing in a laboratory, and then you can give the true answer to what is the quality of a product. And that's kind of alienating, I don't know if that's the right way to put it, but it's not reaching out to the farmers and sharing with them what is the quality of the product. Es ist eher eine Frage zu einem Experten. Wir wollen es öffnen und machen es mehr transparent. Was sind diese Qualitäten? Das ist wo Kofiemind auch kommt, weil sie eine sehr wissenschaftliche, sensory-science-science-Aprache.

Peter:

[54:42] Zu Qualität. Morden ist nicht hier, aber er kann all die Details sagen. Er ist immer über diese Frau, Rosemary Pangborn, der 50 Jahre alt war die Basis der heutigen Sensory Science. Was wir gemeinsam machen, versuchen wir, zu basieren, auf ihren Arbeit. Das ist auch die Basis, wie Universitäten mit Sensorials-Science arbeiten. Und das benutzen wir als Basis einer transparenten Qualitätsbewertung.

Chris:

[55:14] Ja, ich habe dann Peter angesprochen, wie das eigentlich genau funktioniert. Das erklärt er

jetzt gleich. Aber der größte Stunt war ja, wie schon angefangs gesagt, dass sie ein riesen Cupping veranstaltet haben mit 50, 60, 70 Leuten im Raum. Was ja schon eine Riesenherausforderung an sich ist, aber dabei auch noch ein Verfahren, was keiner von den Anwesenden kannte, zu evaluieren, ist wirklich ein Megastunt. Und ich bin ziemlich geflasht davon, dass das überhaupt alles funktioniert hat.

Simplifying Quality Scoring

Peter:

[55:49] Ich meine, der erste Schritt, den er in diesem Sensory Science-Method präsentiert ist, wenn wir über Coffees sprechen, wir schauen, ob wir Coffees haben, die unterschiedlich sind, wo die Qualität unterschiedlich ist. Das ist der erste Schritt. Der nächste Schritt wäre dann zu beschreiben die Unterschiede. Wie können wir beschreiben die Unterschiede? Und das ist auch was wir gestern gemacht haben, in der Workshop. Morten und ich haben vier verschiedene Coffees gebracht, das sehr unterschiedlich sind in der Flavre. Und dann haben wir alle rund 50 Leute hier, in der Sie in einer sehr einfachen Art, die Qualität und Flavres der Flavre. Und dann der dritte Schritt, er hat sich dann auf die Qualität, oder nicht. And then it gets to be a preference, which is, in a way, as I see it, less scientific and much more subjective. It's much more up to the individual. Do you like a lot of acidity or not? Do you like fermented flavors in your coffee or not? That will be different from person to person, how you feel about that. The same with bitterness. Do you like bitterness in your coffee or not?

Peter:

[57:10] So, we try to, with Morten, focus on actually that middle part, the descriptive analysis, and create a tool that can work for that, describing the quality and leaving the preferences for later steps in the coffee chain, but making a tool that can describe different qualities. Und dann der works mit CoffeeMind ist sehr interessant, weil wir, of course, haben viele statistical tools wo er kann analysieren. Wir hatten eine Gruppe von 50 Menschen, Tasting Koffee Professionals, aber nicht.

Peter:

[57:50] Knowing das oder die Methoden wir arbeiten mit, bringen die Handy und die Palette und dann eine QR-Code, putting in data, for the four different coffees that were randomly blended. No one knew. It was all blind so no one knew it. But we tasted the four different coffees with three replicates of each but all with random numbers. Three digits random numbers. That's kind of the standards of the universities of how to do it.

Peter:

[58:23] And the great thing was that by doing this on the phone, people submit in the end and then immediately Morten could analyze the results and we could share it and look at it together and see

how, those six descriptors we used actually there was a huge agreement in that group that was just thrown out in a very confusing setup you can say because it's not your daily life, but we agreed very much in the West Kenyan was the most acidic and you can see the statistic Variant was sehr low on what we scored in Acidity and the same for, there was a commodity coffee there that was clearly the one with the highest bitterness for instance and the most industrial flavors, also statistically significant to a very high degree so that was a very interesting part I think of that session that we.

Peter:

[59:18] We can describe different qualities with only six descriptors. And it's kind of that easy descriptors that we in a group that have never met all the group before, we can go in and we can together give the same grade on the same coffee on the same descriptor. Yeah, we were very happy, Morten and I, when we saw the results for sure. It definitely shows a main point that we are seeking is we need to simplify the method of evaluating quality as much as we can. Of course, still being able to describe the differences between the coffees. And one aspect here is simplifying. You asked about the three-step model. Simplifying, we're only focusing on the descriptive part. That is what makes sense here. And then the other thing is looking at how few descriptors can we work with to still describe the different qualities. And that each descriptor, when put into different copper's hands, we score the same thing. And that's the advantage of the descriptive heart. Because if we would have asked, well, how much do you like the acidity of Chieni? Do you think it's a good acidity or not? Wir würden eine große Spreads in den Schausen geben und dann die Schausen nicht mehr machen, in der gleiche Weise.

Peter:

[1:00:42] Es ist eine Sache, dass man einen einfachen Tool macht. Wenn du ein...

