



Geht doch!

7 TIPPS FÜRS ERFOLGREICHE RÖSTER-BUSINESS
VON DER COFFEE-BAR-PIONIERIN CYNTHIA BARCOMI.

Text: Jan-Peter Wulf, Fotos: Ben Fuchs



Wir haben Service!
Bestellungen nehmen wir am Tisch entgegen – auch auf der Terrasse.

Barconi
Chocolate Cherry Muffin
Stk. € 1,70

Barconi
Croissant
Stk. € 1,10

Barconi
Quiche
versch. Sorten
An Cynthia Barconi's
Arbeitsplatz
Stk. € 2,80

Barconi
Monster Brownie
An Cynthia Barconi's
Arbeitsplatz
Stk. € 2,30

Barconi
NEW
Classic Brownie
An Cynthia Barconi's
Arbeitsplatz
Stk. € 1,80

Barconi
Lemon Bar
1,50

Barconi
Winterliche Chai Brownies
Stk. € 2,30

„Alle sagten: Das geht nicht. Dann kam einer, der wusste das nicht, und hat es einfach gemacht.“

Vielleicht kennen Sie diesen Satz. Auch auf Cynthia Barcomis Karriereweg trifft er zu: Auch sie wusste nicht, dass „das“ nicht geht, als sie sich Mitte der 1990er Jahre mit einem amerikanischen Kaffeekonzept in Berlin selbstständig machen wollte. „Ich wollte Kaffee rösten und verkaufen, das war mein Ziel“, erklärt sie uns. Dazu ein bisschen backen, US-Gebäck mit Muffins, Bagels, Brownies und Cheesecake huckepack anbieten, den Berlinern zeigen, wie man in Amerika Kaffee und Kuchen genießt. Ein Hamburger Röster, dem sie ihre Idee vorstellte, schüttelte mit dem Kopf. Vor Ort Kaffee rösten? Im Café?

Geht nicht. In 35 Jahren im Geschäft habe er das nicht erlebt. Auch die Bank meinte: Ein amerikanisches Café? Geht nicht. Mit 15.000 D-Mark Eigenkapital, von der Familie geborgt, wollte Cynthia Barconi bei der Hausbank 200.000 D-Mark Kredit für ihre Idee aufnehmen und wurde beim ersten Anlauf abgewatscht. Geht nicht, sonst hätte es ja schon längst jemand gemacht. Und weil es noch niemand gemacht hat, will es auch niemand haben.

DIE KEKSE ÜBERZEUGTEN

Fassungslos sei sie damals gewesen, erzählt die in Seattle geborene Barconi. Aber abwimmeln ließ sie sich nicht. Beim nächsten Anlauf brachte sie der Ansprechpartnerin in der Bank, eine Frau Backhaus (!), ihr Produkt einfach mit: Cookies nach typisch amerika-

nischer Art. Die schmeckten der Sachbearbeiterin. Das Eis war gebrochen. Der Rest ist Geschichte: Heute hat Cynthia Barconi zwei gastronomische Betriebe – seit 1994 den Stammsitz in der Kreuzberger Bergmannstraße, an dem sich auch die Rösterei befindet, in der alle Barconi-Kaffees (es gibt zurzeit elf Kaffeesorten, vier Espressi sowie sieben aromatisierte Kaffees) geröstet werden, und das 1997 eröffnete Deli mit erweitertem Food-Angebot in den Sophie-Gips-Höfen in Mitte. Eine Tonne Frischkäse im Monat verbraucht man mittlerweile u.a. für den legendären „New York Cheesecake“, Brot und Gebäck verkauft das rund 50 Mitarbeiter starke Unternehmen auch in ausgewählten Gastronomie- und Hotelleriekonzepten wie dem „Chicago Williams“, bei „Mogg & Melzer“ oder im „Hilton“.



