



01.

MONDO DEL CAFFÈ

## SPITZENKAFFEES. WHAT ELSE?

Fairer Handel, Transparenz und Nachhaltigkeit werden bei Mondo del Caffè in Echternach genau so groß geschrieben wie Spitzenqualität bei der Produktpalette. Um letztere zu sichern, reist Geschäftsführer Alfons Schramer direkt zu den Farmern in den Anbauländern und sucht mit ihnen die besten Rohprodukte aus.

Text: Patrick Ernzer - Fotos: Pierre Guersing

Mondo del Caffè gehört zu den 5 größten Röstereien des Landes. Für Geschäftsführer Alfons Schramer und sein 13köpfiges Team ist es besonders wichtig, die Qualität der Rohkaffees auf höchstem Niveau zu halten. Gleichzeitig berücksichtigt das in Echternach ansässige Unternehmen ethische sowie soziale Aspekte bei der Kaffeeproduktion. Dabei verzichtet Schramer oft auf bekannte Gütesiegel und kauft bevorzugt direkt bei den Farmern vor Ort ein. Nicht selten zahlt er Produzenten und Far-

mern 2-3fache Weltmarktpreise, verlangt dafür aber allerbeste Rohkaffeequalität und die Einhaltung von strengen Sozialstandards. Dazu zählen unter anderem der Verzicht auf Kinderarbeit und die Zahlung von fairen Löhnen für Erntehelfer und Pflücker. Eine Unternehmensstrategie von der am Ende alle profitieren.

Dass nur wenige Produkte von Mondo del Caffè das Fairtrade-Label tragen, hat eine einfache Erklärung, so Alfons Schramer: „Das FairTrade Label ist kein Qualitätslabel, sondern

garantiert lediglich das Einhalten von sozialen Mindeststandards.“ Schramer räumt ein, dass Labels wie Fairtrade, Rainforest oder UTZ durchaus ihre Wichtigkeit hatten, um ab den 1970er Jahren die Öffentlichkeit für die Verdienste der Farmer und den nachhaltigen Anbau von Kaffee zu sensibilisieren. Dennoch gehen ihm diese Labels nicht weit genug und vernachlässigen seiner Ansicht nach einen Teil der wirklichen Probleme und der Realität in den kaffeeproduzierenden Ländern.

Schramer reist direkt zu den Farmern in Brasilien, Indien, Kolumbien oder Äthiopien, um vor Ort gezielt nach Partnern zu suchen, mit denen er zusammen arbeiten möchte. „Wir sprechen mit ihnen über unsere Anforderungen – sowohl was die Güte des Rohkaffees als auch die ethische Grundsätze angeht.“ Wenn der Kaffee seinen Ansprüchen entspricht und die Farmer sich bemühen, die Qualität ist kontinuierlich zu halten und ggf. noch zu verbessern,

beginnt für beide Parteien eine erfolgreiche und zukunftsorientierte Kooperation.

Mit seiner Werte-, Qualitäts- und Unternehmenstrategie konnte Mondo del Caffè und seine Projektpartner, die lokale Agenda 21 sowie der Weltladen in Trier, den deutschen „Coffee Innovations Award 2014“ für sich gewinnen.

### Auf welche Leistung der vergangenen Jahren sind Sie besonders stolz?

„Auf privater Ebene, dass meine vier Kinder, die seit einigen Jahren ja nun schon alle tatkräftig im Unternehmen mitarbeiten, jetzt auch in die Position der Mitgesellschafter eingetreten sind. Ohne Anwendung von Gewalt und Drohungen, sondern ganz freiwillig. In der Firma bin ich stolz auf das gesamte Team und den 2015 gemeinsam gewonnenen Coffee Innovation Award in der Kategorie „Nachhaltigkeit“. Wir haben die gesteckten unternehmerischen Ziele für 2015 erreicht



02.



03.



04.



05.



06.

und sind mit einer guten zweistelligen Wachstumsrate belohnt worden. Besonders froh bin ich, dass wir als erste und meines Wissens nach einzige „Direct-Trade“ Rösterei in Luxemburg (und eine der ersten in Europa) mittlerweile eine sehr hohe Akzeptanz genießen und viel positive Resonanz von unseren Kunden erhalten.

