



Vermarktung & Verkauf

Die gewinnbringende Wertschöpfung von Kaffee findet nicht in den Produzentenländern, sondern in den Konsumentenländern statt. Der letztendliche Konsumentenpreis wird neben der Veredlung durch das Rösten entscheidend durch den Einzelhandel in die Höhe getrieben: Kaufen wir hier in Deutschland Kaffee, zahlen wir auch für die Logistik, Werbung und die Verkaufsstrategien des Einzelhandels. Durch neumodische Erscheinungen wie Kaffeepads und -kapseln steigt zwar der Wert kaffeebasierter Produkte, obwohl der Kaffeepreis auf den internationalen Märkten weiter gesunken ist. Dieses Ungleichgewicht wird auch durch den weltweit stark variierenden Kaffeekonsum deutlich. Deutschland, als eines der führenden Konsumentenländer, konsumiert beispielsweise acht Mal so viel wie das Produzentenland Mexiko.



Zeitungsartikel in »Die Welt« vom 30.05.2013

Das Geschäft mit Kaffee floriert: Im Trend liegen vor allem Bio- und Fairtrade-Marken, wie ein Report zeigt. [...] Das braune Heißgetränk ist bei den Deutschen denn auch beliebter denn je: Wie der »Kaffeereport 2013« ausgerechnet hat, trinken die Deutschen in jeder Sekunde 2315 Tassen Kaffee. Wer das wissen will: Das sind 73 Milliarden Tassen pro Jahr. Rund 6,9 Kilogramm Kaffeepulver oder Kaffeebohnen kauft jeder Deutsche im Jahr ein. Deutschland liegt in der Liste der weltweiten Kaffeeländer im Konsum auf Platz acht. [...] Nicht nur für den klassisch angebauten Kaffee erwärmen sich die deutschen Haushalte: Auch der Kaffeeanbau unter bestimmten Siegeln wie Fairtrade, die eine nachhaltige Landwirtschaft fördern, nimmt durch die steigende Nachfrage zu: Im Jahr 2011 wurden fast 23 Prozent des weltweit produzierten Biokaffees nach Deutschland importiert. Daten für das Jahr 2012 werden erst im Kaffeereport 2014 vorliegen. [...] Unaufhaltsam scheint in Deutschland der Aufschwung der Kaffeepads zu sein: Lag der Verbrauch im Jahr 2005 noch bei 6.600 Tonnen, waren es sechs Jahre später schon 31.000 Tonnen. Ähnlich ist der Anstieg bei Kaffeekapseln: Von lediglich 400 Tonnen im Jahr 2005 erhöhte er sich auf 6.650 Tonnen im Jahr 2011. Der Unterschied betrifft den Preis und die Herstellung: Pads sind kleine Kaffeebeutel, die Kapseln werden dagegen meist aus Aluminium und Kunststoff gefertigt.

Foto: Sven Zähle



VERMARKTUNG & VERKAUF