

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die sich für gesunden Kaffee interessieren,
in Prozent: **37,5**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die sich für Kaffee mit eigener Süße interessieren,
in Prozent: **10,1**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die sich für Zahnpasta mit Koffein interessieren,
in Prozent: **1,4**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die eine Filterkaffeemaschine besitzen,
in Prozent: **71,8**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die eine Kapselmaschine besitzen,
in Prozent: **23,8**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die Cold-Brew-Zubehör besitzen,
in Prozent: **0,7**

Neue Maschinen, neues Design, neue Geschmacksrichtungen, neue Zubereitungsarten:
Die Liste der Entwicklungen rund um das Produkt Kaffee ist lang. Und der Ehrgeiz,
die Qualität besser und den Genuss größer zu machen, reicht Hunderte von Jahren zurück.

Aber will der Verbraucher das wirklich? Sind wir tatsächlich an immer neuen Ideen, Sorten
und Verfahren interessiert? Lassen wir uns von Farben, Formen, Zutaten, Gerätschaften,
Verpackungen, Designs und Services verführen? Wir haben die deutschen Kaffeetrinker
gefragt, wie sie ihren Kaffee am liebsten mögen – und wie sie sich seine Zukunft vorstellen.
Das Ergebnis ist eine Mischung aus Tradition und Fortschritt.

Kaffee in Zahlen // NO. 5 // 2016

Kaffee in Zahlen



brand eins Wissen

statista

Weiter gedacht

Es zählt zum Wesen des Menschen, was gut ist, noch besser machen zu wollen. Da bildet der Kaffee keine Ausnahme. Seit es ihn gibt, und das sind immerhin schon ein paar Hundert Jahre, hat sich der Mensch bemüht, die Pflanze robuster, die Bohne bekömmlicher, das Aroma intensiver, das Getränk schmackhafter, den Konsum gesünder, die Zubereitungsarten vielfältiger, die Anbaumethoden natürlicher, die Maschinen praktischer, die Produktion umweltverträglicher, den Handel fairer, den Transport effizienter, die Aufbewahrung dauerhafter zu machen und nicht zuletzt und vor allem: den Genuss zu steigern.

Wir selbst leisten unseren Beitrag zur Verbesserung des Kaffees seit nunmehr fast 70 Jahren. 1955 wurde in der Caffamacherreihe in Hamburg das erste kleine Ladengeschäft eröffnet, in dem Kunden Kaffee viertelpfundweise bestellen und – ganz besonders innovativ – vor dem Kauf sogar probieren konnten. Die Tasse gab's für einen Groschen – in jener allerersten Tchibo Filiale.

Wir haben seitdem nicht aufgehört, besser sein zu wollen – und unseren diesjährigen Report konsequenterweise unter das Motto „Innovationen“ gestellt. In unserem Unternehmen arbeiten Tausende Mitarbeiter weltweit permanent daran, unseren Kunden bestmöglichen Kaffeegenuss zu garantieren.

Aus unseren Untersuchungen der vergangenen Jahre wissen wir, dass Sie Ihren Kaffee am liebsten zu Hause trinken. Deshalb haben wir vor wenigen Wochen auch unsere jüngste Innovation auf den Markt gebracht: Qbo verbindet die 70-jährige Kaffee-Expertise von Tchibo, neueste Technologien und ein zeitlos elegantes Design zu einem Premium-Kaffee-System. Qbo kann mehr als die meisten anderen Maschinen am Markt und markiert einen neuen Meilenstein in der Entwicklung des Kaffees – nicht nur für Tchibo.

Wir sind ein wenig stolz darauf. Dabei ist unser Antrieb ganz der alte geblieben. Wir wollten, was wir immer wollen: den perfekten Kaffee.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre,

Dr. Markus Conrad
Tchibo

Genau gefragt

Hätten Sie das gedacht? 70 Prozent aller Kaffeetrinker in Deutschland wünschen sich Erfindungen, die den Kaffeegenuss erhöhen. Das gilt für beide Geschlechter gleichermaßen (69,8 Prozent der Männer und 70,4 Prozent der Frauen) – und ist Ergebnis unserer Umfrage, die sich in diesem Jahr um Verbesserungen und Innovationen drehte. Wir wollten wissen, was der Verbraucher besonders schätzt, welche Entwicklungen auf dem Kaffeesektor ihn langweilen oder freuen, worauf er wartet, was er sich wünscht oder erhofft. Und um das wesentliche Ergebnis gleich vorwegzunehmen: Der gute alte Filterkaffee ist uns noch immer mit Abstand der liebste – und das wenn möglich zu Hause.

67,6 Prozent der deutschen Kaffeetrinker haben den Filterkaffee auf Rang 1 gesetzt, gefolgt von Cappuccino mit 42,4 Prozent und Latte macchiato, knapp dahinter mit 41,8 Prozent. Und die eigenen vier Wände als Ort des Genusses haben Café, Restaurant, Bar, Bistro oder Büro um Längen geschlagen: 96,4 Prozent der Deutschen genießen ihren Kaffee am liebsten privat.

Angesichts von so viel Traditionsbewusstsein könnte man annehmen, dass wir uns für Veränderungen bei unserem Lieblingsgetränk eher nicht interessieren. Aber falsch gedacht: Solange die Neuheiten schmecken und gesundheitliche Vorteile versprechen, ist die Neugier groß: Kaffee, der gut für den Magen ist, führt die Beliebtheitsliste mit 37,5 Prozent der Nennungen an, danach folgen gesunder Kaffee (34 Prozent), Kaffee mit gesundheitsfördernder Wirkung (30,2 Prozent) oder ein Kaffeeprodukt, das beim Abnehmen hilft (22 Prozent).

Wir sind aber auch für Fortschritte anderer Art zu haben. Eine Kaffeemaschine, die sehr wenig Strom verbraucht, halten 37,2 Prozent der Konsumenten für eine gute Sache. 22,4 Prozent wünschten sich Verbesserungen mit Blick auf Preis und Qualität. Für bessere Produktions- und Umweltbedingungen plädieren 18,4 Prozent der Kaffeetrinker. Ob das dieselben sind, die sich eine Welt ohne Kaffee nicht vorstellen mögen? Für immerhin 24,3 Prozent der Befragten jedenfalls war das keine schöne Aussicht. Sie fürchten Langeweile, Müdigkeit und schlechte Laune als Folgen. Für 6 Prozent wäre es gar eine Katastrophe.

Aber keine Sorge, tausend Jahre Kaffeekultur haben gelehrt: Dem Einfallsreichtum des Menschen sind keine Grenzen gesetzt. Die Geschichte geht weiter.

Susanne Risch
brandeins Wissen

Inhalt

Produkt & Produktion (Seite 6 - 37)

Länder, Sorten, Produzenten

Ernteflächen, Anbauggebiete, Ernteerträge, Produktionswert, Mindestpreise, Innovationsausgaben, Produktneuheiten, Fairtrade-Betriebe ...

Reportage: Die Kaffee-NASA (Seite 30)

Sie soll robust sein, profitabel - und schmecken sollen ihre Bohnen auch:
Im Forschungszentrum Cenicafé in Kolumbien wird nach der Kaffeepflanze der Zukunft gesucht.

Konsum & Konsumenten (Seite 38 - 75)

Wie wir die Bohnen genießen

Kaffeegenuss in Deutschland und der Welt: Pro-Kopf-Konsum, Gesamtverbrauch, Kapseln, Pads, Innovationen, Zubereitungstrends ...

Repräsentative Umfrage: Tradition & Neugier (Seite 38)

Filterkaffee ist dem deutschen Kaffeetrinker bis heute am liebsten.
Gleichzeitig ist das Interesse an Neuheiten rund um den Kaffee groß.

Meilensteine: Auf der Suche (Seite 70)

In der Geschichte des Kaffees zeigt sich der menschliche Einfallsreichtum:
eine Zeitreise mit Hirten, Händlern und Erfindern.

Menschen & Märkte (Seite 76 - 103)

Roh- und Röstkaffee als Handelsware

Exportmengen und -erlöse, Produktionsländer, Importvolumen, Verkaufserlöse, Rohkaffee-Vorräte, Durchschnittspreise, Fairtrade-Umsätze ...

Porträt: Auf Kaffeefahrt (Seite 98)

Foodtrucks sind Teil eines Trends - der auch vor Kaffee nicht haltmacht:
Wir waren auf Tour mit einem mobilen Barista.

Quellen (Seite 104)

Impressum (Seite 104)

18,1

Anteil, den Gesundheit bei Innovationen im europäischen Nahrungsmittelsektor als Innovationstreiber hat; 2014; in Prozent. Quelle: FoodDrinkEurope, XTC World Innovation Panorama

56,3

Anteil, den Genuss bei Innovationen im europäischen Nahrungsmittelsektor als Innovationstreiber hat; 2014; in Prozent. Quelle: FoodDrinkEurope, XTC World Innovation Panorama

1,2

Innovationsausgaben in Prozent des Umsatzes der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie im Jahr 2010. Quelle: ZEW/ISI

1,5

Innovationsausgaben in Prozent des Umsatzes der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie im Jahr 2013. Quelle: ZEW/ISI

6,0

Umsatzanteil von Produktneuheiten der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie im Jahr 2013; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

3,0

Umsatzanteil von Produktneuheiten im Großhandel im Jahr 2013; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

2,8

Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen, um den die Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie in Deutschland 2006 ihre durchschnittlichen Stückkosten verringerten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

2,5

Umsatzanstieg, den die Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie in Deutschland 2006 durch Prozessinnovationen zur Qualitätsverbesserung erreichten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

41

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2010 erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen konnten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

34

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2013 erfolgreich neue Produkte oder Prozesse einführen konnten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

12

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2010 kostensenkende Prozessinnovationen einführten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

9

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2013 kostensenkende Prozessinnovationen einführten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

10

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2010 mindestens eine Marktneuheit angeboten haben; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

2

Anteil der Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie, die 2013 mindestens eine Marktneuheit angeboten haben; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

2,0

Kostensenkungsanteil durch Prozessinnovationen, um den die Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie in Deutschland 2013 ihre durchschnittlichen Stückkosten verringerten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

2,0

Umsatzanstieg, den die Unternehmen der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie in Deutschland 2013 durch Prozessinnovationen zur Qualitätsverbesserung erreichten; in Prozent. Quelle: ZEW/ISI

Da geht noch was

Umsatzanteil von Produktneuheiten in der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie; in Prozent

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Umsatzanteil von Marktneuheiten.....	1,5	1,7	1,7	1,3	1,2	1,8	1,2	1,0
Umsatzanteil von Nachahmerinnovationen.....	7,3	8,8	11,0	6,0	7,3	9,8	6,1	5,2
gesamt.....	8,8	10,5	12,7	7,3	8,5	11,6	7,3	6,2

Quelle: ZEW/ISI. Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigten in Deutschland.

Das ist ausbaufähig

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie; Anteil der Unternehmen in Prozent
 % kontinuierliche F&E % gelegentliche F&E % keine F&E



Quelle: ZEW/ISI. Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigten in Deutschland. Rundungen können zu Abweichungen der Summe von 100 Prozent führen.

Da ist mehr drin

Geplante* Innovationsaktivität in der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie; Anteil der Unternehmen in Prozent

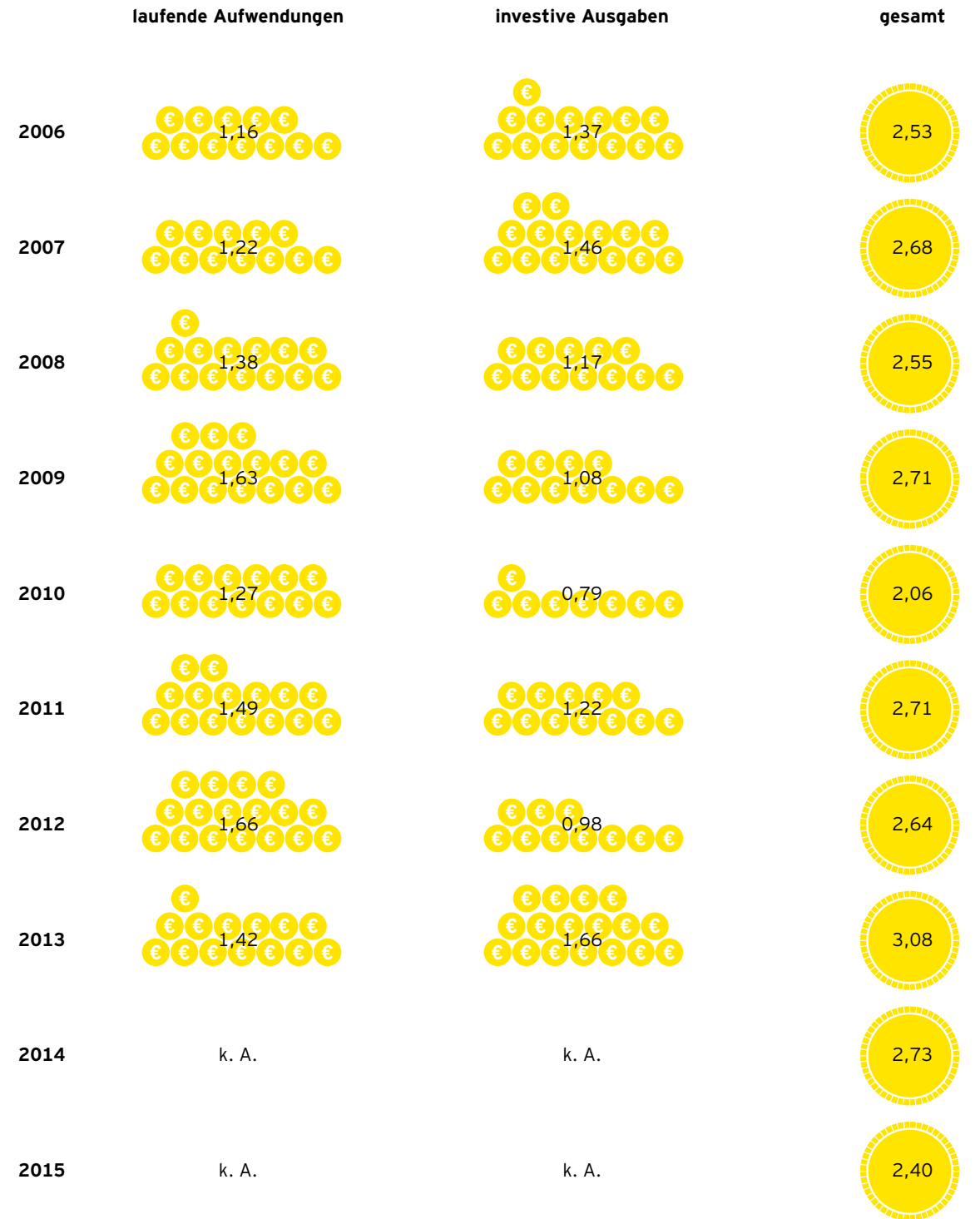
	2013	2014	2015
Produkt- und Prozessinnovationen.....	14	10	11
nur Prozessinnovationen.....	7	7	6
nur Produktinnovationen.....	15	5	6
noch nicht bekannt.....	0	4	8
keine Innovationsaktivitäten.....	64	74	69

Quelle: ZEW/ISI. Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigten in Deutschland. *Befragungszeitraum: März bis Juli 2014

„Innovation umfasst die Einführung, Aneignung und erfolgreiche Verwendung einer Neuerung in Wirtschaft und Gesellschaft.“ (Definition der Europäischen Kommission)

Reichlich Luft nach oben

Innovationsausgaben in der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie; in Milliarden Euro



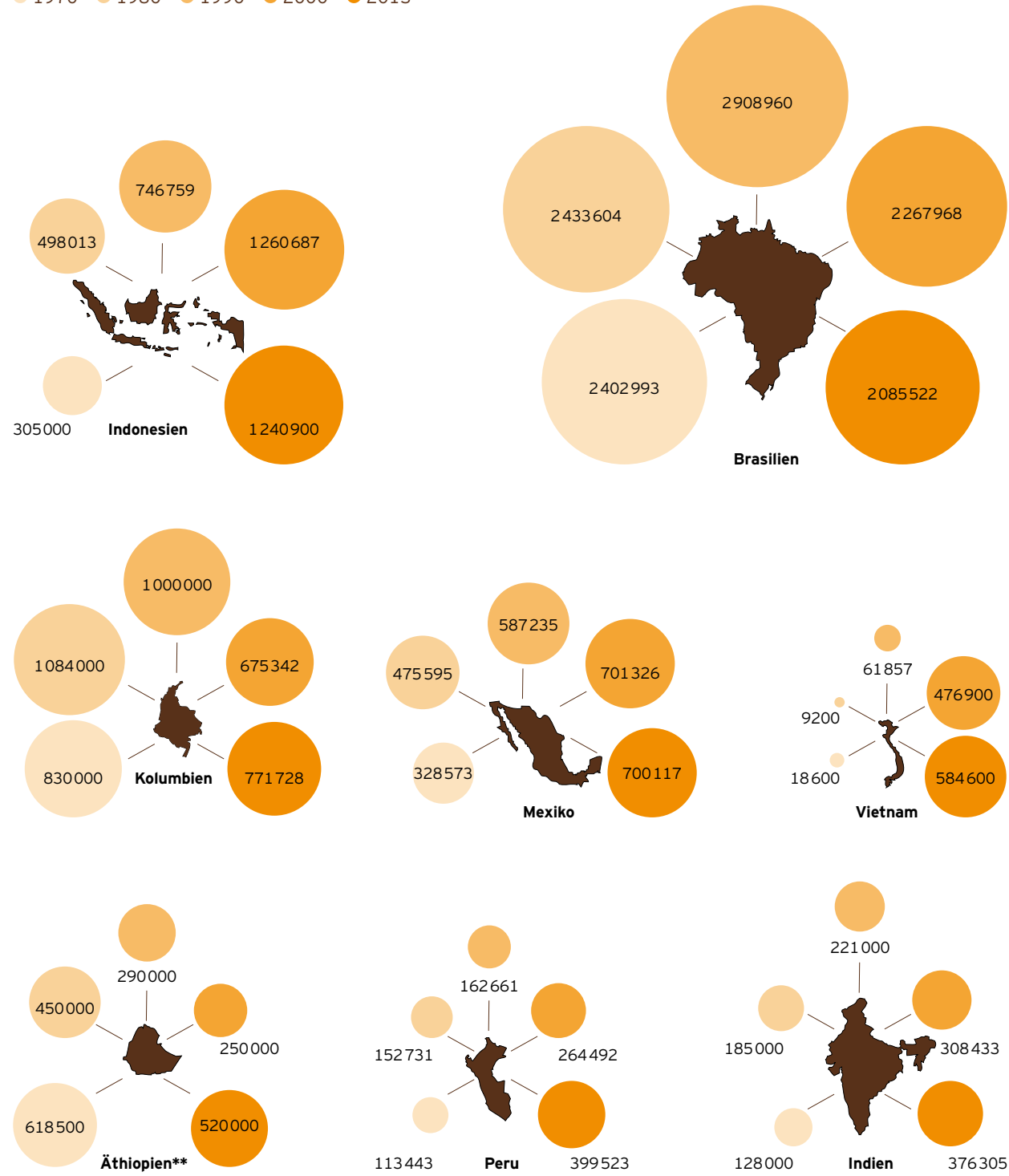
Quelle: ZEW/ISI. Alle Werte sind hochgerechnet auf die Grundgesamtheit der Unternehmen ab 5 Beschäftigten in Deutschland. Die Planzahlen für die Innovationsausgaben der Jahre 2014 und 2015 wurden im Frühjahr und Sommer 2014 erhoben.

„Alles Alte, soweit es Anspruch darauf hat, sollen wir lieben, aber für das Neue sollen wir recht eigentlich leben.“ (Theodor Fontane, deutscher Dichter)

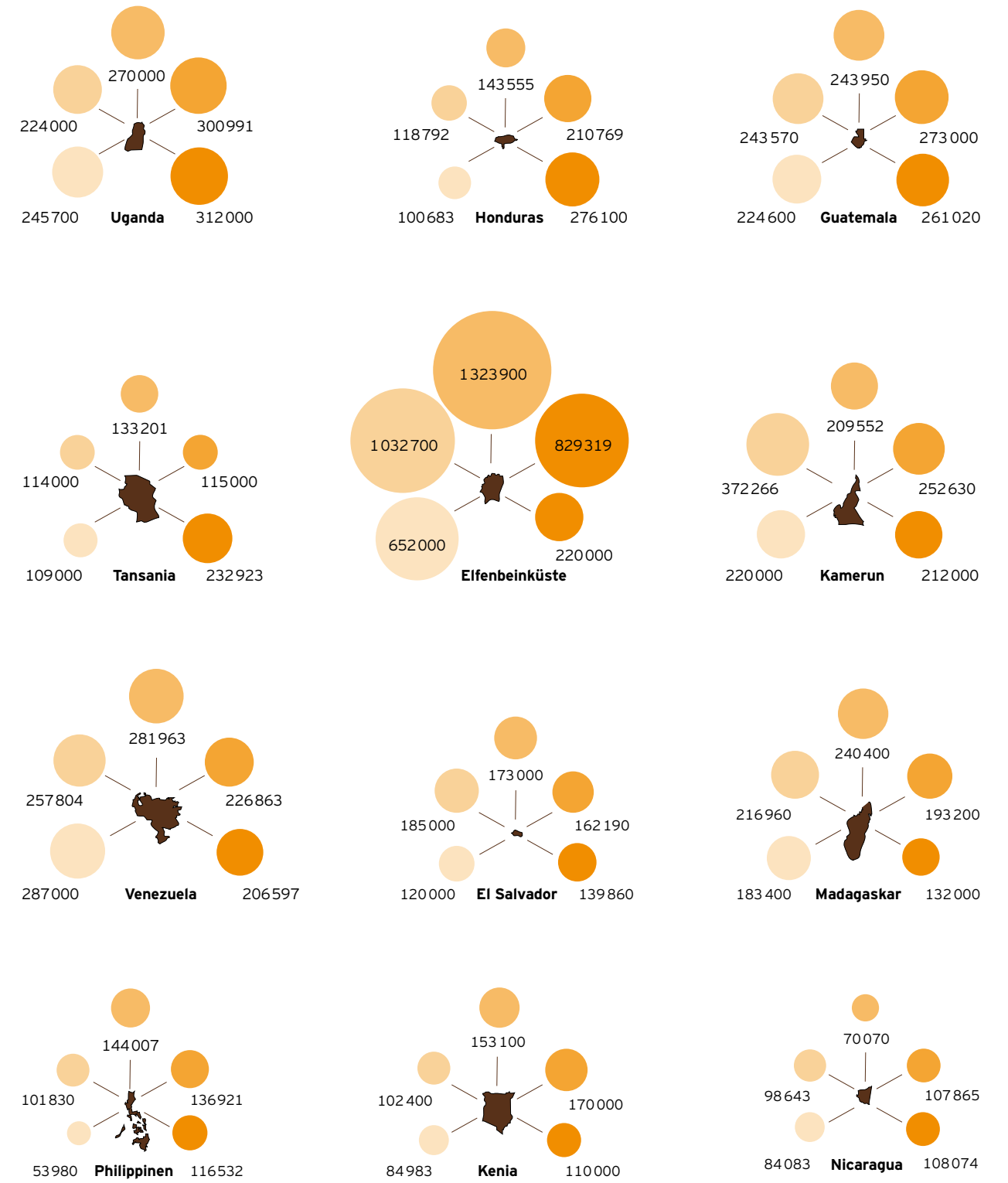
Sieger und Verlierer

Anbauländer mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; 1970 bis 2013; in Hektar

● 1970 ● 1980 ● 1990 ● 2000 ● 2013



* Die Angaben sind teilweise geschätzt. ** Zu Äthiopien zählte bis 1993 Eritrea. Quelle: FAO



„Innovationsfähigkeit fängt im Kopf an, bei unserer Einstellung zu neuen Techniken, zu neuen Arbeits- und Ausbildungsformen, bei unserer Haltung zur Veränderung schlechthin. (...) Die Fähigkeit zur Innovation entscheidet über unser Schicksal.“ (Roman Herzog, ehem. Bundespräsident)

„Es gibt kein Vergangenes, das man zurücksehnen darf, es gibt nur ein ewig Neues, das sich aus den erweiterten Elementen der Vergangenheit gestaltet, und die echte Sehnsucht muss stets produktiv sein, ein Neues, Besseres zu schaffen.“ (Giordano Bruno, italienischer Philosoph)

Wichtig

Veränderung der Erntefläche von 1970 bis 2013 in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; in Prozent

Vietnam	3043,0
Indonesien	306,9
Peru	252,2
Indien	194,0
Honduras	174,2
Philippinen	115,9
Tansania	113,7
Mexiko	113,1
Kenia	29,4
Nicaragua	28,5
Uganda	27,0
El Salvador	16,6
Guatemala	11,8
Kamerun	-3,6
Kolumbien	-7,0
Brasilien	-13,2
Äthiopien**	-15,9
Venezuela	-28,0
Madagaskar	-28,0
Elfenbeinküste	-66,3

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. ** Zu Äthiopien zählte bis 1993 Eritrea. Quelle: FAO

Wacker

Veränderung der Erntefläche von 2000 bis 2013 in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; in Prozent

Äthiopien	108,0
Tansania	102,5
Peru	51,1
Honduras	31,0
Vietnam	22,6
Indien	22,0
Kolumbien	14,3
Uganda	3,7
Nicaragua	0,2
Mexiko	-0,2
Indonesien	-1,6
Brasilien	-8,0
Guatemala	-8,1
Venezuela	-8,9
El Salvador	-13,8
Philippinen	-14,9
Kamerun	-16,1
Madagaskar	-31,7
Kenia	-35,3
Elfenbeinküste	-73,5

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

Wenig

Anteil der Kaffee-Erntefläche an der Landfläche in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; 2013; in Prozent

El Salvador	6,8
Honduras	2,5
Guatemala	2,3
Vietnam	1,9
Uganda	1,6
Nicaragua	0,9
Kolumbien	0,7
Elfenbeinküste	0,7
Indonesien	0,7
Äthiopien	0,5
Kamerun	0,4
Philippinen	0,4
Mexiko	0,4
Peru	0,3
Tansania	0,3
Brasilien	0,2
Venezuela	0,2
Madagaskar	0,2
Kenia	0,2
Indien	0,1

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

Wertvoll

Anteil der Kaffee-Erntefläche an der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; 2013; in Prozent

El Salvador	8,8
Honduras	8,5
Guatemala	6,7
Vietnam	5,4
Indonesien	2,2
Kamerun	2,2
Uganda	2,2
Nicaragua	2,1
Kolumbien	1,7
Peru	1,6
Äthiopien	1,4
Elfenbeinküste	1,1
Venezuela	1,0
Philippinen	0,9
Brasilien	0,7
Mexiko	0,7
Tansania	0,6
Kenia	0,4
Madagaskar	0,3
Indien	0,2

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

Große Gewinne

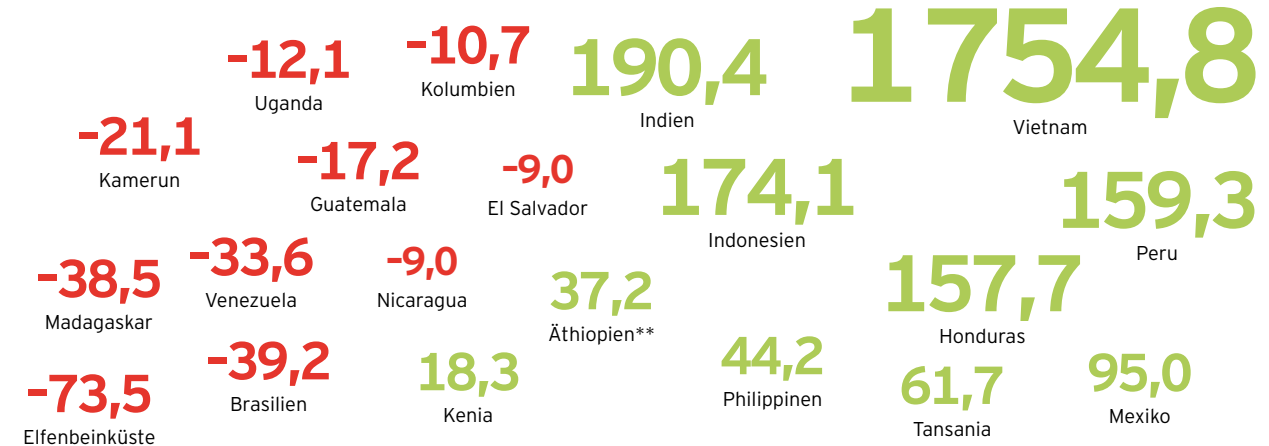
Veränderung des Anteils der Kaffee-Erntefläche an der Landfläche in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; von 1970 bis 2013; in Prozent



* Die Angaben sind teilweise geschätzt. ** Zu Äthiopien zählte bis 1993 Eritrea. Quelle: FAO

Kleine Verluste

Veränderung des Anteils der Kaffee-Erntefläche an der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Anbauländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; von 1970 bis 2013; in Prozent



* Die Angaben sind teilweise geschätzt. ** Zu Äthiopien zählte bis 1993 Eritrea. Quelle: FAO

„Du siehst Dinge und fragst: ‚Warum?‘, doch ich träume von Dingen und sage: ‚Warum nicht?‘“
(George Bernard Shaw, irischer Dramatiker und Nobelpreisträger)

„Eine wirklich gute Idee erkennt man daran, dass ihre Verwirklichung von vornherein ausgeschlossen erscheint.“ (Albert Einstein, Physiker und Nobelpreisträger)

Oben

Führende Länder (Top 10) nach Erntefläche*; in Hektar

1970	
1	Brasilien.....2402993
2	Kolumbien.....830000
3	Elfenbeinküste.....652000
4	Äthiopien**.....618500
5	Angola.....500000
6	Mexiko.....328573
7	Indonesien.....305000
8	Venezuela.....287000
9	Uganda.....245700
10	Guatemala.....224600
1990	
1	Brasilien.....2908960
2	Elfenbeinküste.....1323900
3	Kolumbien.....1000000
4	Indonesien.....746759
5	Mexiko.....587235
6	Ecuador.....406880
7	Äthiopien**.....290000
8	Demokratische Republik Kongo.....290000
9	Venezuela.....281963
10	Uganda.....270000
2013	
1	Brasilien.....2085522
2	Indonesien.....1240900
3	Kolumbien.....771728
4	Mexiko.....700117
5	Vietnam.....584600
6	Äthiopien.....520000
7	Peru.....399523
8	Indien.....376305
9	Uganda.....312000
10	Honduras.....276100

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. ** Zu Äthiopien zählte bis 1993 Eritrea. Quelle: FAO



„Anregungen und Vorschläge zu Verbesserungen [...] sind aus allen Kreisen der Mitarbeiter dankbar entgegenzunehmen und durch Vermittlung des nächsten Vorgesetzten an die Procura zu befördern, damit diese ihre Prüfung veranlasse.“ (Alfred Krupp, deutscher Industrieller)

Aufwärts

Gewinner nach Veränderung der Erntefläche*; in Prozent

1963 bis 2013	
1	Thailand.....5000
2	Vietnam.....2238
3	Laos.....1817
4	China (Festland).....1140
5	Papua-Neuguinea.....1067
6	Timor-Leste.....1020
7	Malawi.....420
8	Indonesien.....404
9	Myanmar.....401
10	Bolivien.....371
1983 bis 2013	
1	Sambia.....8650
2	Vietnam.....4776
3	Laos.....598
4	Myanmar.....362
5	Jemen.....354
6	USA.....305
7	China (Festland).....282
8	Kongo.....184
9	Peru.....153
10	Kambodscha.....142
2003 bis 2013	
1	Sao Tome und Principe.....426
2	China (Festland).....210
3	Äthiopien.....138
4	Myanmar.....138
5	Suriname.....133
6	Nepal.....129
7	Ruanda.....125
8	Burundi.....105
9	Angola.....104
10	Tansania.....70

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 1963/1983/2003 und 2013 Kaffee-Ernteflächen aufwiesen. 2013 muss die Erntefläche größer als 100 Hektar gewesen sein. Quelle: FAO



„Innovation findet an der Schnittstelle zwischen Vorstellungskraft und Realität statt. Das Problem ist, dass viele Unternehmen keine große Vorstellungskraft haben, aber ihr Blick auf die Realität sagt, dass das, was sie sich vorstellen, unmöglich machbar ist.“ (Ron Johnson, US-Geschäftsmann)

Abwärts

Verlierer nach Veränderung der Erntefläche*; in Prozent

1963 bis 2013	
1	Trinidad und Tobago.....-96
2	Paraguay.....-95
3	Benin.....-93
4	Gabun.....-92
5	Angola.....-92
6	Ghana.....-89
7	Kuba.....-84
8	Nigeria.....-68
9	Suriname.....-62
10	Ecuador.....-61
1983 bis 2013	
1	Paraguay.....-98
2	Ghana.....-95
3	Trinidad und Tobago.....-95
4	Gabun.....-90
5	Benin.....-88
6	Liberia.....-86
7	Ecuador.....-82
8	Elfenbeinküste.....-81
9	Kuba.....-78
10	Angola.....-77
2003 bis 2013	
1	Ghana.....-91
2	Paraguay.....-90
3	Trinidad und Tobago.....-90
4	Malaysia.....-89
5	Simbabwe.....-74
6	Ecuador.....-71
7	Liberia.....-65
8	Elfenbeinküste.....-46
9	Nigeria.....-46
10	Kuba.....-44

* Die Angaben sind teilweise geschätzt. Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 1963/1983/2003 und 2013 Kaffee-Ernteflächen aufwiesen. 2013 muss die Erntefläche größer als 100 Hektar gewesen sein. Quelle: FAO



Kaffee für die Welt - aus aller Welt

Volumen der Rohkaffeeproduktion; 2014/15; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken
(Veränderung zwischen 1990/91 und 2014/15 in Prozent)

weltweit
141 732 (+ 52,2 %)



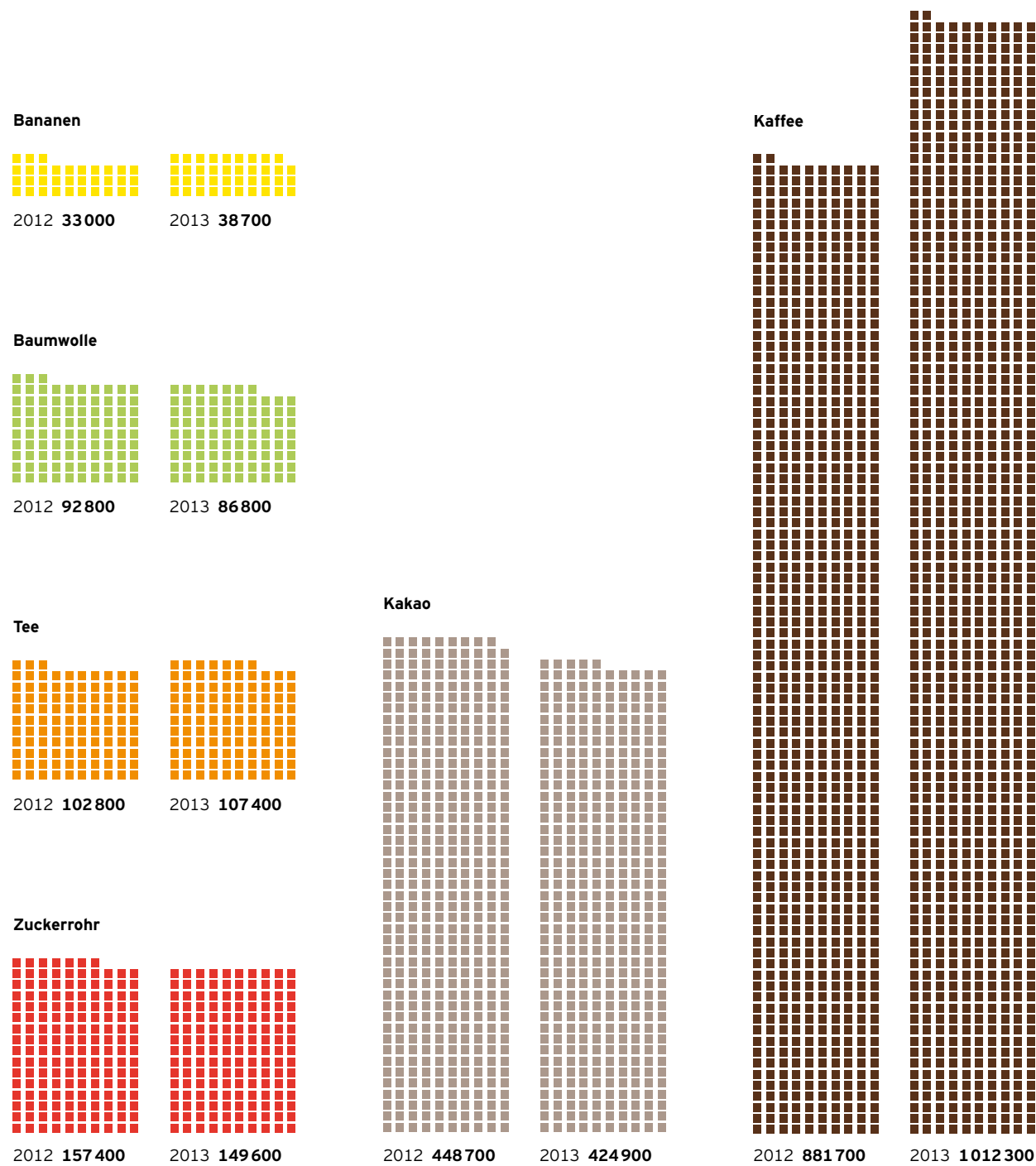
Rohkaffeeproduktion
in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

