



Gleichberechtigte Gesellschafter: Bram de Hoog (rechts) kennt Kaffeefarmer Silvio Sánchez aus Nicaragua schon viele Jahre. Sie vertreiben Spezialitätenkaffee unter dem Label „Paso Paso“. Foto: Privat

HANNOVER. Was macht einen guten Barista aus? Bram de Hoog (28) beantwortet die Frage, während er mit geschickten Handgriffen an der Siebträgermaschine arbeitet und Cappuccino serviert. Es geht um Temperatur, Zeit, Sauberkeit. „Aber das wichtigste ist das Kundengespräch“, findet der junge Holländer. „Die Kunden sollen verstehen, was für einen Kaffee sie trinken, ein Gefühl dafür bekommen, wie der Kaffee angebaut wird.“ Sein Projekt „Paso Paso“ ist dafür das beste Beispiel.

„Grey“ heißt der kleine Gewerbehof im Lindener Hafen, in Jutesäcken lagert hier der Rohkaffee, dessen Kaffeekirschen von Familie Syoum in Äthiopien, Diego Baraona in El Salvador, Jorge Vásquez und Diego Robelo in Costa Rica und Silvio Sánchez in Nicaragua angebaut werden. Bram de Hoog röstet den Kaffee, vertreibt und vermarktet ihn. So weit, so üblich? „Nein, unsere Geschichte ist einzigartig“, betont der 28-Jährige, der trotz seiner jungen Jahre bereits auf eine internationale Karriere im Kaffees

feengeschäft zurückblicken kann. Denn bei „Paso Paso“ (spanisch: Schritt für Schritt) sind die Kaffeebauern gleichberechtigte Gesellschafter der Firma. Es ist eine Art Kaffee-Kollektiv, das de Hoog aufgebaut hat – weil er etwas verändern will. „Die großen Gewinne entstehen durch Röstung und Vertrieb, da geht es um die zehnfachen Summen. Doch die Risiken beim Anbau tragen die Bauern.“ Und die würden durch Klimawandel und Wetterextreme immer größer. „Und die Kaffeeröster sind nicht

treu, sie reagieren auf die günstigsten Preise. Die Kräfteverhältnisse sind nicht gerecht.“ Bram de Hoog weiß, wovon er spricht. Er hat für einen Konzern weltweit Kaffeeernten aufgekauft, ist dafür um die Welt gereist. „In meinem letzten Jahr waren es sechs Millionen Kilo.“ Seine zweite Leidenschaft, die Fotografie, hatte ihn in das Land geführt. „Ich habe die Geschichten der Kaffeebauern gehört.“ Der Student war fasziniert, und als ein Kaffeeexporteur ihn fragte, ob er nach seinem Abschluss zurückkommen wolle, um Web-

„Paso Paso“: Gerechter Kaffee aus dem Lindener Hafen

BRAM DE HOOG hat mit fünf Bauern in Afrika und Mittelamerika ein Kaffee-Kollektiv gegründet. Die Bohnen haben höchste Qualität – aber auch ihren Preis.

teure Röstmaschinen an kleine Labels vermietet, hat er an de Hoog abgegeben. „Ich habe noch Flausen im Kopf“, sagt er, denn zusammen mit seiner Frau hat er eine Kaffeefarm in Nicaragua gekauft, die er regelmäßig besuchen will. „Fünf Hektar – also ein etwas größerer Garten. Aber das fehlte mir noch in meiner Kaffee-Vita.“ Eine vorhandene Ressource – in diesem Fall teure Maschinen – teilen: Die „Roast Factory“ passt perfekt in de Hoogs Businessplan und in seine Philosophie. Der Weg dahin war lang. „Ich war schon mit 13 Jahren interessiert an Kaffee“, erzählt der Holländer. Nach der Schule studierte er an einer Hotelfachschule, schrieb seine Masterarbeit über Transparenz im Kaffeeanbau. Da war er aber schon mit einem Bein in Nicaragua.