KEIN INTERESSE AM KETTENGESCHÄFT

Den Kaffee gibt es, Ausnahme ist ein Bioladen im Prenzlauer Berg, nur bei ihr. Multiplikation? Nein. Kaffee en gros verkaufen, ein Kettengeschäft aus ihrer Idee machen? Das liegt der in der Starbucks-Stadt Seattle geborenen Cynthia Barcomi fern: „Das ist nicht mein Ehrgeiz, davon distanzieren mich nach wie vor. Mich interessiert das Potential des Kaffees: Wie kann er schmecken? Wie können wir die Bohnen unterschiedlicher Herkunft optimal rösten? Das kann die Industrie nicht“, erklärt sie uns bei unserem Besuch just an dem Tag, an dem der Großröster Tchibo bekannt gibt, in sei-

Qualität und Präzision: Röstilltag im „Barcomi's“



... und zwischendurch immer mal wieder eines der vielen Barcomi-Bücher signieren



Elf Kaffeesorten sind dauerhaft im Angebot

nen Shops nun auch einen 3D-Drucker zu verkaufen. Handwerklich hergestellter Kaffee, das habe sie bei ihrem Start den Berlinern auch erst erklären und zeigen müssen, kann unglaublich vielseitig schmecken. Nach Beeren, Schokolade oder karamellig. Vor allem sei eine gute Röstung wichtig, die auf alles Rücksicht nehme, was die Bohne ausmacht: Größe, Härtegrad, Feuchtigkeit, Lagertemperatur, Ernte und mehr. Und das in konstanter Qualität bei einem schwankenden Naturprodukt. Schwankend war bislang auch die Verfügbarkeit der im „Barcomi's“ angebotenen Kaffees, doch neuerdings hat man für

einige Sorten Verträge mit den Lieferanten abgeschlossen, die eine unterjährige Verfügbarkeit – auch außerhalb der Saison – sichern. Die Importeure lagern die Säcke, bei Bedarf wird bestellt. Die Zeiten, in denen man sich von Zulieferern hat sagen lassen müssen, was geht und was nicht – längst vorbei.

GEGENBEWEGUNG ZUR INDUSTRIE

Hat die Erfolgsunternehmerin Ratschläge für junge Kaffeeröster-Startups, die sich in diesem aufstrebenden handwerklichen Business verwirklichen wollen? Hat sie: „Ich werde danach oft von Leuten gefragt, die sich selbstständig machen wollen, und ich gebe gerne Auskunft. Denn es freut mich, dass immer mehr Menschen ihrer Leidenschaft nachgehen wollen. Ich begrüße das. Es ist eine Gegenbewegung zur Industrie, für bewussten Umgang mit Lebensmitteln, auf die ich lange gewartet habe, aber jetzt ist sie da.“

UND HIER SIND IHRE TIPPS:

1. Qualität ist alles

Ohne Qualität hast du nichts. Sie muss an erster Stelle stehen, immer. Nur sie hat langfristige Tragweite. Deine Einrichtung, dein Design – alles zweitrangig. Dein Produkt muss schmecken, sonst hast du ein kurzfristiges Verfallsdatum. Achte darauf, dass sauber gearbeitet wird. Entweder du selbst oder diejenigen, die für dich arbeiten. Du brauchst zum Start nicht viele Sorten: zwei verschiedene Kaffees, ein guter Espresso und ein entkoffeinierter Kaffee – damit ist man schon gut vertreten.

2. Arbeite konsequent und fokussiert

Schiebe Überflüssiges und Unwichtiges zur Seite, konzentriere dich auf dein Kernprodukt. „Du musst unbedingt auch Frühstück anbieten, Käse und Wurst“, wurde mir gesagt, als ich in der Bergmannstraße eröffnete. Frühstück gibt es aber ringherum überall. Und – hier bin ich wieder bei Punkt 1 – wie soll ich es in der nötigen Qualität anbieten können, wenn es nicht mein Kernprodukt ist?

3. Du entscheidest, was wichtig für dich ist

Entscheide für dich selbst, was es ist, was für dich wichtig ist: Wie sehe ich die Welt? Wie will ich meine Idee um-

setzen? Bei uns war es zum Beispiel von Anfang an stets ein Glas Wasser zum Kaffee. Weil es amerikanisch ist, es dazu zu reichen, und weil ich amerikanische Kultur vermitteln wollte. Manche Gäste haben es in den Kaffee gegossen, weil sie es nicht kannten! Heute gibt es überall Wasser zum Kaffee.