- 10 000+
- 1 000-9 999
- 100-999
- < 100

Quellen: ICO, Statista Analyse

Faire Produkte

Anbaufläche ausgewählter Fairtrade-Produkte; in Hektar



Quelle: Fairtrade International

Fairer Anbau

Durchschnittlich bewirtschaftete Fläche ausgewählter Produkte pro Fairtrade-Bauer; 2013; in Hektar

Afrika und Mittlerer Osten

Zuckerrohr	1,2
Kakao	2,6
Kaffee	0,8
Baumwolle	1,0
Tee	0,3

Asien und Ozeanien

Zuckerrohr	3,1
Kakao	1,0
Kaffee	1,0
Baumwolle	1,8
Tee	0,9

Lateinamerika und Karibik

Bananen	1,8
Zuckerrohr	2,8
Kakao	2,8
Kaffee	2,9
Baumwolle	9,1

weltweit

Bananen	1,8
Zuckerrohr	2,6
Kakao	2,6
Kaffee	1,4
Baumwolle	1,5
Tee	0,3

Durchschnittliche Anbaufläche von Fairtrade-Kaffee pro Bauer nach Weltregionen; 2013; in Hektar

Asien und Ozeanien	1,0
Afrika und Mittlerer Osten	0,8
Lateinamerika und Karibik	2,9

Quelle: Fairtrade International

Fairer Kaffee

Produktionsfläche von 4C-lizenzierten Units nach Ländern; 2014; in Hektar

Brasilien	684.284
Kolumbien	329.580
Vietnam	191.909
Peru	103.661
Honduras	74.338
Indonesien	50.150
Mexiko	44.480
Elfenbeinküste	28.879
China	19.370
Thailand	15.774
Äthiopien	11.302
Kenia	10.863
El Salvador	9.128
Philippinen	7.977
Uganda	7.743
Indien	7.734
Guatemala	6.242
Costa Rica	4.464
Tansania	3.548
Nicaragua	2.934
Kamerun	2.202
Papua-Neuguinea	1.758
Malawi	921
Ruanda	242

Quelle: 4C Association

209323

4C-lizenzierte Units weltweit im Jahr 2008; in Hektar

1619483

4C-lizenzierte Units weltweit im Jahr 2014; in Hektar

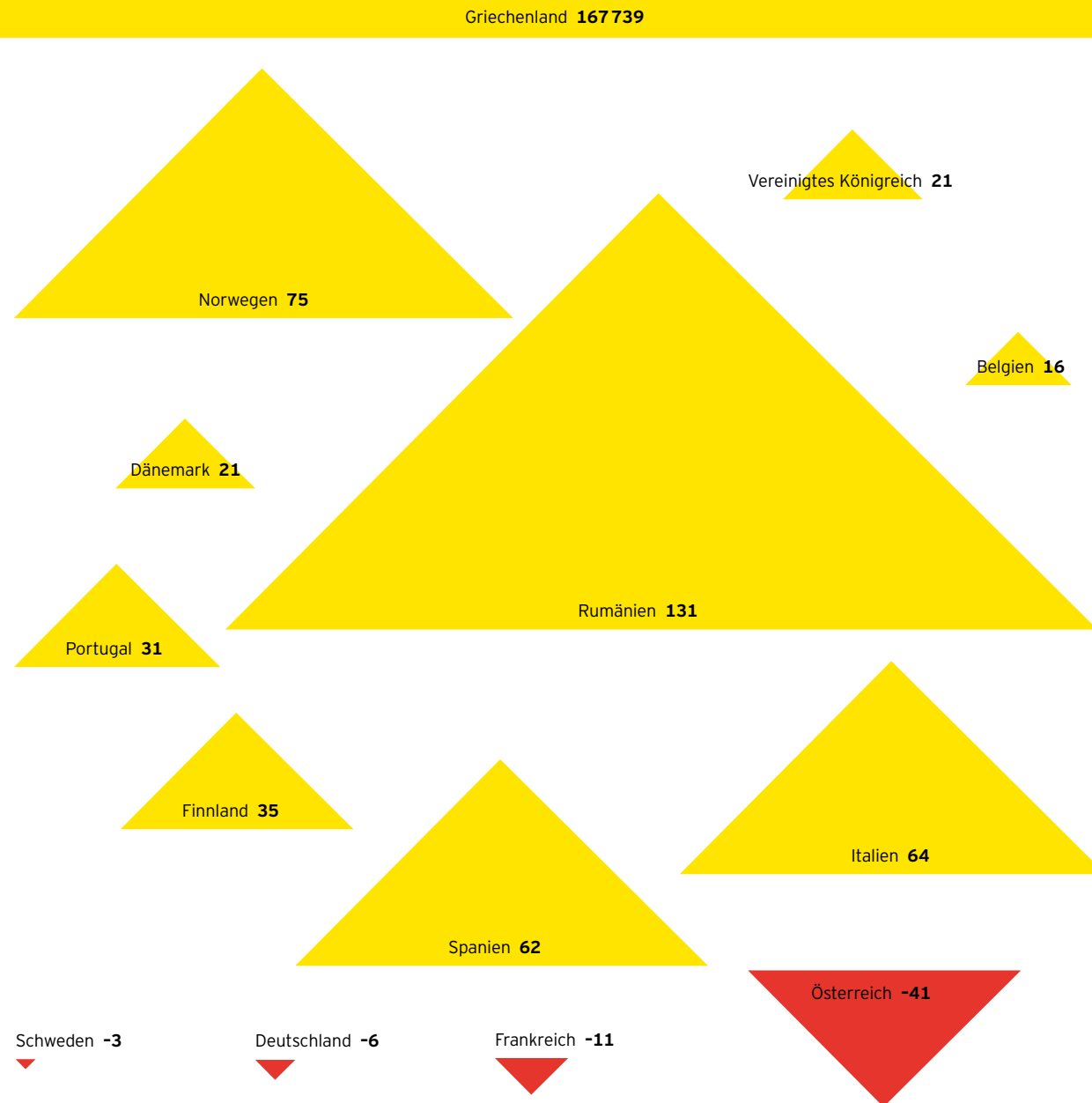
Quelle: 4C Association

„Es gibt nichts Törichtereres im Leben als das Erfinden. Ich bin jetzt 35 Jahre alt und habe der Welt noch nicht für 35 Pfennige genützt.“ (James Watt, schottischer Erfinder)

„Ich bin ein Glückspilz. Ich kenne mehr als fünftausend Möglichkeiten, wie man keine Glühbirne herstellt.“ (Thomas Alva Edison, amerikanischer Erfinder)

Die Kleinen wachsen, die Großen schrumpfen - meistens jedenfalls

Veränderung des Produktionswertes von geröstetem Kaffee (nicht entkoffeiniert) von 2000 bis 2014 in ausgewählten Ländern; in Prozent



Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union, Statista Analyse

„Eine neue Idee ist zerbrechlich. Sie kann durch höhnisches Lächeln oder Gähnen getötet werden. Sie kann durch einen Witz erdolcht oder durch Stirnrunzeln bei der falschen Person vor lauter Sorgen in den Tod getrieben werden.“ (Charles Brower, amerikanischer Werbefachmann)

Roh und koffeinfrei - was ist das wert?

Produktionswert von Rohkaffee (entkoffeiniert) in ausgewählten Ländern Europas; in Millionen Euro

	2000	2005	2010	2014
Deutschland	80,5	115,5	137,2	177,2
Spanien	38,9	24,4	49,9	72,9
Italien	9,5	15,5	14,2	k. A.

Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union

Geröstet und koffeinfrei - was ist das wert?

Produktionswert von geröstetem Kaffee (entkoffeiniert) in ausgewählten Ländern; in Millionen Euro

	2000	2005	2010	2014
Deutschland	353,3	182,8	88,7	76,8
Spanien	47,4	56,7	94,1	131,3
Italien	73,4	127,5	173,8	539,1
Frankreich	73,7	67,5	65,2	30,1
Belgien	47,5	55,6	49,4	38,5
Vereinigtes Königreich	7,3	23,3	13,9	12,9
Portugal	11,6	13,8	15,5	13,6
Österreich	10,0	1,4	0,6	0,80

Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union

Geröstet und mit schön viel Koffein - was ist das wert?

Produktionswert von geröstetem Kaffee (nicht entkoffeiniert) in ausgewählten Ländern; in Millionen Euro

	2000	2005	2010	2014
Italien	1747	2230	2631	2873
Deutschland	1591	1445	1317	1490
Frankreich	1180	1115	847	1048
Spanien	464	470	585	753
Belgien	324	394	414	376
Schweden	348	331	357	336
Finnland	225	175	252	304
Portugal	217	222	277	285
Norwegen	121	146	210	210
Vereinigtes Königreich	152	234	184	183
Polen	k. A.	202	177	133
Griechenland	0	65	82	95
Dänemark	68	86	175	83
Rumänien	32	86	92	74
Kroatien	k. A.	52	76	69
Österreich	110	90	61	65

Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union

„Jede revolutionäre Idee scheint eine Reaktion in drei Phasen hervorzurufen: (...) 1. Es ist vollkommen unmöglich. 2. Es mag zwar möglich sein, aber es lohnt sich nicht. 3. Ich habe schon immer gesagt, dass es eine gute Idee ist.“ (Arthur C. Clarke, britischer Physiker und Schriftsteller)

So läuft es in der Kaffeeproduktion

Veränderung des Ernteertrags in den führenden Produktionsländern*;
2000 bis 2013; in Prozent

Malaysia	289,6
Vietnam	48,5
Sierra Leone	49,0
China (Festland)	95,5
Malawi	46,5
Laos	93,6
Tonga	-40,0
Brasilien	69,4
Paraguay	85,7
Belize	-73,1
Nigeria	-7,9
USA	-25,1
Guatemala	-11,8
Honduras	-8,0
Thailand	-18,4
Mosambik	57,9
Bolivien	-17,0
Sambia	-5,4
Kambodscha	11,9
Jamaika	100,6
Papua-Neuguinea	-28,3
Kolumbien	-10,3
Indien	-10,7
Martinique	-66,7
Costa Rica	-46,2
Burundi	-25,7
Nicaragua	1,9
Guyana	71,9
Philippinen	-14,4
Fidschi	33,3
Myanmar	47,8
Peru	-11,5
Sri Lanka	1,5
Vanuatu	-15,1
Uganda	27,8
Jemen	67,7
Indonesien	28,0
Guadeloupe	-44,4
Gabun	35,7
Äthiopien	-43,6
Ruanda	-37,7

*Nur Länder, die 2010 einen Ertrag von mehr als 5000 Hektogramm pro Hektar aufwiesen. Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

So war es 2000

Die führenden Produktionsländer*
von Kaffee nach Ernteertrag;
2000; in Hektogramm pro Hektar

Belize	41 250
Tonga	25 000
Martinique	25 000
Vietnam	16 827
Sierra Leone	16 667
Costa Rica	15 226
Malawi	14 958
USA	14 353
China (Festland)	12 050
Thailand	12 011
Nigeria	12 006
Papua-Neuguinea	11 947
Guatemala	11 431
Bolivien	11 349
Burundi	10 877
Guadeloupe	10 000
Sambia	9 818
Indien	9 467
Kolumbien	9 434
Äthiopien	9 199
Honduras	9 172
Brasilien	8 393
Kambodscha	8 219
Laos	7 993
Philippinen	7 855
Nicaragua	7 621
Malaysia	7 509
Vanuatu	7 500
Peru	7 246
Ruanda	6 999
Paraguay	6 996
Sri Lanka	6 276
Mosambik	6 000
Fidschi	5 000
Uganda	4 767
Myanmar	4 465
Indonesien	4 399
Jamaika	4 353
Guyana	4 286
Gabun	3 960
Jemen	3 398

Quelle: FAO

So war es 2013

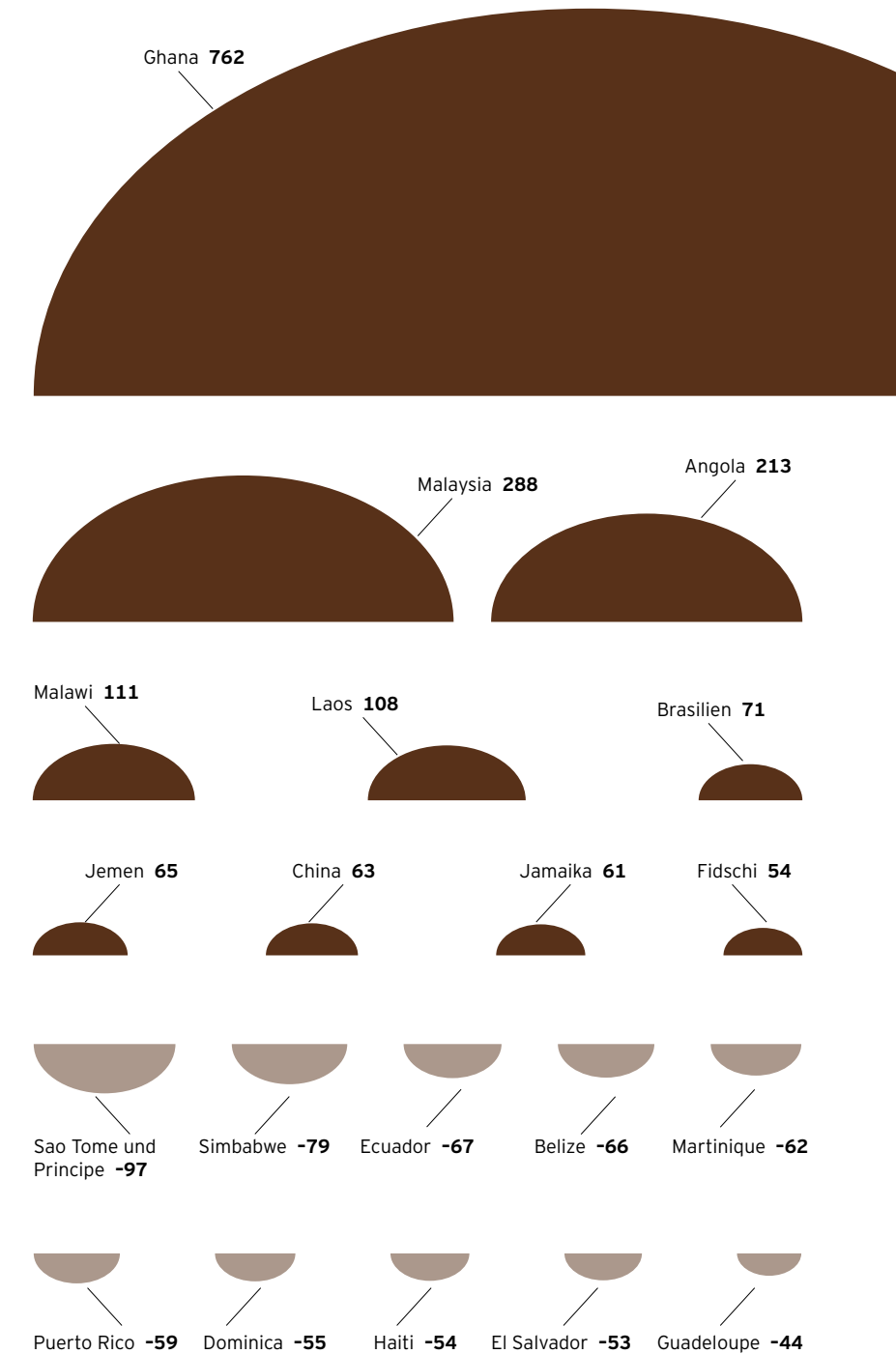
Die führenden Produktionsländer*
von Kaffee nach Ernteertrag;
2013; in Hektogramm pro Hektar

Malaysia	29 255
Vietnam	24 991
Sierra Leone	24 828
China (Festland)	23 554
Malawi	21 919
Laos	15 478
Tonga	15 000
Brasilien	14 215
Paraguay	12 993
Belize	11 111
Nigeria	11 053
USA	10 748
Guatemala	10 086
Honduras	9 905
Thailand	9 804
Mosambik	9 474
Bolivien	9 414
Sambia	9 286
Kambodscha	9 195
Jamaika	8 730
Papua-Neuguinea	8 571
Kolumbien	8 464
Indien	8 456
Martinique	8 333
Costa Rica	8 192
Burundi	8 085
Nicaragua	7 768
Guyana	7 368
Philippinen	6 725
Fidschi	6 667
Myanmar	6 600
Peru	6 414
Sri Lanka	6 373
Vanuatu	6 364
Uganda	6 090
Jemen	5 700
Indonesien	5 632
Guadeloupe	5 556
Gabun	5 375
Äthiopien	5 192
Ruanda	4 359

Quelle: FAO

Und so sehen die Sieger aus

Gewinner und Verlierer (Top 10) aus allen Kaffee produzierenden Ländern weltweit** nach Veränderung des Ertrags zwischen 2003 und 2013; in Prozent



** Nur Länder, die 2003 und 2013 Ernteerträge aufwiesen. Quelle: FAO

„Geh nicht immer auf dem vorgezeichneten Weg, der nur dahin führt, wo andere bereits gegangen sind.“ (Alexander Graham Bell, britisch-amerikanischer Erfinder und Unternehmer)

„Die reinste Form des Wahnsinns ist es, alles beim Alten zu lassen und trotzdem zu hoffen, dass sich etwas ändert.“ (Albert Einstein, Physiker und Nobelpreisträger)

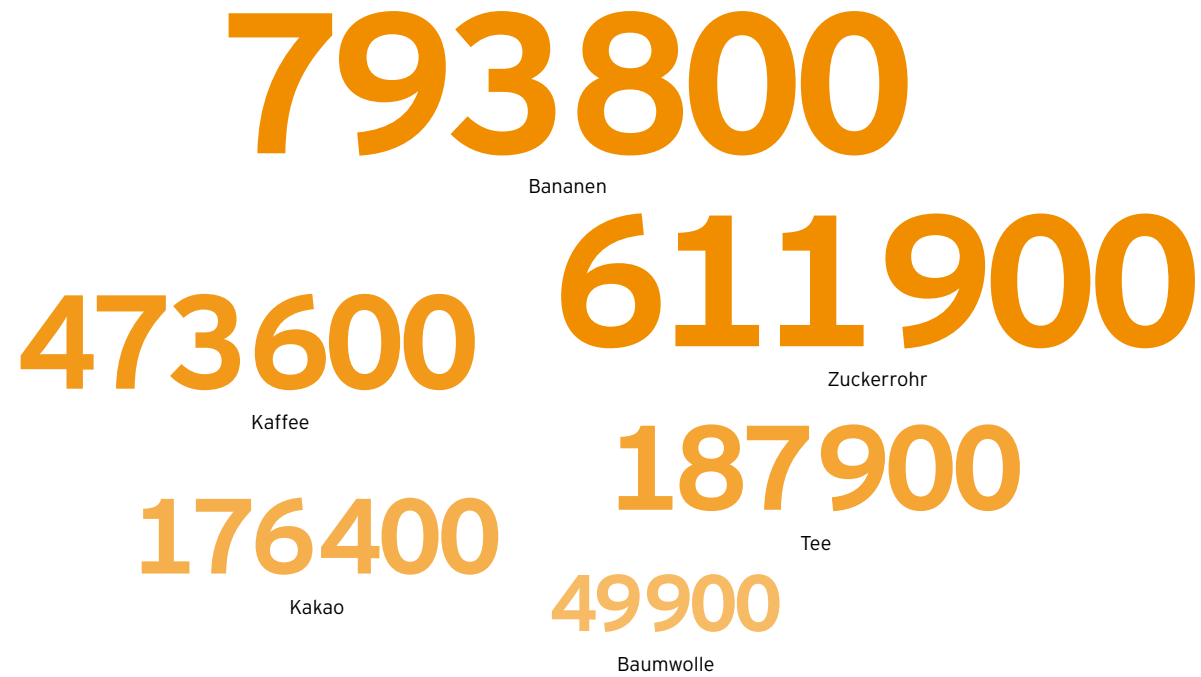
Fair prescht vor - Ausnahmen bestätigen die Regel

Produktionskapazitäten ausgewählter Fairtrade-Produkte; in Tonnen

2011/2012:



2012/2013:



Quelle: Fairtrade International

„Man kann der Invasion von Armeen Widerstand leisten, aber keiner Invasion von Ideen.“
(Victor Hugo, französischer Schriftsteller)

Konsequentes Wachstum

Produktionsvolumen von UTZ-zertifiziertem Rohkaffee weltweit; in Tonnen

2002	33 900
2003	40 400
2004	53 600
2005	108 500
2006	185 500
2007	218 358
2008	308 464
2009	365 010
2010	394 003
2011	476 903
2012	715 648
2013	726 591
2014	729 918

Veränderung 2002-2014 2053 %
CAGR 2002-2014 29 %

Referenzzeitraum ab 2013 ist das Kalenderjahr, zuvor der Zeitraum 5. März bis 4. März. Quelle: UTZ Certified, Statista Analyse

Unablässiges Wachstum

Zahl der Länder mit UTZ-zertifizierter Kaffeeproduktion

2002	6
2003	10
2004	14
2005	16
2006	18
2007	18
2008	19
2009	21
2010	21
2011	22
2012	23
2013	21
2014	24

Veränderung 2002-2014 300 %
CAGR 2002-2014 12 %

Referenzzeitraum ab 2013 ist das Kalenderjahr, zuvor der Zeitraum 5. März bis 4. März. Quelle: UTZ Certified, Statista Analyse

Stetiges Wachstum

Produktionsvolumen von UTZ-zertifiziertem Rohkaffee weltweit; in 60-Kilo-Säcken

2002	565 200
2003	673 333
2004	893 333
2005	1 808 333
2006	3 091 667
2007	3 639 300
2008	5 141 059
2009	6 083 496
2010	6 566 713
2011	7 948 377
2012	11 927 467
2013	12 109 850
2014	12 165 300

Veränderung 2002-2014 2052 %
CAGR 2002-2014 29 %

Referenzzeitraum ab 2013 ist das Kalenderjahr, zuvor der Zeitraum 5. März bis 4. März. Quelle: UTZ Certified, Statista Analyse

Orte des Wachstums

Zahl der Produzenten von 4C-lizenzierten Units nach Ländern; Top 15; 2014

Vietnam	117 760
Kolumbien	114 611
Kenia	43 711
Indonesien	33 746
Peru	27 505
Brasilien	24 853
Mexiko	19 185
Honduras	13 507
Tansania	12 116
Uganda	10 963
Elfenbeinküste	8 906
Philippinen	5 056
China	4 084
Thailand	4 050
Malawi	2 183
weltweit	450 015

Quelle: 4C Association

„Ich prüfe jedes Angebot. Es könnte das Angebot meines Lebens sein.“
(Henry Ford, amerikanischer Industrieller)

Faire Preise: stabil

Mindestpreise für Fairtrade-Arabica-Kaffee; in US-Dollar pro Pfund (in Euro pro 500 Gramm)*

konventioneller Kaffee, gewaschen

2011	1,40 (1,11)
2012	1,40 (1,20)
2013	1,40 (1,16)
2014	1,40 (1,16)
2015	1,40 (1,38)

konventioneller Kaffee, ungewaschen

2011	1,35 (1,07)
2012	1,35 (1,16)
2013	1,35 (1,12)
2014	1,35 (1,12)
2015	1,35 (1,33)

Biokaffee, gewaschen

2011	1,70 (1,35)
2012	1,70 (1,46)
2013	1,70 (1,41)
2014	1,70 (1,41)
2015	1,70 (1,68)

Biokaffee, ungewaschen

2011	1,65 (1,31)
2012	1,65 (1,41)
2013	1,65 (1,37)
2014	1,65 (1,37)
2015	1,65 (1,63)

* Die Änderungen gegenüber den konstanten Originalpreisen sind bedingt durch den Wechselkurs. Quelle: Fairtrade International

Faire Preise: sicher

Mindestpreise für Fairtrade-Robusta-Kaffee; in US-Dollar pro Pfund (in Euro pro 500 Gramm)*

konventioneller Kaffee, gewaschen

2011	1,05 (0,83)
2012	1,05 (0,90)
2013	1,05 (0,87)
2014	1,05 (0,87)
2015	1,05 (1,04)

konventioneller Kaffee, ungewaschen

2011	1,01 (0,80)
2012	1,01 (0,87)
2013	1,01 (0,84)
2014	1,01 (0,84)
2015	1,01 (1,00)

Biokaffee, gewaschen

2011	1,35 (1,07)
2012	1,35 (1,16)
2013	1,35 (1,12)
2014	1,35 (1,12)
2015	1,35 (1,33)

Biokaffee, ungewaschen

2011	1,31 (1,04)
2012	1,31 (1,12)
2013	1,31 (1,09)
2014	1,31 (1,09)
2015	1,31 (1,29)

* Die Änderungen gegenüber den konstanten Originalpreisen sind bedingt durch den Wechselkurs. Quelle: Fairtrade International

Faire Branche: attraktiv

Zahl der Fairtrade-zertifizierten Kaffee-Produzentenorganisationen nach Weltregionen

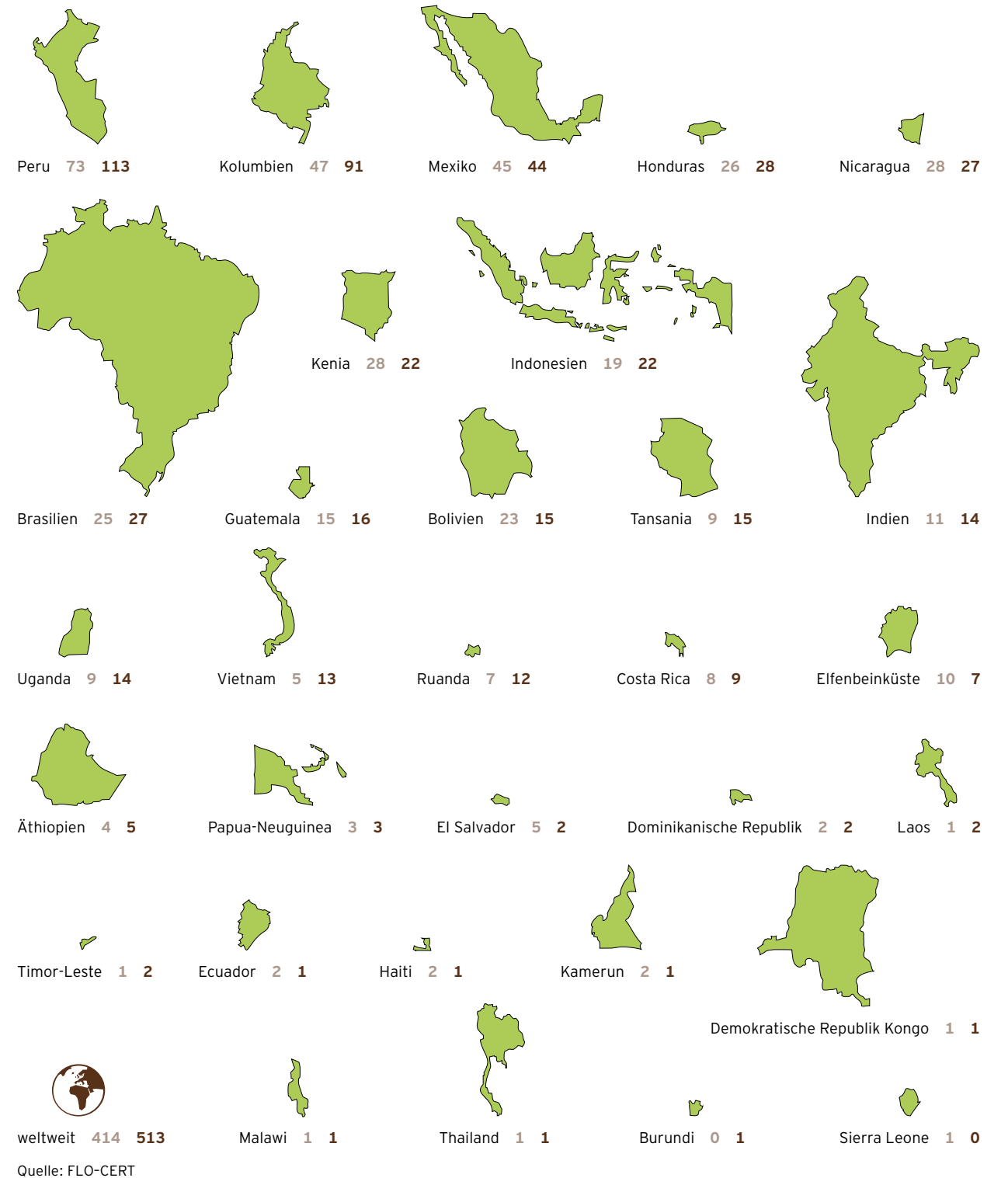
	2010	2011	2012	2013	Veränderung in % 2010-2013
Asien und Ozeanien	29	30	35	39	34
Afrika und Mittlerer Osten	32	42	70	80	150
Lateinamerika und Karibik	268	276	297	320	19
gesamt	329	348	402	439	33

Quelle: Fairtrade International

„Ich habe nicht versagt. Ich habe nur zehntausend Wege gefunden, die zu keinem Ergebnis führen.“ (Thomas Alva Edison, amerikanischer Erfinder)

Faire Entwicklung: volatil

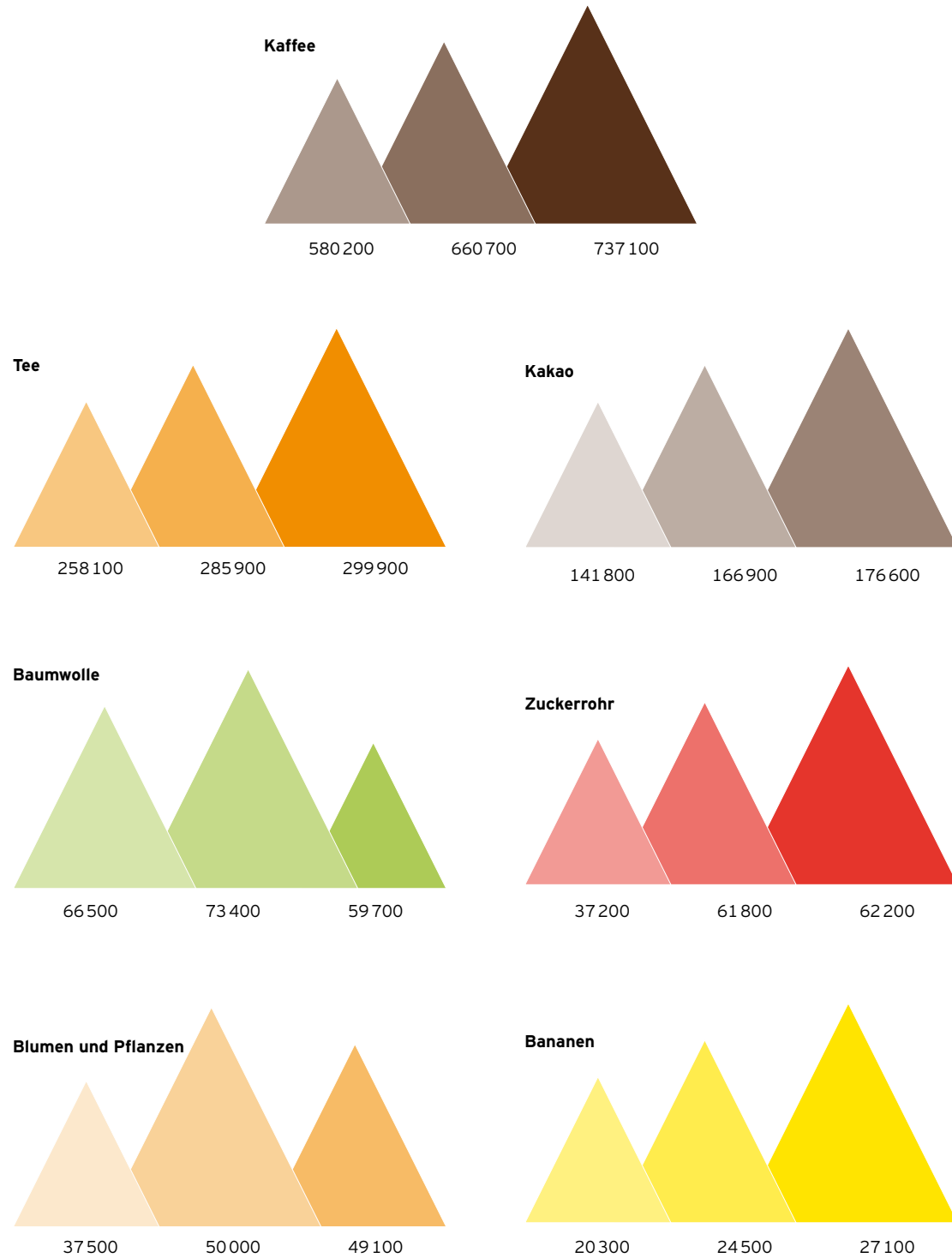
Zahl der Kaffeeproduzenten mit Fairtrade-Siegel nach Ländern 2012 2015



„Wenn ich weiter als andere gesehen habe, dann nur deshalb, weil ich auf der Schulter von Giganten stand.“ (Sir Isaac Newton, britischer Physiker, Mathematiker und Philosoph)

Faire Jobs

Zahl der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben nach Produkt 2011 2012 2013



Quelle: Fairtrade International

Faires Wachstum

Veränderung der Zahl der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben von 2011 bis 2013; in Prozent

Kaffee	27
Tee	16
Kakao	25
Zuckerrohr	67
Baumwolle	-10
Blumen und Pflanzen	31
Bananen	33

Quelle: Fairtrade International



Faire Arbeit

Anteil der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben nach Produkt

Produkt	Personenzahl	Anteil in Prozent
Kaffee	737 100	49
Tee	299 900	20
Kakao	176 600	12
Zuckerrohr	62 200	4
Baumwolle	59 700	4
Blumen und Pflanzen	49 100	3
Bananen	27 100	2
sonstige	104 700	7
gesamt	1 516 400	

Quelle: Fairtrade International



Faire Länder

Top 5 der Bio-Fairtrade-Kaffee produzierenden Länder; 2012/2013; in Tonnen

Peru	70 600
Mexiko	22 700
Indonesien	20 700
Honduras	18 200
Äthiopien	8 600

Quelle: Fairtrade International

Faire Prämien

Durchschnittliche Fairtrade-Prämie pro Bauer nach Produkt; 2012/2013; in Euro

Bananen	978
Zuckerrohr	186
Blumen und Pflanzen	111
Kaffee	71
Kakao	59
Tee	16
Baumwolle	13

Quelle: Fairtrade International



Faire Top Ten

Top 10 der Fairtrade-Kaffee produzierenden Länder; 2012/2013; in Tonnen

Kolumbien	109 500
Brasilien	83 700
Peru	80 700
Indonesien	32 300
Costa Rica	27 900
Mexiko	26 700
Nicaragua	23 800
Honduras	22 900
Tansania	15 200
Äthiopien	11 500

Quelle: Fairtrade International



Faire Welt

Zahl der Fairtrade-Kaffee produzierenden Kleinbauern nach Weltregionen; 2013

Afrika und Mittlerer Osten	456 800
Lateinamerika und Karibik	205 600
Asien und Ozeanien	74 700
gesamt	737 100

Quelle: Fairtrade International

„Wenn wir mit Innovation Erfolg haben wollen, müssen wir Ungewissheit nicht nur ertragen, sondern wir müssen sie gezielt suchen.“ (Tim Kastelle, Wirtschaftswissenschaftler, Dozent und Autor)

„Die Schwierigkeit liegt nicht so sehr darin, neue Ideen zu entwickeln, sondern sich von alten Ideen zu befreien.“ (John Maynard Keynes, britischer Ökonom, Politiker und Mathematiker)



Die Kaffee-NASA

Im kolumbianischen Forschungszentrum Cenicafé wird die Kaffeepflanze der Zukunft gesucht. Sie soll robust sein, um Schädlingen und Klimawandel zu trotzen. Sie soll den Kaffeebauern ein gutes Geschäft beschern. Und schmecken sollen ihre Bohnen natürlich auch. Zu Besuch bei einer alten Institution, in der hochmodern gedacht wird.