Seine zweite Leidenschaft, die Fotografie, hatte ihn in das Land geführt. „Ich habe die Geschichten der Kaffeebauern gehört.“ Der Student war fasziniert, und als ein Kaffeeexporteur ihn fragte, ob er nach seinem Abschluss zurückkommen wolle, um Web-

seite und Marketing zu betreuen, sagt er zu. 2018 zog de Hoog weiter nach Costa Rica, lernte dort seine Frau kennen, machte Karriere als global agierender Rohkaffeehändler mit Millionenumsätzen. Und was verschlug ihn dann nach Hannover? „Hier spricht man gutes Deutsch“, scherzt er. Außerdem sei seine Frau Ärztin, sie wollte in Deutschland die Fachausbildung zur Gynäkologin machen. „Und auf einer Kaffeemesse habe ich Thomas Brinkmann kennengelernt.“ Der Kreis schließt sich also im Lindener Hafen, doch daraus wurde laut seiner Aussage ein weltweit einmaliges Projekt. „Die Idee für ‚Paso Paso‘ hatte ich schon vor drei Jahren.“, erzählt de Hoog. Er sprach Kaffeebauern an, die er durch die jahrelange Beziehung gut kannte („Ich vertraue ihnen, es sind gute Freunde“), gründete eine GmbH, die rechtliche Hürden überwinden musste. „Viele Stempel, viele Vollmachten, die in Botschaften unterzeichnet werden mussten“, berichtet er vom komplizierten Weg, eine Firma mit Menschen

Bohnen für das gute Gewissen

„Mulembe“, „24 Grad“ und „V17“ - diese Kaffeeröstereien in Hannover arbeiten nachhaltig und zahlen faire Preise an die Farmer

HANNOVER. Kaffeebohne ist nicht gleich Kaffeebohne. Der „Cupping Score“ entscheidet darüber, ob eine Rösterei ihr Produkt als Spezialitätenkaffee vermarkten darf, im Bewertungssystem der Speciality Coffee Association (SCA) müssen mindestens 80 Punkte erreicht werden. Seit 2018 betreut Anna Lina Bartl von Hannover aus 44 Kaffeebäuerinnen und -bauern in Uganda, jedes Jahr besucht sie die Farmen am Mount Elgon. Und freut sich über Resultate für ihre Marke „Mulembe“: „Wir haben den Cupping Score von 82 zum Teil auf 86 gesteigert.“ „Hallo, ich komme in friedlicher Absicht“ – das bedeutet „Mulembe“. Bartls Mission begann mit einem Forschungsprojekt an der Uni, demnächst gibt die Agrarwissenschaftlerin ihre Doktorarbeit ab: „Ich begleite die Produzierenden das ganze Jahr.“ Die 33-Jährige analysiert Defekte in den Bohnen, leitet aus den Daten Maßnahmen ab, wie mit Dürre, Sturm, zu viel Regen oder Krankheitserregern umgegangen werden kann. Aus Hannover gehen Reports nach Uganda: „Die Produzierenden erkennen, ob der Aufwand

sich lohnt.“ Die Zahlen sprechen dafür, auf manchen Farmen stiegen die Erträge von 800 Kilo pro Hektar auf 1900 Kilo. Kleine „Mulembe“-Chargen werden auch in Uganda zu Testzwecken geröstet – und verkostet. „Das schult die Sensorik. Die Leute kommen sonst nicht mit ihrem eigenen Produkt in Berührung, bauen keine Beziehung auf.“ Eine Beziehung aufbauen sollen aber auch die Menschen in Hannover (das Ladencafé ist an der Harenberger Straße 3 in Limmer) oder ganz Europa, die den Kaffee beziehen: Auf jeder Packung weisen Foto und Text darauf hin, wer die Kaffeekirschen angebaut und geerntet hat, ein QR-Code führt zu Videos. „Die Menschen in der Wertschöpfungskette werden sichtbar.“ Und sie werden fair bezahlt. „25 Prozent über den Höchstpreis vor Ort“, das ist die Vorgabe von „Mulembe“. Außerdem fließen von jedem Kilo Röstkaffee (35 Euro, im Abo 29,90 Euro) 5 Euro in Entwicklungshilfeprojekte am Mount Elgon: Bienenstöcke neben den Kaffeefeldern helfen bei der Bestäubung und öffnen neue Einnahmequellen, das gilt auch für Kakao- und Vanille-

