

Meet our Members



— TORREFAKT —

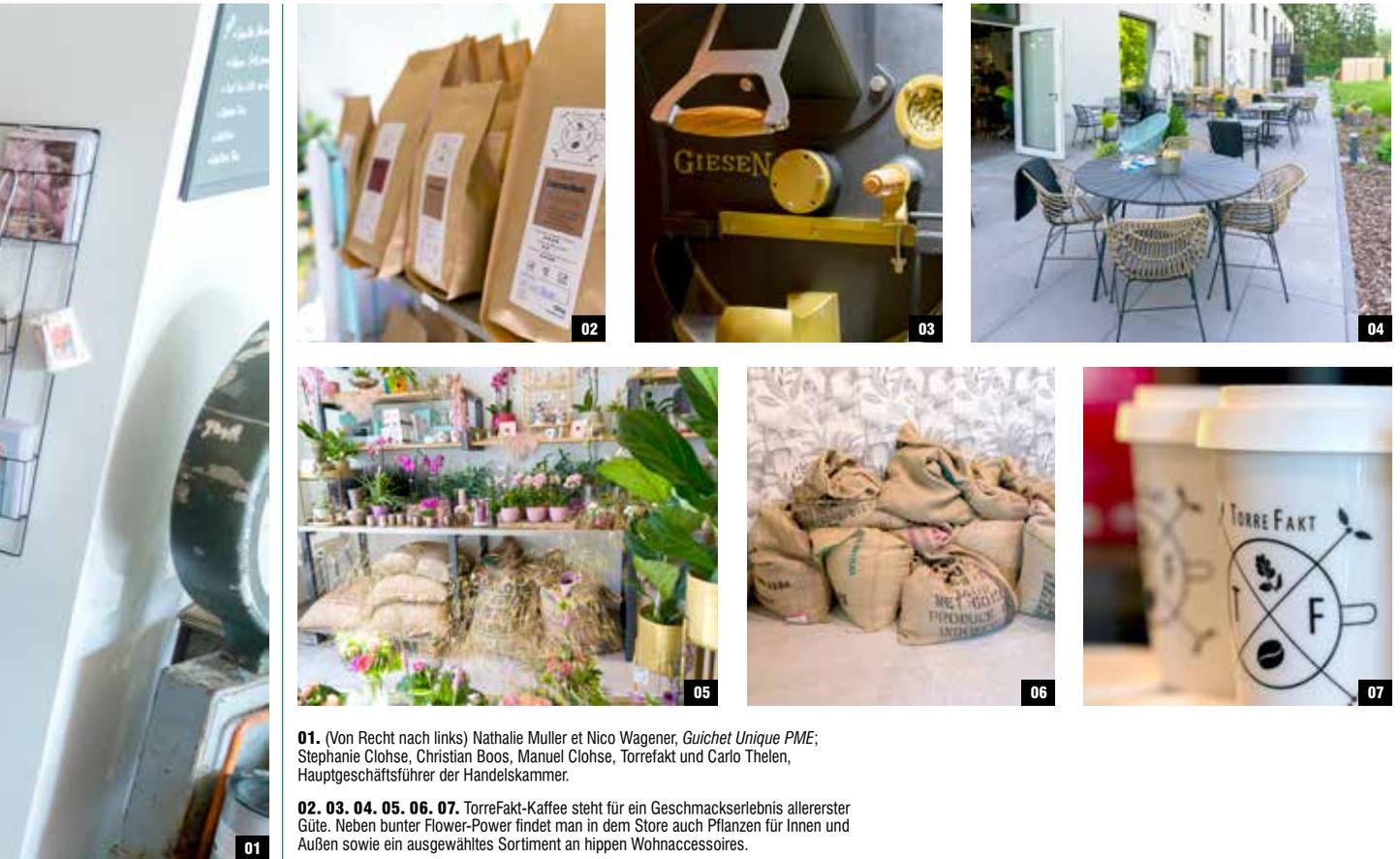
Zwischen Genusskaffee und Blumenkunst

PHOTOS Emmanuel Claude / Focalize

Zwischen frischen Schnittblumen, trendigen Wohnaccessoires und dem Geruch von frisch geröstetem Kaffee verweilen: Der Concept Store TorreFakt in Wemperhardt lädt mit seinem vielseitigen Konzept zu viel mehr ein als nur einer guten, fairen Tasse Kaffee.

(Besichtigung vom 03. Juni 2022).

