

# Emotionen verkaufen

**Kaffeerösterei**  
KONSTANZ

DIE KLEINE KAFFEERÖSTEREI KONSTANZ AM ST. STEPHANS-  
PLATZ IN DER HISTORISCHEN KONSTANZER ALTSTADT HAT  
INNERHALB WENIGER MONATE KULTSTATUS ERLANGT.

**A**ussteigen und etwas Neues beginnen, am Besten etwas, das Spaß macht, was man mit der Hand greifen kann und was auf Dauer nicht langweilig wird. Das waren die wichtigsten Beweggründe für Christine Poprawa und Rolf Bernhardt, aus ihrem bisherigen Berufsleben auszusteigen, von Berlin in ihre persönliche Wunschheimat Konstanz am Bodensee umzuziehen und dort ihren Traum von einer eigenen Rösterei zu verwirklichen.

So einfach wie das klingt, war es in Wirklichkeit nicht – andernfalls wäre der Erfolg der beiden Unternehmer in den Bereichen Zufall und Glück zu suchen. Aber wie schon gesagt, es war nicht einfach und mit naivem Glücksrittertum hatte der Einstieg in die Kaffeebranche wirklich nichts zu tun. Er war vielmehr das Ergebnis genauer Marktanalysen, Beobachtung, Standortwahl und eines schlüssigen Konzeptes.

Bernhardt war viele Jahre damit beschäftigt, große Unternehmen zu beraten. Die analytische Vorgehensweise ist deshalb kein Zufall. Insgesamt drei Jahre hat sich das Ehepaar Zeit gelassen, um sein Konzept zu erarbeiten, eigene Ideen zu entwickeln und auch aus den Fehlern anderer zu lernen. Daneben besuchten sie Röstereien und nahmen an Lehrgängen teil, um die Kunst des Röstens zu erlernen. Natürlich gehörten auch Barista-Kurse zur Vorbereitung, denn Kaffee rösten ist nur die eine Seite der Medaille, die andere ist die richtige, professionelle Zubereitung der fertigen Bohnen. So eigneten sich Poprawa und Bernhardt weitreichende Kenntnisse rund um den Kaffee an und parallel nahm Stück für Stück der Traum von der eigenen Rösterei konkrete Formen an.

## Emotionales Ambiente

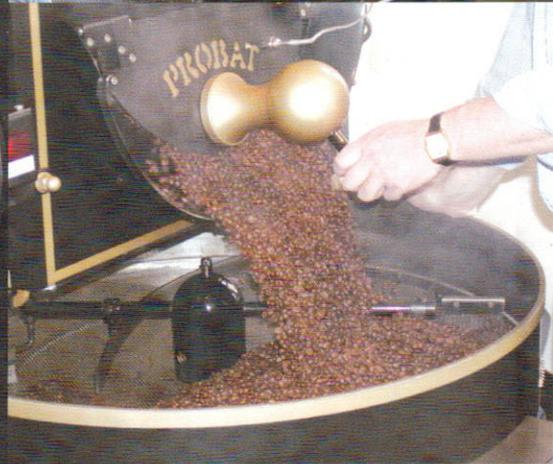
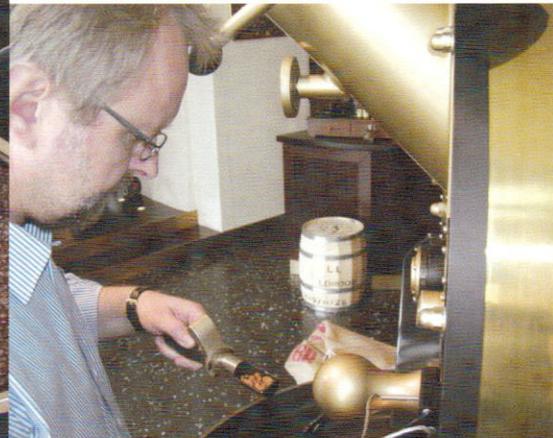
Im Dezember 2002 war es schließlich soweit: Die Rösterei wurde auf historischem Boden, im alten Münzhaus am St. Stephansplatz, das noch aus dem Mittelalter stammt, eröffnet. „Es war schwierig, einen geeigneten Standort zu finden. Wir haben bewusst auf eine 1A-Lage verzichtet, weil hier in Konstanz die Mieten sehr hoch sind und das Risiko damit steigen würde. Stattdessen haben wir eine sehr gute 1B-Lage für unsere Rösterei gewählt und diese attraktiv in Szene gesetzt“, erklärt Bernhardt.

Eine Rösterei, die sich im Keller oder einer anonymen Halle befindet, war nie das Ziel. Die Einrichtung und der Standort sollten von Anfang an die hohe Qua-





Qualität ist einer der Grundpfeiler des Erfolgs der Rösterei, die sicherlich auch der kompromisslosen Sorgfalt beim Rösten der Spezialitätenkaffees zu verdanken ist.



lität der Konstanzer Rösterei unterstreichen. „Attraktivität lockt Leute“, so der einfache Leitsatz. Der gesamte Auftritt macht Appetit auf Kaffee. Vom Logo angefangen, das von einem Grafikdesigner gestaltet wurde, über die Einrichtung, bis hin zum Probat-Röster, der den Mittelpunkt des Ladens bildet, dreht sich alles um Kaffee und den Lifestyle, der damit in Verbindung steht.