Text: Karen Naundorf Illustration: Jindrich Novotny

Der Weg zum Kaffee der Zukunft führt steil bergauf, über eine schmale Straße durch einen Wald, gespickt mit gelben Warnschildern: Vorsicht, kreuzende Nasenbären! Die Zentrale des kolumbianischen Forschungsinstituts Cenicafé liegt einsam auf 1400 Metern Höhe. Wer sie besuchen will, muss sich mit seinem Ausweis registrieren und an zwei Kontrollposten vorbei. Denn die Aufgabe der Wissenschaftler am Institut ist delikat: Es gilt, den besten Kaffee der Welt zu entwickeln. Dafür suchen die Forscher ständig nach Innovationen und versuchen zugleich, Bedrohungen für die Pflanzen und ihren Anbau vorauszu- sehen: Schädlinge, Krankheiten, Klimawandel. Das macht das Cenicafé zu einer weltweit richtungsweisenden Institution. Beziehungsweise, wie viele Menschen in Kolumbien sagen, zur Kaffee-NASA: zu einem Institut auf der Suche nach neuen Planeten im Kaffee-Universum.

„Willkommen im Cenicafé“, sagt Hernando Duque, der technische Leiter der Einrichtung in der Nähe der Stadt Manizales im Westen Kolumbiens. Duque - graue Haare, Vollbart, zarte Brille - bittet an den runden Besuchertisch, auf dem bereits zwei Espressotässchen mit der Aufschrift „Café de Colombia“ stehen. Beeindruckend: Schon vor dem ersten Gespräch gibt es einen der viel gerühmten Spezialkaffees des Instituts zu testen. Oder etwa doch nicht? Als ahne er die in wenigen Sekunden einsetzende Enttäuschung, sagt Duque: „Das ist kommerzieller Kaffee. Aber Sie werden ja unsere Laboratorien noch kennenlernen.“

Das Cenicafé, das Nationale Zentrum für Kaffeeforschung, wurde 1938 vom kolumbianischen Kaffeeverband Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) gegründet, um neue Kaffeepflanzen und -technologien zu entwickeln. Dass es bei Manizales liegt, ist kein Zufall - im sogenannten Kaffeedreieck dreht sich alles um die Bohne. Der größte Freizeitpark der Region heißt Parque del Café, eine Blutbank Hemocentro del Café, eine Krankenversicherung Cafesalud. In den Geschäften gibt es Kaffee-Karamell-Aufstrich, Kaffeebonbons, Kaffee-Brombeer-Marmelade, Kaffeelikör. Schon kleine Kinder trinken Kaffee. Die Bank GranBanco-Bancafé wurde 2005 verkauft und verlor ihren Namen, aber die Leute in Manizales sagen heute noch: „Ich gehe zur Bancafé.“

Die ersten Kaffeesträucher bekommen Besucher bereits auf einer Verkehrsinsel zu sehen, wenn sie den Flughafen La Nubia verlassen. Natürlich nur wenn er nicht gerade geschlossen ist, wegen tief liegender Wolken zum Beispiel oder rieselnder Vulkanasche: Nevado del Ruiz, der mit 5300 Metern zweithöchste aktive Vulkan auf der Nordhalbkugel, liegt keine 30 Kilometer entfernt. Das letzte Mal brach er vor 30 Jahren aus. Damals begrub eine Schlammlawine eine ganze Stadt - und viele Gebäude des alten Cenicafé. Das neue Institut wurde deshalb oben auf dem Berg gebaut. Aus demselben Grund ist für alle Mitarbeiter um 17 Uhr Feierabend: Falls der Vulkan wieder ausbricht und das Institut evakuiert werden muss, soll niemand allein im Gebäude sein.

Durch das große Fenster hinter Hernando Duques Schreibtisch fällt der Blick auf sattes Grün: Palmen, Bananestauden, der Bergwald. Paradiesisch – wäre da nicht das Basaltwerk am Berghang gegenüber. Der Lärm der Detonationen erreicht das Cenicafé mit solcher Wucht, dass manchmal die Alarmanlagen der geparkten Autos losheulen. Doch niemand im Institut kümmert sich darum. Auch Duque ignoriert die Sprengungen: „Unser oberstes Ziel ist es, das Leben der Kaffeebauern zu verbessern“, erklärt er. „Schließlich gehört ihnen das Institut.“

Die im Kaffeeverband organisierten Bauern finanzieren das Cenicafé über ihre Abgaben. 2015 verfügte es über ein Budget von gut 30 Milliarden Kolumbianischen Pesos, also etwa acht Millionen Euro. Das Institut ist international hoch angesehen, zum Beispiel für die Entwicklung von Kaffeesträuchern, die resistent gegen den für die Pflanze tödlichen Kaffeerost sind. Oder für die Ecomill®, eine Technologie, mit der man bei der Kaffeeproduktion viel Wasser sparen kann. Nur genetische Modifikationen werden im Cenicafé nicht durchgeführt: „Wir setzen auf traditionelle Methoden, zum Beispiel Kreuzungen verschiedener Pflanzen“, erklärt Duque.

Kaffee für den Frieden

560 000 Familien leben in Kolumbien vom Kaffee, die meisten sind Kleinbauern mit nur wenigen Hektar Land. Zwar haben sich in der Außenhandelsstatistik in den vergangenen Jahren die fossilen Rohstoffe wie Erdöl und Kohle nach vorn geschoben, „doch der Kaffee ist für das soziale Gefüge in Kolumbien absolut grundlegend“, sagt Duque. Der Agraringenieur wählt seine Worte mit Bedacht. „Und in Zukunft vielleicht noch mehr.“

Damit meint er die Rolle des Kaffees im aktuellen Friedensprozess: Nach mehr als 50 Jahren bewaffneten Konflikts können die Kolumbianer wohl bald in einem Referendum über ein Friedensabkommen zwischen dem Staat und der FARC-Guerilla entscheiden. Eine Studie der Universidad de los Andes belegt, dass es in den vergangenen 50 Jahren in den Kaffeeanbaugebieten Kolumbiens weniger Gewalt gab als in anderen Landesteilen. Hinzu kommt, dass Tausende von Guerilleros ein neues, ziviles Leben finden müssen. Also vielleicht als Kaffeebauern? „Wenn die Regierung uns bittet, am Friedensprozess mitzuwirken, sind wir dazu bereit und darauf vorbereitet“, sagt Duque.

Es ist eine überraschende Wendung in diesem Gespräch. Ziel der Reise nach Kolumbien war es, etwas über den Kaffee der Zukunft zu erfahren. Da denkt man zunächst an Aromen, Röstungen, vielleicht auch neue

Sorten, am besten umweltfreundlich produziert. Nun wird klar, dass der Kaffee der Zukunft aus dem Cenicafé nicht nur den ständig wachsenden Ansprüchen der Gourmet-Gaumen genügen – sondern auch einen Beitrag leisten will, um den Frieden in Kolumbien zu sichern.

Mehr als 240 Menschen arbeiten im Institut, davon mehr als 70 in der Forschung – übrigens ausschließlich Kolumbianer. Und wer einen Einblick in die Arbeit des Cenicafé erhalten möchte, muss mit Vertretern aller Forschungsbereiche sprechen. Denn jedes Team am Cenicafé hat sein Fachgebiet – und respektiert das der Kollegen. Der Mann für den Schatten will dem für Böden nichts wegnehmen. Die Frau für die Kaffeeblüte möchte nicht zu viel sagen, denn wenn sie weiterspräche, bewegte sie sich bereits im Gebiet des Fachmannes für Neuzüchtungen. Der Mann für den ökologischen Fußabdruck will nicht schon die Hydrobilanz erklären. Stattdessen trägt jeder der Forscher wie in einem Mosaik dazu bei, das Gesamtbild zu vervollständigen.

Kaffee für die Kaffeebauern

Einig sind sich die Wissenschaftler in ihrem ehrgeizigen Ziel: den besten Kaffee mit dem besten Geschmack, der umweltfreundlich produziert wird, sogar bei Schädlingsbefall wenig oder keine Insektizide braucht und den Kaffeebauern genügend Geld bringt, damit sie und ihre Familien gut davon leben können.

„Primero los caficultores“ – „Zuerst die Kaffeebauern“ ist im gesamten Institut auf Plakaten zu lesen. Der Slogan soll den Forschern ins Gedächtnis rufen, wer ihre Brötchengeber sind: die kolumbianischen Kaffeeproduzenten, von denen viele am Existenzminimum leben. Sie bauen in unterschiedlichen Höhenlagen und Klimaregionen an, auf unterschiedlichen Böden, mit mehr oder weniger Sonneneinstrahlung und unterschiedlichen Niederschlagsmengen. Darauf gilt es Rücksicht zu nehmen, und so betreibt das Cenicafé acht Forschungsstationen, die über das ganze Land verteilt sind, um Innovationen unter verschiedenen Bedingungen testen zu können.

Dabei müssen die Forscher auch auf Klimaveränderungen achten, etwa durch El Niño und La Niña, die beiden gegensätzlichen Wetterphänomene, die das Klima in Äquatornähe besonders stark beeinflussen. In Niña-Jahren kühlt sich das Oberflächenwasser im Ostpazifik ab, wovon die Passatwinde angetrieben werden, mit denen große Wassermassen kommen. In Niño-Jahren dagegen fehlt das Wasser, die Temperaturen steigen an. „Wir müssen auf Wetterextreme gefasst sein“, sagt Alvaro Jaramillo, der Klima-Experte des Cenicafé, „im Großen



JHON ESTEBAN QUINTERO
UND RICARDO ACUÑA

wie im Kleinen.“ In manchen Anbaugeländen, wo der Wald durch Monokulturen ersetzt wurde, hat das Forschungszentrum Temperaturerhöhungen von bis zu fünf Grad Celsius gemessen.

Direkten Kontakt mit dem Cenicafé haben nur wenige Bauern. Technische Neuerungen und Warnungen aller Art, sei es vor Schädlingen oder Trockenzeiten, werden ihnen durch den „Servicio de Extensión“ übermittelt – das sogenannte Heer der Gelbhemden. 1500 Menschen in gelben Poloshirts – die meisten sind Agraringenieure – führen in allen Regionen des Landes Schulungen durch und berichten den Bauern von den Forschungsergebnissen des Cenicafé.

Der Traum von einer Blüte

Der kolumbianische Kaffeeverband ist im gesamten Land aktiv. Er übernimmt den Ankauf und die Vermarktung des Kaffees für die Bauern, außerdem sucht er nach eigenen Antworten auf die Entwicklungen im Kaffeemarkt – etwa auf Ketten wie Starbucks: Die verbandseigene Coffee-shop-Kette Juan Valdez ist im gesamten Kolumbien präsent, zudem in Kuala Lumpur, Seoul, Madrid, Quito, New York, Miami und vielen weiteren Städten. Der Kaffeebauer, der der Marke Juan Valdez ein Gesicht gibt, ist in Kolumbien ein Superpromi: Er trägt Schnurrbart und Poncho und hat immer sein Maultier Conchita dabei. Vor rund zehn Jahren wurde der Juan-Valdez-Darsteller in einem landesweiten Auswahlverfahren neu gekürt. Als er gefunden wurde, war das eine wichtige Nachricht in den kolumbianischen Medien.

In allen Abteilungen des Cenicafé wiederholt sich die Szene aus dem Büro von Direktor Hernando Duque: Man bietet dem Gast ein Tässchen schwarzen Kaffee an, einen „Tinto“. Und entschuldigt sich schon vor dem ersten Schluck dafür, dass es sich nur um „Durchschnittskaffee“ handle. Den richtig guten, den gebe es nur in der Versuchsküche. Doch vor der Verköstigung liegen noch zwei Tage mit 14 Gesprächen, in denen es um so gut wie alle Bereiche der Kaffeeproduktion geht, von sämtlichen Tätigkeiten auf der Plantage bis zur Fermentierung von Spezialkaffee. Oft dreht es sich dabei um „buenas prácticas“, also wie man in allen möglichen Situationen am besten vorgeht, aber sehr oft auch um Zukunftsmusik.

So wie im Gespräch mit Claudia Flórez zum Beispiel. Die Biologin lächelt, als sie sich als Expertin für die Kaffeblüte vorstellt – Flores heißt Blume. Dass die Blüten an den einzelnen Kaffeesträuchern zu unterschiedlichen Zeitpunkten blühen, macht später bei der Ernte Probleme: An derselben Pflanze befinden sich reife Bohnen

neben grünen, oft sogar am selben Ast. Die Erntehelfer müssen also die vollreifen Früchte einzeln auswählen, was den Erntezeitraum in die Länge zieht. „Das ist für die Bauern besonders ärgerlich, weil es im Land an Erntehelfern fehlt“, erklärt Flórez. Kolumbiens Wirtschaft ist in den vergangenen Jahren gewachsen, und für Arbeiter ist ein Job im Straßenbau attraktiver als das nomadische Leben der Erntehelfer, die von einer Kaffeepflanzung zur nächsten ziehen. „Wir überprüfen deshalb alle Faktoren, die die Pflanzen zum Blühen bringen: Temperatur, Sonnenstunden, Wasserzufuhr oder Wachstumsregulatoren.“ Flórez, die Frau für die Blüten, träumt davon, die Kaffeesträucher dazu zu bringen, weniger zeitversetzt zu blühen – ohne dass der Ertrag darunter leidet. „Wenn alle Kaffeebohnen gleichzeitig reifen würden, bräuchte ein Bauer nicht mehr so viele Helfer. Aber damit stehen wir noch ganz am Anfang.“

Das Problem, dass die Früchte zu unterschiedlichen Zeiten reifen, beschäftigt auch den Agraringenieur Carlos Oliveros. Sein Team testet zurzeit eine Rütteltechnik, wie sie in Italien als eine Variante bei der Olivenernte eingesetzt wird: Vibrationen sorgen dafür, dass nur die reifen Früchte vom Strauch fallen, die dann von einem unter den Sträuchern gespannten Netz aufgefangen werden. Oliveros arbeitet seit 30 Jahren im Cenicafé, viele seiner Ideen sind international prämiert worden. Seine Eco-mill® erhielt im vergangenen Jahr in Großbritannien den Green Apple Award für ökologische Best-Practice-Anwendungen: Zum ersten Mal überhaupt ist es dank dieser Technologie möglich, Bohnen zu waschen, ohne Wasser zu verschmutzen. „Ich wünsche mir, dass Kolumbien in Zukunft nicht nur den besten Kaffee der Welt produziert, sondern ihn auch komplett umweltfreundlich herstellt“, sagt Oliveros.

Der Innovationspreis für den neuen Strauch

Große Hoffnungen setzt der Forscher auch auf einen neuen Stromgenerator, an dem sein Team zurzeit arbeitet. Er soll mit Ästen von Kaffeesträuchern betrieben werden: „Jedes Jahr werden in Kolumbien 90000 Hektar Kaffeepflanzungen beschnitten. Dabei fallen pro Hektar 17 Tonnen Holz an, die die Bauern für die Stromerzeugung verwenden könnten.“ Bisher gilt das Kaffeeholz als Abfall und wird verbrannt. Würde man es mittels Biomassevergasung in Holzgas umwandeln, ließen sich damit insgesamt fast 700 Gigawatt Strom pro Jahr erzeugen. Zugleich würde die neue Technik zu einer Dezentralisierung der Energieversorgung führen – mit unabsehbaren Folgen. „Nehmen wir an, im Verlauf des Friedensprozes-

ses ziehen neue Kaffeebauern in Regionen, in denen es noch keinen Strom gibt“, erklärt Oliveros. „Sie müssten Maschinen benutzen, um effizient zu sein. Und selbstverständlich wünschen sie sich auch Lebensqualität, das heißt, dass sie elektrische Geräte benutzen möchten. Und da könnten wir helfen.“

Das Cenicafé erhielt 2015 in London noch einen weiteren Green Apple Award – im Bereich Innovation: Im ganzen Land wurden in den vergangenen fünf Jahren 3,4 Milliarden Kaffeesträucher durch neue Pflanzen ersetzt, die gegen Kaffeeroast resistent sind – so sollen Ernteauffälle vermieden werden. Castillo® heißt dieser neue Kaffeestrauch, der vom Cenicafé entwickelt wurde – allein durch traditionelle Verfahren der Pflanzenzüchtung: der Caturra-Strauch wurde mit der Timor-Hybridpflanze gekreuzt.

Der Kampf gegen den Käfer

„Unser Ziel ist es, dass die Bauern sich um den Kaffeeroast keine Sorgen mehr machen müssen, weil die Pflanze sich selbst verteidigt“, sagt der Biologe Ricardo Acuña, der das Programm federführend betreut hat. Es klingt beinahe liebevoll, wenn er von den Pflanzen als Mutter, Vater und Kind spricht. Fast 25 Jahre dauerte die Entwicklung der Castillo®, denn die Pflanzen wurden in allen Regionen Kolumbiens getestet. Entstanden sind dabei mehrere Varianten, sodass die Bauern genau die Castillo®-Sorte wählen können, die in ihrer Gegend besonders gut gedeiht.

Die Liste der Erfolgsgeschichten ist lang, doch es gibt auch noch viele ungelöste Probleme, die den Forschern am Cenicafé Sorge bereiten. Der Kaffeekirschenkäfer zum Beispiel, der in den Anbaugeländen weltweit enorme Schäden anrichtet. Pablo Benavides ist einer der Forscher der Institution, der dem Insekt den Garaus machen möchte. Er hat zum Gespräch ein Einmachglas mitgebracht, in dem Hunderte Käfer herumkrabbeln. Benavides öffnet den Deckel, und schon fliegen die kleinen Biester im Raum herum. „Sie sind sowieso überall“, sagt er. „Ob ich sie nun freilasse oder im Glas einsperre, ändert nichts.“ Benavides ist gegen den Einsatz von Insektiziden. „Diejenigen, die gegen die Käfer helfen, sind auch für Menschen giftig.“ Deshalb forscht sein Team daran, ein biologisches Insektizid auf Pilzbasis zu entwickeln.

Kurz darauf geht es mit einem der Gelbhemden in einem Allradfahrzeug über schmale Straßen nach Palestina – das Dorf produziert besonders viel Kaffee. Warum der Ort diesen Namen trägt, scheint keiner zu wissen.

Selbst der Leiter des Stadtmuseums kann nicht weiterhelfen. Dabei ist die Gründung gerade 150 Jahre her. In Palestina jedenfalls leitet Pablo Botero das Büro des Servicio de Extensión. Auf einem Tisch am Eingang liegen Broschüren zu aktuellen Themen: Was tun gegen Schneckenbefall? Wie installiert und reinigt man die neuen Kaffeetanks? Wo bekommt man die neue Mitgliedskarte der Federación – jetzt auch mit Kreditkartenfunktion?

Botero fährt heute zu dem Kleinbauern Gabriel Gonzalez, mit dem Auto etwa eine halbe Stunde von Palestina entfernt. Gonzalez und seine Frau sind auf Plantagen aufgewachsen – als Arbeiterkinder. „Unser Traum war es, eigenes Land zu besitzen“, erzählt er. Also gingen die beiden nach Spanien und schufteten acht Jahre lang in Barcelona, sie als Putzhilfe, er auf dem Bau. Als sie nach Kolumbien zurückkamen, konnten sie sich eine Parzelle kaufen. Nun haben sie zwei Kinder, zwei Katzen, dazu Kaffeepflanzen und Bananenstauden. Sie können es sich nicht leisten, Fehler zu machen. „Wenn etwas Neues vom Cenicafé kommt, probieren wir es sofort aus“, sagt Gonzalez. „Bisher sind wir sehr gut damit gefahren.“

Der Stolz der Kaffeebauern

Nur mit dem komischen Überzug, dem „Känguru-Anzug“, der bei der Ernte behilflich sein soll, können sie nichts anfangen. Gonzalez' Frau Lilia führt das orange-rote Wunderwerk vor: Es ist, als hätte der Überzug zwei Ärmel auf jeder Seite: In dem oberen steckt ganz normal der Arm, in den unteren, etwas schlauchartigen sollen die geernteten Früchte rutschen. Damit muss der Erntehelfer, zumindest theoretisch, die Hände nicht von der Pflanze nehmen, um die Früchte in einen Korb zu legen. Sie fallen stattdessen durch den Schlauch in den Känguru-Beutel. „Die Idee ist gut, nur sind die Auffangärmel viel zu lang, da staut sich alles“, sagt Lilia und wedelt unbeholfen mit den für die kleine Frau völlig überdimensionierten Stoffbahnen. „Vielleicht wird es noch, der Anzug ist noch in der Testphase.“

Biodiversität sei für ihn wichtig, sagt Gonzalez: „Ich lasse viele Bäume stehen, ich rupfe nur das schädliche Unkraut aus und pflanze auch Bananen an.“ Der Bauer kneift die Augen zusammen, die Sonne brennt selbst durch die Wolken. Er trägt ein kariertes Hemd und hat eine Machete in der Hand. „Aber das Wichtigste sind die resistenten Pflanzen: Wir haben keine Probleme mit dem Kaffeeroast.“

Dafür aber mit dem schon erwähnten Kaffeekirschenkäfer. Überall schwirren die Scheusale herum. „Wir haben auf der Website vom Cenicafé erfahren, dass wir alle



Bohnen vom Boden auflesen sollen, weil der Käfer sich dort besonders wohlfühlt“, sagt Gonzalez. „Wir halten uns daran, aber die Nachbarn nicht. Was sollen wir machen? Alle hier sollten die Empfehlung befolgen.“

„Genug gejammert“, sagt Lilia Gonzalez. Sie macht einen Kaffee. Er riecht großartig und schmeckt mild und rund. Erwartungsvoll beobachtet die Bäuerin die Gäste: „Gut, nicht?“ An der Wand hängt ein gerahmter Spruch: „Ich mag Menschen, die man nicht antreiben muss, die wissen, was zu tun ist, und es in weniger Zeit als erwartet erledigen. (...) Ich mag Menschen, die wissen, wie wichtig Fröhlichkeit ist.“

Der Kaffee der Zukunft

Zurück im Cenicafé wird es ernst. Das ist schon an der Kleidung von Gloria Inés Puertas Assistenten zu erkennen: Gustavo trägt einen weißen Kittel, blaue Gummihandschuhe und einen Mundschutz. Der fantastische Geruch, der aus der Versuchsküche dringt, ist benebelnd: Das Kaffeearoma liegt wie ein Parfüm in der Luft, anziehend wie ein Magnet. Doch nein, die Probe findet im Zimmer nebenan statt. Zwölf Sitzplätze gibt es an dem langen Tisch, die durch Holzwände getrennt sind – würden die Kaffeetester sonst voneinander abschreiben? In jeder Kabine klebt ein Ausdruck mit der Prüfskala: Sehr schlecht ist 1, das Beste 9.

Gloria Puerta, die oberste Instanz für Kaffequalität am Cenicafé, hat kupferrotes Haar und trägt ebenfalls einen Laborkittel. Sie hat Lebensmittel-Verfahrenstechnik in Karlsruhe studiert und erinnert sich gern an Deutschland: „Großartig, dass dort so viele Leute ihren Kaffee zu Hause selber mahlen!“ Welchen Kaffee trinkt sie am liebsten? Die Forscherin muss nicht lange überlegen: „Am liebsten mag ich bei 15 Grad fermentierten Kaffee.“ Sie setzt die Brille auf, ohne den Blick zu heben, für Nachfragen ist keine Zeit, zu sehr ist sie schon auf die Verkostung konzentriert. „Dann wollen wir mal!“

Gustavo bringt ein Tablett mit mehreren durchnummerierten Tassen. In jeder befinden sich elf Gramm Kaffee, aufgebrüht in 50 Milliliter Wasser. In der ersten Runde ist die Nase dran: Welches Aroma strömt aus der Tasse? „Schreiben Sie es auf“, sagt Puerta. Die Verkostung wird zu einer Prüfung für olfaktorische Fähigkeiten. Tasse eins hat etwas Fruchtiges, Tasse zwei ist eher schokoladig, Tasse drei irgendwie süßlich, die vier wieder fruchtig. Puerta wiegt den Kopf. Immerhin, ganz daneben scheint das Urteil nicht zu liegen. Dann kommt ihr Votum, selbstverständlich viel detaillierter: Sie erkennt rote Früchte bei Tasse Nummer eins, bei zwei riecht sie

Vollmilchschokolade, bei drei süßes Getreide mit Honig, eine Zitrusnote bei Tasse vier. „Die Endverbraucher lieben einen solchen speziellen Charakter“, sagt die Forscherin. „Und er ist ohne Zusatzstoffe zu erreichen, allein durch die Fermentierung.“

Für die zweite Runde gießt Gustavo weitere 100 Milliliter Wasser in jede Tasse. Drei Minuten muss der Kaffee ziehen, dann ist aus der Prüfkabine nebenan plötzlich ein höchst unfeines Schlürfen zu hören. Nun geht es um den Geschmack: Wie bitter ist das Getränk? Wie süß? Wie intensiv das Aroma? Wie bei einer Weinprobe schlürft Puerta den Kaffee, schmeckt ihn und spuckt ihn anschließend in einen Napf. Dann spült sie den Mund mit einem Schluck Wasser. Dann kommt die nächste Tasse. „Mir schmeckt Kaffee vier am besten“, sagt sie am Ende der Prozedur und schaut in einer Liste nach, wie der Kaffee hergestellt wurde: „Na, das habe ich mir doch gedacht“, sagt sie zufrieden. „Bei 15 Grad fermentiert.“

Puerta erforscht seit vielen Jahren, wie derselbe Kaffee – vom selben Strauch, selbe Ernte – durch Unterschiede im Wasch- und Fermentierungsprozess ein anderes Aroma erhalten kann, von schokoladig bis fruchtig. „Mein Ziel ist, eine kontrollierte Fermentation zu etablieren, sodass der Prozess immer gleich durchgeführt wird. So können wir das Aroma des Kaffees beeinflussen“, erklärt sie. Am liebsten würde sie allen Kaffeebauern eine Art Rezeptbuch geben, damit sie wissen, wie sie das gewünschte Aroma erschaffen. Das sei einfacher, als man denkt, sagt sie.

Und auch Gloria Puerta denkt bei ihrer Forschung in erster Linie an die Kaffeebauern. „Durch kontrollierte Fermentation können selbst Bauern mit kleinen Farmen ihr Einkommen verbessern, indem sie Spezialkaffees produzieren“, weiß die Wissenschaftlerin. Sie sieht die Zukunft der kolumbianischen Kleinbauern in den Gourmet-Trinkern der westlichen Welt, die Interesse an einem Spezialkaffee mit besonderer Note haben, nachhaltig produziert, robust und rentabel für die Bauern. Das ist er, der Kaffee der Zukunft.

71,8 0,7

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die eine Filterkaffeemaschine besitzen; 2015; in Prozent

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die Cold-Brew-Zubehör besitzen; 2015; in Prozent. Quelle: Statista

Tradition & Neugier

Die Deutschen haben eine lange Kaffeegeschichte - und mit der werden sie nicht so schnell brechen. Noch immer ist der gute alte Filterkaffee die beliebteste Zubereitungsart, und getrunken wird er wie eh und je vor allem im privaten Rahmen, zu Hause oder bei Freunden. Gleichzeitig ist das Interesse an Neuheiten rund um den Kaffee groß, vor allem wenn sie den Genuss erhöhen oder gesundheitliche Vorteile versprechen.

Wir haben im November 2015 in einer repräsentativen Umfrage Kaffeetrinker in ganz Deutschland zwischen 18 und 64 Jahren gefragt, wie sie ihren Kaffee am liebsten mögen, wie sie ihn zubereiten, wo sie ihn trinken und wie sie sich seine Zukunft vorstellen. Entstanden ist dabei ein Porträt vorsichtig Progressiver, die das Beste aus der Vergangenheit mit dem Interessantesten aus der Gegenwart verbinden möchten. Und die pragmatisch sind: Die komfortablen Pad- und Kapselmaschinen haben in den vergangenen Jahren immer mehr Freunde gefunden - ein Ende der Entwicklung ist nicht in Sicht.

Wer sind Sie?

Die Befragungsteilnehmer* nach Geschlecht, Alter, Region und Typologie**; 2015; in Prozent

männlich	47,7
weiblich	52,3
18-34 Jahre	28,8
35-49 Jahre	34,2
50-64 Jahre	37,1
Nord	16,2
Ost	31,8
Süd	21,4
West	30,5

Quelle: Statista



Early Adopter

Sie sind die Meinungsführer in der Bevölkerung. Ihr Umfeld schätzt ihre Einschätzung und orientiert sich an ihnen. Sie lieben es, neue Produkte und Services zu testen und die Ergebnisse mit ihrem Umfeld zu teilen.

gesamt **28,6**

Geschlecht

männlich	41,3
weiblich	58,7

Alter

18-34 Jahre	31,4
35-49 Jahre	33,3
50-64 Jahre	35,4

Region

Nord	15,5
Ost	32,0
Süd	22,2
West	30,3



Early Majority

Die Early Majority erwartet ein ausgereiftes und fehlerfreies Produkt. Entspricht etwas nicht ihren Vorstellungen, wenden sich die Vertreter dieser Gruppe eher vom Produkt ab als ein Early Adopter.

gesamt **37,9**

Geschlecht

männlich	49,2
weiblich	50,8

Alter

18-34 Jahre	28,9
35-49 Jahre	33,5
50-64 Jahre	37,7

Region

Nord	15,4
Ost	33,6
Süd	19,2
West	31,8



Late Majority

Dieser Verbrauchertyp nutzt Produkte und Services, wenn sie sich etabliert haben. Er orientiert sich an der Early Majority und den Early Adoptern - und will sichergehen, keine Fehlkäufe zu tätigen.

gesamt **33,6**

Geschlecht

männlich	51,3
weiblich	48,7

Alter

18-34 Jahre	26,4
35-49 Jahre	35,7
50-64 Jahre	37,8

Region

Nord	17,8
Ost	29,7
Süd	23,2
West	29,3

* Basis: Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren ** Die Segmentierung nach Early Adopter, Early Majority und Late Majority wurde aufgrund der Einstellung zu neuen Produkten und dem persönlichen Netzwerk erstellt („Diffusion of innovations“-Theorie von Everett M. Rogers); unter Late Majority sind auch die Skeptiker subsumiert. Quelle: Statista

Wie oft trinken Sie im Moment Kaffee?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

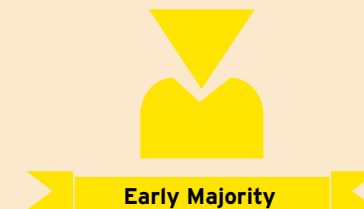
	männlich	weiblich	18-34 J.	35-49 J.	50-64 J.
täglich	83,0	82,5	64,0	88,2	92,4
mehrmals in der Woche	12,3	11,7	23,8	9,2	5,5
etwa einmal die Woche	2,5	2,7	5,8	1,7	1,0
mehrmals im Monat	1,5	1,8	4,1	0,7	0,6
etwa einmal im Monat	0,7	1,3	2,4	0,3	0,5

	Nord	Ost	Süd	West
täglich	79,7	84,1	80,7	84,5
mehrmals in der Woche	14,8	11,2	12,6	10,9
etwa einmal die Woche	3,1	2,3	2,5	2,7
mehrmals im Monat	1,8	1,6	1,9	1,4
etwa einmal im Monat	0,6	0,8	2,3	0,4



Early Adopter

täglich	84,4
mehrmals in der Woche	11,0
etwa einmal die Woche	2,0
mehrmals im Monat	1,8
etwa einmal im Monat	0,9



Early Majority

täglich	82,9
mehrmals in der Woche	12,2
etwa einmal die Woche	2,3
mehrmals im Monat	1,7
etwa einmal im Monat	0,9



Late Majority

täglich	81,2
mehrmals in der Woche	12,6
etwa einmal die Woche	3,5
mehrmals im Monat	1,5
etwa einmal im Monat	1,2

Quelle: Statista

Und wie oft haben Sie früher Kaffee getrunken?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2011 bis 2015; in Prozent

	2011	2013	2014	2015
täglich	89,0	87,4	87,9	82,8
mehrmals in der Woche	7,0	7,9	8,0	12,0
etwa einmal die Woche	2,0	1,9	1,8	2,6
mehrmals im Monat	1,0	1,7	1,6	1,6
etwa einmal im Monat	1,0	1,1	0,6	1,0

Quelle: Statista

Wie viele Tassen Kaffee trinken Sie pro Tag?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren, die angaben, täglich Kaffee zu trinken; 2015; in Prozent, Mittelwerte



Segmente

Early Adopter	3,9
Early Majority	3,9
Late Majority	3,5

Alter

18-34 Jahre	3,0
35-49 Jahre	3,8
50-64 Jahre	4,2

Geschlecht

männlich	4,0
weiblich	3,6

Region

Nord	4,0
Ost	3,7
Süd	3,4
West	4,0

Quelle: Statista

Wie bereiten Sie Ihren Kaffee zu?