### Welchen Herausforderungen müssen Sie sich in Ihrer Branche stellen?

„Ein großes Problem für die Zukunft wird die Verfügbarkeit des Rohkaffees sein. Europa ist bei den Rohkaffee produzierenden Ländern nicht als qualitäts- sondern eher als preisbewusster Käufer bekannt. Bei der Qualität sind uns die Verbraucherländer Asiens, besonders China, Russland und die arabische Welt, aber auch Amerika, weit voraus. Hinzu kommt, dass in den produzierenden Ländern der eigene Kaffeeverbrauch sehr stark zunimmt. Auch der Klimawandel ist eine große Herausforderung,

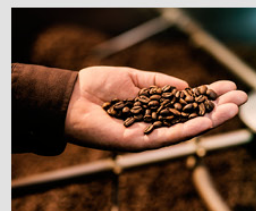
der alle Lebensmittel produzierenden Unternehmen stellen müssen. In Kolumbien, dem drittgrößten Kaffee- Erzeuger der Welt hat das immer unberechenbarere Klima in den letzten 10 Jahren die jährliche Produktion um ca. 20% fallen lassen. Pflanzenkrankheiten, Pilze, Insekten und Bodenerosion setzen erst dem Kaffee zu, dann den Menschen. Hier müssen wir uns als Kaffeeröster immer mehr Markt begleiten stellen. Das ist aber eine gute Sache. Das heißt, dass das Thema Lebensmittel beim Verbraucher langsam ankommt. Statt auf Siegel und Label setze ich lieber auf die Intelligenz der Verbraucher.“

### Was würden Sie in ihrer Branche ändern? Welche Rolle sollte Ihrer Meinung nach die Handelskammer spielen?

„Es gibt (leider) unter den 5 Luxemburger Röstereien so gut wie keine Kommunikation.

Die Handelskammer könnte z.B. bei nationalen und internationalen Messen eine Plattform zur Verfügung stellen, um dem Ruf Luxemburgs als größter pro Kopf Verbraucher für Kaffee in Europa gerecht zu werden. Jeder „Luxemburger“ hat einen Verbrauch von 27,5 kg Röstkaffee pro Jahr. Zum Vergleich: der Deutsche trinkt 6,3 kg, der Italiener 5,9 kg und der Franzose 5 kg. Natürlich sind diese Zahlen durch den Verkauf an Luxemburgs Tankstellen und Supermärkten etwas verfälscht. Die Handelskammer sollte dem Handel und dem Handwerk eine Plattform zur Verfügung stellen und dem Verbraucher ein glaubwürdiger Partner für gezielten Wissenstransfer sein, um den Konsumenten kompetent über die Wertigkeit des Handwerks, die Betriebe und deren Produkte zu informieren. Alle wissen was ein Produkt kosten darf, aber keiner kennt den Wert des Produkts. Das gelangt ausschließlich der Masse zum Vorteil.“ ●

### Produkte und Leistungen



- Vertrieb von Premium Röstkaffees und Rohkaffees
- Lohnröstungen nach individuellem Geschmacksprofil
- Büroversorgung, Automaten-service
- Vertrieb von Kaffeebarzubehör
- Vertrieb von Sirup, Saucen, Trinkschokoladen, Tees
- Vertrieb von Haushalts-Kaffeemaschinen (Vollautomaten & Siebträger)
- Vertrieb von Gastronomie-Kaffeemaschinen (Vollautomaten, Siebträger, Filtersysteme)
- Seminare und Schulungen
- Basis Seminare: Kaffee von der Pflanze in die Tasse
- Barista Workshops: Zubereitung, Latte Art
- SCAE Schulungen Level 1 und Level 2
- Geführte Ursprungsreisen

**01.** Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer; Alfons Schramer, Geschäftsführer und Inhaber, Mondo del Caffè; Patrick Ernzer, Geschäftsführer Kommunikation und Medien, Handelskammer; Mike Hoffmann, Geschäftsführer, Centre de la Sécurité et de la Santé au Travail.

**02.** Die Produktpalette von Mondo del Caffè ist breitgefächert und bietet für jeden Geschmack etwas.

**03.** Nur Kaffeebohnen, die höchste Qualitätsansprüche erfüllen, werden zu Endprodukten verarbeitet.

**04.** Mondo del Caffè produziert jährlich 140 Tonnen feinsten Kaffee. Eine Menge, die große Röstereien pro Tag herstellen.

**05.** Seinen Rohkaffee bezieht Mondo del Caffè direkt aus den Anbauländern.

**06.** Wie eine moderne Röstmaschine funktioniert, erklärt Mondo del Caffè in Seminaren und Schulungen.