pflanzen, die öfter im Jahr geerntet werden. Auch Markus Glaubitz verkauft unter dem Label „24 Grad“ seit 2009 besondere Bohnen am Engelbosteler Damm 52 (und bald in einem zweiten Geschäft an der Straßenseite gegenüber). „Spezialitätenkaffee war damals eine Nische in Hannover“, berichtet er über die Gründung der Kaffeerösterei, die ihren Namen vom sogenannten „Kaffee Gürtel“ hat, der zwischen 23 und 25 Grad nördlicher und südlicher Breite verläuft. Auf der nicht ganz maßstabgetreuen Weltkarte auf der Schiefertafel im Café sind die Länder bunt schraffiert, aus denen der 50-Jährige die Bohnen bezieht – darunter Nicaragua, Äthiopien, Panama, Kolumbien. „Yellow Bourbon“ heißt der Arabica von der brasilianischen Farm Daterra, der im Regal steht. 250 Gramm kosten 9 Euro, die Kaffeekirschen sind nicht rot, sondern gelb, angebaut wird auf 1100 Metern Höhe. „2018 war ich da“, erzählt Glaubitz, der seine Reiseerlebnisse in einem Blog auf www.24grad.net festhält. Da erfährt man, dass die Plantage Altersvorsorge, Sozialleistungen

und kostenloses Kantineessen anbietet, das Wissen über Anbau und Farmmanagement auch mit kleineren Kaffeebauern teilt. „Ich will zeigen, dass Kaffee auch mit fairen Mitteln verkauft werden kann. Es geht hier um die Bohne, nicht um die Masse.“ Eine Botschaft, für die er kämpfen musste. „Die Deutschen trinken Kaffee oft, als wäre es Rotwein aus dem Tetrapack, den sie mit Cola mischen.“ Deshalb gibt er Sensorikseminare, erklärt in Workshops, wie

Brühverfahren auf den Geschmack wirken. „Wir haben eine Geschichte zu jedem Kaffee. Die Leute haben Lust, solche Dinge zu erfahren.“ Und sind bereit, höhere Preise als im Discounter zu bezahlen. „Kaffee ist ein Naturprodukt, er hat mehr Aromen als Wein.“ Auch im „V17“ in der Hennigesstraße 12 (Linden-Nord) setzen Janis Kaiser und Arno Auer auf „Third Wave Coffee“. Was steckt hinter der dritten Welle? „Ein kleiner Bruchteil

des Kaffeegeschäfts“, sagt Auer, der unter dem Label „Woodgrouse“ Spezialitätenkaffee röstet. Die erste Welle brachte den Kaffee in das Zuhause der Menschen, in den Supermarkt, in den Alltag. In der zweiten Welle brachten Ketten wie Starbucks das Togo-Geschäft, neue Größen und Flavours. „Uns geht es um qualitativ hochwertige Bohnen, bei denen Anbau, Transport und Preise nachverfolgt werden können.“

Auer und Kaiser fordern von Importeuren den „Free on Board“-Preis zu erfahren, also den Preis bei der Verladung auf Containerschiffe. „Im Idealfall bekommen wir den ‚Farmgate‘-Preis“, so Auer. Die Summe also, die beim Bauern landet. Biosiegel haben die „V17“-Kaffees nicht: „Für viele Bauern ist es eine finanzielle Hürde, die Voraussetzungen dafür zu schaffen.“ Das Duo setzt auf etwas anderes: „Die Vertrauensbasis zwischen uns und den Kunden.“



Genuss mit gutem Gewissen: Markus Glaubitz hat an der Wand seines Cafés „24 Grad“ den Kaffeegürtel auf der Weltkarte dargestellt. Foto: Elena Richert



Gute Laune: Anna Lina Bartl besucht regelmäßig die Kaffeebäuerinnen- und bauern in Uganda. Für die „Mulembe“-Bohnen zahlt sie 25 Prozent mehr als den Höchstpreis. Foto: Clara Günther

Wilde Expedition Truck

zu Hammerpreisen sofort verfügbar!

Mit Allrad, Lithium-Batterien, Solar, pistenfester Möbelbau, Echtholz etc.

ab 165.000,- € inkl. UST



Auto Wilde GmbH
Vienenburger Str. 12
38640 Goslar

Tel.: +49 (0) 53 21 / 6 85 39-0
E-Mail: verkauf@auto-wilde.de
www.auto-wilde.de