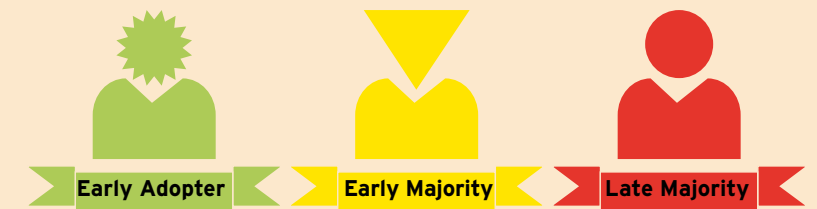
Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; 2015; in Prozent

gesamt

Filterkaffee	67,6
Cappuccino	42,4
Latte macchiato/Milchkaffee/Café au Lait etc.	41,8
Caffè Crema	36,9
Espresso	26,2
Instant-Kaffee, löslicher Kaffee	17,5
gekühlte Kaffeevariationen	10,6
Kaffee aus Siebstempelkanne	7,0
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	0,8

Durchschnittsalter der Kaffeetrinker in Jahren

Filterkaffee	44,6
Cappuccino	42,6
Latte macchiato/Milchkaffee/Café au Lait etc.	40,4
Caffè Crema	42,6
Espresso	43,3
Instant Kaffee, löslicher Kaffee	43,2
gekühlte Kaffeevariationen	38,5
Kaffee aus Siebstempelkanne	43,8
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	38,0



Filterkaffee	67,3	70,0	65,1
Cappuccino	48,8	43,9	35,4
Latte macchiato/Milchkaffee/Café au Lait etc.	51,0	41,0	35,0
Caffè Crema	42,8	36,5	32,3
Espresso	33,7	24,8	21,4
Instant-Kaffee, löslicher Kaffee	16,7	17,3	18,3
gekühlte Kaffeevariationen	13,8	10,4	8,2
Kaffee aus Siebstempelkanne	7,7	7,5	5,8
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	1,2	0,7	0,7



Filterkaffee	58,3	65,3	77,0
Cappuccino	45,0	41,6	41,3
Latte macchiato/Milchkaffee/Café au Lait etc.	52,4	44,3	31,4
Caffè Crema	37,0	41,2	32,9
Espresso	26,8	23,9	28,0
Instant-Kaffee, löslicher Kaffee	16,7	18,1	17,4
gekühlte Kaffeevariationen	15,6	10,5	6,8
Kaffee aus Siebstempelkanne	5,6	9,0	6,2
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	1,4	0,9	0,4

Quelle: Statista

Wo trinken Sie Ihren Kaffee?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; 2015; in Prozent

	männlich	weiblich
nach Geschlecht		
zu Hause	95,9	96,9
bei Freunden, Verwandten	72,1	82,1
bei der Arbeit, im Büro	57,6	72,0
im Café	68,7	60,1
im Restaurant, Hotel	39,3	40,1
unterwegs, Coffee to go	28,1	31,0
in der Coffee-Bar	23,4	32,3
in der Bar, im Bistro	23,1	21,7

	Early Adopter	Early Majority	Late Majority
nach Segmenten			
zu Hause	91,7	97,9	98,8
bei Freunden, Verwandten	74,7	79,8	77,1
bei der Arbeit, im Büro	68,8	65,8	61,8
im Café	70,9	70,4	53,2
im Restaurant, Hotel	31,9	42,5	43,2
unterwegs, Coffee to go	38,8	30,0	22,2
in der Coffee-Bar	34,2	29,3	22,1
in der Bar, im Bistro	23,4	25,0	19,1

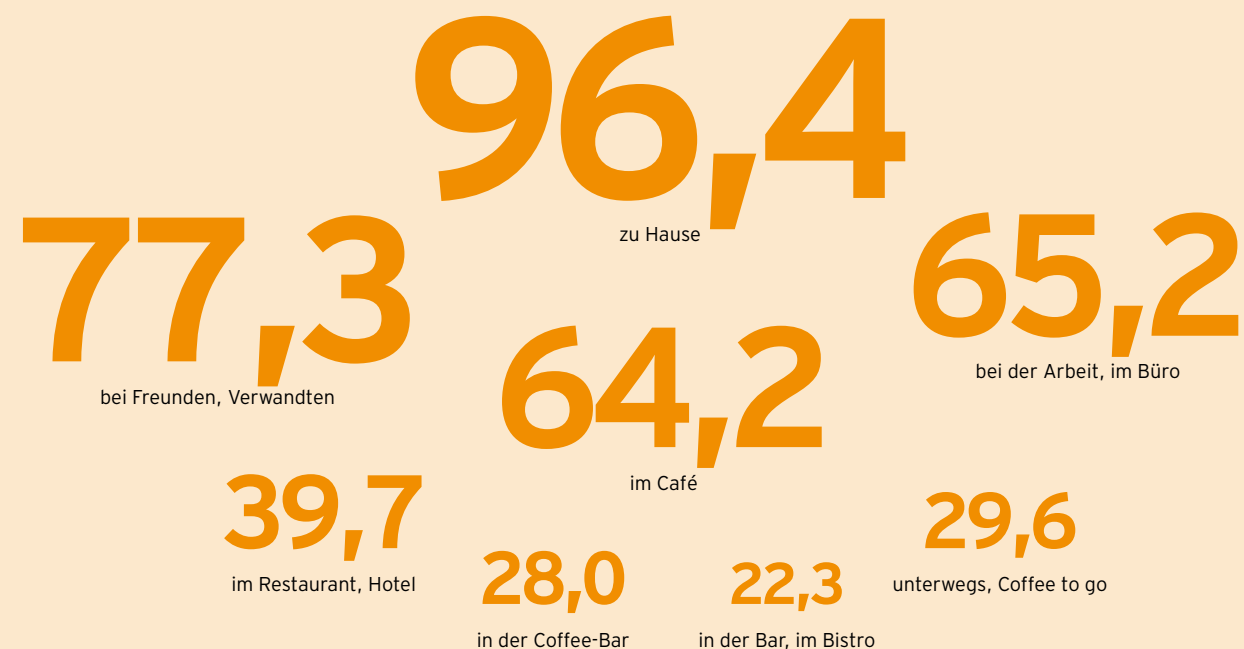
	18-34 Jahre	35-49 Jahre	50-64 Jahre
nach Alter			
zu Hause	91,7	97,9	98,8
bei Freunden, Verwandten	74,7	79,8	77,1
bei der Arbeit, im Büro	68,8	65,8	61,8
im Café	70,9	70,4	53,2
im Restaurant, Hotel	31,9	42,5	43,2
unterwegs, Coffee to go	38,8	30,0	22,2
in der Coffee-Bar	34,2	29,3	22,1
in der Bar, im Bistro	23,4	25,0	19,1

	Nord	Ost	Süd	West
nach Regionen				
zu Hause	96,5	96,1	96,1	96,9
bei Freunden, Verwandten	78,9	73,8	78,2	79,6
bei der Arbeit, im Büro	65,1	59,4	70,7	67,4
im Café	65,3	64,3	63,4	64,1
im Restaurant, Hotel	37,4	37,5	40,7	42,6
unterwegs, Coffee to go	33,5	30,4	28,7	27,5
in der Coffee-Bar	29,2	25,7	29,3	29,0
in der Bar, im Bistro	22,8	17,3	27,1	24,0

Quelle: Statista

Wo trinken Sie Ihren Kaffee - gesamt?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent



Quelle: Statista

Wo haben Sie Ihren Kaffee früher getrunken?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; in Prozent

zu Hause	bei Freunden, Verwandten	bei der Arbeit, im Büro	im Café	Im Restaurant, Hotel	unterwegs, Coffee to go	in der Coffee-Bar	in der Bar, im Bistro
2011	84,0	68,0	68,0	44,0	41,0	33,0	30,0
2012	76,0	63,2	63,2	37,0	37,6	28,8	23,9
2013	74,6	60,9	60,9	34,8	29,8	25,9	22,8
2014	62,1	48,7	48,7	23,6	27,1	17,8	15,4
2015	77,3	65,2	65,2	39,7	29,6	28,0	22,3

Quelle: Statista

Welche Kaffeemaschinen besitzen Sie?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; 2015; in Prozent

71,8 || Filterkaffeemaschine
37,0 || Padmaschine
29,4 || Handfilter
23,8 || Kapselmaschine
20,5 || Espressokanne für die Herdplatte
18,9 || Siebstempelkanne
18,5 || Espresso-Vollautomat
7,1 || Espresso-Halbautomat
0,7 || Cold-Brew-Zubehör

Quelle: Statista

Welche Kaffeemaschinen haben Sie früher besessen?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; in Prozent

	2011	2012	2013	2014
Filterkaffeemaschine	77,0	69,1	69,3	72,4
Padmaschine	35,0	38,3	38,1	40,8
Handfilter	35,0	23,0	25,8	24,0
Kapselmaschine	13,0	18,0	21,3	24,3
Espressokanne für die Herdplatte	21,0	17,2	16,1	17,8
Siebstempelkanne	21,0	15,2	16,1	16,1
Espresso-Vollautomat	13,0	17,8	18,5	19,5
Espresso-Halbautomat	9,0	7,9	6,8	5,5

Quelle: Statista

Welche Kaffeemaschinen benutzen Sie häufig?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; 2015; in Prozent

38,3 || Filterkaffeemaschine
22,0 || Padmaschine
14,9 || Espresso-Vollautomat
13,5 || Kapselmaschine
6,3 || Handfilter
4,3 || Siebstempelkanne
3,5 || Espressokanne für die Herdplatte
2,7 || Espresso-Halbautomat
0,1 || Cold-Brew-Zubehör

Quelle: Statista

Welche Kaffeemaschinen haben Sie früher häufig benutzt?

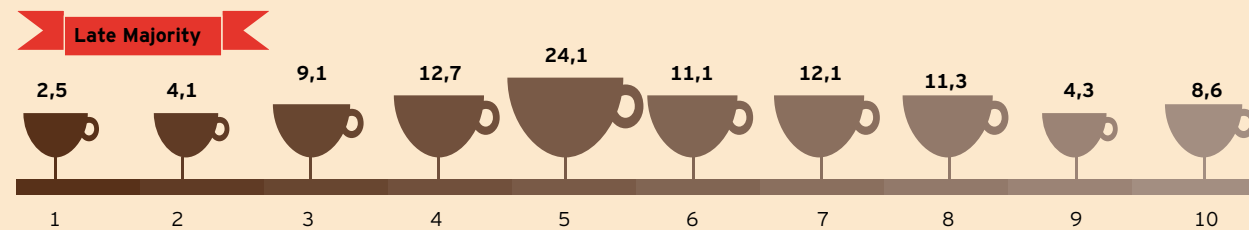
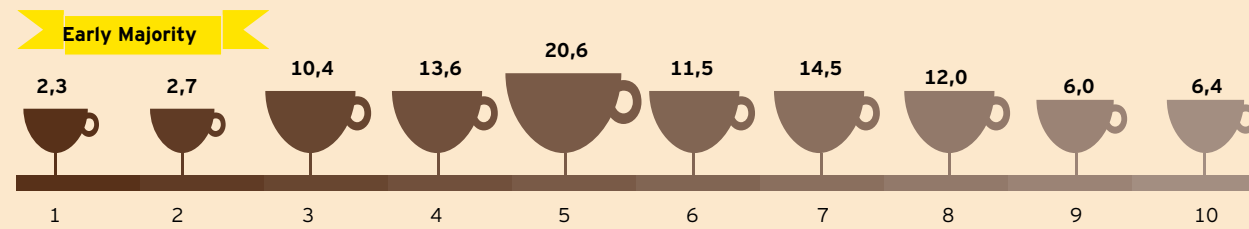
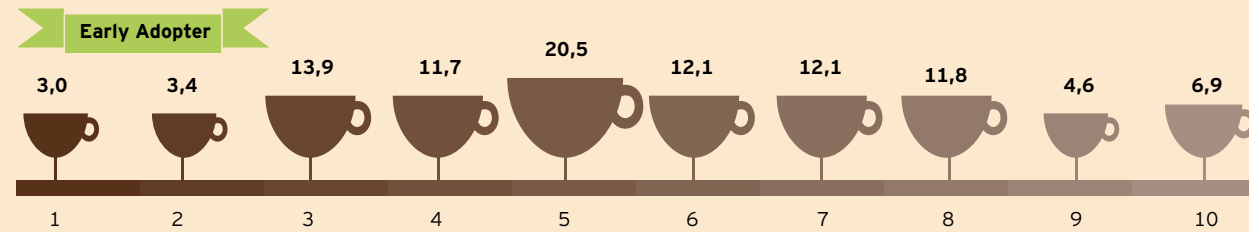
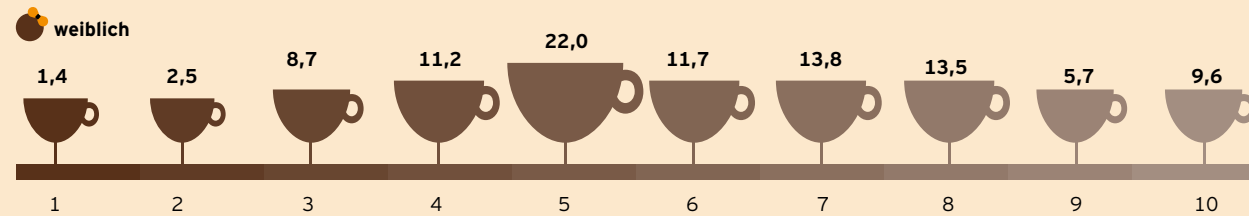
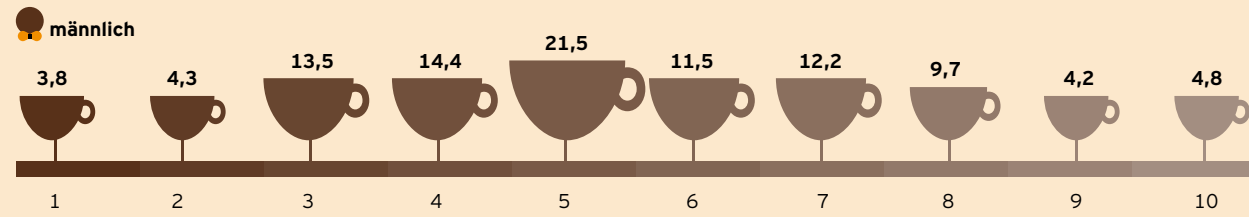
Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; Mehrfachnennungen möglich; in Prozent

	2011	2012	2013	2014
Filterkaffeemaschine	46,3	42,3	47,7	45,7
Padmaschine	20,1	24,2	26,6	29,5
Espresso-Vollautomat	15,2	15,2	17,5	20,3
Kapselmaschine	7,4	10,5	14,8	16,3
Handfilter	8,8	5,6	6,4	6,9
Siebstempelkanne	4,7	3,2	3,4	5,1
Espressokanne für die Herdplatte	4,5	3,0	3,0	3,6
Espresso-Halbautomat	2,6	3,4	3,4	2,9

Quelle: Statista

Wie stark mögen Sie Ihren Kaffee?

Durchschnittliche Stärke des getrunkenen Kaffees: 1 = stark und mit wenig Flüssigkeit (Ristretto), 10 = weniger stark und mit viel Flüssigkeit (Pott oder Kännchen Kaffee); Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent



Quelle: Statista

Welche Innovationen haben den Kaffeemarkt am stärksten verändert?

Einfachauswahl; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

gesamt & nach Geschlecht

	gesamt	männlich	weiblich
Zubereitung mit Kapseln	37,4	37,6	37,1
Zubereitung mit Kaffeepads	18,5	21,2	16,1
Coffee to go	17,9	17,5	18,2
Kaffee mit Aromen	7,3	5,7	8,7
Coffee-Shops	5,7	4,8	6,5
Kaffeekunst (Crema-Designs)	4,6	4,6	4,7
italienische Kaffeevariationen mit Milchschaum	3,2	2,5	3,8
Instant-Mischgetränke (z. B. Cappuccino-Pulver)	1,7	1,8	1,5
gekühlte Kaffeevariationen	1,6	1,7	1,5
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	1,1	1,0	1,2
sonstiges	1,2	1,6	0,8

nach Segmenten

	Early Adopter	Early Majority	Late Majority
Zubereitung mit Kapseln	37,1	39,5	35,2
Zubereitung mit Kaffeepads	17,5	18,4	19,5
Coffee to go	17,6	16,6	19,5
Kaffee mit Aromen	8,4	7,0	6,7
Coffee-Shops	6,1	6,2	4,9
Kaffeekunst (Crema-Designs)	4,4	4,6	4,9
italienische Kaffeevariationen mit Milchschaum	3,4	3,3	3,0
Instant-Mischgetränke (z. B. Cappuccino-Pulver)	2,1	1,1	1,9
gekühlte Kaffeevariationen	1,8	1,5	1,5
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	1,2	1,2	0,8
sonstiges	0,5	0,6	2,4

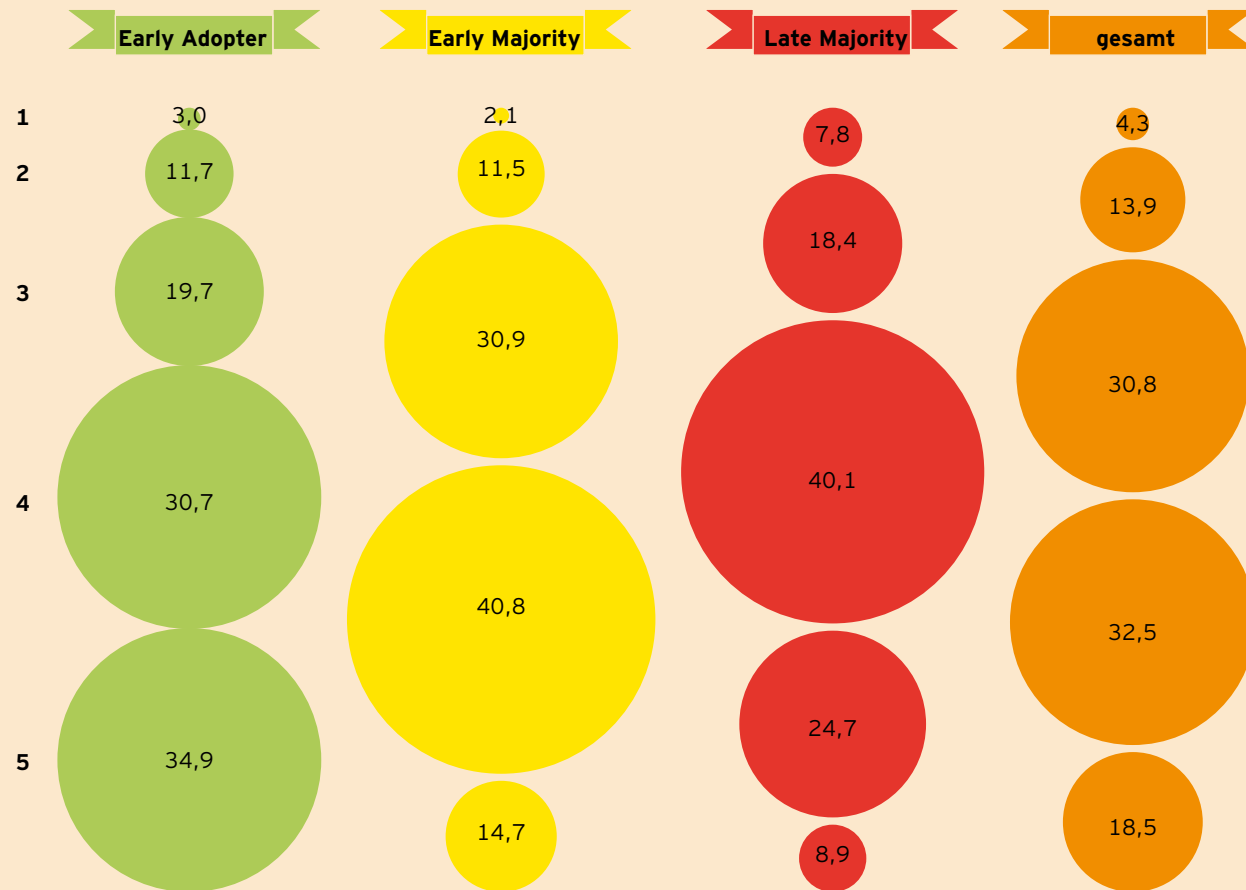
nach Alter

	18-34 Jahre	35-49 Jahre	50-64 Jahre
Zubereitung mit Kapseln	36,5	40,3	35,3
Zubereitung mit Kaffeepads	20,5	17,2	18,2
Coffee to go	17,8	16,3	19,3
Kaffee mit Aromen	6,4	7,7	7,6
Coffee-Shops	7,2	5,6	4,7
Kaffeekunst (Crema-Designs)	4,2	4,8	4,9
italienische Kaffeevariationen mit Milchschaum	1,5	3,6	4,1
Instant-Mischgetränke (z. B. Cappuccino-Pulver)	2,3	1,4	1,4
gekühlte Kaffeevariationen	2,2	1,0	1,6
Cold Brew Coffee (kalt gebrauter Kaffee)	0,7	1,1	1,4
sonstiges	0,7	1,2	1,5

Quelle: Statista

Wie sehr interessieren Sie sich für neue Kaffeeprodukte und -services?

Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent;
1 = Ich interessiere mich gar nicht dafür, 5 = Ich interessiere mich sehr dafür



Quelle: Statista

Welche Art von Erfindungen rund um Kaffee würde Sie interessieren?

Einfachauswahl; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

	gesamt	
Erfindungen, die den Kaffeegenuss erhöhen.....	70,1	
Erfindungen, die die Zeit bis zum nächsten Kaffee verkürzen, wenn der Wunsch aufkommt.....	18,0	
Erfindungen, mit denen die Kaffe Zubereitung zelebriert werden kann.....	11,9	
	Männer	Frauen
Erfindungen, die den Kaffeegenuss erhöhen.....	69,8	70,4
Erfindungen, die die Zeit bis zum nächsten Kaffee verkürzen, wenn der Wunsch aufkommt.....	18,7	17,3
Erfindungen, mit denen die Kaffe Zubereitung zelebriert werden kann.....	11,5	12,3

Quelle: Statista

In welchen Bereichen war die Kaffeebranche besonders innovativ?

Bitte wählen Sie die drei Bereiche aus, in denen es Ihrer Meinung nach die interessantesten Neuerungen innerhalb der vergangenen Jahre gab. Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

gesamt	Early Adopter	
Zubereitungsverfahren.....	62,9	65,2
Maschinen-/Mühlendesigns.....	54,3	55,9
Crema-Designs (Kaffeekunst).....	40,6	44,9
Röstverfahren.....	32,8	33,5
Verarbeitungsverfahren.....	24,5	25,6
Zutaten.....	18,3	18,0
Verpackungen.....	17,6	19,5
Serviceleistungen.....	8,8	8,8
Geschirrdesign.....	6,1	6,4
Männer	Early Majority	
Zubereitungsverfahren.....	60,6	64,5
Maschinen-/Mühlendesigns.....	53,5	54,3
Crema-Designs (Kaffeekunst).....	36,4	40,8
Röstverfahren.....	33,4	31,3
Verarbeitungsverfahren.....	25,5	25,4
Zutaten.....	15,4	18,1
Verpackungen.....	18,8	16,3
Serviceleistungen.....	8,8	8,6
Geschirrdesign.....	5,4	6,3
Frauen	Late Majority	
Zubereitungsverfahren.....	65,0	59,0
Maschinen-/Mühlendesigns.....	55,0	52,8
Crema-Designs (Kaffeekunst).....	44,5	36,7
Röstverfahren.....	32,2	33,8
Verarbeitungsverfahren.....	23,6	22,5
Zutaten.....	20,9	18,7
Verpackungen.....	16,5	17,5
Serviceleistungen.....	8,7	8,9
Geschirrdesign.....	6,8	5,6

In welchen Bereichen sprossen die Ideen besonders häufig?

Bitte wählen Sie die drei Bereiche aus, in denen es Ihrer Meinung nach die meisten Neuerungen innerhalb der vergangenen Jahre gab. Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

gesamt	Verarbeitungsverfahren.....
Maschinen-/Mühlendesigns.....	23,7
Zubereitungsverfahren.....	22,3
Crema-Designs (Kaffeekunst).....	15,8
Verpackungen.....	8,4
	Serviceleistungen.....
	8,2

Quelle: Statista

Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu - gesamt?

Mehrfachnennungen möglich; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

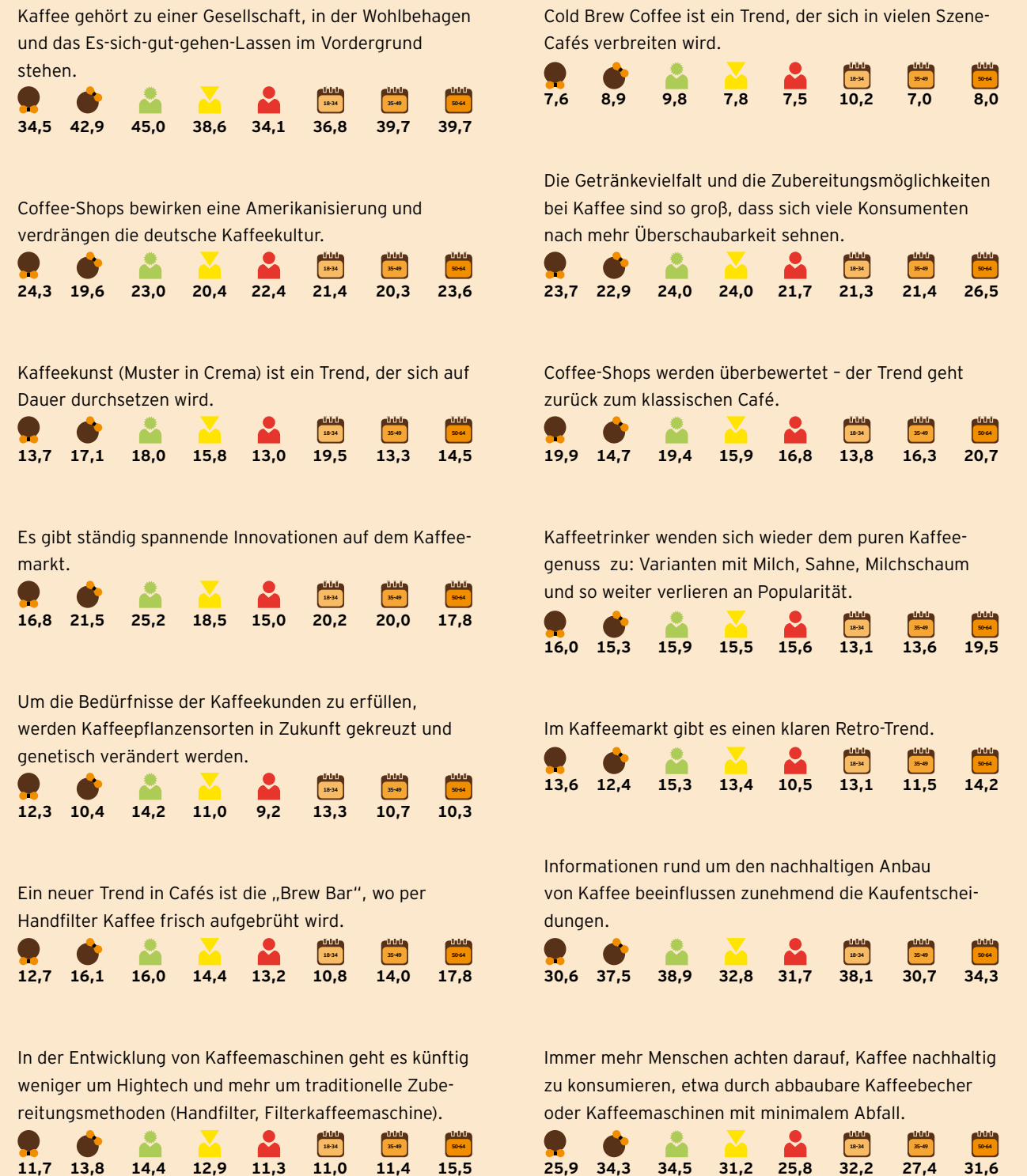


Quelle: Statista



Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu - nach Segmenten?

Mehrfachnennungen möglich; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent



Quelle: Statista

Welche Kaffeeprodukte interessieren Sie?

Mehrfachnennungen möglich; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

	gesamt								
Gesundheit									
Kaffee, der gut für den Magen ist	37,5	38,3	37,6	36,8	35,2	39,6	32,4	36,6	42,4
gesunder Kaffee	34,0	36,6	33,2	32,6	34,1	33,9	35,7	30,0	36,2
Kaffee mit gesundheitsfördernder Wirkung	30,2	32,8	28,4	30,0	27,8	32,4	32,7	28,5	29,9
ein Kaffeeprodukt, das beim Abnehmen hilft	22,0	24,4	20,9	21,4	16,9	26,8	23,6	23,1	19,8
Kaffee, durch den man besser schlafen kann	14,4	15,2	13,6	14,6	13,4	15,2	13,3	14,0	15,6
Kaffee mit pflanzeneigener Süße	10,1	11,7	9,4	9,5	9,4	10,8	16,5	8,9	6,3
Gadgets und Dienstleistungen									
ein offener Kaffeebecher, der das Überschwappen von Kaffee und das Umfallen der Tasse verhindert	15,1	19,5	12,8	13,9	13,1	16,9	19,8	13,5	12,9
Kaffeemaschinen, die gekühlte Kaffeespezialitäten zubereiten	13,3	16,9	11,4	12,2	12,2	14,2	20,2	13,3	7,9
einen Kaffee, den man wie Tee in einem Beutel aufbrühen kann	12,7	13,2	12,7	12,4	11,3	14,0	16,0	12,8	10,2
Onlineplattform zum Zusammenstellen eigener Kaffeebohnenmischungen	11,4	13,9	10,9	9,7	11,0	11,7	17,0	9,8	8,5
Kaffeetassen, die keinen Kaffeerand hinterlassen	10,9	12,5	10,2	10,4	11,2	10,7	14,9	9,0	9,6
per Smartphone/Tablet bedienbare Kaffeemaschine	10,1	13,9	8,7	8,3	11,4	8,9	17,0	9,3	5,4
eine Kaffeemaschine im Auto, die mit Strom aus dem Zigarettenanzünder arbeitet	8,4	10,0	7,3	8,2	7,8	8,9	11,5	7,6	6,7
Mini-Induktionsfeld zum Warmhalten des Kaffees auf dem Schreibtisch	7,6	9,6	6,6	7,0	8,0	7,1	12,1	5,7	5,8
Steuerung der Kaffeezubereitung über das Smartphone oder Tablet (Anteile von Milch, Kaffee, Zucker etc.)	7,0	10,2	6,5	5,0	8,0	6,2	13,4	6,4	2,6
Kaffeelieferdienst vom Lieblingscafé	6,2	7,9	5,4	5,6	5,1	7,1	10,0	5,5	3,9
Geschmack, Duft, Effekt									
Kaffee, der sein Koffein besser über den Tag verteilt	17,3	18,3	18,4	15,3	16,4	18,2	24,3	14,3	14,7
Kaffee ohne Nachgeschmack	10,3	11,2	9,7	10,2	8,3	12,1	14,3	9,5	8,0
Raumduft-Kaffee	9,9	12,6	8,8	8,7	8,5	11,1	12,9	8,9	8,5
Kaffee mit Guarana-Zusätzen (wach machender Pflanzenextrakt)	8,8	9,5	8,4	8,7	8,4	9,2	12,6	9,2	5,5
Kaffeekirschen zum Backen oder Kochen	5,0	5,3	5,1	4,7	4,2	5,7	6,8	4,5	4,0
mehr Lebensmittel mit Kaffeegeschmack (z. B. Soßen, Kaugummi, Brot)	2,8	2,8	2,4	3,2	2,6	2,9	4,2	2,4	2,0
Zigarren mit Kaffeegeschmack	1,5	2,0	1,2	1,5	2,6	0,6	2,8	1,4	0,7
Zahnpasta mit Koffein	1,4	2,0	1,5	0,9	1,8	1,1	3,1	0,8	0,7
Umweltverträglichkeit									
eine Kaffeemaschine, die extrem wenig Strom verbraucht	37,2	39,3	36,4	36,1	35,2	39,0	35,3	36,0	39,7
Kaffee von einer Firma, die sich für die Verkürzung und Offenlegung von Produktionsketten einsetzt	20,2	24,7	18,8	17,9	19,1	21,1	22,9	18,4	19,6

Quelle: Statista Early Adopter Early Majority Late Majority Männer Frauen 18-34-Jährige 35-49-Jährige 50-64-Jährige

Welche Kaffeeprodukte wirken auf Sie besonders innovativ?

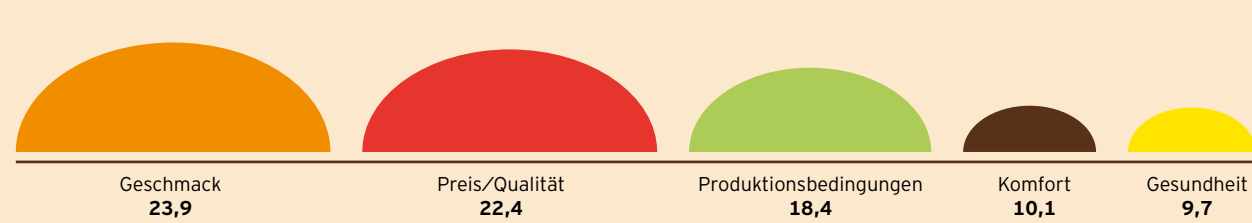
Mehrfachnennungen möglich; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent

	gesamt								
Gesundheit									
Kaffee, der gut für den Magen ist	27,7	28,8	27,6	26,9	26,6	28,7	25,1	26,7	30,6
gesunder Kaffee	29,7	31,3	28,6	29,7	30,6	28,9	27,1	27,6	33,7
Kaffee mit gesundheitsfördernder Wirkung	27,7	33,1	26,1	24,9	25,3	29,9	26,5	26,6	29,7
ein Kaffeeprodukt, das beim Abnehmen hilft	24,4	27,9	21,7	24,4	20,0	28,4	25,5	25,5	22,6
Kaffee, durch den man besser schlafen kann	18,3	20,0	17,8	17,4	16,7	19,7	21,0	16,0	18,3
Kaffee mit pflanzeneigener Süße	14,5	17,3	13,3	13,4	12,8	16,0	18,5	13,8	12,0
Gadgets und Dienstleistungen									
per Smartphone/Tablet bedienbare Kaffeemaschine	20,5	24,2	19,4	18,7	17,2	23,5	28,3	19,6	15,3
ein offener Kaffeebecher, der das Überschwappen von Kaffee und das Umfallen der Tasse verhindert	19,9	24,2	17,7	18,7	18,3	21,3	24,6	17,0	18,9
Kaffeemaschinen, die gekühlte Kaffeespezialitäten zubereiten	19,4	22,4	17,5	19,1	16,1	22,5	22,9	19,8	16,4
Steuerung der Kaffeezubereitung über das Smartphone oder Tablet (Anteile von Milch, Kaffee, Zucker etc.)	18,0	23,1	16,1	15,7	15,7	20,1	25,0	16,9	13,5
einen Kaffee, den man wie Tee in einem Beutel aufbrühen kann	17,2	17,9	16,7	17,2	15,2	19,0	20,2	17,3	14,8
Onlineplattform zum Zusammenstellen eigener Kaffeebohnenmischungen	16,2	20,0	15,3	13,9	13,7	18,4	20,9	14,3	14,2
Kaffeetassen, die keinen Kaffeerand hinterlassen	14,5	17,2	14,6	12,0	14,3	14,6	17,6	14,2	12,2
eine Kaffeemaschine im Auto, die mit Strom aus dem Zigarettenanzünder arbeitet	13,7	16,9	12,1	12,7	10,1	16,9	19,1	11,0	11,9
Mini-Induktionsfeld zum Warmhalten des Kaffees auf dem Schreibtisch	12,2	14,6	11,4	11,0	11,1	13,2	17,8	9,3	10,5
Kaffeelieferdienst vom Lieblingscafé	9,0	10,7	7,7	9,0	6,7	11,1	11,9	7,9	7,7
Geschmack, Duft, Effekt									
Kaffee, der sein Koffein besser über den Tag verteilt	21,8	23,7	21,8	20,3	20,0	23,5	27,3	19,7	19,5
Raumduft-Kaffee	10,7	12,8	9,6	10,0	10,8	10,6	10,3	9,8	11,8
Kaffee ohne Nachgeschmack	9,8	10,7	9,4	9,3	8,7	10,8	13,8	8,0	8,3
Kaffee mit Guarana-Zusätzen (wach machender Pflanzenextrakt)	8,9	10,4	7,9	8,8	8,4	9,4	12,5	8,4	6,7
Kaffeekirschen zum Backen oder Kochen	7,2	9,5	5,7	6,9	5,8	8,4	7,1	7,7	6,7
Zahnpasta mit Koffein	6,2	6,8	5,4	6,7	5,0	7,3	10,1	5,1	4,2
Zigarren mit Kaffeegeschmack	4,6	5,8	3,6	4,6	4,5	4,6	5,4	4,4	4,0
mehr Lebensmittel mit Kaffeegeschmack (z. B. Soßen, Kaugummi, Brot)	4,1	5,3	3,6	3,7	3,5	4,6	5,4	3,5	3,6
Umweltverträglichkeit									
eine Kaffeemaschine, die extrem wenig Strom verbraucht	31,9	35,1	31,5	29,5	30,4	33,2	28,6	29,7	36,4
Kaffee von einer Firma, die sich für die Verkürzung und Offenlegung von Produktionsketten einsetzt	14,6	16,2	14,2	13,8	13,8	15,4	14,7	13,3	15,8

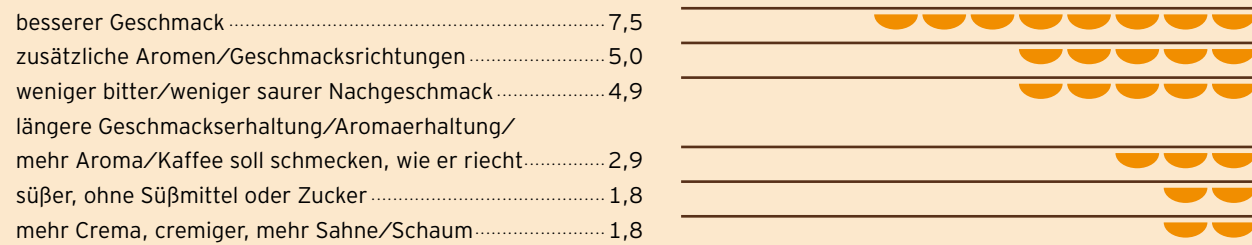
Quelle: Statista Early Adopter Early Majority Late Majority Männer Frauen 18-34-Jährige 35-49-Jährige 50-64-Jährige

Was würden Sie an Kaffee ändern, wenn das möglich wäre?