Konkretes Beispiel ist der Verkaufsraum. „Kaffee steht unter anderen für Leben, Kommunikation und Kontakt. Da passt es nicht, wie in einer Apotheke hinter einer hohen Theke zu stehen und den Kunden mit einem großen Abstand zu bedienen.“

Die Kaffeeschütten aus Messing stehen deshalb nicht hinter der Theke, wo kassiert wird, sondern gegenüber an der Wand. Dadurch entsteht dazwischen eine kommunikative Zone. Hier wird der Kunde persönlich beraten, die Unterschiede zwischen den Sorten erklärt und der Kaffee abgewogen. Bei der Beratung wird individuell auf die Kunden eingegangen: Welche Maschine er benutzt, welche Erwartungen er an seinen Kaffee hat bzw. wie der fertige Kaffee schmecken soll usw.



## Kaffeespezialitäten

Trotz des einladenden Cafés bildet die Rösterei den Schwerpunkt des Unternehmens. Die Qualität der Kaffees hat sich in kürzester Zeit herumgesprochen. Nach wenigen Wochen musste der

kleine 5 kg Trommelröster gegen einen mit 12 kg Kapazität ausgetauscht werden. Marketing und Mundpropaganda spülten nicht nur Kunden in den Laden, auch die Anfragen von Lieferkunden mehrten sich. Die Nachfrage übertraf die Erwartungen der beiden Jungunternehmer bei weitem. „Wir liefern nur Spitzenkaffee. Die Renner sind dabei die sortenreinen Kaffees aus speziellen Anbauzonen in Afrika, Asien oder Mittelamerika. Zu den besonderen Raritäten unserer Rösterei gehören Australian Skybury, ein Kaffee mit einer feinen nussigen Würze, oder Jamaica Blue Mountain, der zu den teuersten Kaffees der Welt zählt.“ Alle zwei Wochen ruft Bernhardt



„Attraktivität lockt Leute“, so der einfache Leitsatz des Unternehmerpaares. Der gesamte Auftritt macht Appetit auf Kaffee.

neue Rohkaffees aus seinen Beständen bei einem Hamburger Kaffeehändler ab.

„Einer der Grundpfeiler unseres Erfolges ist die Qualität, die sicherlich auch der kompromisslosen Sorgfalt beim Rösten zu verdanken ist.“

## Neue Projekte

Sicherlich könnten Christine Poprawa und Rolf Bernhardt mit ihrem Erfolg zufrieden sein. Innerhalb weniger Monate eine Rösterei aufgebaut zu haben, die bei den Konstanzern schon jetzt Kultstatus genießt – das wäre jedenfalls Grund genug. Aber stehenbleiben ist für die beiden ein Rückschritt, zudem reicht die Kapazität des Trommelrösters nicht mehr, um die Nachfrage zu befriedigen. Deshalb ist schon das nächste Projekt in Planung: eine gläserne Rösterei. Die Rösterei soll in der Nähe von

## Facts

**Name:** Kaffeerösterei Konstanz  
**Straße:** St. Stephansplatz 5-7  
**Ort:** 78462 Konstanz  
**Telefon:** 07531/368261  
**Fax:** 07531/284087  
**Internet:** [www.roestereikonstanz.de](http://www.roestereikonstanz.de)  
**E-Mail:** [kaffee@roestereikonstanz.de](mailto:kaffee@roestereikonstanz.de)  
**Inhaber:** Christine Poprawa und Rolf Bernhardt  
**Gegründet:** Dezember 2002

**Kaffees**  
**Blends:** 6  
**Sortenreine:** 24  
**Spezialitäten:** Australian Skybury, Jamaica Blue Mountain und exklusive Mischungen für Lieferkunden

**Röstverfahren:** Langzeitröstverfahren im Trommelröster

**Wie oft wird geröstet:** täglich  
**Lohnröstung:** Nein  
**Mitarbeiter:** 2 + 7 Aushilfen

**Kundengruppen:** Direktverkauf an Kunden, Kaffeeläden (Teeläden mit Kaffeeverkauf), Feinschmeckerläden, Hotels, Restaurants usw.

**Internetshop:** Ja

Konstanz, in einem „kulturellen Umfeld“ (mehr wird noch nicht verraten) aufgebaut werden, wo zwar Publikum beim Rösten zusehen kann, aber dennoch kein direkter Verkauf oder gar Bewirtung stattfindet. Imagerträchtig soll hier mit einem 45 kg Trommelröster vor allem die Kapazität der Rösterei vergrößert werden.

Ein weiteres Projekt, das Bernhardt in Angriff nimmt, ist der Aufbau einer Unternehmensberatung für Existenzgründer in der Rösterbranche. Beratend will er seine Kenntnisse und Erfahrungen im Rahmen von Schulungen weitergeben. Dass die Methoden des Ehepaars bisher erfolgreich waren, ist jedenfalls offensichtlich.

AR / ranft@backmedia.info