

diese Entwicklung bis dato kein Thema. Doch die Ernteaufträge im zweitgrößten Rohkaffeeanbauland Vietnam sind wohl auch auf einen großen Faktor zurückzuführen: das Wetter. „Wir haben aber festgestellt, dass die Ernten für Arabica und Robusta sehr gefragt sind – auch in Asien. Dort hat Kaffee eine immer größere Bedeutung. Kaffee ist ein Signal für ein bestimmtes Lebensgefühl und eine bestimmte Entwicklung. Die Aussage ‚Kaffee ist das zweitwichtigste Handelsgut nach Erdöl‘ ist vielleicht gar nicht so falsch“, so Mayer, der in dieser Sache auch in seiner Funktion als Präsident des heimischen Kaffeeverbands spricht.

Nachhaltig trotz Kapseltrend?

In den vergangenen 50 Jahren haben sich die Anbauflächen für Kaffee weltweit verdreifacht. Doch das Angebot wächst langsamer als die Nachfrage: Waren es 2012/2013 noch rund 8,8 Millionen Tonnen, waren es im Erntejahr 2015/2016 rund 9,3 Millionen Tonnen. Das ist ein neuer Rekord und entspricht einem Zuwachs von 1,9 Prozent in den letzten drei Jahren. Doch qualitativ guter Kaffee wächst in Höhenlagen in Äquatornähe, die nicht beliebig vermehrbar sind; die Anbauflächen werden knapp, die Bodenpreise steigen.



© Tchibo

Alternativen

Nicht-elektrische Zubereitungsmethoden sind beliebt. Rund 22% der Österreicher vertrauen auf Mokka- und Kaffeefilter.

Dass das Thema Nachhaltigkeit deshalb nicht vernachlässigt werden darf, weiß Mayer. Er ist überzeugt davon, dass Konsumenten in Österreich mittlerweile viel mehr Wert auf das Thema legen – trotz der steigenden Beliebtheit von Kaffee-Kapseln. Das Segment Einzelpartien (also Kapseln und Pads) macht mengenmäßig mittlerweile 15 Prozent am österreichischen Kaffeemarkt aus, traditioneller Röstkaffee 58 Prozent, Espresso und Crema 27 Prozent.

„Dem Trend zum individuellen Kaffeegenuss kommen wir mit Cafissimo und dem neuen Premium-Kaffeesystem Obo entgegen“, so Unternehmer Mayer. Widersprechen tun sich die Themen „Kaffee-Kapseln“ und Nachhaltigkeit seiner Meinung

nach nicht. Die Kapseln sind bei Tchibo nicht aus Aluminium, die Cafissimo-Kapseln sind zu 100% recycelbar. Außerdem wird es bald die Möglichkeit geben, die Kapseln gesammelt in den Filialen von Tchibo abzugeben.

”

In Asien hat Kaffee eine immer größere Bedeutung. Die Aussage ‚Kaffee ist das zweitwichtigste Handelsgut nach Erdöl‘ ist vielleicht gar nicht so falsch.

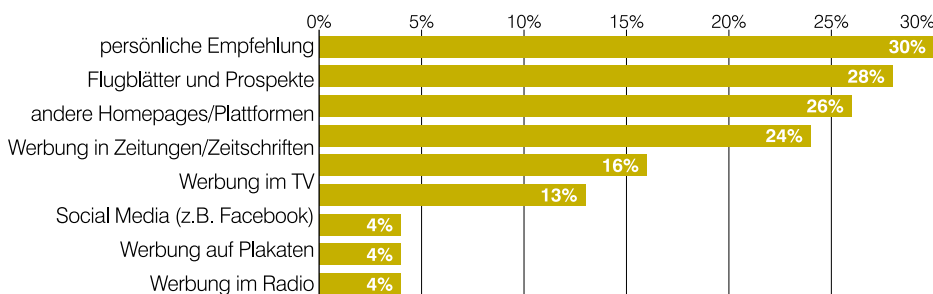
“

Harald J. Mayer

Bekanntheit des Tchibo/Eduscho Online-Shops

Mundpropaganda

Wodurch sind sie auf den Online-Shop von Tchibo/Eduscho aufmerksam geworden?



Basis: Österreich; Februar 2016; n=140; ab 18 Jahre; Quelle: Das Österreichische Gallup-Institut

Investition in Cross-Channel

Eine weitere Modernitätsoffensive: Tchibo investiert in sein Cross-Channel-System. „Die Kunden trennen nicht mehr zwischen Online-Shop und stationärer Filiale. Die Verbindung unserer Filialen mit dem Online-geschäft wird von den Kunden ganz stark angenommen“, so Mayer. Für die Ausrichtung der Filialen heißt es daher: noch mehr Multimedialität.