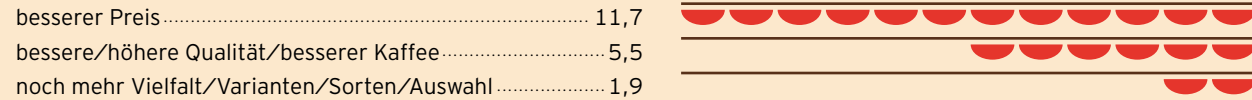
Offene Abfrage; Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahren; 2015; in Prozent



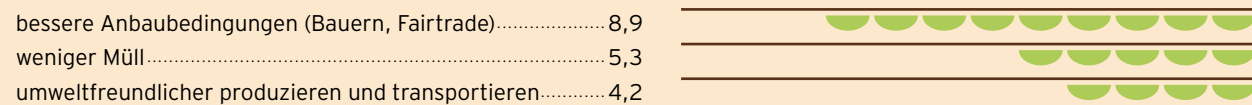
Änderungswünsche am Geschmack



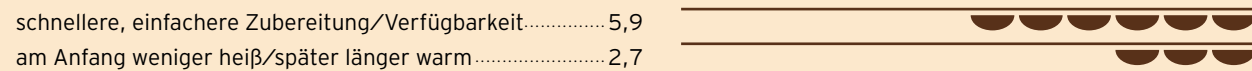
Änderungswünsche hinsichtlich Preis und Qualität



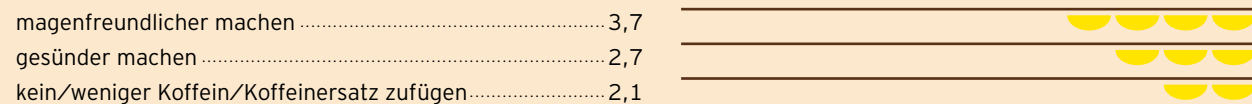
Änderungswünsche hinsichtlich Produktions- und Umweltbedingungen



Änderungswünsche in Bezug auf den Komfort



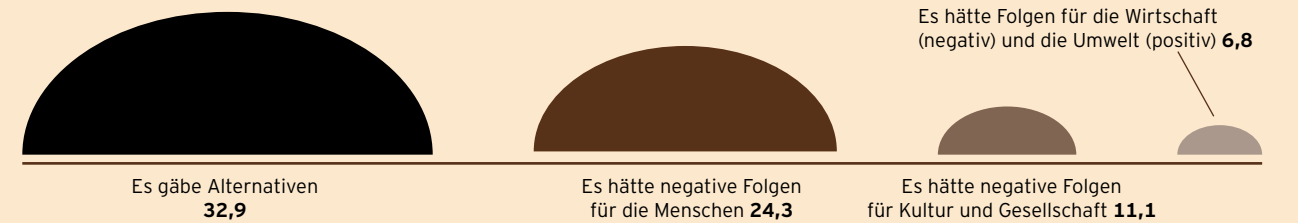
Änderungswünsche zum Thema Gesundheit



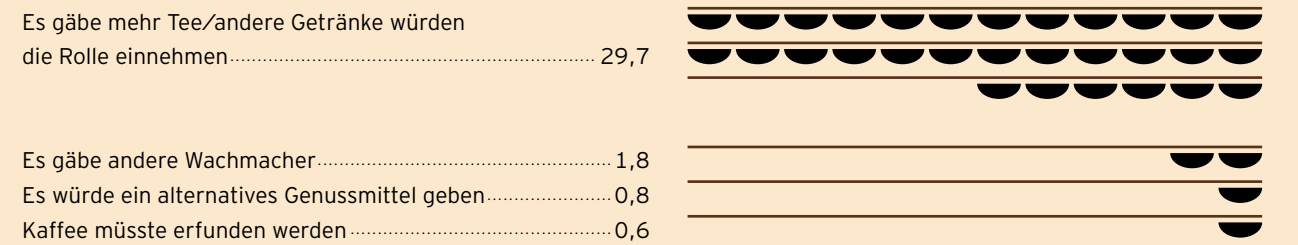
Quelle: Statista

Wie wäre die Welt ohne Kaffee?

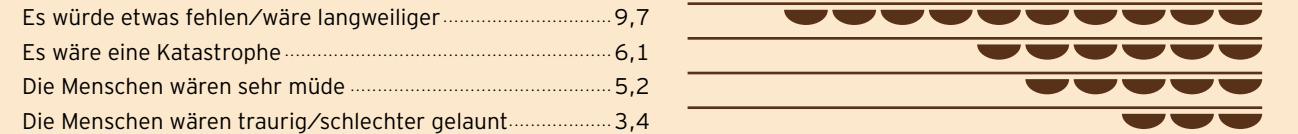
Kaffeetrinker in Deutschland von 18 bis 64 Jahre; 2015; in Prozent



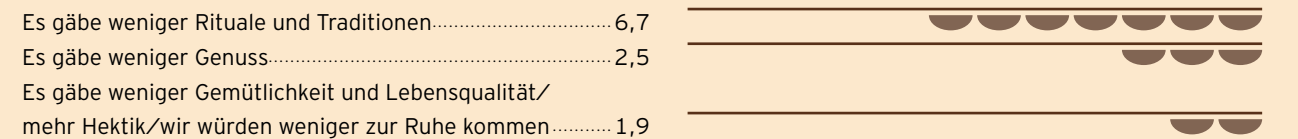
Alternativen



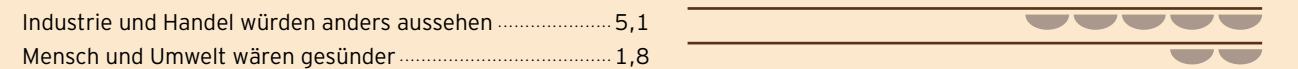
Folgen für die Menschen



Folgen für Kultur und Gesellschaft



Folgen für Wirtschaft und Umwelt



Quelle: Statista

Die Lust am Kaffee wächst und wächst

Gesamtvolumen des weltweiten Kaffeeconsums; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken



Quelle: ICO

„Wenn man nicht hier und da auf die Nase fällt, ist das ein Zeichen, dass man nichts wirklich Innovatives tut.“ (Woody Allen, amerikanischer Schauspieler, Autor und Regisseur)

Europa bleibt vorn

Kaffeeconsum der Weltregionen; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

	2011	2012	2013	2014
Europa	49 311	49 461	50 493	51 109
Asien & Ozeanien	26 452	28 014	29 159	30 446
Nordamerika	25 618	25 730	26 931	27 674
Südamerika	23 958	24 820	24 875	24 807
Afrika	9 170	10 081	10 624	10 809
Zentralamerika & Mexiko	4 974	5 035	5 030	4 979

CAGR* 2011 bis 2014:



* Compound Annual Growth Rate (jährliche Wachstumsrate). Quelle: ICO

Afrika holt auf

Volumenveränderung des Kaffeeconsums der Weltregionen, in Prozent

	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Asien & Ozeanien	5,9	4,1	4,4
Nordamerika	0,4	4,7	2,8
Afrika	9,9	5,4	1,7
Europa	0,3	2,1	1,2
Südamerika	3,6	0,2	-0,3
Zentralamerika & Mexiko	1,2	-0,1	-1,0

Quelle: ICO

Mittelamerika ist das Schlusslicht

Anteile der Weltregionen am weltweiten Kaffeeconsum; in Prozent

	2011	2012	2013	2014
Europa	35,4	34,6	34,3	34,1
Asien & Ozeanien	19,0	19,6	19,8	20,3
Nordamerika	18,4	18,0	18,3	18,5
Südamerika	17,2	17,3	16,9	16,6
Afrika	6,6	7,0	7,2	7,2
Zentralamerika & Mexiko	3,6	3,5	3,4	3,3

Quelle: ICO

„Man muss noch Chaos in sich haben, um einen tanzenden Stern gebären zu können.“
(Friedrich Wilhelm Nietzsche, Philologe und Philosoph)

Kaffeedurst im Kaffeegürtel

Ausgewählte Exportländer nach Volumen des Kaffeekonsums; 2014; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

Brasilien	20271
Indonesien	4167
Äthiopien	3656
Mexiko	2354
Philippinen	2175
Vietnam	2025
Indien	1917
Venezuela	1650
Kolumbien	1475
Thailand	1213
Madagaskar	395
Dominikanische Republik	383
Honduras	345
Guatemala	340
Haiti	340
Elfenbeinküste	317
El Salvador	275
Peru	250
Kuba	220
Costa Rica	219

Quelle: ICO

Kaffeetrinker im Kaffeegürtel

Ausgewählte Exportländer nach Pro-Kopf-Kaffeekonsum; 2014; in Kilogramm

Brasilien	6,00
Venezuela	3,25
Costa Rica	2,75
El Salvador	2,60
Honduras	2,50
Äthiopien	2,48
Dominikanische Republik	2,33
Haiti	1,95
Kolumbien	1,86
Vietnam	1,34
Philippinen	1,31
Guatemala	1,29
Mexiko	1,18
Kuba	1,17
Thailand	1,06
Madagaskar	1,01
Indonesien	0,99
Elfenbeinküste	0,82
Peru	0,48
Indien	0,09

Quelle: ICO

Kaffeanteil des Kaffeegürtels

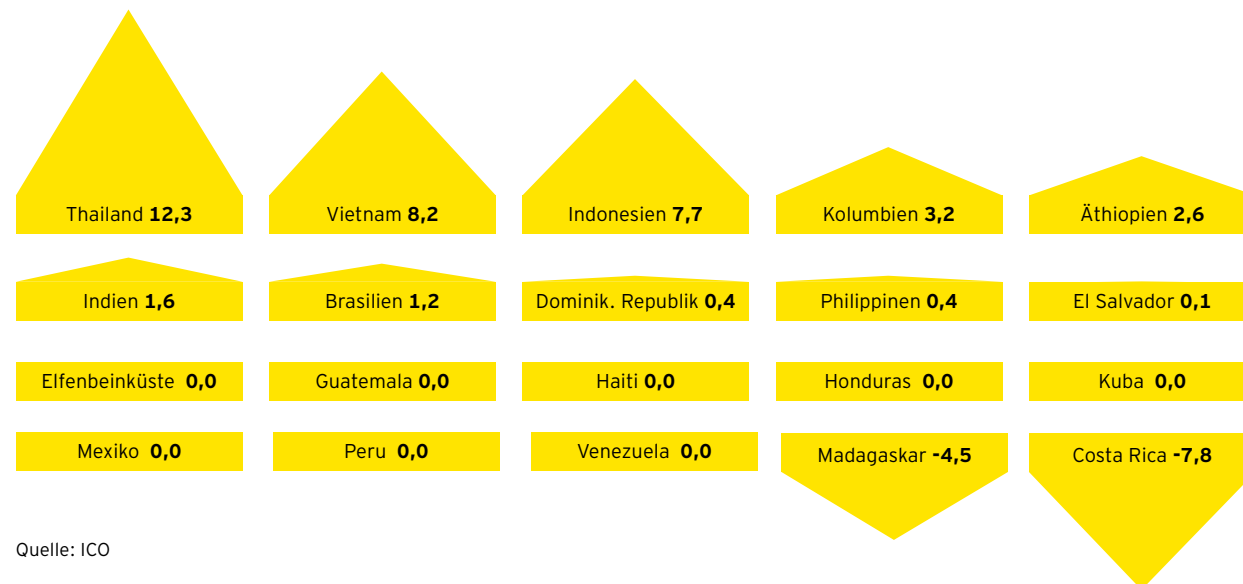
Ausgewählte Exportländer nach ihrem Anteil am weltweiten Kaffeekonsum; in Prozent

	2011	2012	2013	2014
Brasilien	14,0	14,1	13,7	13,5
Indonesien	2,4	2,5	2,7	2,8
Äthiopien	2,4	2,4	2,4	2,4
Mexiko	1,7	1,6	1,6	1,6
Philippinen	1,5	1,5	1,5	1,5
Vietnam	1,1	1,2	1,3	1,4
Indien	1,3	1,3	1,3	1,3
Venezuela	1,2	1,2	1,1	1,1
Kolumbien	1,0	1,0	1,0	1,0
Thailand	0,6	0,8	0,8	0,8
Madagaskar	0,3	0,3	0,3	0,3
Dominikanische Republik	0,3	0,3	0,3	0,3
Honduras	0,2	0,2	0,2	0,2
Guatemala	0,2	0,2	0,2	0,2
Haiti	0,2	0,2	0,2	0,2
Elfenbeinküste	0,2	0,2	0,2	0,2
El Salvador	0,2	0,2	0,2	0,2
Peru	0,2	0,2	0,2	0,2
Kuba	0,2	0,2	0,1	0,1
Costa Rica	0,2	0,2	0,2	0,1

Quelle: ICO

Kaffeelaune im Kaffeegürtel

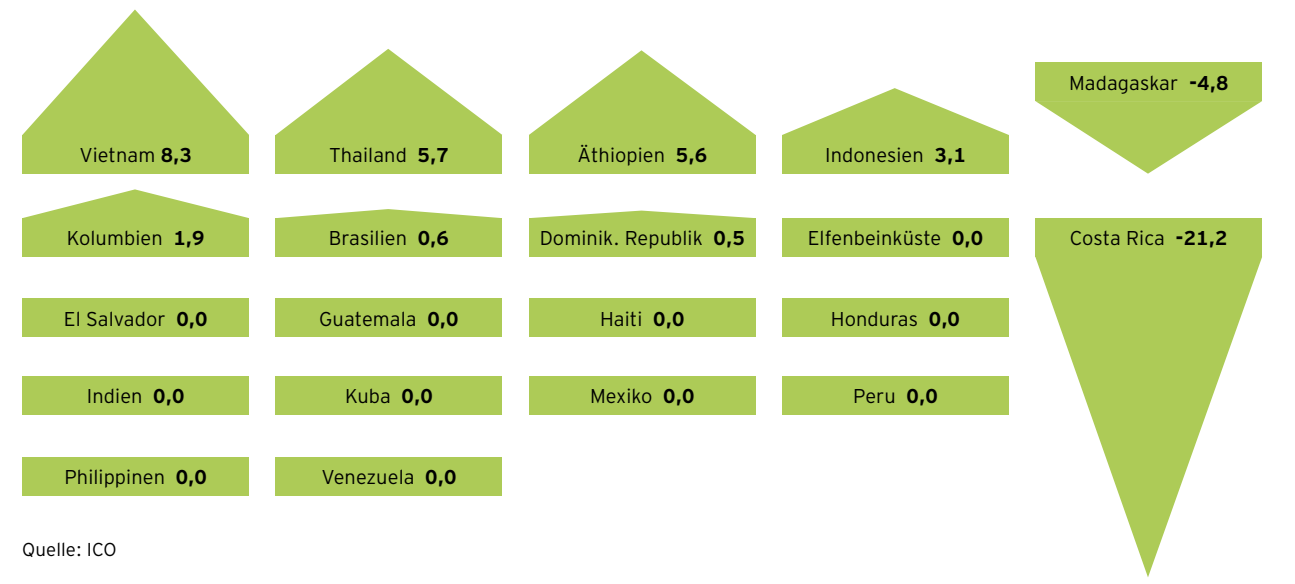
Veränderung des Kaffeekonsums ausgewählter Exportländer; CAGR 2011 bis 2014; in Prozent



Quelle: ICO

Kaffeewunsch im Kaffeegürtel

Jährliche Wachstumsrate des Kaffeekonsums ausgewählter Exportländer; 2013 bis 2014; in Prozent



Quelle: ICO

„Wenn es nur eine Wahrheit gäbe, könnte man nicht hundert Bilder über dasselbe Thema malen.“ (Pablo Picasso, spanischer Maler und Bildhauer)

„Man entdeckt keine neuen Erdteile, ohne den Mut zu haben, alle Küsten aus den Augen zu verlieren.“ (André Gide, französischer Schriftsteller und Nobelpreisträger)

Wo es kalt ist, wird Kaffee besonders gern getrunken

Pro-Kopf-Konsum von Rohkaffee ausgewählter Länder im Zeitvergleich; in Kilogramm (CAGR 2010 bis 2014 in Prozent)

	2010	2014	CAGR
Finnland	12,1	11,4	24
Schweden	7,9	10,4	24
Norwegen	9,1	8,5	17
Österreich	6,5	8,3	12
Schweiz	7,9	7,6	10
Deutschland	6,8	6,3	8
Brasilien	5,9	6,0	7
Griechenland	5,3	5,9	7
Niederlande	4,8	5,8	6
Italien	5,7	5,8	6
Estland	4,7	5,4	5
Slowenien	6,1	5,4	5
Slowakei	3,7	5,4	5
Frankreich	5,6	5,2	4
Portugal	4,2	4,7	4
Litauen	4,1	4,5	4
Spanien	4,2	4,5	4
USA	4,2	4,5	3
Zypern	5,4	4,3	3
Belgien	4,8	4,0	3
Bulgarien	3,2	3,7	3
Japan	3,4	3,5	3
Irland	2,1	3,3	3
Venezuela	3,4	3,3	3
Lettland	2,6	3,2	3
Vereinigtes Königreich	3,0	2,8	3
Rumänien	2,2	2,5	3
Tunesien	1,1	2,5	2
Ungarn	2,3	2,5	2
Polen	3,0	2,2	2
Kolumbien	1,8	1,9	2
Vietnam	1,1	1,3	2
Philippinen	0,7	1,3	2
Mexiko	1,3	1,2	2
Thailand	0,5	1,1	2
Indonesien	0,8	1,0	2
Türkei	0,5	0,7	2
Peru	0,5	0,5	2
Jemen	0,3	0,3	2
Kenia	0,1	0,1	2
Indien	0,1	0,1	2
Thailand	0,5	1,1	-1
Indonesien	0,8	1,0	-1
Türkei	0,5	0,7	-1
Peru	0,5	0,5	-1
Jemen	0,3	0,3	-1
Kenia	0,1	0,1	-1
Indien	0,1	0,1	-1
Thailand	0,5	1,1	-2
Indonesien	0,8	1,0	-2
Türkei	0,5	0,7	-2
Peru	0,5	0,5	-2
Jemen	0,3	0,3	-2
Kenia	0,1	0,1	-2
Indien	0,1	0,1	-2
Thailand	0,5	1,1	-3
Indonesien	0,8	1,0	-3
Türkei	0,5	0,7	-3
Peru	0,5	0,5	-3
Jemen	0,3	0,3	-3
Kenia	0,1	0,1	-3
Indien	0,1	0,1	-3
Thailand	0,5	1,1	-4
Indonesien	0,8	1,0	-4
Türkei	0,5	0,7	-4
Peru	0,5	0,5	-4
Jemen	0,3	0,3	-4
Kenia	0,1	0,1	-4
Indien	0,1	0,1	-4
Thailand	0,5	1,1	-6
Indonesien	0,8	1,0	-6
Türkei	0,5	0,7	-6
Peru	0,5	0,5	-6
Jemen	0,3	0,3	-6
Kenia	0,1	0,1	-6
Indien	0,1	0,1	-6
Thailand	0,5	1,1	-8
Indonesien	0,8	1,0	-8
Türkei	0,5	0,7	-8
Peru	0,5	0,5	-8
Jemen	0,3	0,3	-8
Kenia	0,1	0,1	-8
Indien	0,1	0,1	-8

Quelle: ICO

Quelle: ICO

Von der Nachkriegszeit bis heute - Deutschland einig Kaffeeland

Pro-Kopf-Rohkaffee-Verbrauch* in Deutschland; in Kilogramm



* für den deutschen Konsum verarbeitete Menge Rohkaffee; ab 1990 inklusive der neuen Bundesländer. Quelle: Deutscher Kaffeeverband

„Das Neue wird immer im Schmerz geboren.“ (Graham Greene, britischer Schriftsteller)

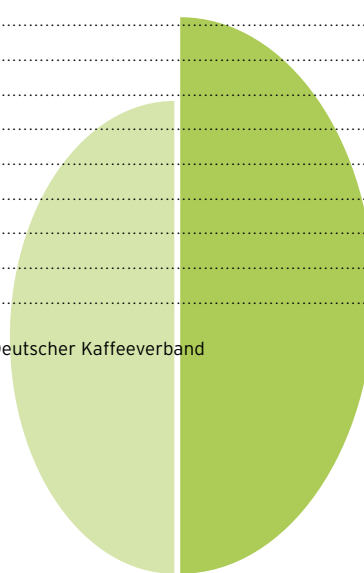
„Jede Schöpfung ist ein Wagnis.“ (Christian Morgenstern, deutscher Schriftsteller)

Mundet

Rohkaffee-Verbrauch in Deutschland; in Tonnen

1953	75417
1960	191005
1965	271100
1970	295789
1975	344999
1980	410748
1985	419306
1986	448699
1987	484429
1988	485744
1989	489407
1990	563350
1991	590101
1992	605500
1993	601200
1994	578800
1995	564600
1996	562250
1997	551480
1998	548170
1999	549520
2000	548520
2001	549530
2002	541050
2003	532030
2004	525930
2005	502835
2006	510420
2007	512020
2008	519160
2009	527160
2010	526860
2011	585340
2012	584950
2013	584560
2014	576504

Quelle: Deutscher Kaffeeverband



5,16

Pro-Kopf-Konsum von koffeinhaltigem Röstkaffee in Deutschland, 2014, in Kilogramm

0,28

Pro-Kopf-Konsum von entkoffeiniertem Röstkaffee in Deutschland, 2014, in Kilogramm

0,25

Pro-Kopf-Konsum von löslichem Kaffee in Deutschland, 2014, in Kilogramm

Quelle: Deutscher Kaffeeverband, IMF, Statista Analyse

Führt

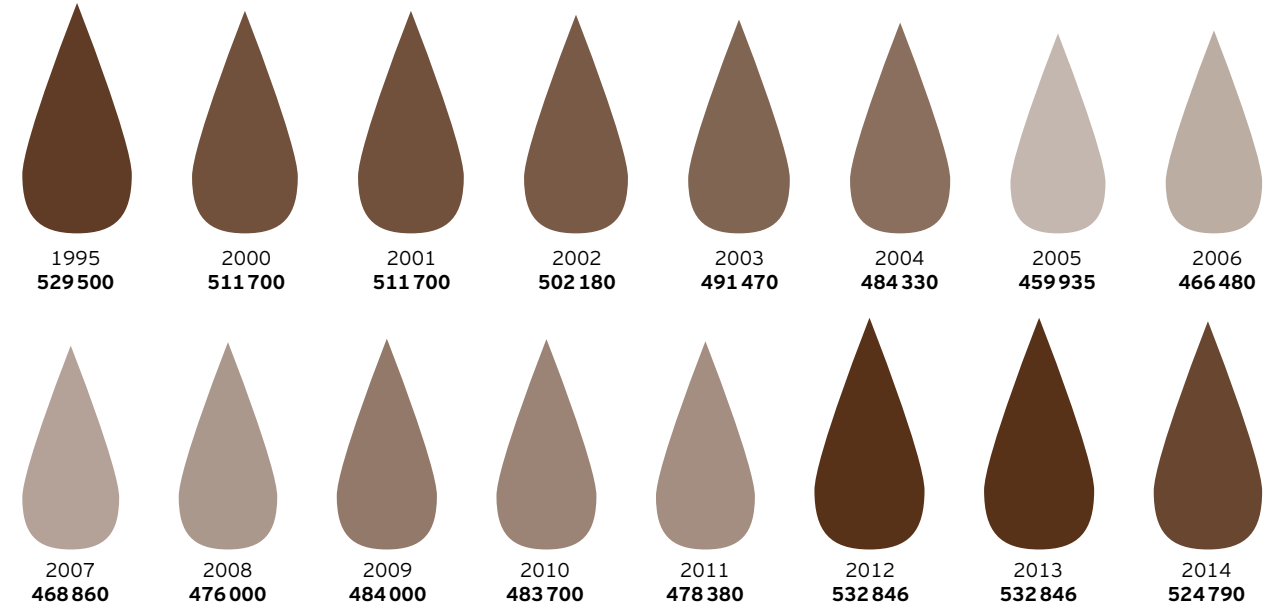
Pro-Kopf-Konsum von Kaffee, Wasser und Bier in Deutschland; 2014 in Litern

Kaffee	162,0
Heil- und Mineralwasser	143,5
Bier	107,0

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Geht mit der Zeit

Konsum von Röstkaffee in Deutschland im Zeitvergleich; in Tonnen Rohkaffeeäquivalenten



Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Schwankt

Pro-Kopf-Konsum von Röstkaffee in Deutschland im Zeitvergleich; in Kilogramm Rohkaffeeäquivalenten

1995	6,47
2000	6,22
2001	6,21
2002	6,08
2003	5,95
2004	5,87
2005	5,58
2006	5,67
2007	5,70
2008	5,80
2009	5,92
2010	5,92
2011	5,96
2012	6,62
2013	6,60
2014	6,47

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

418500

Konsum von koffeinhaltigem Röstkaffee in Deutschland, 2014; in Tonnen

22500

Konsum von entkoffeiniertem Röstkaffee in Deutschland, 2014; in Tonnen

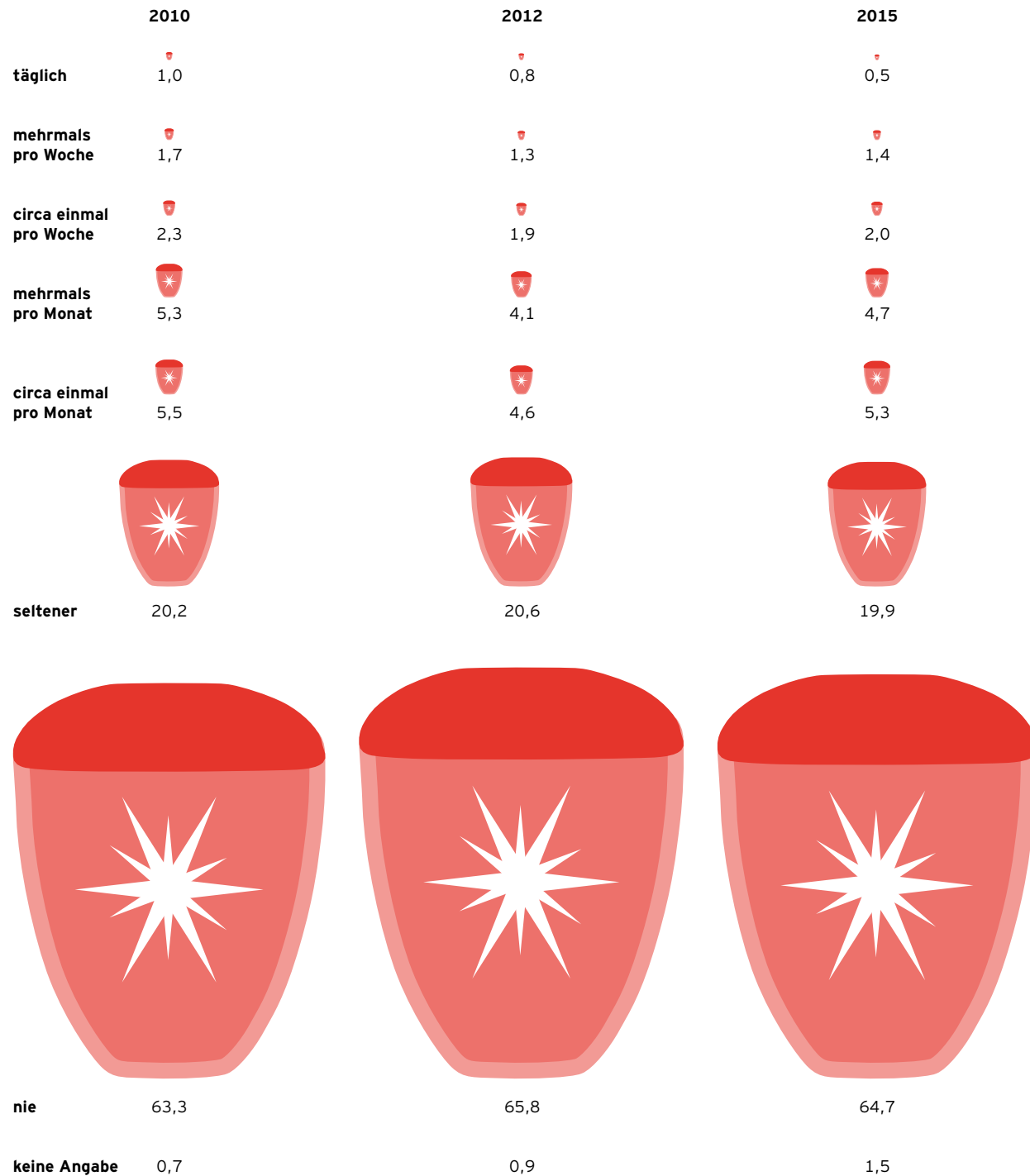
19890

Konsum von löslichem Kaffee in Deutschland, 2014; in Tonnen

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Kalter Kaffee? Nein danke

Konsumhäufigkeit von Kaffee-Kaltgetränken; deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre; in Prozent



Quelle: Verbrauchs- und Medienanalyse

„Nichts wird jemals versucht werden, wenn vorher alle denkbaren Bedenken überwunden werden müssen.“ (Samuel Johnson, englischer Gelehrter)

Klassikfans

Beliebteste* Kaffee- und Teegetränke in Deutschland; 2014; in Prozent

Röst-/Bohnenkaffee (Filtermaschine).....	71,2
Kräuter-/Früchtetee im Beutel.....	28,2
Röstkaffee in Pads/Kapseln.....	22,4
schwarzer Tee im Beutel.....	16,6
löslicher Cappuccino.....	12,0
Espresso/Caffè Crema.....	11,3
Kakao, Trinkschokolade.....	10,1
löslicher Kaffee/Pulverkaffee.....	8,7
aromatisierter schwarzer Tee im Beutel.....	7,2
grüner Tee im Beutel.....	7,2
schwarzer Tee, lose.....	6,2
Kräuter-/Früchtetee, lose.....	5,9
löslicher Latte macchiato.....	5,1
aromatisierter grüner Tee im Beutel.....	5,0
löslicher Espresso.....	3,9
löslicher Café au Lait.....	3,1
grüner Tee, lose.....	3,0
aromatisierter schwarzer Tee, lose.....	2,8
aromatisierter grüner Tee, lose.....	1,9
löslicher Café frappé.....	1,6

* Konsum mindestens einmal wöchentlich.
Quelle: Verbrauchs- und Medienanalyse

Qualitätsfans

Hauptsächlich konsumierte Röst-/Bohnenkaffeesorten in Deutschland; 2015; in Prozent

hauptsächlich	
normaler Kaffee.....	77,4
naturmilder/Schonkaffee.....	9,8
entkoffeinierter Kaffee.....	2,3
trinke keinen Röst-/Bohnenkaffee.....	9,3
auch noch	
normaler Kaffee.....	4,5
naturmilder/Schonkaffee.....	22,4
entkoffeinierter Kaffee.....	8,6
trinke keinen Röst-/Bohnenkaffee.....	k. A.

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

„Immer versucht. Immer gescheitert. Einerlei. Wieder versuchen. Wieder scheitern. Besser scheitern.“ (Samuel Beckett, irischer Schriftsteller und Nobelpreisträger)

Kaffeefans

Pro-Kopf-Konsum von Heißgetränken* in Deutschland nach Art; in Litern

	Kaffee	Kräuter-/Früchtetee	schwarzer/grüner Tee
2000.....	158,9	44,5	26,7
2001.....	159,0	44,6	26,2
2002.....	156,1	45,8	26,2
2003.....	153,5	49,8	25,2
2004.....	151,8	51,4	24,1
2005.....	145,2	52,2	24,4
2006.....	147,5	50,3	23,6
2007.....	148,2	49,1	23,7
2008.....	150,5	50,2	24,0
2009.....	153,3	49,7	24,4
2010.....	153,3	50,8	25,0
2011.....	154,6	49,6	25,6
2012.....	165,4	52,2	26,2
2013.....	165,0	53,6	26,7
2014.....	162,0	52,3	26,3

* Bohnenkaffee wurde mit 35 Gramm Röstkaffee je Liter berechnet, Tee mit 9 Gramm je Liter. Quelle: Statistisches Bundesamt; BMEL, Verbände der Getränke-Industrie, Deutsches Weininstitut

Portionsfans

Gesamtkonsum von Einzelportionen (Kapsel und Pads) in Deutschland; in Tonnen



Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Langsam - aber sicher?

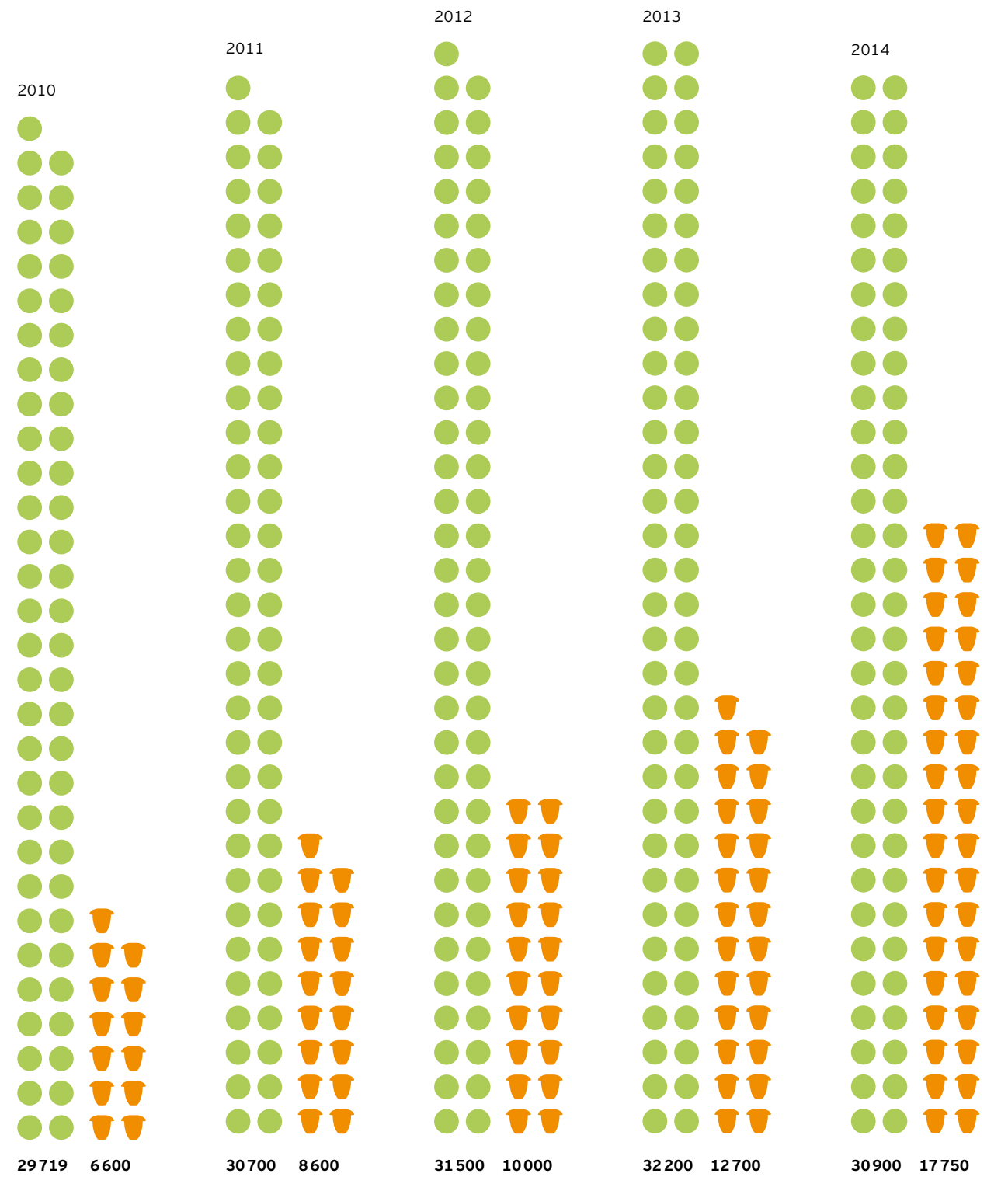
Kaffeekonsum in Form von Einzelportionen (Pads und Kapseln) in Deutschland; in Tonnen

● 500 Tonnen Pads / ☕ 500 Tonnen Kapseln



Quelle: Deutscher Kaffeeverband

„Auch muss man bedenken, dass kein Vorhaben schwieriger in der Ausführung, unsicherer hinsichtlich seines Erfolges und gefährlicher bei seiner Verwirklichung ist, als eine neue Ordnung einzuführen; denn wer ...



... Neuerungen einführen will, hat alle zu Feinden, die aus der alten Ordnung Nutzen ziehen, und hat nur lasche Verteidiger an all denen, die von der neuen Ordnung Vorteile hätten.“

(Niccolò Machiavelli, florentinischer Philosoph, Politiker, Chronist und Dichter)

Auf der Suche

In der Geschichte des Kaffees zeigt sich der menschliche Einfallsreichtum. Und eines seiner höchsten Ziele: der Genuss. Eine Zeitreise mit Hirten, Händlern und Erfindern.

Text: Lydia Gless Illustration: Jindrich Novotny

WIE DER KAFFEE IN DIE WELT KAM

Es gibt viele Legenden, wie der Mensch die anregende Wirkung der an sich recht unscheinbaren Kaffeepflanze entdeckte, die ursprünglich im Hochland Abessiniens, des heutigen Äthiopiens, wuchs. In der bekanntesten Version wundert sich Mitte des 9. Jahrhunderts der Hirte Khalid in der Provinz Kaffa darüber, dass seine Ziegen eines Abends nicht müde werden. Als er den Tieren am nächsten Tag folgt, sieht er, wie sie von den Früchten eines Strauches fressen. Er probiert sie und findet in der Nacht auch keinen Schlaf. Der Hirte erzählt davon den Mön-

chen eines nahe gelegenen Klosters, die die Früchte untersuchen, zerkleinern, sie mit Wasser aufgießen - und fortan ebenfalls nachts nicht zur Ruhe kommen. Insomnia in Abessinien - das könnte der Anfang gewesen sein.