Eröffnet wurde der Concept Store im Mai 2021. Für Christian und Stephanie, die beide den Job des Röster und Barista ausführen, folgten in den letzten Jahren auf Kurse an der renommierten Coffee-Academy in Bonn viele weitere Zusatzausbildungen rundum das Thema Kaffee und Rösterei. Mit herkömmlich industriell produziertem Kaffee hat die Vorgehensweise der TorreFakt Röstung wenig zu tun. TorreFakt-Kaffee steht für ein Geschmackserlebnis allererster Güte. Das Augenmerk liegt auf Qualität und fairem Handel. Traditionelle und langsame Trommelröstung verwandelt die aus dem Hochland stammenden Arabica-Rohkaffees in wahren Genusskaffee. Ständig sind ca.12 hauseigene Röstungen von schokoladig über nussig bis hin zu fruchtig und floralen Aromen verfügbar. Während die Rösterei ein Standbein des TorreFakts bildet, widmet sich Manuel mit seiner langjährigen Leidenschaft, dem Blumenhandwerk. Neben bunter Flower-Power findet man in dem Store auch Pflanzen für Innen und Außen sowie ein ausgewähltes Sortiment an hippen Wohnaccessoires. Ob Hochzeits-, Festtags-, oder Trauerfloristik sowie Sträuße als Hingucker fürs Büro – TorreFakt liefert Kreationen zu jedem Anlass. Auf der Suche nach der perfekten Harmonie zwischen Farbe und Form verleiht der gelernte Meisterflorist seiner Blumenkunst immer eine liebevolle und persönliche Note. TorreFakt verpackt alle Geschenke, ob Strauß oder Accessoire, stets



01. (Von Recht nach links) Nathalie Muller et Nico Wagener, Guichet Unique PME; Stephanie Clohse, Christian Boos, Manuel Clohse, TorreFakt und Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer.

02. 03. 04. 05. 06. 07. TorreFakt-Kaffee steht für ein Geschmackserlebnis allererster Güte. Neben bunter Flower-Power findet man in dem Store auch Pflanzen für Innen und Außen sowie ein ausgewähltes Sortiment an hippen Wohnaccessoires.

plastikfrei und ressourcenschonend. Interview mit Christian Boos, Manuel Clohse und Stephanie Clohse, TorreFakt.

Das Projekt/die Projekte an dem/denen Sie arbeiten?

Aktuell arbeiten wir an der Planung zur Vergrößerung unserer Produktionsräume. Zum Einen gilt es mehr Platz für die Kaffeerösterei zu schaffen; um der steigenden Anfrage nach fair gehandeltem, frisch geröstetem und hochwertigen Kaffee gerecht zu werden. Zum Anderen benötigt die Floristik mehr Fläche, um aus dem TorreFakt einen angesehenen Ausbildungsstandort zu machen.

Worauf sind Sie am meisten stolz?

Wir haben einen einmaligen Conceptstore im ländlichen Norden Luxemburgs geschaffen, der selbst in städtischen Gebieten seinesgleichen sucht. Unseren nachhaltigkeitsbetonten Ansatz konnten wir in vielen Bereichen von Anfang an konsequent umsetzen. Binnen eines Jahres haben wir eine neue Marke geschaffen, die bereits jetzt einen hohen Bekanntheitsgrad aufweist.

Wann hatten Sie das letzte Mal Zweifel?

Wir haben aktuell Zweifel aufgrund der steigenden Inflation und der damit verbundenen geringeren Kaufkraft unserer Kunden. Wir handeln mit Konsumgütern, die als Luxusgüter bezeichnet werden und lediglich einen Zusatzbedarf decken. Sie sind also zum Leben nicht unbedingt erforderlich und zeichnen sich durch eine besonders hohe Qualität aus. Daran wird aktuell und kann zukünftig noch mehr gespart werden. Steigende Einkaufspreise und Energiekosten stellen uns vor Probleme bei der Gewinnmarge, denn als Jungunternehmer lassen sich Verkaufspreise nicht leichtfertig erhöhen.

Was bedeutet es für Sie Unternehmer zu sein?

Unternehmer zu sein bedeutet für uns, die Welt ein bisschen besser zu machen, indem wir unsere Vorstellungen von Nachhaltigkeit und Qualität umsetzen. Darüber hinaus sagt es aus, flexibel; anpassungsfähig und tolerant zu sein. Unternehmer sollten einen langen Atem haben, nicht gleich aufgeben; abwarten wie Situationen sich entwickeln

und vor allem Risiken eingehen. Die Risikobereitschaft ist das Entscheidende, was wir mitbringen, denn "wer nichts wagt, der nichts gewinnt".

Wie hat sich die Gesundheitskrise auf Ihr Unternehmen ausgewirkt, und was könnte die Handelskammer Ihrer Meinung nach tun um Sie zu unterstützen?

Mit unserer Geschäftseröffnung mitten in der Coronakrise und einem Konzept, dass sich zum Teil auf die Gastronomie stützt, war das letzte Jahr für uns wahrlich eine Herausforderung. Wir wussten um die Probleme, die Corona mit sich bringt, hatten aber nicht die Möglichkeit das Geschäft später zu eröffnen. Wechselnde Anforderungen an die unterschiedlichen Geschäftsbereiche im Concept store, vor allem natürlich an die Gastronomie, ließen uns teilweise täglich neue kreative Lösungen für einen fortlaufenden Geschäftsbetrieb finden. Neugegründete Unternehmen erfahren keinerlei finanzielle Hilfeleistungen während solcher Krisen. Über diesen Punkt sollte nachgedacht werden. ■