

Faire Kaffeekompetenz

Das Kaffeebar-Konzept «Spettacolo» der Valora-Gruppe setzt neu auf Fairtrade- und Bio-Zertifizierung – auch aufgrund zweier Befragungen von DemoSCOPE.

Patric Stocker*



Bild: Valora Schweiz AG

Kaffee bei Spettacolo ist jetzt fairtrade- und biozertifiziert.

Spettacolo steht seit Jahren für italienische Kaffeekultur. An besten Lagen in Bahnhöfen und anderen stark frequentierten Zonen laden die Kaffeebars zum Kaffeegenuss ein. Eine Besonderheit bei Spettacolo ist, dass Gäste nicht nur zwischen Espresso, Café, Ristretto etc. wählen können, sondern jedes Produkt in einer der drei Röstungen hell, mittel oder dunkel zu geniessen ist.

«Die Marktforschung mit DemoSCOPE hat uns in unseren Überlegungen unterstützt und unsere Vermutungen bestätigt.»

Seit Februar dieses Jahres setzt Spettacolo bei ihrem Kaffee durchwegs auf Fairtrade- und Bio-Zertifizierung. Die neuen Mischungen kommen aus dem Hause von Turm Bogen Kaffee – eine der ältesten und engagiertesten Kaffeeröstereien der Schweiz. Die zertifizierten Arabica-Bohnen stammen aus Kooperativen in Mittel- und Südamerika, Robusta-Bohnen aus Indien. Die Max Havelaar-Stiftung Schweiz hat den Spettacolo-Kaffee mit

dem Fairtrade-Label ausgezeichnet. Kleinbauern und Arbeitskräften werden faire Preise geboten. Das Label «bio.inspecta» bewertet Produkte nach der Schweizerischen Bioverordnung.

Persönliche Interviews bringen Klarheit

Der konzeptuellen Neuerung ging eine zweistufige Marktforschung mit

DemoSCOPE voraus. Kaffeekonsumenten in Spettacolo-Kaffeebars wurden mittels persönlicher Interviews befragt. Nebst Fragen zur Wahl und zum Geschmack des konsumierten Kaffees stellten die Interviewer Fragen zum Konzept des Anbieters sowie zum allgemeinen Konsumverhalten rund um den Kaffee. Aus den Ergebnissen konnte herausgearbeitet und eingeordnet werden, was bei Spettacolo einzigartig ist.

Es zeigte sich, dass die Kaffeebars auf eine grosse Zahl regelmässiger Besucher zählen dürfen, die von deren Kaffee begeistert sind. Die Auswahl und die Qualität des Kaffees werden allgemein sehr geschätzt. Mit den drei Röstungen zeigt Spettacolo Kaffeekompetenz. Optisch wird Letzteres dem Gast auch durch eine auffällige Kaffeemaschine verdeutlicht. Die Lage der Kaffeebar ist und bleibt ein entscheidendes Kriterium zur Wahl des Anbieters, sowohl bei jenen, die den Kaffee vor Ort konsumieren, wie auch bei jenen, die ihn «To go» für unterwegs mitnehmen.

Begleitet wurde die Kundenbefragung in den Kaffeebars durch eine Online-Befragung aus der DemoSCOPE-Community, um die Bekanntheit, die Markenwahrnehmung und die Marktpositionierung von Spettacolo in einer Gesamtsicht messen zu können. Dazu wurde bei regelmässigen Kaffeetrinkern erhoben, welche Erwartungen und Kenntnisse bezüglich Fairtrade- und Bio-Qualität bestehen. Jüngere Personen sprechen besonders gut auf ein Engagement in diesen Bereichen an. Somit sind Fairtrade- und Bio-Zertifizierung für Spettacolo im mehrfachen Sinn eine wichtige Investition in die Zukunft.

Marketing-Leiterin Dominique Bertallo zieht Fazit: «Die Marktforschung mit DemoSCOPE hat uns in unseren Überlegungen unterstützt und unsere Vermutungen bestätigt.» Spettacolo spricht im Markenauftritt von «Caffè e passione». Die Leidenschaft für guten Kaffee kann jetzt mit dem Fairtrade- und Bio-Engagement mit besonders gutem Gewissen geteilt werden. ■

*Der Autor arbeitet als Senior Research Consultant bei DemoSCOPE und war für die beiden im Beitrag erwähnten Befragungen verantwortlich.