Aber wie gesagt: Es ist eine Legende. Wahrscheinlich wurde das Wort Kaffee auch nicht von Kaffa abgeleitet, sondern vom arabischen qahwa: anregendes Getränk, Wein. Spätestens im 14. Jahrhundert sollen Händler die Pflanze in den Jemen gebracht haben, wo die ersten Kaffeepflanzen entstanden. Ein wichtiges Handelszentrum war damals übrigens eine jemenitische Hafenstadt am Roten Meer: al-Mucha beziehungsweise Mokka, die zum Namensgeber für die starke Kaffeespezialität wurde.

Die arabischen Länder hielten lange ein Monopol für den Kaffeeanbau, indem sie die Ausfuhr von Samen oder Pflanzen verhinderten. Erst im Laufe des 17. Jahrhunderts gelang es Niederländern, Kaffee jenseits seiner Heimatregion zu kultivieren - in Kolonien wie Java oder Ceylon war das Klima dafür ideal. Das war der Anfang eines globalen Siegeszugs: Heute ist Kaffee immer noch eines der wichtigsten Handelsgüter weltweit.

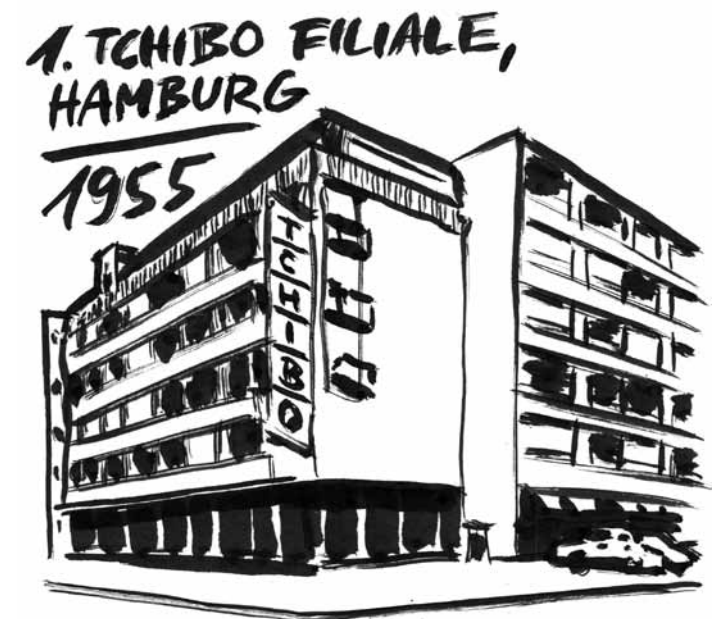


DER KAFFEE UND DAS KAFFEEHAUS

Die ersten Kaffeehäuser der Welt wurden in den Anfangsjahren des 16. Jahrhunderts in Mekka eröffnet, wo man Kaffee wohl vor allem dank der Pilger aus allen Teilen Arabiens kannte. Über Kairo, damals von den Türken besetzt, verbreitete er sich im Osmanischen Reich bis zur Hauptstadt Konstantinopel, dem heutigen Istanbul - aus dieser Zeit stammt das Wort „Türkentrunk“. In Konstantinopel gab es bereits 1554 ein Kaffeehaus. Westeuropa brauchte noch rund hundert Jahre, um auf den Geschmack zu kommen.

Das erste deutsche Kaffeehaus wurde 1673 in Bremen eröffnet, 1685 folgte eines in Wien. Die Kaffeehäuser wurden zu Treffpunkten einer urbanen Elite, die die anregende Wirkung des Trendgetränks schätzte - und es sich leisten konnte. Kein Wunder, dass dort bald Musiker zur Unterhaltung der Gäste auftraten. Johann Sebastian Bach komponierte 1734 eine - nachweislich schon 1754 auch sogenannte - Kaffee-Kantate, die erstmals im Leipziger Zimmermannschen Kaffeehaus aufgeführt wurde.

Die Kaffeehäuser hoben den Kaffeegenuss auf ein neues Niveau - und zwar nicht nur durch ihre inspirierende Atmosphäre, sondern auch mit neuen Rezepten. So wurde in Österreichs Kaffeehäusern im 19. Jahrhundert der Mokka mit ein wenig Sahne serviert, genannt Kapuziner - die Farbe erinnerte wohl an die Ordensstracht der Kapuzinermönche. Daraus entstand Ende des 19. Jahrhunderts eine der bis heute populärsten Kaffeespezialitäten: der italienische Cappuccino.



Kaffeehäuser waren enorm erfolgreich, Ende des 19. Jahrhunderts gab es sie in ganz Europa. Doch als 1895 in Bristol das Lloyd's Oriental Café eröffnete, brach wieder ein neues Zeitalter an: Das unscheinbare Café war der Beginn der ersten Kaffeehauskette der Welt: Cadena Cafés. Sie umfasste zu ihren besten Zeiten mehr als 20 Filialen im südlichen England. Die letzten wurden erst in den Siebzigerjahren geschlossen.

Eine besondere Art von Café wurde schließlich 1955 in Hamburg eröffnet. Es war der erste Laden eines kleinen Kaffeehändlers, bei dem man Kaffee viertelpfundweise günstig bestellen konnte und der nun seinen Kunden anbot, vor dem Kauf den Kaffee zu probieren - die Tasse für einen Groschen. Das war die erste Tchibo Filiale.

DIE WEITERENTWICKLUNG DES KAFFEES

Kaffee ist ein hochwertiges Naturprodukt - aber vielleicht kann man ihn noch verbessern? Zum Beispiel, indem man seine Zubereitung vereinfacht? Das wollte der Neuseeländer David Strang, als er 1890 den Instantkaffee erfand. Für seine Idee, dem fertigen Kaffee das Wasser zu entziehen und dem dabei entstehenden Pulver bei Bedarf einfach wieder welches zuzuführen, bekam er auch ein Patent. Leider gelang es ihm aber nicht, mit seiner bis heute gebräuchlichen Methode ein auch nur annähernd leckeres Getränk herzustellen.

Der gebürtige Belgier George Washington scheiterte daran einige Jahre später ebenfalls, machte mit seinem von amerikanischen Soldaten „Cup of George“ getauften Instantkaffee aber trotzdem einige Zeit gute Geschäfte: Im Ersten Weltkrieg versorgte er sie mit schnellen Portionen Koffein. Den Soldaten war es egal, wie die Plörre schmeckte - Hauptsache, sie blieben wach. Erst in den Dreißigerjahren gelang es der Schweizer Firma Nestlé, einen löslichen Kaffee zu entwickeln, dessen Aroma annähernd mit dem des Filterkaffees vergleichbar war. Einfach war das nicht: Die Forscher brauchten für die Innovation mehrere Jahre.

Anfang des 20. Jahrhunderts ging es dem Koffein an den Krallen. Der Bremer Kaffeehändler Ludwig Roselius entwickelte 1903 ein Verfahren, um Kaffee zu ent-

koffeinieren, weil er glaubte, sein Vater sei an einer Überdosis des natürlichen Wachmachers gestorben. Das Roselius-Verfahren, bei dem die rohen Bohnen zum Quellen in Salzwasser eingelegt wurden, um ihnen danach mithilfe eines Lösungsmittels das Koffein zu entziehen, ließ er sich patentieren. 1906 gründete er damit die Kaffee-Handels-Aktien-Gesellschaft - Kaffee HAG.

Entkoffeinierter Kaffee erfreut sich bis heute einiger Beliebtheit, und so wird in dem Bereich weiter geforscht: Im brasilianischen Campinas experimentieren Wissenschaftler seit 2004 mit einer von Natur aus koffeinfreien Kaffeepflanze, die bisher allerdings noch sehr empfindlich ist und nur wenige Früchte trägt. In Japan arbeiten Genforscher ebenfalls an einer koffeinfreien Kaffeepflanze, doch am Ziel sind auch sie noch nicht.

Eine große Schwäche wird den Kaffee wohl für alle Zeiten begleiten: Sein Geschmack ist sehr fragil. Wenn die Bohnen altern, verlieren sie ihr flüchtiges Aroma oder verändern sich durch Oxidation, zudem nehmen sie leicht Feuchtigkeit und Gerüche auf. Zum Glück gibt es seit 1962 die Vakuumverpackung, die dafür sorgt, dass der Geschmack auch nach längerer Lagerung bleibt, wo er ist. Die Innovation zog eine weitere nach sich: Auch im Supermarktregal lag - nachdem sich der Handel darauf eingestellt hatte - bald gemahlener Kaffee neben den ganzen Bohnen und der Instantware.

KAFFEE KOCHEN - WIE GEHT'S AM BESTEN?

Die älteste Weise, Kaffee zu kochen, die sogenannte türkische Art, ist bis heute im Nahen und

Mittleren Osten, in Griechenland und der Türkei weitverbreitet: Das sehr fein gemahlene Kaffeepulver wird mit Zucker und Gewürzen wie Kardamom oder Zimt vermischt und mit Wasser in einer langstieligen Kupfer- oder Messingkanne aufgekocht, bis es schäumt. Das Kaffeepulver setzt sich anschließend in der Tasse nicht vollständig ab, doch abgeseiht wird trotzdem nicht. Das gefällt natürlich nicht jedem, und so gab es immer wieder neue Ideen, wie sich Kaffee ohne Pulverrückstände aufbrühen lassen könnte.

Zu Beginn des 19. Jahrhunderts entwickelte ein findiger Tüftler in Paris den ersten modernen Perkulator. Heißes Wasser, haben wir in der Schule gelernt, dehnt sich aus und steigt auf - und darauf beruht sein Prinzip: Perkolatoren bestehen aus einem unteren Teil, der mit Wasser gefüllt ist, und einem oberen, in dem sich das Kaffeepulver befindet. Beim Erhitzen steigt das Wasser über ein Rohr nach oben, tröpfelt dort auf das Kaffeepulver und läuft dann über einen Filter zurück in den unteren Teil. Ein potenziell endloses Kreislaufsystem, bei dem man darauf achten muss, den Kaffee nicht zu lange kochen zu lassen - er wird sonst ungenießbar.

Es gab verschiedene Varianten des Perkulators. Bis heute allgemein gebräuchlich ist die Caffettiera oder auch Moka genannte Kanne aus Aluminium, die man einfach auf den Herd stellt und die in keinem italienischen Haushalt fehlt. Sie funktioniert nach dem Dampfdruckprinzip und hat den Vorteil, dass das Wasser nur einmal durch das Pulver zieht, man also nicht auf die Zeit achten muss. Außerdem sieht sie gut aus: Ihre achteckige Form erdach-

te der italienische Erfinder Alfonso Bialetti 1933.

Anfang des 20. Jahrhunderts wurde in Mailand nach mehreren Jahrzehnten des Herumprobierens eine funktionsfähige Espressomaschine hergestellt und patentiert, die nach dem vertikalen Prinzip arbeitete. Sie stellte „Caffè espresso“ her, indem das erhitzte Wasser



mit Druck durch fein gemahlene Kaffeepulver gepresst wurde. Ursprünglich geschah das mit Dampf, dessen Druck allerdings so gering war, dass der Geschmack des Kaffees zu wünschen übrig ließ.

Das änderte sich erst, als sich der Kaffeebarkeeper Achille Gaggia 1938 eine Espressomaschine patentieren ließ, die dank einer neuen Kolbentechnik das Wasser mit ausreichend hohem Druck so schnell durch das fein gemahlene Pulver presste, dass sich goldener Schaum auf der Oberfläche des Getränks bildete. Das ist die sogenannte Crema, in der Kaffeeöle sowie sehr viel Kaffeearoma ent-

halten sind und die den Espresso so lecker macht.

Aber auch diese Maschine ließ sich verbessern: Der Hebel, mit dem das Wasser ursprünglich durch den Kaffee gedrückt worden war, wurde 1961 durch eine elektrische Pumpe ersetzt, mit der sich der Druck leichter regulieren ließ. Seit den Achtzigerjahren existieren Kaffeefullautomaten, die alle Schritte der Zubereitung - das Mahlen, Portionieren, Andrücken, Erhitzen des Wassers und Pressen mit Druck durch das Kaffeepulver - eigenständig ausführen.

Die hierzulande weitverbreitete Zubereitung mit einem Papierfilter wurde erst Anfang des vorigen Jahrhunderts erfunden. Zwar hatte es zuvor schon Filter gegeben, zum Beispiel aus Baumwolle, aber erst die Dresdner Hausfrau Melitta Bentz benutzte Papier. Sie durchlöcherte den Boden einer Messingdose und bedeckte ihn anschließend mit Löschpapier aus dem Schulheft ihres Sohnes: Das Kaffeepulver blieb hängen - und der Kaffee schmeckte.

Angesichts der Begeisterung in ihrem Bekanntenkreis meldete Melitta Bentz für ihre Erfindung 1908 Gebrauchsmusterschutz an und begann in ihrer Wohnung, gemeinsam mit ihrem Mann Hugo, Papierfilter herzustellen. Die Nachfrage stieg stetig, und so entwickelte sich langsam eine florierende Firma. 1913 lässt das Unternehmen sein über die Jahre weiterentwickeltes Filterpapier schließlich patentieren. Papierfilter gibt es inzwischen viele, aber nur eine Marke darf sie Filtertüte nennen - den Begriff hat sich Melitta schützen lassen.





DER KAFFEE IM MASCHINENZEITALTER

Auf der Suche nach der wohl-schmeckendsten Zubereitung von Kaffee wurden noch weitere Gerätschaften erfunden, wie die Karlsbader Kanne, die mit einem Doppelsieb aus Porzellan funktioniert, oder die French-Press-Kanne, in der das Kaffeepulver in der Glasanne mit heißem Wasser aufgebrüht und dann mithilfe eines Sieb-stempels herunterdrückt wird.

Aber der Trend zur Automati-sierung im 20. Jahrhundert machte auch vor Kaffee nicht halt. Die erste elektrische Kaffeemaschine der Welt, die unter dem Namen Wigomat verkauft wurde, bereite-te ab 1954 automatisch Filterkaffee zu. Schon sie unterschied sich nicht groß von all den Kaffeemaschinen in Küchen, Cafés und Büros, die heute unseren Alltag begleiten.

Einen anderen, höchst innovativen Weg ging in den Siebzigerjahren der Schweizer Ingenieur Eric Favre, als er eine Kapsel-Maschine entwickelte, mit der man zu Hause Espresso auf dem Niveau einer italienischen Bar herstellen sollte: Dafür wird heißes Wasser mit hohem Druck durch eine frisch der Verpackung entnommene und erst in der Maschine perforierte kleine Aluminium-Portionskapsel gepresst, bis der fertige Espresso herausläuft. Favres Arbeitgeber Nestlé war von der Idee allerdings anfangs nur wenig begeistert, sodass das System unter dem Namen Nespresso erst 1986 auf den Markt kam.

Es dauerte, bis sich das Kapsel-system durchsetzte, erst mit der Zeit wurde es ein Erfolg. Doch auch diese Innovation ließ sich weiterentwickeln: 2005 präsentierte Tchibo Cafissimo, das erste Kapsel-system, mit dem sich Filterkaffee, Espresso und Caffè Crema mit drei unterschiedlichen Brühdruckstufen in einem Gerät zubereiten lassen. Und 2001 entwickelten der 1753 gegründete Kaffeehändler Douwe Egberts und der Elektronikonzern Philips gemeinsam die kompostierbaren Kaffeepads für das Senseo-System.

Der nächste Schritt wird vielleicht eine ganz neue Ära einleiten, denn die Digitalisierung wird auch vor Kaffee nicht stehen bleiben. Im sogenannten Smart Home ist alles mit allem vernetzt, die Entwickler sprechen - analog zur Industrie - bereits vom Haushalt 4.0.

In ihm wird die nächste Generation der Kaffeemaschine programmierbar sein, sodass sie jedem Nutzer seinen eigenen, speziellen Kaffee zubereiten kann. Man wird sie vom Mobiltelefon aus steuern können. Die digitale Kaffeemaschine wird wissen, wann sie wie und wo gewartet werden sollte, ob der Kaffee verbraucht ist und wer aus der Familie wie viel getrunken hat - Letzteres schickt sie möglicherweise gleich an den jeweiligen Fitness-Tracker, der daraus seine eigenen Schlüsse ziehen kann. Und das wird vermutlich noch längst nicht alles sein: Der Fantasie ist bei der Digitalisierung des Kaffees keine Grenzen gesetzt.

ES GEHT IMMER, IMMER WEITER

Lange war in Deutschland nur Filterkaffee wirklich guter Kaffee, doch heute gilt, was in vielen Bereichen unserer Gesellschaft alte Gewissheiten ersetzt hat: Was gefällt, ist erlaubt. Ob Cappuccino, Café au Lait, Latte macchiato, Caffè latte, Espresso macchiato oder Flat white, also Espresso mit minimal geschäumter Milch - Hauptsache lecker! Das gilt auch für die Zubereitung. Fast alles ist möglich, von der bedächtigen Handarbeit mit Porzellanfilter über die vollautomatische Kaffeemaschine bis zur flotten Tasse per Einzelportion. Und es geht immer weiter.

So kann man Kaffee etwa auch kalt aufbrühen. Für den Cold Brew wird grobes Kaffeepulver mit kaltem Wasser aufgegossen, anschließend muss er mindestens zwölf Stunden abgedeckt ruhen. Dann wird die Flüssigkeit abgeseiht und entweder pur getrunken oder mit kaltem beziehungsweise heißem Wasser verlängert. So zubereiteter Kaffee enthält fast genauso viel Koffein, aber angeblich deutlich weniger Säure und Bitterstoffe, was ihn besonders bekömmlich machen soll. Er kann zwei Wochen im Kühlschrank aufbewahrt werden.

Wer seinen Kaffee gern kalt trinkt, sollte auch Ice Brewed Coffee probieren. Das ist normaler Handfilterkaffee, nur dass in das Auffanggefäß Eiswürfel gegeben werden, sodass sich der durchlaufende Kaffee schnell abkühlt und sich weniger Bitterstoffe bilden. Ein neues, kraftvolles Sommergetränk.

Etwas exotischer ist der Bulletproof Coffee, für den man einer

Tasse Kaffee einen Löffel Butter und etwas Kokosöl zufügt. Das soll Kraft für den Tag geben und wird vor allem von Menschen geschätzt, die einer Paläo-Diät folgen, sich also ernähren wie in der Steinzeit.

Wer zu viel davon trinkt, kann überflüssige Pfunde eventuell mit Zielona wieder loswerden: Für das Getränk aus Polen werden grüne, also ungeröstete Kaffeebohnen gemahlen und in kleine Tüten gefüllt, die wie Teebeutel aufgebrüht werden. Das Resultat hat geschmacklich nichts mit Kaffee zu tun, ist aber voller Koffein und Chlorogensäure, die den Blutzuckerspiegel regulieren und beim Abnehmen helfen sollen.

Selbst für die getrockneten Schalen der Kaffeebohnen, die früher als Abfall entsorgt wurden, hat

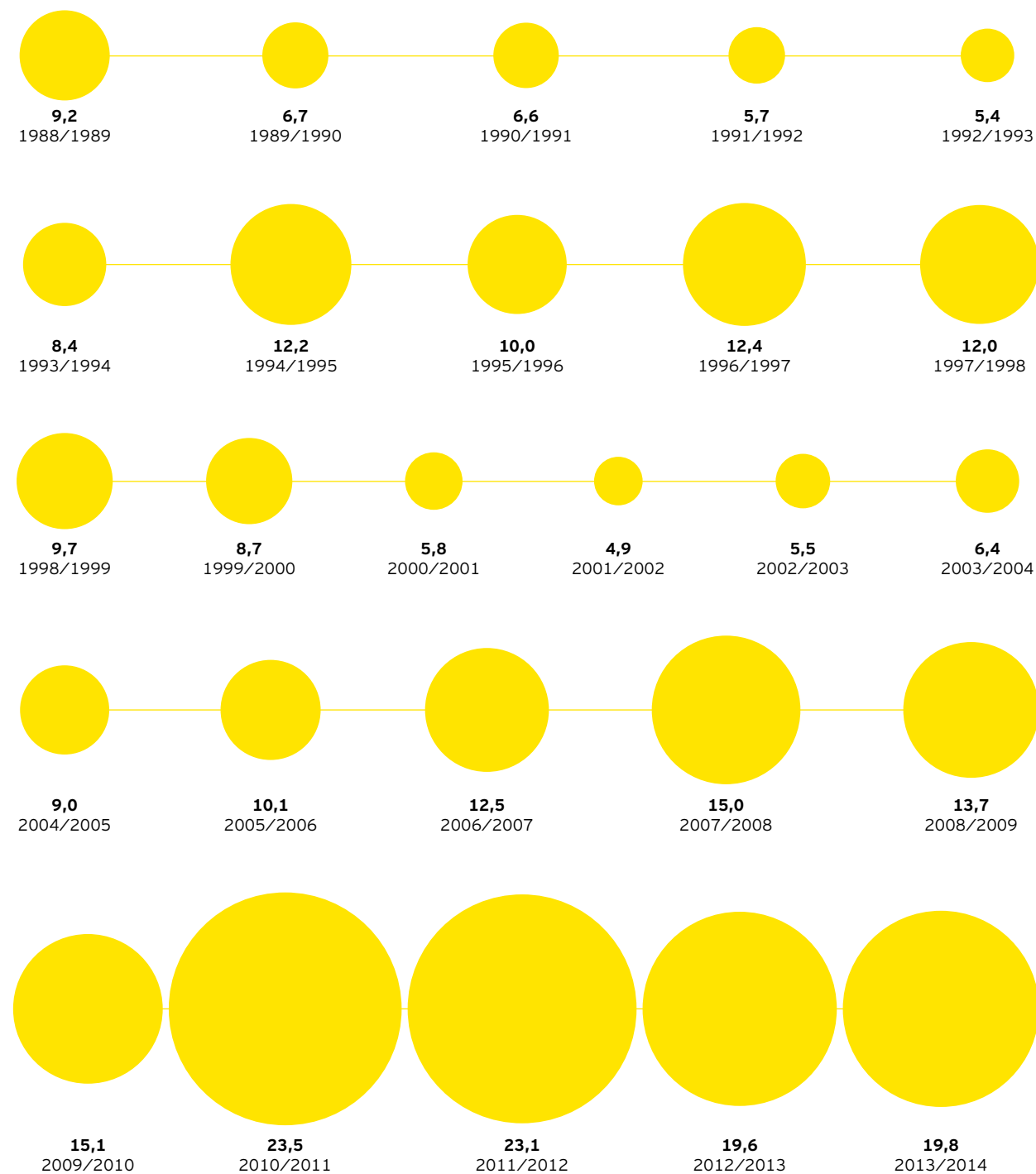
sich eine Verwendung gefunden. Übergießt man sie mit heißem Wasser und lässt sie einige Minuten ziehen, erhält man Cascara, ein fruchtig schmeckendes Getränk, das achtmal mehr Koffein enthält als Kaffee. In England ist Cascara mittlerweile ein Szenegetränk, hierzulande wurde gerade ein Erfrischungsgetränk auf Basis von Kaffeekirschen entwickelt: Selosoda heißt es, soll im Koffeingehalt zwei Espressi entsprechen, zugesetzt sind außerdem Kohlen-säure, Orangensaft und Zitrone, aber kein Zucker.

War's das? Wohl kaum. Der Mensch ist von Natur aus ein Erfinder, gerade auch, was den Genuss angeht. Die Geschichte des Kaffees ist noch lange nicht zu Ende - sie hat gerade erst begonnen. //



Unregelmäßiges Wachstum

Wert aller Kaffee-Exporte der Anbauländer nach Kaffeejahr*; 1990 bis 2014; in Millionen US-Dollar



* jeweils Oktober bis September. Quelle: ICO, Deutscher Kaffeeverband

„Wenn du schnell vorankommen willst, geh allein. Wenn du weit vorankommen willst, geh mit anderen.“ (Afrikanische Weisheit)

Verlässliche Größe

Durchschnittlicher Export-Erlös für eine Tonne Rohkaffee; in US-Dollar pro Tonne

	2000	2010	2011	2012
Kolumbien.....	2 103	4 603	6 049	4 830
Costa Rica.....	2 065	3 528	4 920	4 803
El Salvador.....	2 262	3 301	4 510	4 632
Mexiko.....	2 327	3 523	5 926	4 492
Nicaragua.....	2 072	3 351	4 924	4 379
Äthiopien.....	2 147	3 194	5 307	4 358
Guatemala.....	1 972	3 033	4 061	4 226
Honduras.....	2 156	3 356	5 371	4 218
Papua-Neuguinea.....	1 601	3 223	4 982	4 037
Belgien.....	1 713	2 958	4 590	3 861
Peru.....	1 566	3 864	5 382	3 842
Brasilien.....	1 613	2 893	4 466	3 805
Deutschland.....	2 124	3 133	4 531	3 796
China.....	1 737	2 983	4 600	3 635
Tansania.....	1 935	2 893	3 618	3 478
Indien.....	1 081	2 134	2 933	2 817
Indonesien.....	925	1 877	2 990	2 783
Uganda.....	851	1 780	2 478	2 193
Vietnam.....	681	1 520	2 191	2 121
Elfenbeinküste.....	792	1 762	1 517	1 848

Veränderung 2000-2012

Kolumbien.....	130 %
Costa Rica.....	133 %
El Salvador.....	105 %
Mexiko.....	93 %
Nicaragua.....	111 %
Äthiopien.....	103 %
Guatemala.....	114 %
Honduras.....	96 %
Papua-Neuguinea.....	152 %
Belgien.....	125 %
Peru.....	145 %
Brasilien.....	136 %
Deutschland.....	79 %
China.....	109 %
Tansania.....	80 %
Indien.....	161 %
Indonesien.....	201 %
Uganda.....	158 %
Vietnam.....	211 %
Elfenbeinküste.....	133 %

CAGR 2000-2012

Kolumbien.....	7 %
Costa Rica.....	7 %
El Salvador.....	6 %
Mexiko.....	6 %
Nicaragua.....	6 %
Äthiopien.....	6 %
Guatemala.....	7 %
Honduras.....	6 %
Papua-Neuguinea.....	8 %
Belgien.....	7 %
Peru.....	8 %
Brasilien.....	7 %
Deutschland.....	5 %
China.....	6 %
Tansania.....	5 %
Indien.....	8 %
Indonesien.....	10 %
Uganda.....	8 %
Vietnam.....	10 %
Elfenbeinküste.....	7 %

Quelle: FAO, Statista

„Erst ignorieren sie dich, dann lachen sie über dich, dann bekämpfen sie dich, dann hast du gewonnen.“ (Mahatma Gandhi)

Wer hat am meisten?

Die Top-20-Exportländer (2012) von Rohkaffee nach Volumen; in Tonnen

	1970	2000	2012
Vietnam	2 344	733 900	1 732 156
Brasilien	962 629	967 042	1 503 713
Indonesien	104 413	337 600	447 064
Kolumbien	390 377	508 399	396 365
Deutschland	3 880	167 070	370 930
Honduras	25 578	167 000	317 247
Peru	45 572	142 909	265 468
Guatemala	95 125	291 540	226 704
Indien	29 555	161 508	216 703
Äthiopien	k. A.	118 911	203 652
Belgien	k. A.	74 459	192 036
Uganda	191 244	142 559	169 038
Mexiko	80 905	280 059	160 771
Nicaragua	29 893	82 347	119 631
Costa Rica	69 084	132 700	87 148
Elfenbeinküste	195 309	308 057	81 974
Papua-Neuguinea	25 783	66 600	64 897
El Salvador	117 780	150 398	64 724
China	32 295	3 511	59 936
Tansania	44 996	54 167	53 291

Quelle: FAO

Wer bekommt am meisten?

Die Top-20-Exportländer (2012) von Rohkaffee nach Umsatz; in Millionen US-Dollar

	1970	2000	2012
Brasilien	939	1 560	5 722
Vietnam	1	500	3 673
Kolumbien	467	1 069	1 914
Deutschland	5	355	1 408
Honduras	26	360	1 338
Indonesien	69	312	1 244
Peru	45	224	1 020
Guatemala	101	575	958
Äthiopien	k. A.	255	888
Belgien	k. A.	128	742
Mexiko	86	652	722
Indien	30	175	610
Nicaragua	32	171	524
Costa Rica	73	274	419
Uganda	142	121	371
El Salvador	119	340	300
Papua-Neuguinea	23	107	262
Kenia	62	154	261
China	14	6	218
Tansania	44	105	185

Quelle: FAO

Nicht wenige Verlierer

Veränderung des Rohkaffee-Export-Volumens von 2000-2012; in Prozent



Quelle: FAO, Statista Analyse

Fast nur Gewinner

Veränderung des Rohkaffee-Export-Umsatzes von 2000-2012; in Prozent



Quelle: FAO, Statista Analyse

„Wenn eine Idee zuerst nicht absurd erscheint, dann taugt sie nichts.“

(Albert Einstein, Physiker und Nobelpreisträger)

„In der Idee leben heißt das Unmögliche behandeln, als wenn es möglich wäre.“

(Johann Wolfgang von Goethe, deutscher Dichter)

Röstmeister

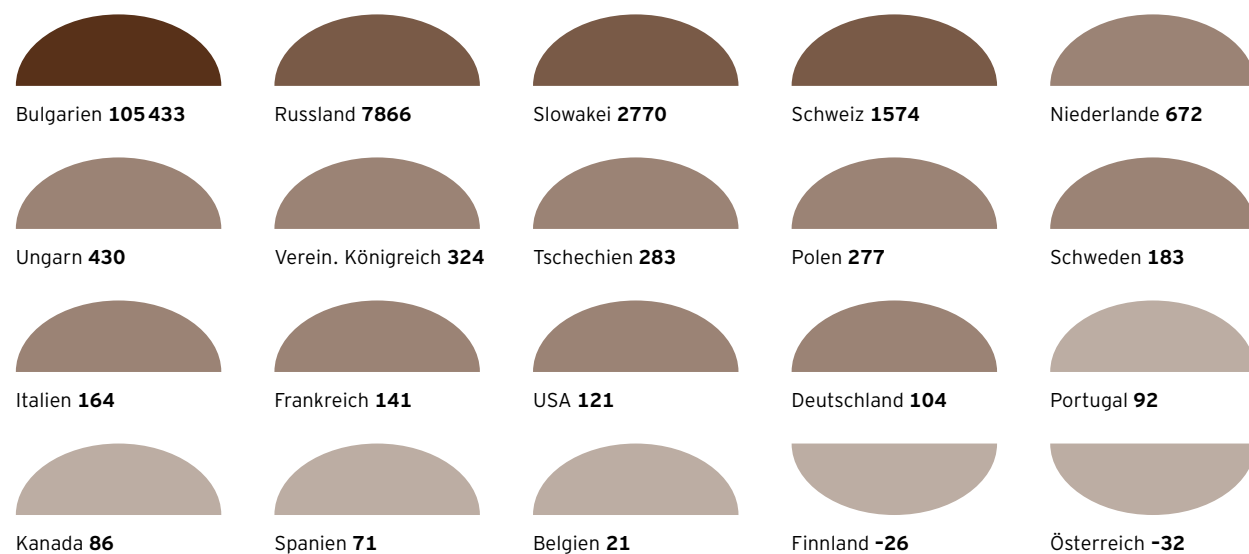
Die Top-20-Exportländer (2012) von Röstkaffee nach Volumen; in Tonnen

	1970	2000	2012
Deutschland	1 610	83 048	169 196
Italien	411	51 694	136 522
USA	4865	42 277	93 471
Belgien	k. A.	46 243	55 910
Polen	0	14 299	53 930
Niederlande	4 049	6 597	50 915
Schweiz	10 343	2 803	46 911
Kanada	0	19 885	36 921
Slowakei	k. A.	965	27 699
Schweden	472	8 148	23 020
Frankreich	375	7 735	18 669
Ungarn	0	3 265	17 289
Tschechien	0	4 130	15 810
Österreich	7	19 484	13 159
Vereinigtes Königreich	468	2 748	11 651
Portugal	78	5 379	10 347
Spanien	19	5 789	9 894
Russland	k. A.	88	7 010
Bulgarien	k. A.	6	6 332
Finnland	31	7 991	5 887

Quelle: FAO

Überwiegend positiv

Veränderung des Röstkaffee-Export-Volumens von 2000-2012; in Prozent



Quelle: FAO, Statista Analyse

„Was die Zukunft anbelangt, so haben wir nicht die Aufgabe, sie vorherzusehen, sondern sie zu ermöglichen.“ (Antoine de Saint-Exupéry, französischer Schriftsteller und Pilot)

Handelsmeister

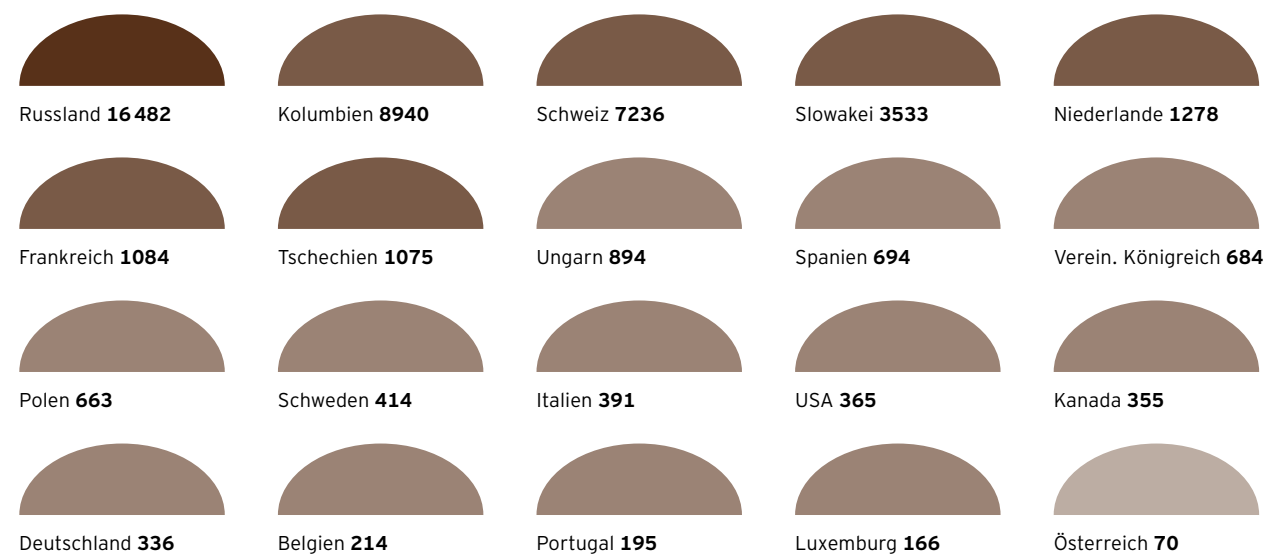
Die Top-20-Exportländer (2012) von Röstkaffee nach Umsatz; in Millionen US-Dollar

	1970	2000	2012
Schweiz	15,00	24,44	1 792,67
Italien	0,74	256,30	1 259,52
Deutschland	3,28	265,30	1 157,25
USA	8,70	190,55	885,34
Belgien	k. A.	147,63	463,08
Kanada	0,00	92,58	421,51
Frankreich	0,70	32,61	386,11
Niederlande	7,33	27,19	374,60
Polen	0,00	43,86	334,68
Vereinigtes Königreich	0,58	25,28	198,24
Slowakei	k. A.	5,45	197,97
Schweden	0,83	33,13	170,29
Spanien	0,03	16,78	133,23
Tschechien	k. A.	10,41	122,33
Österreich	0,02	61,96	105,13
Ungarn	0,00	9,86	97,96
Portugal	0,08	22,22	65,55
Russland	k. A.	0,28	47,09
Luxemburg	k. A.	15,82	42,02
Kolumbien	0,00	0,46	41,76

Quelle: FAO

Durchweg gewachsen

Veränderung des Röstkaffee-Export-Umsatzes von 2000-2012; in Prozent

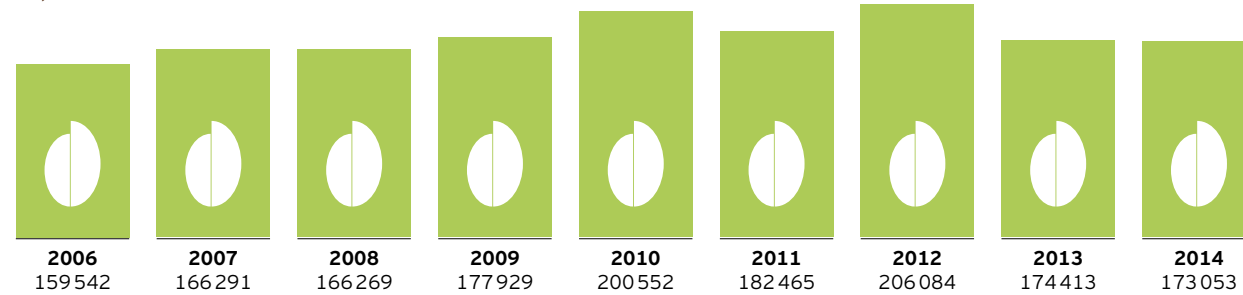


Quelle: FAO, Statista Analyse

„Herr der Vergangenheit ist, wer sich erinnern kann. Herr der Zukunft ist, wer sich wandeln kann.“ (Chinesische Weisheit)

