

Was Radinger mit seinen elf Kollegen verbindet, ist auch ein gewisser Qualitätsanspruch an Kaffee. Man sei nicht an den besten Bohnen der Welt interessiert, sondern am ganzen *Prozess der Verarbeitung*. Daher sei eine gute Beziehung zu den Kooperativen auch so wichtig.

Doch nicht alle sehen den Direkt Trade unproblematisch. Die EZA Fairer Handel GmbH beäugt den „Wildwuchs im Direct Trade“ kritisch. Wenige Tage nach Radingers Rückkehr aus Brasilien wurde er zu einer Diskussion eingeladen mit dem Titel „Direct Trade versus Fair Trade“. (medianet-Ausgabe vom 29. September, Anm. der Redaktion). Radinger musste sich dort auf einer Fair Trade-Veranstaltung gegen Vertreter der fairen Handels behaupten. Fair Trade und die EZA wurden dort als klares Konzept mit internationalen Standards gelobt, wo sich Produzenten regelmäßig unabhän-



© kaffeefabrik (2)

Bewusstsein der Konsumenten jedoch verändert. Viele schauen heute viel aufmerksamer darauf, *woher* die Produkte eigentlich kommen, unter welchen *Bedingungen* sie produziert werden. Dem kritischen Hinterfragen von ungerechten Handelsstrukturen können sich auch „die Großen“ nicht entziehen, meint Radinger, man sehe, dass sie „gewisse Dinge imitieren“. „Sie drucken Geschichten von Produzenten auf die Packung, wo sie George Clooney erklären lassen, wie super direkt der Kaffee von irgendwo herkommt“.

Was bringt die Zukunft?

Am Ende kommt es auf den Konsumenten an, wem er mehr Glauben schenkt. „Wir haben aber nicht vor, den Kampf gegen Starbucks aufzunehmen“, sagt Tobias Radinger über die Ziele von Roasters United. „Wir würden einfach gern weiter wachsen, so organisch wie wir das auch jetzt tun. Auch die Kaffeefabrik hat sich jedes Jahr im zweistelligen Bereich weiterentwickelt.“ Das Konzept von Roasters United scheint auch andere Röster zu überzeugen. Im Moment würden viele Bewerbungen am Tisch liegen, erzählt Radinger. Wie einst Fair Trade verfolgt auch Roasters United die Mission, eine Art „Role Model für die Industrie zu werden“.

”

Es gibt ein stärkeres Bewusstsein darüber, wie Kaffee und Kaffeehandel sein kann. Und man sieht, dass die Großen uns in gewissen Dingen imitieren.

“

gigen Kontrollen stellen müssen. Röstereien hingegen, die direkten Handel betreiben, seien mehr an hoher Qualität interessiert, die am Ende viel teurer für den Endkonsumenten sei.

Im Nachhinein betrachtet sieht Tobias Radinger die Dis-

kussion als sehr „unglücklich organisiert“. Gerade jene gegeneinander ins Feld zu schicken, die aus der „guten Ecke“ kommen, ist nicht unbedingt zielführend. Warum „miteinander diskutieren zu lassen, wer nun der Bessere von den Guten ist? Ich hab deswegen auch gesagt, dass wir, die uns diese vier Prozent nicht konventionell gehandelten Kaffee am Markt teilen, nicht streiten sollten. Wesentlich spannender wäre es, die anderen 96 Prozent zu fragen: Wie geht es euch damit, dass ihr Kaffee zu Dumpingpreisen einkauft? Und euch einen Dreck um Ökologie oder soziale Folgen schert. Das wäre die wesentlich spannendere Diskussion.“

Roasters United als Role Model
Verglichen mit Starbucks oder Nespresso, sei die Kaffeefabrik „mikro“, sagt Tobias Radinger. Man sei zu klein, um etwas Größeres zu bewegen. Durch die jahrelange Vorarbeit von Fair Trade, der EZA und nun auch durch den Direct Trade habe sich das

Entschlossen

Tobias Radinger:
„Wir kämpfen nicht gegen Starbucks.“

