

# Guten Kaffee verkaufen und Gutes tun

«Coffee Circle», das ist äthiopischer Spitzenkaffee, der nachhaltig produziert und ohne Zwischenhändler verkauft wird. Der deutsche Startup ist jetzt auch in der Schweiz präsent.



Die Kaffeebauern erhalten im Schnitt viermal mehr für ihren Kaffee. • *Les cultivateurs obtiennent en moyenne quatre fois plus pour leur café.*

**ROSALIE SCHNEIDER.\*** Guten Kaffee verkaufen und Gutes tun – dieses Ziel setzten sich Martin Elwert, Robert Rudnick und Moritz Waldstein-Wartenburg vom Kaffee-Startup «Coffee Circle». Die drei jungen Kaffeeliebha-

ber aus Berlin wollten anspruchsvollen Kaffeekonsumenten die beste Qualität aus Äthiopien anbieten – und den Produzentenfamilien Unterstützung bei der Verbesserung ihrer Lebensbedingungen bieten. Heute ist die Firma

auf Kurs und seit einigen Monaten auch in der Schweiz aktiv. Hier ist der Kaffee von «Coffee Circle» in der ökologisch-sozial ausgerichteten Ladenkette «Changemaker» in Luzern, Basel und Zürich erhältlich.

Um die hohe Kaffequalität erreichen zu können und den äthiopischen Kaffeebauern bis zu viermal mehr für den Kaffee bezahlen zu können, werden diese in den Wertschöpfungskreislauf eingebunden. Damit auch die Lebensbedingungen der Landbevölkerung verbessert werden, realisiert «Coffee Circle» zusammen mit lokalen Regierungsbehörden und NGO verschiedene Projekte. So werden zum Beispiel Brunnen oder Gesundheitsstationen gebaut, Schulmaterial beschafft oder Fussballplätze erstellt.

Der Gründer des im Jahr 2010 entstandenen Startups Coffee Circle, Robert Rudnik, berichtet von seinen Erfahrungen und dem Sprung in die Schweiz.

*Willkommen in der Schweiz. Seit wann gibt es euch hier?*

**ROBERT RUDNIK:** Vielen Dank! Wir freuen uns sehr. Seit Anfang September ist unsere Seite [coffeecircle.ch](http://coffeecircle.ch) jetzt live und wir sind sehr stolz, äthiopischen Spitzenkaffee und unser Konzept des nachhaltig produzierten und gehandelten Kaffees in die Schweiz bringen zu dürfen.

*Was genau macht ihr? Was ist Coffee Circle?*

Wir kommen ursprünglich aus Berlin und haben uns dem Kaffeegenuss verschrieben. Als wir vor Jahren ein Entwicklungsprojekt in Äthiopien umsetzten, verliebten wir uns in Menschen, in das Land und den Kaffee. Dieser wird auf traditionelle Art und nach Biostandards in Waldgärten angebaut. Also überlegten wir, wie wir diesen hochqualitativen Kaffee nach Europa bringen und gleichzeitig etwas für die Menschen tun könnten. Die Idee von Coffee Circle war geboren: Zeitgemässer fairer Handel. Der Kaffee wird vor Ort ohne preistreibende Zwischenhändler direkt gekauft. Dadurch bekommen die Kaffeebauern im Schnitt viermal mehr für ihren Kaffee, als wenn sie ihn zu Welthandelspreisen verkaufen. Ein Franken geht pro verkauftes Kilogramm an eigene Entwicklungsprojekte in der Region. So bleibt alles transparent und wir wissen genau, wo unser Geld hinfließt, und können das auch mit gutem Gewissen gegenüber den Kunden vertreten.



*Der Gründer von Coffee Circle, Robert Rudnik. Robert Rudnik, fondateur de Coffee Circle.*

*Wo liegen für euch die grössten Schwierigkeiten?*

Zum Glück haben wir so ein gutes Konzept und Produkt, das alleine ist schon sehr überzeugend für den bewussten Konsumenten. Aber natürlich muss man gerade als junges Unternehmen ständig in Bewegung und Entwicklung bleiben. Auf unserem Blog bieten wir allerlei Informationen rund um den Kaffeegenuss. So beantworten wir beispielsweise Fragen zur richtigen Röstung und Zubereitung, geben Auskunft über die laufenden Projekte und versuchen mit immer neuen Designs unserer Merchandiseprodukte die Palette neben dem Kaffee weiter zu vergrössern.

*Würdet ihr es wieder tun?*

Auf jeden Fall. Sich auf die eigenen zwei Beine zu stellen, erfordert zwar viel Mut und Ausdauer und auch Risikobereitschaft. Wenn man dann aber sieht, wie aus seiner kleinen Idee ein immer weiter wachsendes Unternehmen wird, lohnt sich die ganze Mühe und der Angstschweiss allemal. Nun hoffen wir darauf, dass die Schweizer ebenfalls den äthiopischen Kaffee lieben werden und sich auf andere Geschmackserlebnisse neben der traditionellen italienischen Röstung einlassen.

*\*Interview: Rosalie Schneider. Die Autorin ist Kooperationsmanagerin bei «Coffee Circle».*

[redaktion@alimentaonline.ch](mailto:redaktion@alimentaonline.ch)

## Les aventures d'une start-up du café

La génération montante aurait de la peine à s'imaginer sa vie durant derrière le même job. Elle semble aussi tentée par le fait de créer et modeler soi-même une entreprise, quitte à prendre en compte un déménagement, dans une autre ville ou un autre pays. A l'exemple des jeunes amateurs de café berlinois qui ont décidé de réaliser leur propre projet de développement. Robert Rudnik, fondateur de la start-up Coffee Circle née en 2010, commente ses expériences et son saut vers la Suisse.

**alimenta:** *Bienvenue en Suisse! Depuis quand êtes-vous ici?*

**ROBERT RUDNIK:** Merci! Notre site [coffeecircle.ch](http://coffeecircle.ch) est en ligne depuis début septembre et nous sommes fiers de présenter en Suisse notre café supérieur éthiopien et notre concept de café produit et commercialisé de manière durable.

*Que faites-vous exactement et qu'est-ce que Coffee Circle?*

Nous nous dévouons au plaisir du café. Nous sommes tombés amoureux de l'Éthiopie, de ses habitants et du café. Il y est produit de manière traditionnelle dans des jardins forestiers selon les standards bio. Nous achetons le café directement sur place, sans intermédiaire. Le cultivateur en obtient environ quatre fois plus que sur le marché mondial et cela nous permet de développer nos propres projets de développement.

*Quelles difficultés rencontrez-vous?*

Nous avons un bon concept et un bon produit, c'est en soi déjà parlant pour le consommateur. Mais c'est vrai qu'en tant que jeune entreprise, nous devons toujours rester en mouvement. C'est pourquoi nous proposons toutes sortes d'informations sur le café dans notre blog: torréfaction, préparation, projets en cours ...

*Si c'était à refaire ... ?*

Sans hésitation! Lancer son propre projet requiert certes beaucoup de courage et de persévérance. Mais ça vaut la peine. On espère maintenant que les Suisses se laisseront aller à de nouvelles aventures gustatives.

*Interview: Rosalie Schneider*