Kleinteilige Entwicklung

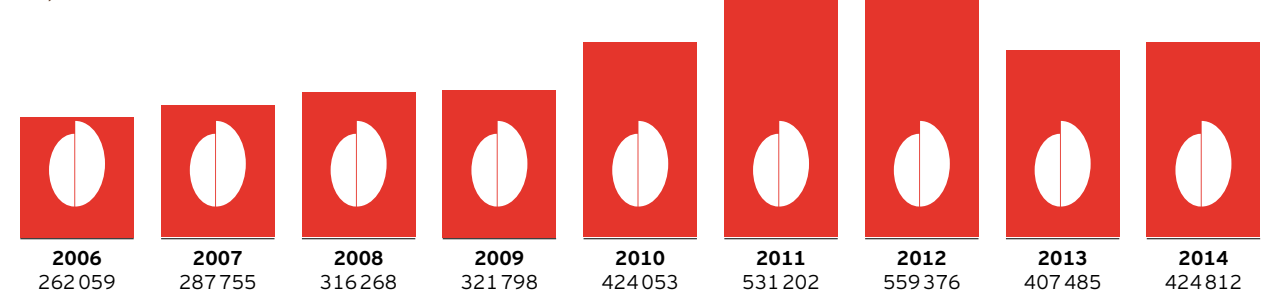
Exportvolumen von Rohkaffee aus Deutschland; in Tonnen



Quelle: Destatis

Großzügige Verbesserung

Exportwert von Rohkaffee aus Deutschland; in Tausend Euro



Quelle: Destatis

In alle Welt

Exportvolumen von Rohkaffee aus Deutschland nach ausgewählten Ländern; 2014; in Tonnen

Polen	74.270	Luxemburg	158
Ungarn	13.792	Türkei	141
Frankreich	11.121	Südafrika	119
USA	10.371	Lettland	111
Niederlande	9.717	Estland	107
Österreich	8.020	Montenegro	74
Belgien	7.230	Georgien	65
Italien	6.923	Zypern	61
Schweden	5.665	Singapur	49
Australien	3.306	Taiwan	47
Schweiz	2.581	Japan	47
Malaysia	2.447	Volksrepublik China	44
Bulgarien	1.816	Vereinigte Arabische Emirate	23
Tschechien	1.574	Kasachstan	21
Rumänien	1.534	Slowenien	17
Finnland	1.403	Bahrain	16
Spanien	1.341	Liechtenstein	15
Slowakei	1.214	Belarus	12
Dänemark	1.168	Indonesien	11
Russland	1.103	Hongkong	11
Vereinigtes Königreich	1.038	Tunesien	8
Ukraine	794	Irland	4
Serbien	783	Mongolei	3
Kroatien	692	Armenien	3
Griechenland	456	Republik Moldau	2
Litauen	410	Färöer	1
Island	345	Portugal	1
Norwegen	298	Aserbajdschan	1
Israel	253	Islamische Republik Iran	1
Republik Korea	219		

Quelle: Destatis

In verschiedene Richtungen

Veränderung des Exportvolumens von Rohkaffee aus Deutschland nach ausgewählten Ländern; 2006-2014; in Prozent

Polen	104,0	Luxemburg	k. A.
Ungarn	668,8	Türkei	438,2
Frankreich	0,6	Südafrika	126,9
USA	320,8	Lettland	-85,9
Niederlande	2,3	Estland	11833,3
Österreich	-87,3	Montenegro	k. A.
Belgien	13,3	Georgien	k. A.
Italien	179,8	Zypern	235,4
Schweden	360,6	Singapur	-15,8
Australien	12862,7	Taiwan	-27,1
Schweiz	306,6	Japan	7650,0
Malaysia	1718,3	Volksrepublik China	2643,8
Bulgarien	1444,1	Vereinigte Arabische Emirate	k. A.
Tschechien	38,0	Kasachstan	3450,0
Rumänien	121,7	Slowenien	-69,3
Finnland	340,4	Bahrain	1500,0
Spanien	-90,6	Liechtenstein	k. A.
Slowakei	-30,4	Belarus	-61,3
Dänemark	-55,9	Indonesien	-70,4
Russland	-5,7	Hongkong	k. A.
Vereinigtes Königreich	133,5	Tunesien	k. A.
Ukraine	428,7	Irland	k. A.
Serbien	k. A.	Mongolei	k. A.
Kroatien	238,9	Armenien	-96,3
Griechenland	346,1	Republik Moldau	k. A.
Litauen	185,1	Färöer	k. A.
Island	547,8	Portugal	-99,3
Norwegen	-51,3	Aserbajdschan	k. A.
Israel	19361,5	Islamische Republik Iran	k. A.
Republik Korea	207,9		

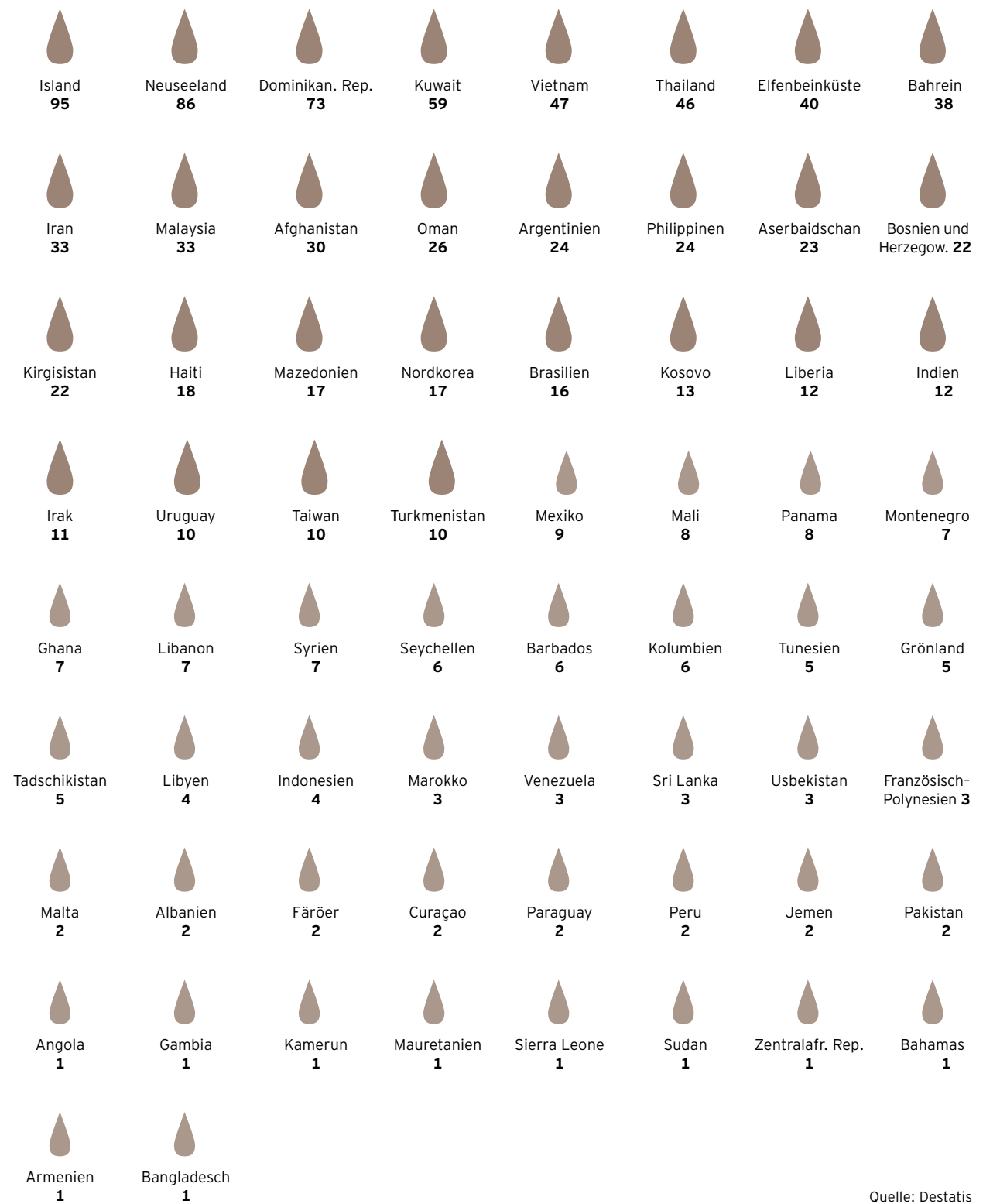
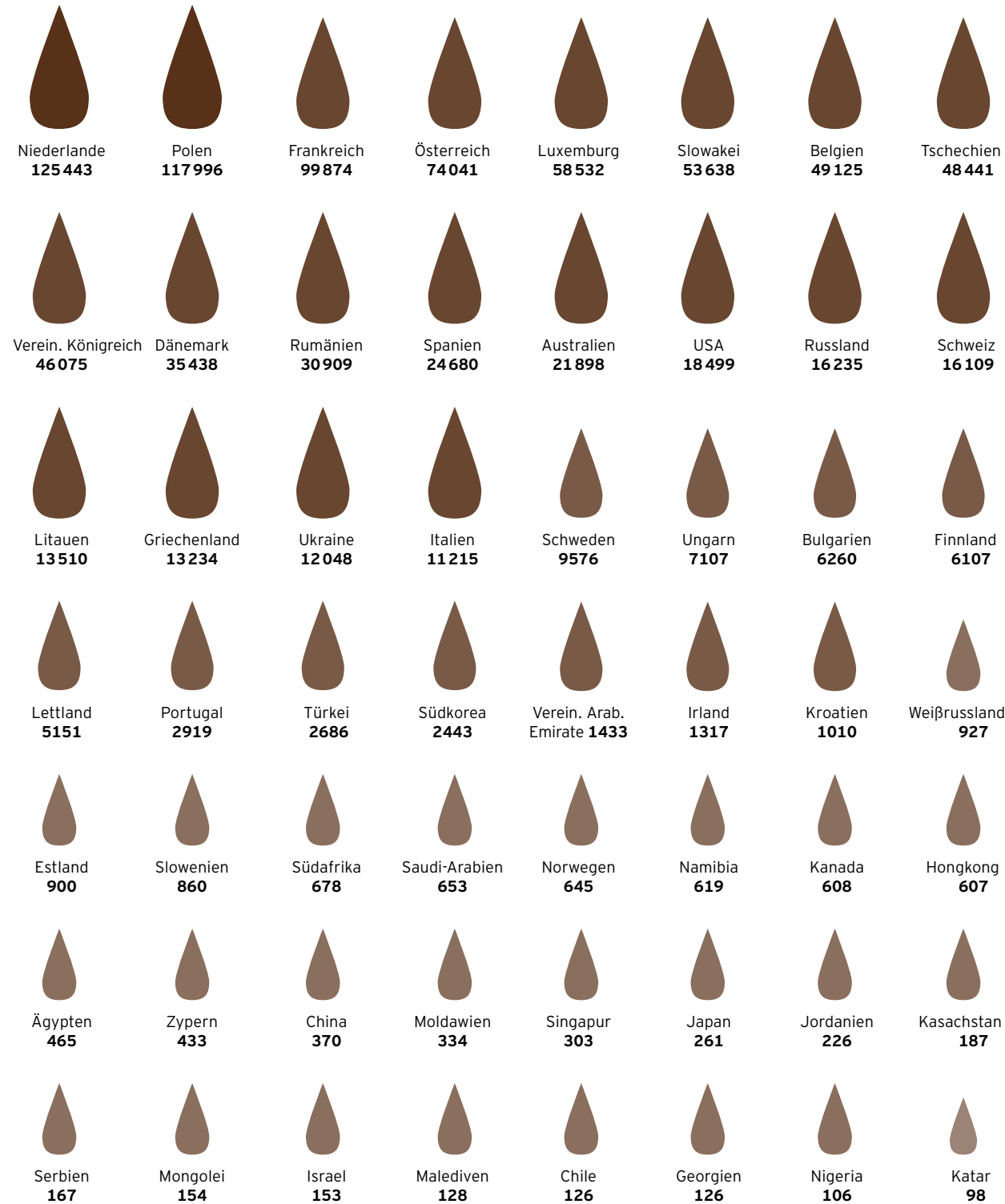
Quelle: Destatis

„Das hier geht an die Verrückten, die Außenseiter, die Rebellen, die Unruhestifter, (...). Du kannst sie glorifizieren oder sie herabwürdigen, aber das Einzige, was du nicht tun kannst, ist, sie zu ignorieren, weil sie die Dinge nämlich verändern. Sie bringen die menschliche ...

... Rasse weiter, und obwohl sie andere als die Verrückten sehen, sehen wir sie als Genies. Denn diejenigen, die verrückt genug sind zu denken, dass sie die Welt ändern könnten, werden diejenigen sein, die es tatsächlich tun.“ (Steve Jobs, amerikanischer Unternehmer)

122 Länder, in denen Sie deutschen Kaffee trinken können

Exportwert von Röstkaffee aus Deutschland nach ausgewählten Importländern; 2014; in Tausend Euro



Quelle: Destatis

„Die Menschen mögen Innovation als abstraktes Konzept, aber wenn man ihnen irgendeine spezifische Innovation zeigt, neigen sie dazu, sie abzulehnen, weil sie nicht zu dem passt, was sie bereits kennen.“ (Jessica Livingston, amerikanische Autorin und Unternehmerin)

„Der vernünftige Mensch passt sich der Welt an. Der unvernünftige hört nicht auf zu versuchen, dass die Welt sich ihm anpasst. Deshalb hängt jeder Fortschritt von dem unvernünftigen Menschen ab.“ (George Bernard Shaw, irischer Dramatiker und Nobelpreisträger)

Beliefert

Exportvolumen von Röstkaffee aus Deutschland; ausgewählte Importländer; 2014; in Tonnen

Polen	31 279
Niederlande	25 257
Slowakei	17 370
Frankreich	17 004
Österreich	15 100
Luxemburg	12 693
Tschechien	10 589
Belgien	10 207
Vereinigtes Königreich	8 926
Dänemark	8 204
Rumänien	7 230
Spanien	4 774
Litauen	3 746
Italien	3 232
Griechenland	2 905
Ukraine	2 856
Russland	2 721
Schweiz	2 709
Schweden	1 864
USA	1 848
Ungarn	1 839
Australien	1 671
Bulgarien	1 364
Finnland	995
Lettland	883
Portugal	687
Türkei	496
Irland	324
Estland	286
Südkorea	210
Verein. Arabische Emirate	204
Kroatien	196
Weißrussland	158
Slowenien	155
Südafrika	138
Kanada	125
Namibia	123
Ägypten	111
Saudi-Arabien	104
Norwegen	102
Zypern	73

Quelle: Destatis

Bewegt

Veränderung des Exportvolumens von Röstkaffee aus Deutschland; 2006-2014; in Prozent

Polen	175,6
Niederlande	29,1
Slowakei	5 082,0
Frankreich	2,5
Österreich	13,8
Luxemburg	66,6
Tschechien	136,2
Belgien	50,4
Vereinigtes Königreich	137,7
Dänemark	540,8
Rumänien	7,6
Spanien	31,6
Litauen	-10,2
Italien	35,4
Griechenland	20,6
Ukraine	7 131,4
Russland	182,2
Schweiz	43,4
Schweden	-8,8
USA	97,2
Ungarn	-62,2
Australien	271,6
Bulgarien	5 290,5
Finnland	28,0
Lettland	1 883,8
Portugal	-23,9
Türkei	32,5
Irland	15,6
Estland	4 101,5
Südkorea	291,6
Verein. Arabische Emirate	87,1
Kroatien	1 634,5
Weißrussland	171,5
Slowenien	2 287,7
Südafrika	-40,9
Kanada	-38,4
Namibia	10,4
Ägypten	70,3
Saudi-Arabien	52,1
Norwegen	-68,7
Zypern	66,1

Quelle: Destatis

Bescheiden

Durchschnittlicher Export-Erlös für eine Tonne Röstkaffee; 2000; in US-Dollar pro Tonne

9200

Vereinigtes Königreich

8719

Schweiz

5647

Slowakei

4958

Italien

4656

Kanada

4507

USA

4215

Frankreich

4131

Portugal

Quelle: FAO

Beachtlich

Durchschnittlicher Export-Erlös für eine Tonne Röstkaffee; 2012; in US-Dollar pro Tonne

38214

Schweiz

20682

Frankreich

17015

Vereinigtes Königreich

13466

Spanien

11417

Kanada

9472

USA

9226

Italien

8283

Belgien

Quelle: FAO

Bedeutend

Exportwert von entkoffeiniertem Röstkaffee aus Deutschland nach ausgewählten Importländern; in Tausend Euro

	2006	2014
Belgien	1 488	1 690
Niederlande	1 928	1 450
Frankreich	1 332	1 034
Luxemburg	1 201	987
Spanien	802	655
Österreich	756	615
Italien	199	254
Slowakei	0	244
Rumänien	88	171
Polen	40	153
Dänemark	89	116
Tschechien	114	116
Schweiz	36	89
Portugal	52	32
Vereinigtes Königreich	26	31
Island	-	20

Quelle: Destatis

Bemerkenswert

Exportvolumen von entkoffeiniertem Röstkaffee aus Deutschland nach ausgewählten Importländern; in Tonnen

	2006	2014
Belgien	6 382	7 230
Niederlande	9 494	9 717
Frankreich	11 054	11 121
Luxemburg	-	158
Spanien	14 221	1 341
Österreich	62 993	8 020
Italien	2 474	6 923
Slowakei	931	1 214
Rumänien	692	1 534
Polen	36 414	74 270
Dänemark	2 649	1 168
Tschechien	1 140	1 574
Schweiz	635	2 581
Portugal	97	1
Vereinigtes Königreich	445	1 038
Island	53	345

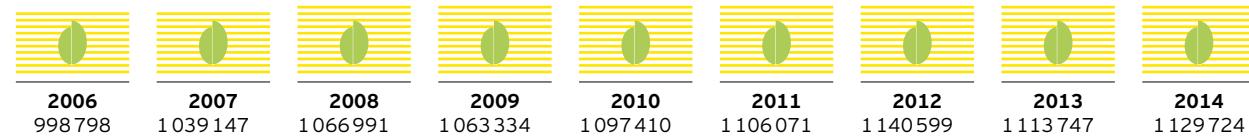
Quelle: Destatis

„Jede große Idee durchläuft drei Phasen: Lächerlichkeit, Opposition und schließlich begeisterte Annahme.“ (Arthur Schopenhauer, deutscher Philosoph)

„Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Sache durchgesetzt hat.“ (Mark Twain, amerikanischer Schriftsteller)

Fast statisch

Import von Rohkaffee nach Deutschland; Volumen in Tonnen



Quelle: Destatis

Die besten Kunden

Import von Rohkaffee nach Deutschland; ausgewählte Länder; 2014; Volumen in Tonnen

Brasilien.....	379 937	Ecuador	442
Vietnam.....	271 457	Demokratische Republik Kongo.....	333
Honduras.....	91 974	Singapur.....	323
Peru.....	60 820	Elfenbeinküste.....	282
Kolumbien.....	55 644	Vereinigtes Königreich.....	277
Indonesien.....	43 671	Malawi.....	265
Uganda.....	36 941	Kuba.....	219
Äthiopien.....	35 383	Panama.....	154
Indien.....	28 660	Italien.....	154
Volksrepublik China.....	22 526	Sierra Leone.....	151
Papua-Neuguinea.....	16 334	Dominikanische Republik.....	135
Kenia.....	10 527	Sambia.....	111
Guatemala.....	10 176	Schweden.....	99
Mexiko.....	8 098	Togo.....	93
Nicaragua.....	6 748	Thailand.....	80
Belgien.....	6 209	Guinea.....	77
Tansania.....	5 286	Südafrika.....	37
Costa Rica.....	4 480	Bulgarien.....	36
Timor-Leste.....	4 444	Jamaika.....	25
El Salvador.....	4 335	Liberia.....	24
Demokratische Volksrepublik Laos.....	4 312	Simbabwe.....	22
Niederlande.....	3 977	Chile.....	20
Spanien.....	3 927	Australien.....	19
Frankreich.....	3 139	Nepal.....	18
Ruanda.....	1 948	Jemen.....	15
Burundi.....	1 675	Schweiz.....	7
Kamerun.....	1 393	Griechenland.....	5
Bolivien.....	845	Madagaskar.....	2
USA.....	836	Haiti.....	2
Republik Kongo.....	594		

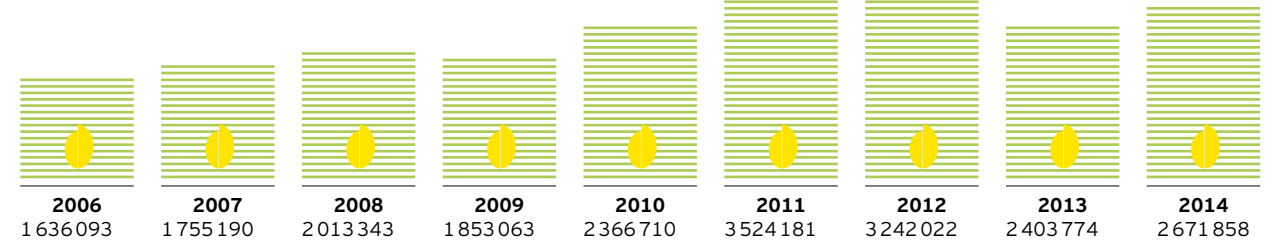
Quelle: Destatis

„Nur wer seinen eigenen Weg geht, kann von niemandem überholt werden.“

(Marlon Brando, amerikanischer Schauspieler)

Recht dynamisch

Import von Rohkaffee nach Deutschland; Wert in Millionen Euro



Quelle: Destatis

Die tiefsten Taschen

Import von Rohkaffee nach Deutschland; ausgewählte Länder; 2014; Wert in Tausend Euro

Brasilien.....	959 250	Ecuador	1 562
Vietnam.....	424 906	Demokratische Republik Kongo.....	890
Honduras.....	248 178	Malawi.....	856
Peru.....	185 663	Kuba.....	766
Kolumbien.....	170 755	Vereinigtes Königreich.....	754
Äthiopien.....	111 947	Italien.....	679
Indonesien.....	78 044	Panama.....	677
Uganda.....	70 781	Jamaika.....	617
China.....	64 536	Singapur.....	557
Indien.....	62 118	Dominikanische Republik.....	468
Papua-Neuguinea.....	47 274	Elfenbeinküste.....	424
Kenia.....	37 350	Guinea.....	326
Guatemala.....	31 993	Sambia.....	251
Mexiko.....	22 391	Schweden.....	247
Belgien.....	18 422	Sierra Leone.....	239
Nicaragua.....	17 884	Thailand.....	239
Costa Rica.....	14 557	Australien.....	176
Spanien.....	12 605	Jemen.....	155
Niederlande.....	12 524	Togo.....	141
Tansania.....	11 520	Nepal.....	122
El Salvador.....	11 459	Simbabwe.....	100
Timor-Leste.....	10 544	Chile.....	72
Demokratische Volksrepublik Laos.....	8 670	Griechenland.....	69
Frankreich.....	7 798	Südafrika.....	58
Ruanda.....	5 150	Bulgarien.....	54
Burundi.....	4 537	Liberia.....	39
Kamerun.....	3 280	Schweiz.....	26
USA.....	3 108	Libanon.....	8
Bolivien.....	2 438	Sri Lanka.....	8
Republik Kongo.....	1 579		

Quelle: Destatis

„Man kann niemanden überholen, wenn man in seine Fußstapfen tritt.“

(François Truffaut, französischer Filmregisseur, Filmkritiker, Schauspieler und Produzent)

Schwer

Import von Röstkaffee nach Deutschland; ausgewählte Exportländer; 2014; Volumen in Tonnen

Italien	22 904
Polen	17 427
Niederlande	16 188
Schweiz	7 911
Belgien	3 026
Vereinigtes Königreich	2 915
Österreich	2 261
Tschechien	1 892
Frankreich	1 062
Spanien	746
Irland	328
Schweden	234
Dänemark	188
Griechenland	133
Slowakei	79
Litauen	76
Brasilien	61
USA	56
Portugal	52
Türkei	41
Lettland	26
Bangladesch	19
Luxemburg	15
Nicaragua	13
Libanon	11
Kuba	11
Kolumbien	10
Äthiopien	7
Indien	6
Vietnam	6
Guatemala	4
Honduras	3
Bosnien und Herzegowina	2
Mazedonien	2
Domin. Republik	2
Thailand	2
Montenegro	2
Mexiko	2
Costa Rica	2
Israel	1
Syrien	1

Quelle: Destatis

Mehr

Veränderung des Importvolumens von Röstkaffee nach Deutschland; 2006-2014; in Prozent

Italien	43,2
Polen	2 442,9
Niederlande	243,5
Schweiz	240,7
Belgien	-21,6
Vereinigtes Königreich	740,8
Österreich	-80,9
Tschechien	18,3
Frankreich	136,9
Spanien	1 705,6
Irland	k. A.
Schweden	1 195,0
Dänemark	1 087,3
Griechenland	317,2
Slowakei	87,0
Litauen	k. A.
Brasilien	209,7
USA	39,0
Portugal	82,5
Türkei	23,9
Lettland	k. A.
Bangladesch	k. A.
Luxemburg	-82,0
Nicaragua	k. A.
Libanon	151,1
Kuba	37,7
Kolumbien	266,7
Äthiopien	260,0
Indien	-41,0
Vietnam	-11,9
Guatemala	131,6
Honduras	k. A.
Bosnien und Herzegowina	k. A.
Mazedonien	k. A.
Domin. Republik	2 300,0
Thailand	-43,6
Montenegro	k. A.
Mexiko	-64,3
Costa Rica	50,0
Israel	1 100,0
Syrien	9,11

Quelle: Destatis, Statista Analyse

Viel

Import von Röstkaffee nach Deutschland; ausgewählte Länder; 2014; Wert in Tausend Euro

Schweiz	189 319
Italien	127 862
Polen	79 630
Niederlande	79 223
Vereinigtes Königreich	41 193
Belgien	16 403
Österreich	14 017
Frankreich	9 319
Tschechien	9 073
Spanien	9 043
Irland	1 968
Dänemark	1 282
Schweden	1 048
Griechenland	948
Litauen	411
Brasilien	385
Portugal	382
Slowakei	381
Türkei	346
USA	300
Lettland	149
Nicaragua	121
Luxemburg	77
Kolumbien	68
Bangladesch	67
Indien	61
Libanon	58
Kuba	50
Äthiopien	40
Vietnam	36
Honduras	30
Guatemala	24
Mexiko	22
Costa Rica	21
Domin. Republik	18
Thailand	14
Israel	13
Jamaika	12
Mazedonien	11
El Salvador	11
Montenegro	10

Quelle: Destatis

Gemischt

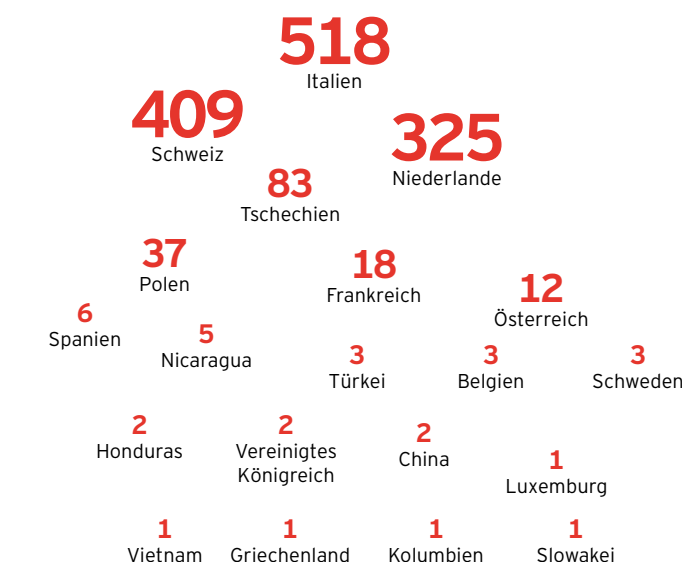
Veränderung des Importwerts von Röstkaffee nach Deutschland; 2006-2014; in Prozent

Schweiz	1 269,2
Italien	72,0
Polen	3 603,7
Niederlande	197,6
Vereinigtes Königreich	895,5
Belgien	-44,3
Österreich	-71,0
Frankreich	431,9
Tschechien	-17,5
Spanien	8 853,5
Irland	k. A.
Dänemark	1 680,6
Schweden	1 738,6
Griechenland	319,5
Litauen	k. A.
Brasilien	277,5
Portugal	107,6
Slowakei	188,6
Türkei	129,1
USA	76,5
Lettland	k. A.
Nicaragua	k. A.
Luxemburg	-73,7
Kolumbien	353,3
Bangladesch	k. A.
Indien	-6,2
Libanon	383,3
Kuba	31,6
Äthiopien	263,6
Vietnam	80,0
Honduras	k. A.
Guatemala	200,0
Mexiko	-43,6
Costa Rica	162,5
Domin. Republik	1 700,0
Thailand	-6,7
Israel	1 200,0
Jamaika	50,0
Mazedonien	k. A.
El Salvador	-86,3
Montenegro	k. A.

Quelle: Destatis, Statista Analyse

Deutlich

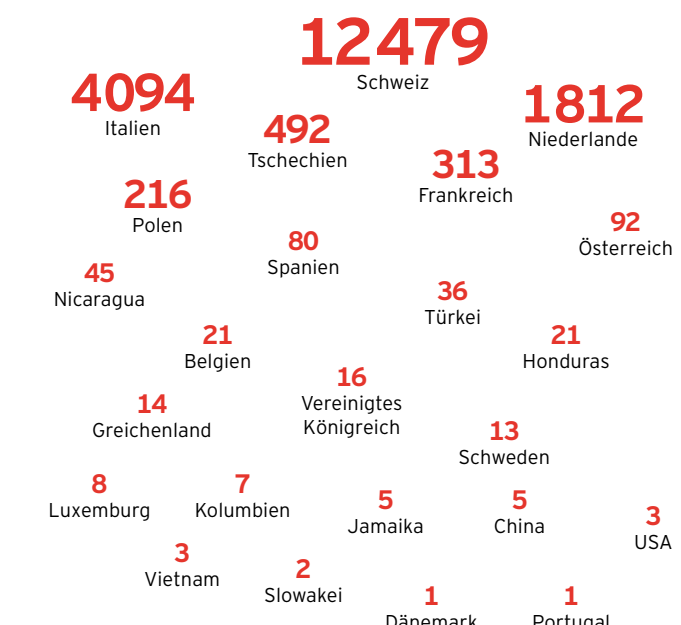
Import von entkoffeiniertem Röstkaffee nach Deutschland; ausgewählte Exportländer; 2014; Volumen in Tonnen



Quelle: Destatis

Erstaunlich

Import von entkoffeiniertem Röstkaffee nach Deutschland; ausgewählte Exportländer; 2014; Wert in Tausend Euro



Quelle: Destatis

„Am Anfang jeder Forschung steht das Staunen. Plötzlich fällt einem etwas auf.“

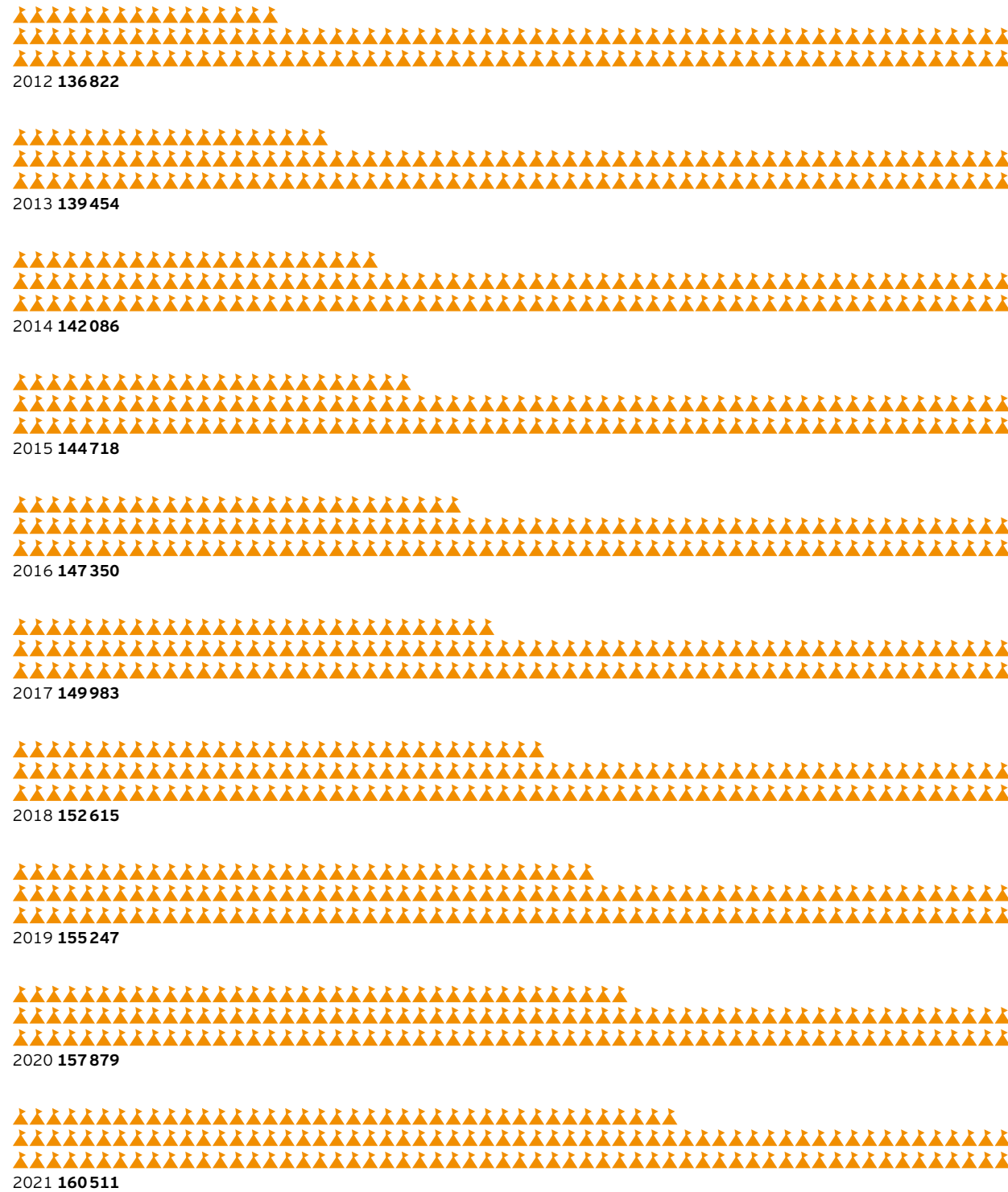
(Wolfgang Wickler, deutscher Zoologe und Verhaltensforscher)

„Den lieb' ich, der Unmögliches begehrt.“

(Johann Wolfgang von Goethe, deutscher Dichter)

Gerechnet

Prognostiziertes* Importvolumen von Kaffee in allen Formen; weltweit; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken



*Prognose auf Basis der linearen Trendfortschreibung. Quelle: ICO, Statista Analyse

„Innovation bedeutet, zu Tausenden Möglichkeiten Nein zu sagen. Deshalb bin ich mindestens so stolz auf die Dinge, die wir nicht getan haben, wie auf die Dinge, die wir getan haben.“

(Steve Jobs, amerikanischer Unternehmer)

Gehortet

Volumen der Rohkaffee-Vorräte* ausgewählter Länder; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