Peter:

[1:00:51] Ich bin ein bisschen englisch mit den Englisch-Terms. Ein Spike. Ein Spike. Du musst eine Hammer, um es in. Du musst nicht eine große Tool, eine Multi-Tool, die kann viele Dinge tun. A hammer ist der größte Efficient. Und das ist ein bisschen wie wir sehen es. Wir haben das simple Tool, das für die Purpose ist. Und ich denke, es ist auch wichtig, zu sprechen ein bisschen über den Konzept der Qualität. Weil ich sehe es, Qualität ist beschreiben all die subtle Charakteristik von Kofi, das ist nicht quantifiable. Wie viele Bälle sind Sie oder welche Lande sind Sie aus. Aber es ist beschreiben die Qualität. Und, And to me, that's a descriptive analysis. And then it's different if you like those qualities. But we need to, as a roaster, I need to work with the farmers describing the quality. We will be paying accordingly. With the consumers, of course, it's a little bit different. We will present the quality. And there, I think, still the best is to present the quality saying, this is high acidity, low bitterness. And then the consumer can decide, do I like that? Yeah, I like that. Or do I like more the high bitterness and low acidity or whatever, Aber eine Quality Description sah.

Chris:

[1:02:02] Wow, okay. Also wie geil ist das denn? Ein Verfahren, was dreistufig ist, wo man vorne so eine Art Triangle Test hat, um überhaupt Unterschiede zwischen den Cafés festzustellen. Dann der Kern des Verfahrens, der beschreibende Teil, der nur mit sechs verschiedenen beschreibenden Faktoren daherkommt. Und dann der komplette Teil, magst du den Kaffee oder nicht, ans Ende verlagert und vollkommen separiert. Ja, ganz klar. Ich wollte dann natürlich von Peter noch wissen, wie das Ganze jetzt weitergeht.

Peter:

[1:02:38] Ja, wir hatten gerade 20 Minuten, Morten und ich, zu reden, weil wir uns das schon seit vielen Jahren miteinander gesprochen haben. Und dann im Winter, haben wir jetzt gewohnt, dass wir jetzt etwas machen müssen. Und dann haben wir uns einen Plan mit drei verschiedenen Workshops, die wir gerne haben. Wir hatten den ersten Mal internen in Koffi Kollektiv, mit fünf, sagen wir, kopping experts, sehr trainiert Menschen in kopping. Wir hatten den nächsten Mal, die Danish Koffi Festival, wo wir 20 koppers, die ihre Resultaten haben. Und dann haben wir dieses Workshop hier, mit, ich glaube, 60, 70 Menschen, die Teilen sind und fast 50, die ihre Resultaten haben. Das war der Plan, die wir in der Winter gemacht haben. Wir versuchen diese Schritte zu machen und sehen, wie es funktioniert und dann zu entscheiden, was zu machen. Ich glaube, wir haben alle drei Schritte sehr gut gemacht. Wir haben viel meaningfules Daten, die es für uns sehr offensichtlich macht. Und ich denke, auch für die Antwort, die ich hier von gestern bekommen habe. Das ist ein Projekt, die wir weiterhin arbeiten. Morten und ich haben agreed that in August we'll sit down and have a beer and we'll make a plan on how to continue.

Chris:

[1:03:55] Na, ich wäre auf jeden Fall froh, wenn das neue Verfahren von Peter und Morten sich in der breiten Masse durchsetzt. Nicht nur, weil es die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit den Fahrern eventuell verbessert, die nicht mehr verstehen müssen, wo der Unterschied zwischen dem Score 85, 87 oder 89 ist, sondern dass alles viel transparenter wird, was eigentlich Qualität ausmacht, die sich dann bei uns hier verkauft, sondern ich glaube auch, dass es eine Möglichkeit wäre, die Kunden auf eine ganz andere Art und Weise abzuholen, als wir das bisher machen mit all den blumigen Beschreibungen, die oft ja dann kaum jemand schmecken kann. Mal sehen, wie das weitergeht. Ich denke, es macht Sinn, da auf jeden Fall zu schauen. Ich natürlich verlinke auch alle Informationen, die ich dazu habe, mit Links zur Webseite von Morten, um euch die Chance zu geben, da auch ein bisschen am Thema dran zu bleiben und hinterher zu gehen. Genauso werde ich euch die Webseite von Karl an den Shownotes verlinken. Er hat auch ein Buch geschrieben. Wer interessiert ist an dem, was er da so zu sagen hat, kann das direkt dort ordern.

Abschluss**Chris:**

[1:05:17] Tja, was bleibt mir zu sagen? Es waren zwei wundervolle Tage, zwei Tage, die einfach

auch nicht nur inhaltlich interessant waren, sondern von viel Freundschaft und Zuneigung geprägt waren. Eine super Stimmung, tolle Menschen, friedlich und zugeneigt. Ich bin auf jeden Fall ein glücklicher Teilnehmer und würde natürlich jederzeit auch wieder hingehen. Und wenn euch das interessiert, was da passiert ist, natürlich werde ich auch alle Infos, die ich habe, von Überlegen und Kichotte verlinken. Und ja, am besten ihr haltet die Augen offen, ob vielleicht sowas in nächster Zeit mal wieder stattfindet.

Sound:

[1:06:08] Mir bleibt nicht mehr viel zu sagen.

Chris:

[1:06:10] Außer danke fürs Zuhören. Schön, dass ihr euch die Zeit genommen habt. Und die letzten Worte.

Sound:

[1:06:17] Die gehören Steffi und Pingo.

Steffi:

[1:06:22] Einfach machen. Ja, genau. Wenn ihr zuhört, einfach machen.