1990	1995	2000
Deutschland 4000	Deutschland 2300	Deutschland 2500
Niederlande 1752	Niederlande 707	Niederlande 707
Spanien 200	Spanien 284	Spanien 391
Frankreich 573	Frankreich 301	Frankreich 351
Italien 215	Italien 217	Italien 245
Österreich 333	Österreich 274	Österreich 162
Dänemark 89	Dänemark 89	Dänemark 89
Schweden 87	Schweden 87	Schweden 87
Finnland 176	Finnland 220	Finnland 101
Portugal 68	Portugal 86	Portugal 124
Vereinigtes Königreich 189	Vereinigtes Königreich 187	Vereinigtes Königreich 132
Zypern 10	Zypern 13	Zypern 10
Irland 0	Irland 0	Irland 0
2005	2010	2014
Deutschland 2885	Deutschland 2680	Deutschland 3120
Niederlande 707	Niederlande 707	Niederlande 707
Spanien 401	Spanien 570	Spanien 570
Frankreich 520	Frankreich 427	Frankreich 499
Italien 278	Italien 326	Italien 371
Österreich 129	Österreich 141	Österreich 96
Dänemark 89	Dänemark 89	Dänemark 89
Schweden 87	Schweden 87	Schweden 87
Finnland 83	Finnland 83	Finnland 83
Portugal 150	Portugal 90	Portugal 51
Vereinigtes Königreich 48	Vereinigtes Königreich 47	Vereinigtes Königreich 40
Zypern 7	Zypern 5	Zypern 12
Irland 8	Irland 4	Irland 6
1990	1995	2000
Europäische Union 7692	Europäische Union 4765	Europäische Union 4899
USA 5982	USA 1990	USA 5593
Japan 1500	Japan 833	Japan 1400
Schweiz 321	Schweiz 193	Schweiz 171
Norwegen 124	Norwegen 124	Norwegen 124
2005	2010	2014
Europäische Union 5392	Europäische Union 5256	Europäische Union 5731
USA 4667	USA 3974	USA 5525
Japan 2000	Japan 1755	Japan 2934
Schweiz 204	Schweiz 154	Schweiz 206
Norwegen 124	Norwegen 124	Norwegen 124

*Die Vorratsmenge ist der Bestand zum Jahresende. Quelle: ICO

„Es ist durchaus richtig und alle geschichtliche Erfahrung bestätigt es, dass man das Mögliche nicht erreichte, wenn nicht immer wieder in der Welt nach dem Unmöglichen gegriffen worden wäre.“ (Max Weber, deutscher Soziologe)

Stetig gewachsen

Verkaufsvolumen von verifizierten und zertifizierten nachhaltigen Kaffees; weltweit; in Tonnen

	2010	2011	2012	2013	2014
4C Association	23 160	48 617	152 000	453 899	596 983
UTZ	120 994	136 752	188 096	224 028	258 867
Rainforest Alliance	114 884	129 864	139 856	167 967	184 599
Fairtrade*	104 458	116 706	128 000	142 400	148 157**

* Berichtszeitraum ist das ICO-Kaffeejahr (Oktober bis September). ** Schätzung. Quelle: 4C Association

Meist gestiegen

Verkaufsmenge ausgewählter Fairtrade-Produkte; weltweit; in Tonnen

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Veränderung in %
Bananen	347 000	321 300	342 300	406 000	17 %
Zuckerrohr	111 600	138 300	170 000	211 600	90 %
Kaffee	103 200	123 200	134 100	142 400	38 %
Kakao	37 400	46 600	68 300	60 400	61 %
Baumwolle	38 400	20 800	6 400	16 000	-58 %
Tee	10 900	12 700	13 800	12 200	12 %

Quelle: Fairtrade International

Mäßig erfolgreich

Verkaufserlöse ausgewählter Fairtrade-Produkte; weltweit; in Millionen Euro

	2011/12	2012/13	Veränderung in %
Kaffee	533,5	518,5	-3 %
Bananen	116,3	137,1	18 %
Kakao	122,3	96,1	-21 %
Zuckerrohr	21,5	61,8	187 %
Tee	24,0	16,3	-32 %
Baumwolle	3,5	6,5	86 %

Quelle: Fairtrade International

Deutlich sichtbar

Anteil der Fairtrade-Verkaufsmenge* an der Gesamtproduktion ausgewählter Produkte; 2012/2013; weltweit; in Prozent

Bananen	62
Zuckerrohr	41
Kakao	40
Baumwolle	33
Kaffee	31
Tee	8

* Die Daten basieren auf 970 kleinen Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen. Quelle: Fairtrade International

„Wenn man die Entwicklungsgeschichte neuer Ideen verfolgt, so fehlt die Periode der Verhöhnung niemals.“ (Honoré de Balzac, französischer Schriftsteller)

Läuft

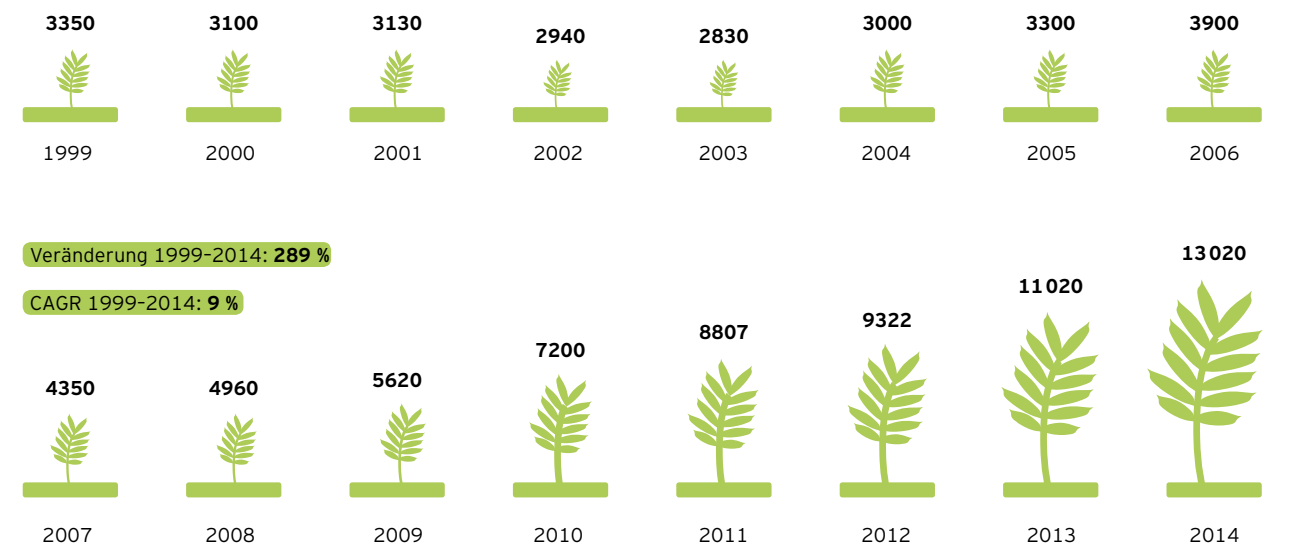
Absatz von Fairtrade-Produkten in Deutschland; in Millionen Euro

	2012	2013	2014
Kaffee	251,1	290,0	332,6
Blumen	81,1	103,3	118,8
Südfrüchte*	37,7	58,2	92,4
Textilien	42,0	53,0	71,0
Eiscreme	48,2	55,3	65,3
Schokolade	14,7	18,8	21,4
Süßwaren (ohne Schokolade und Eiscreme)	14,5	19,3	19,6
Fruchtsaft	10,4	12,4	16,0
kalte Mischgetränke	6,0	9,5	15,2
Zucker	7,6	8,9	12,0
Tee	8,0	8,1	9,8
Honig	1,3	2,5	6,1
Wein	2,8	3,6	4,4
Reis	4,0	3,9	4,0
Kakao/Trinkschokolade	2,4	3,0	3,4
Gewürze	k. A.	1,7	2,4
Trockenfrüchte/Nüsse/Öl/sonstiges	0,6	1,0	1,6
Instant-Mischgetränke	k. A.	1,0	0,5
Sportbälle	0,6	0,3	0,2

* davon circa 99 Prozent Bananen. Quelle: TransFair

Wächst

Absatz von Fairtrade-Kaffee in Deutschland; in Tonnen



Quelle: TransFair

„Große Ideen sind kleine Ideen, die nicht rechtzeitig gekillt wurden.“
(Seth Godin, amerikanischer Autor und Unternehmer)

Kaum zu stoppen

Durchschnittlicher Kaffeepreis nach Sorte; in Euro pro Kilogramm

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Arabica Colombian Milds	2,0	2,2	2,8	3,7	4,5	3,5	2,5	3,2
Arabica andere Milds	2,0	2,1	2,3	3,3	4,3	3,2	2,3	3,3
Arabica Brazilian Naturals	1,8	1,9	1,8	2,6	3,9	3,0	2,0	2,8
Robustas	1,4	1,6	1,2	1,3	1,7	1,8	1,6	1,6

Quelle: ICO

Kaum zu erklären

Durchschnittspreis von Röstkaffee im Lebensmittel-einzelhandel; in Euro

1970	4,24
1990	3,70
2010	3,95
2014	4,87

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Kaum zu glauben

Durchschnittlicher Verbraucherpreis von Kaffee; ausgewählte Länder; 2013; in Euro pro Kilogramm

Türkei	38,92
Malta	23,46
Vereinigtes Königreich	13,72
Luxemburg	13,33
Lettland	12,66
Rumänien	11,71
Italien	11,69
Belgien	11,65
Tschechien	11,61
Slowakei	11,32
Litauen	10,95
Kroatien	10,55
Zypern	10,04
Polen	9,98
Niederlande	8,74
Bulgarien	8,66
Slowenien	7,94
Spanien	7,24
Finnland	7,16

Quelle: Eurostat

Kaum zu planen

Entwicklung der Verbraucherpreise von Bohnenkaffee gegenüber dem Vorjahr; Deutschland; in Prozent

2000	-5,61
2005	14,22
2010	0,3
2015	8,5

Quelle: Destatis

Kaum zu fassen

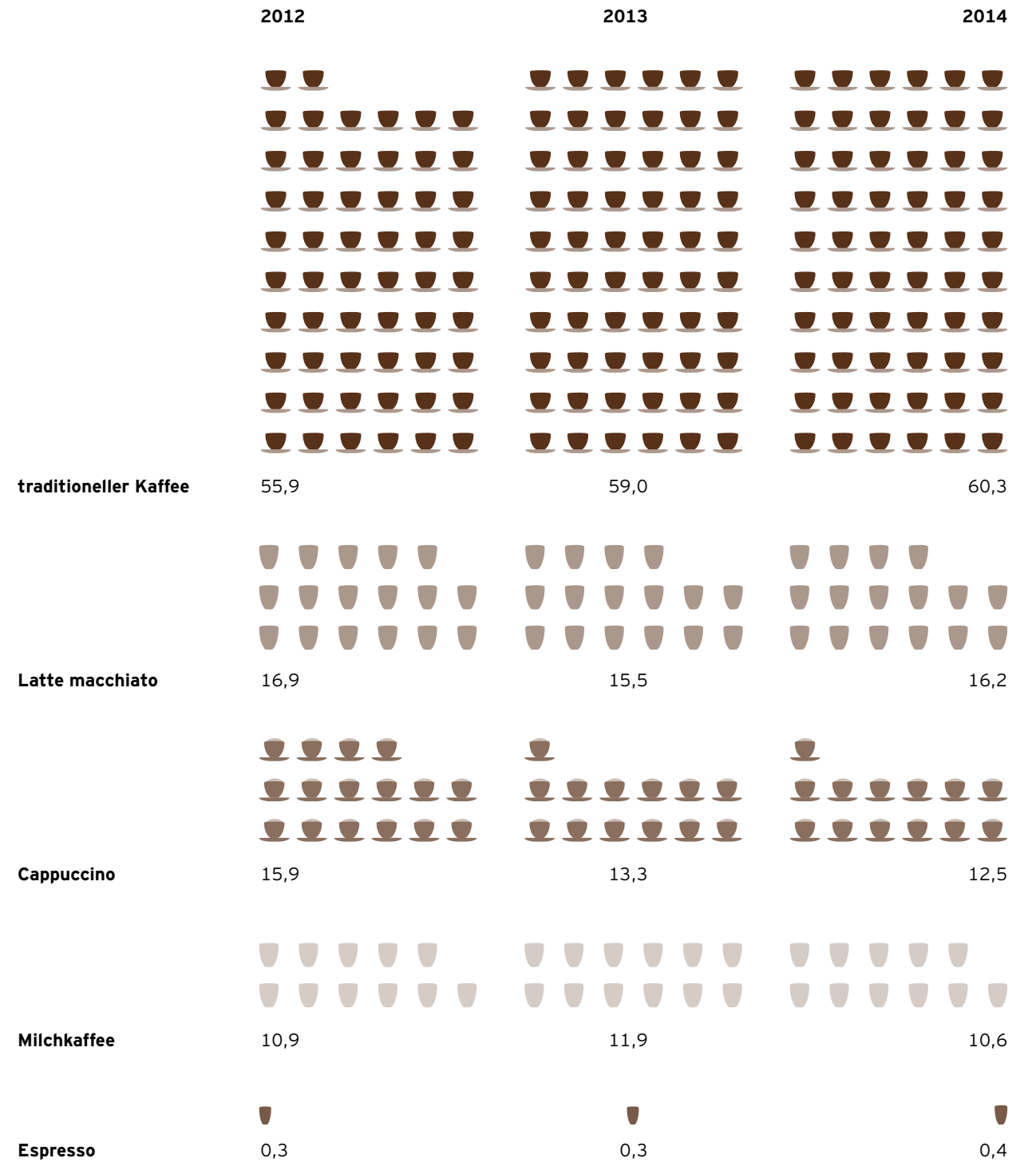
Durchschnittlicher Preis pro Tasse Filterkaffee; ausgewählte Länder; 2013; in Euro pro Tasse

Schweiz	3,25
Vereinigtes Königreich	2,37
Luxemburg	2,26
Niederlande	2,19
Finnland	2,05
Belgien	2,02
Deutschland	1,91
Zypern	1,88
Malta	1,46
Polen	1,21
Slowenien	1,17
Rumänien	1,01
Kroatien	0,98
Slowakei	0,95
Italien	0,93
Litauen	0,92
Tschechien	0,89
Bulgarien	0,56

Quelle: Eurostat

Kaum zu ändern

Absatzverteilung von Kaffee im Außer-Haus-Markt* nach Kaffeearten; Deutschland, Bevölkerung im Alter von 16 bis 49 Jahren; in Prozent



* ohne Arbeitsplatz, Schule, Kantinen. Quelle: Deutscher Kaffeeverband

„Man muss viele Frösche küssen, um auf einen Prinzen zu stoßen.“

(Arthur Fry, Erfinder der gelben Haftnotizzettel von 3M)

„Logik wird dich von A nach B bringen. Fantasie wohin du willst.“

(Albert Einstein, Physiker und Nobelpreisträger)

Auf Kaffeefahrt

Wer exzellentes Essen in großer Vielfalt sucht, geht heute auf den Markt. Dort werden die klassischen Imbisswagen seit einigen Jahren zunehmend von bunten Foodtrucks ersetzt. Ihr Angebot ist oft hervorragend, vom Edelburger über Käsespätzle bis hin zum veganen Streuselkuchen. Ein Trend, der auch vor Kaffee nicht haltmacht. Wir waren auf Tour mit einem mobilen Barista.

Text: Uwe Rasche Illustration: Jindrich Novotny



Köln reibt sich noch etwas verschlafen die Augen, als Alex Verwohl morgens um halb sieben am Auerbachplatz im Stadtteil Sülz vorfährt. In einer halben Stunde beginnt hier der Wochenmarkt, auf dem der 46-Jährige jeden Dienstag und Freitag hinter seinem Kaffeestand auf Kunden wartet.

Im Moment ist der Stand noch ein kleiner einachsiger Kastenanhänger, den Verwohl wie immer direkt über der Einfahrt zur öffentlichen Tiefgarage abstellt, die sich unter dem Markt befindet. Nachdem er den Hänger abgekoppelt hat, zieht er zwei große Metallkisten, einen Karton Vollmilch und Küchenpapierrollen aus dem Kofferraum seines SUVs, einem blauen Subaru Forester. Anschließend fährt er das Auto vom Marktgelände und parkt es in einer der umliegenden Straßen.

Auf dem Rückweg kauft Verwohl noch schnell den „Kölner Stadt-Anzeiger“, manche Kunden wollen Zeitung lesen, auch beim Kaffee im Stehen. Dann zieht er die Plane vom Anhänger, klappt die Seitenwände nach unten, und sein Schmuckstück kommt zum Vorschein:

eine leuchtend orangefarbene „La San Marco“, Baujahr 1980. Verwohl hat die italienische Siebträgermaschine gebraucht über das Internet gekauft. „Sie war in einem desolaten Zustand, aber ich habe sie restaurieren lassen. Sie ist wunderbar schlicht, sehr robust und unkompliziert in der Bedienung.“ Er holt die Kabeltrommel, verbindet die Maschine mit dem nächsten Stromkasten und drückt den Einschaltknopf. „Das muss immer als Erstes passieren“, sagt er, „denn sie braucht eine Weile, bis sie auf Temperatur ist. Im Café bleiben solche Maschinen deshalb ständig eingeschaltet, aber das geht bei mir ja nicht.“

Jeder Handgriff sitzt

Dafür geht etwas anderes: die Verwandlung eines schnöden rechteckigen Transportvehikels in einen schnuckelig-einladenden Kaffeetreff – ohne Hektik, aber recht zügig, weil jeder Handgriff sitzt. Als der große Schirm aufgespannt ist und die zwei Bistrotische postiert, Zuckerspender, Umrührstäbe, Servietten, Teelichter und Blümchen

an ihrem Platz sind, ist von einem Anhänger nichts mehr zu sehen. „Manch einer entdeckt irgendwann vorne die Zuggabel, nachdem er schon zigmal hier war, und ist völlig baff“, sagt Verwohl.

Das freut ihn besonders, weil der Anhänger eigentlich eine Notlösung ist. Als Alex Verwohl im Sommer 2012 nach monatelangen Vorbereitungen den Entschluss umsetzte, unter dem augenzwinkernden Firmennamen „Kaffeefahrt“ künftig als Barista auf Rädern sein Geld zu verdienen, begann er mit einem mobilen Arbeitsplatz, wie er charmanter kaum sein könnte: mit einem dreirädrigen holländischen Lastenfahrrad, überdacht von einer Lkw-Plane. Das war, dank einer kleinen gasbetriebenen Handhebemaschine, bei der man den Brühdruck mit Muskelkraft erzeugt, einer Autobatterie für die elektrische Kaffeemühle sowie einem Wassertank völlig unabhängig von jeglichen Anschlüssen. „Aber gleich im ersten Winter gab es so viel Schnee, dass ich mit dem schweren Teil irgendwann einfach nicht mehr durchkam“, erinnert sich Verwohl.

Bei passablem Wetter und kurzen Entfernungen kommt das Rad noch immer zum Einsatz. Sich damit einfach an die nächste Kreuzung zu stellen ist in Deutschland jedoch nicht erlaubt. „Ich darf nur auf genehmigten Plätzen verkaufen“, sagt Verwohl. Oder er kommt auf Einladung zu einem Event wie dem „Salon Creativ“, zu dem er heute Abend radeln wird. Organisiert von einem Fotoatelier, treffen sich dort regelmäßig Künstler, Handwerker und Design-Interessierte. Sie wissen schon vorher, dass wieder der Mann mit dem Fahrrad kommt und leckeren Espresso, Cappuccino oder Milchkaffee macht.

Ambitioniert auf kleinstem Raum

Die „Kaffeefahrt“ ist Teil eines Trends, der seit einigen Jahren vor allem in Großstädten zu beobachten ist: Für gutes Essen geht man nicht mehr unbedingt ins Restaurant und für guten Kaffee nicht ins Café. Hochwertige, frisch zubereitete Gerichte und Getränke – sie kommen zum Kunden oder zumindest in seine Nähe. Natürlich gab



es das auch schon früher: Im Sommer fuhr der italienische Eisverkäufer vor und bimmelte alle Kinder aus der Nachbarschaft zusammen. Und an Imbisswagen mit Bratwurst, Pommes oder halben Hähnchen herrschte erst recht kein Mangel.

Doch nun sind hierzulande, wie in den USA schon länger, immer mehr sogenannte Foodtrucks unterwegs. Sie stellen sich vor Bürotürme, in Industriegebiete, auf Konzerte oder bieten ihre Spezialitäten bei Street-Food-Festivals an, auf denen schon mal bis zu 30 oder 40 Wagen zusammenkommen können. Und so kreativ und liebevoll diese rollenden Küchen lackiert und beschriftet sind, so ambitioniert wird in ihnen gekocht, geräuchert, gegrillt und gebacken: von exotischen Suppen über Edelburger und Gourmet-Hotdogs bis zum veganen Streuselkuchen mit Stachelbeeren. Meist sind es Seiteneinsteiger und Existenzgründer, die in hochwertige Küchentechnik investieren, sich auf ein oder zwei Gerichte konzentrieren und frei von monatlicher Belastung durch Pacht oder Miete ihr Glück auf der Straße versuchen. Und damit sich der Gast und die rollende Gastronomie auch treffen, gibt es inzwischen Apps, die anzeigen, wo gerade welcher Anbieter steht.

So gut, wie es nur geht

Alex Verwohl veröffentlicht seine Standorte bei Facebook. Aber auf den zwei Kölner Wochenmärkten, die er regelmäßig ansteuert, finden ihn seine Stammkunden natürlich auch so. Gleich der erste, der heute Morgen an seinen Stand kommt, ein Endvierziger mit Laptop-Rucksack, ist regelmäßig bei ihm zu Gast. Er möchte einen Milchkaffee, wie immer. Die Uhr zeigt 7.36 Uhr, um diese Zeit hat Verwohl bereits die Frauen vom Gemüsestand nebenan versorgt, und die Verkäuferinnen des Metzgerwagens weiter hinten haben sich auch schon ein Tablett mit Kaffee abgeholt. Die Maschine ist also bereit - und der Barista auch.

Verwohl löst den Siebträgerhebel aus der Verriegelung und klopft ihn aus. Er hält ihn unter das Kaffeemehlfach der elektrischen Mühle, die mit schonend gerösteten Espressobohnen gefüllt ist. Nach langem Probieren habe er zusammen mit einem Münchner Kleinröster seine Idealmischung gefunden, erzählt der Barista: 60 Prozent machen Arabicabohnen der Sorte India Monsooned Malabar aus - eine Spezialität, bei der die Rohbohnen in offenen Lagerhäusern dem Monsunwind und -regen ausgesetzt werden. „Dabei bauen sich unerwünschte Säuren ab“, erklärt Verwohl, „und der spätere Kaffee wird vollmundig und würzig.“ Die restlichen 40 Prozent sind

Robustabohnen, die den Kaffee kräftig machen und für eine schöne Crema sorgen. „Ein reiner Arabica“, sagt Verwohl, „wäre mir ein wenig zu langweilig.“

Er zieht mehrfach am Dosierhebel der Mühle, bis der Siebeinsatz überquillt. Mit dem Zeigefinger streicht er das überstehende Kaffeemehl ab und drückt den verbleibenden Inhalt mit dem sogenannten Tamper fest, einer Art Stempel. Dann spannt er den Siebträger wieder in die Kaffeemaschine ein und legt den Starter-Kipphebel nach rechts. Während nun ein feiner rotbrauner Strahl in den Becher rinnt, greift er zum Edelstahlkännchen mit der Milch und hält es unter die Düse des Aufschäumers. Nachdem der heiße Dampf die Milch erhitzt und aufgeschäumt hat, klopft er mit der Unterseite des Kännchens mehrfach auf den Tresen. „So bekomme ich die letzten Luftbläschen raus, der Schaum muss möglichst feinporig sein.“ Die Feinporigkeit ist Voraussetzung für das Gelingen des letzten Zubereitungsschrittes: Zunächst lässt Verwohl den Milchstrahl aus großer Höhe in den Espresso fließen, um sich dem Becher dann immer mehr zu nähern und am Ende mit schnellen Seitenbewegungen ein hübsches Muster in die Crema zu zaubern.

Zur Erinnerung: Dies ist kein internationaler Barista-Wettbewerb, sondern der Sülzer Wochenmarkt. Aber Alex Verwohl kann nicht anders: „Bei mir bekommt jeder Kaffee meine volle Konzentration. Es ist keine Hexerei, was ich tue, aber ein Stück Handarbeit. Und das will ich so gut machen, wie es nur geht.“ Deshalb benutze er auch die beiden Brühgruppen seiner Maschine nie gleichzeitig, da könne die Warteschlange noch so lang sein. „Ich habe das einmal probiert, als furchtbar viel Andrang herrschte, war aber mit dem Ergebnis nicht zufrieden.“

Ein schönes Ritual

Der Kunde mit dem Rucksack nippt inzwischen versonnen an seinem Milchkaffee. Er sei Spezialist für Webseiten-Steuerung, erzählt er, und müsse gleich zu einem Onlinedienstleister nach Düsseldorf. „Ich hätte mir auch zu Hause einen Kaffee machen können, aber sicher nicht so einen. Vor einem anstrengenden Tag im Büro hier draußen diesen Moment genießen, das liebe ich.“ Auch die Yogalehrerin, die wenig später auftaucht, kommt nicht zum ersten Mal zu „Kaffee-Alex“, wie Verwohl von vielen auf dem Markt genannt wird. „Es ist ein schönes Ritual, man freut sich immer wieder darauf. Ich komme sogar hierher, wenn ich sonst nichts auf dem Markt zu besorgen habe.“

Junge Frauen mit Kinderwagen, Pärchen, Rentner - der Stand ist in den folgenden Stunden ständig belagert

von Menschen, die eines gemeinsam haben: Lust auf guten Kaffee. Doch von Kunde zu Kunde wächst beim Beobachter die Erkenntnis, dass die Leute nicht nur kommen, weil hier ein schmackhaftes Heißgetränk zu haben ist.

„Einmal Cappuccino, einmal Kakao?“, fragt Verwohl die Frau mit dem kleinen Jungen. Sie freut sich, wiedererkannt zu werden, muss nur nicken. „So, was darf ich dir Schönes machen?“, sagt er zu einem Mittzwanziger mit Hipsterbart, der von Verwohl erst mal eine Zigarette schnorrt. „Jeit et jot?“, begrüßt er einen älteren Herrn. „Wat maat der Hund?“ Nur ein Auswärtiger sucht jetzt nach Leine und Haustier. „Der hat gar keinen Hund“, erklärt Verwohl diese Art kölscher Metakommunikation. „Das ist bloß so eine Floskel, mit der man hier in Small Talk einsteigt und sich gleichzeitig ein bisschen darüber amüsiert.“

Auf Augenhöhe mit dem Kunden

So individuell der Mann hinter der Maschine seine Kunden anspricht, so flexibel geht er auf ihre Bedürfnisse ein. Caffè Latte mit laktosefreier Milch und ein kleiner, nicht zu heiß servierter Kinderkakao gehören ohnehin zum Standardsortiment. Aber auch Wünsche wie der Cappuccino mit einer Extraportion Schaum oder der Macchiato „bitte nicht zu stark“ werden selbstverständlich erfüllt. Selbst wenn jemand koffeinfrei bestellt, zieht Verwohl mit. Er sagt zwar: „Hab' ich leider nicht“, macht aber sofort ein Angebot: „Ich kann Ihnen den Kaffee mit weniger Pulver brühen, dann ist er schwächer.“ Dieser Austausch, das Persönliche, ist auch der Grund, weshalb sich Alex Verwohl keinen größeren Foodtruck zugelegt hat, obwohl im Nachbarort Frechen ein Spezialist sitzt, der die US-Vehikel importiert, umbaut und verkauft. „Ich möchte nicht von oben aus einem Wagen Becher herausreichen, sondern mit den Leuten auf Augenhöhe sein.“ Und mobil ist er schließlich auch so.

Egal worüber die Kunden mit ihrem Barista plaudern, ein Lob und ein Danke für den Kaffee gehören fast immer dazu. Doch selbst die meisten Stammkunden ahnen vermutlich nicht, wie viel ihm das bedeutet. Denn dass Alex Verwohl einen sicheren, gut bezahlten Job in einem klimatisierten Büro gegen ein Leben getauscht hat, bei dem man Kaffeebecher für Kaffeebecher sein Geld verdienen muss und dabei viele Stunden draußen steht, bei Hitze, Kälte, Regen und Sturm – das geschah nicht aus einer Laune heraus.

Verwohl war in seinem alten Leben Projektleiter bei einer Event-Agentur, die auf Materialvermietung spezialisiert ist. „Das ging von Absperrungen für Marathon-

Läufe bis zur Rasenabdeckung bei einem Stadionkonzert von AC/DC“, erzählt er. Ein Job mit beneidenswerten Privilegien sei das gewesen, zum Beispiel habe er für alle Spiele der Fußball-WM 2006 Freikarten gehabt, jedenfalls bis zum Halbfinale. Gleichzeitig hatte der Job einen gravierenden und für Perfektionisten geradezu gefährlichen Nachteil: „Wenn ich ein Projekt abgeschlossen hatte, kam das nächste. Ohne Pause, ohne Feedback. Ich habe 50 Stunden die Woche gearbeitet, immer erfolgreich, aber ich habe niemals ein Lob oder ein Danke bekommen. Nie!“

Wie fertig ihn das irgendwann gemacht hat, das deutet Alex Verwohl nur an. Aber dass weder seine Frau noch seine drei Töchter versucht haben, ihn vom Ausstieg abzuhalten, sagt alles. Und schließlich kam dann ja bald wieder ein Einstieg – in eine Welt, die Verwohl seit jeher gutgetan hat. „Ich hatte schon früher mehrere Espressomaschinen im Hause. Ich habe mich auch regelmäßig mit einem Freund getroffen, noch so ein Kaffeeverrückter. Dann haben wir experimentiert, immer auf der Suche nach dem perfekten Shot, wie die Baristas sagen.“ Verwohl war also alles andere als ein Anfänger, als er begann, auf Trödel- und Wochenmärkten seinen Kaffee anzubieten. Bis Geld reinkam, dauerte es trotzdem eine Weile. „Ich weiß noch“, erzählt er, während er kurz vor Marktschluss mit dem Aufräumen beginnt, „dass ich an meinem ersten Tag hier 40 Euro eingenommen habe, abzüglich 12,20 Euro Standmiete. Das ist heute glücklicherweise anders.“

Sonst könnte er sich das Street-Food-Festival auch gar nicht leisten, auf dem man ihn an einem Samstagnachmittag drei Wochen später wiedertrifft. Auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs Köln-Ehrenfeld treffen sich einmal im Monat Foodtruck-Betreiber und ihre Fangemeinde – draußen und in einer großen Halle. Alex Verwohl ist mit seinem holländischen Lastenfahrrad da, er steht drinnen. „Hier kostet mich der Stand 200 Euro am Tag“, sagt er. „Hier muss es richtig brummen, sonst lohnt es sich nicht.“

Lecker - und noch ziemlich allein

Aber es brummt. Und wie: Obwohl er für den Espresso zwei Euro nimmt statt 1,80 Euro wie auf dem Wochenmarkt und der Cappuccino mit drei Euro sogar 40 Cent teurer ist als sonst, reißt die Kundenschlange nicht ab. Denn sein Produkt hat einen gewaltigen Vorteil: Es steht nicht in Konkurrenz zu all den internationalen Köstlichkeiten, die hier mit verführerischem Aussehen und bisweilen unwiderstehlichem Duft um Kunden werben.

Egal ob die Kunden das senegalesische Hühnchen mit Couscous, den vietnamesischen Reismudelsalat oder das Kaninchen mit französischer Dijon-Senfsauce probiert haben – alle freuen sich auf den Kaffee danach. Das Pastrami „New York Style“ mit Zwiebel-Sugo, Senfgurkenkraut, Ruccola und Cheddar-Käse oder die Brötchenhälften mit „Pulled Duck“, Emmentaler, Trüffelhonig und Estragonmayonnaise können noch so satt und glücklich gemacht haben – im Anschluss an den Genuss ist ein Kaffee fällig. Außerdem steht Verwohls Fahrrad auch noch direkt neben einem alten DDR-Wohnwagen, in dem die Damen von „Sweet & Tiny“ hinreißende Crêpes zubereiten, zum Beispiel mit weißer Schokolade und Wild Heidelbeeren. Was trinkt man wohl dazu?

Außerdem hat Verwohl eine Alleinstellung. Noch gibt es keinen zweiten Barista auf dem Festival – Kaffee auf Rädern ist in der gesamten Szene bisher selten. Auf der von dem Nürnberger Foodtruck-Pionier Klaus P. Wünsch betriebenen Internetplattform „Foodtrucks Deutschland“ präsentieren sich rund 150 Anbieter, doch nur zwei von ihnen haben sich auf Kaffeezubereitung spezialisiert. Mini-Cafés auf Fahrrädern sind allerdings schon deutlich häufiger anzutreffen.

Seit 2011 stattet das Osnabrücker Start-up „Coffee-Bike“ Franchise-Nehmer mit Biokaffee, Handhebel-Espressomaschine und einem rotbraunen Dreirad aus. Inzwischen sind bundesweit 80 „Coffee-Bike“-Baristas in Einkaufszentren, an Flughäfen oder bei Firmenfeiern im Einsatz. „Neuerdings expandieren wir auch ins Ausland, wir sind sogar schon in Indien“, sagt Firmensprecherin Tamara Heene. Auch Claus Hansen, der in seinem „Kaffeeraum“ in Hamburg-Winterhude seit vielen Jahren Espressomaschinen repariert und verkauft, sieht die mobile Kaffeekultur „ganz stark im Kommen“. Und freut sich darüber: „Die so etwas machen, sind meist Menschen, die Kaffee regelrecht lieben. Deren Espresso ist oft besser als das, was einem in manchen Cafés vorgelegt wird.“

Ein Kaffee mit Charme

Selbst wenn einem ein Becher Kaffee auf einem Food-Festival im ersten Moment nicht so spektakulär vorkommt wie eine 24 Stunden lang geschmorte Rinderschulter – ein guter Barista wie Alex Verwohl macht das mit Ausstrahlung und Persönlichkeit wett. Denn während all die coolen Jungs in den Barbecue-Trucks mit ihren schwarzen T-Shirts und den tätowierten Unterarmen fast schon uniformiert wirken, steht am Kaffeestand ein Mann mit Charme. Kein Wunder, dass sich manche Frauen

erstaunlich viel Zeit für ihren Kaffee lassen. Mit seinen kurzen Haaren und den markanten Grübchen erinnert Verwohl an Bruce Willis – nur dass er 15 Jahre jünger ist. Und wenn er dann traumwandlerisch sicher an den Hebeln seiner Maschine hantiert, mit verwaschener Jeans und einem an den Gürtel geketteten Lederportemonnaie, hat das eine gewisse Lässigkeit.

Die verlässt den Barista auch nicht, als er plötzlich eine Wasserpfütze unter der Siebträgermaschine entdeckt. So etwas kann einen Riss des Kessels bedeuten – das wäre der Super-Gau. Aber Verwohl bleibt ruhig, schließlich lässt er seine Maschinen einmal im Jahr warten: Da wird der Kessel im Säurebad entkalkt, die Dichtungen werden erneuert, die Leitungen neu verlötet. Verwohl leuchtet mit der Taschenlampe die Schläuche ab, greift zum Schraubenzieher – und gibt nach wenigen Minuten Entwarnung. „Kein Leck! Es hatte sich nur eine Schelle gelockert, die habe ich wieder angezogen.“

Es ist Abend geworden, am Stand wird es ruhiger. Um halb zehn kommt ein junges Pärchen. Der Mann bestellt einen Espresso. „Und du?“, fragt Alex Verwohl die Freundin. „Danke, so spät nichts mehr, ich muss gleich Bubumachen.“ Alex reicht dem Mann seinen Kaffee und grinst: „Dann musst du wohl sehen, wie du die Nacht alleine rumkriegst.“ Der Barista ist seit fast 17 Stunden auf den Beinen, er hat vormittags wie jeden Samstag auf dem Wochenmarkt gestanden – aber er ist immer noch zu Scherzen aufgelegt. Wie er die Nacht verbringt, ist für ihn allerdings keine Frage. „Ich werde gleich nur noch schlafen“, sagt er. Abbauen muss er heute Gott sei Dank nicht, das Fahrrad bleibt stehen. Denn morgen, am Sonntag, geht das Street-Food-Festival weiter.

QUELLEN (Kurzbezeichnung):

4C Association
BMEL
Coffee Intelligence
Deutscher Kaffeeverband e. V.
Deutsches Weininstitut
Fairtrade International
FLO-CERT
Food and Agriculture Organization of the United Nations **(FAO)**
FoodDrinkEurope
Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung **(ISI)**
IMF
International Coffee Organization **(ICO)**
Statista Analyse
Statistisches Amt der Europäischen Union **(Eurostat)**
Statistisches Bundesamt **(Destatis)**
TransFair e. V.
UTZ Certified
Verbände der Getränke-Industrie
Verbrauchs- und Medienanalyse
XTC World Innovation Panorama
Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung **(ZEW)**

IMPRESSUM

Herausgeber: Tchibo

Chefredaktion: Susanne Risch

Artdirektion: Britta Max

Infografik & Chefin vom Dienst: Michaela Streimelweger

Redaktion: Peter Lau, Kathrin Lilienthal, Renate Hensel

Illustration: Jindrich Novotny

Marktforschung, Recherche, Daten und Quellen:

Hubertus Bitting, Marie-Susann Burger, Wenke Krützfeldt,
Marie-Luise Lübbers, Simone Pendel

Konzept: brandeins Wissen, statista.com

© brandeins Wissen, Hamburg 2016