4. Schaffe (d)eine Wahrheit

Wahrheiten können mehrere existieren, sie liegen im Auge des Betrachters. Als Chef muss man selbst wissen: Stehe ich dahinter, kann ich es vertreten? Das ist viel Arbeit. Gerade zu Anfang ist man auf der Suche – wie stelle ich mir mein Produkt für mich vor, wie finde ich eine Konstante, schaffe ich meine Signatur? Man muss es wahrnehmen und verstehen können – beim Kaffee: Ist er richtig, oder zu scharf geröstet, zu sauer? Wann ist mein Kaffee „wahr“, und wann ist er außerhalb des Vertretbaren? Dann kann ich ihn ja noch selbst zu Hause trinken (lacht).

5. Du brauchst für deine Kunden einen Ort zum Probieren

Ich glaube nicht, dass man unbedingt eine eigene Gastronomie zur Rösterei braucht, man muss keinen Kuchen anbieten. Nicht jeder will das, nicht jeder kann das. Aber man sollte in der Lage sein, den Gast vor Ort das Produkt verkosten lassen zu können. Habe ich Gastronomie-Partner (also externe Orte, an denen mein Produkt genossen

wird), dann liegt es in meiner Verantwortung, dass die Zubereitung vor Ort abgestimmt wird und repräsentabel für mich ist, von der Auswahl der Sorten bis zum Mahlgrad.

6. Sei selbstkritisch und werde besser als je zuvor

Je erfolgreicher du mit deinem Unternehmen bist, desto selbstkritischer musst du sein. Ich bin heute strenger als je zuvor. Je mehr wir produzieren und verkaufen, desto besser müssen wir werden. Das Schlimmste, was uns passieren könnte: Dass die Leute uns als besser wahrnehmen, als wir eigentlich sind. Deswegen musst du immer im Auge haben, was verbessert werden kann.

7. Nicht so schnell verunsichern lassen!

Wenn du merkst, dass du mit deiner Idee kein Interesse findest: Gib nicht auf, sondern frage dich, welchen Spielraum es gibt, sie so umzusetzen, dass ein Dialog mit dem Kunden entsteht – ohne Kompromisse einzugehen. Nicht so schnell verunsichern lassen!

ZUR PERSON...

CYNTHIA BARCOMI

wurde 1963 in Seattle, Washington als jüngste von drei Schwestern geboren. Bevor sie 1985 nach Berlin kam, studierte sie Philosophie und Theaterwissenschaft in New York und arbeitete auch in Europa viele Jahre als Tänzerin. 1994 eröffnete sie „Barcomi's Kaffeerösterei“ in Kreuzberg und 1997 „Barcomi's Deli“ in Mitte. Die Mutter von vier Kindern ist Autorin mehrerer Back- und Kochbücher, tritt regelmäßig in kulinarischen TV-Sendungen auf und bietet mit „Cynthia Barcomi Kitchenware“ eine eigene Produktlinie an. Wenn sie auf Reisen ist, trinkt sie auch mal einen Kaffee bei Starbucks am Flughafen.
www.cynthiabarcomi.com



Ein perfektes Paar – Staatl. Fachingen und Kaffee.

Lust auf einen starken Espresso, einen cremigen Latte Macchiato oder eine köstliche Tasse Kaffee? Damit Genuss und Wohlbefinden an erster Stelle stehen, empfiehlt es sich, zu jedem Kaffee ein Glas Wasser zu trinken.

Ein Glas Wasser zum Kaffee wirkt sich gleich in mehrfacher Hinsicht positiv aus: Wasser wirkt nicht nur ausgleichend auf den Geschmackssinn. Denn Kaffee ruft verstärkt die Bildung von Magensäure hervor und kann somit das Wohlbefinden beeinträchtigen. Gleichzeitig wird dem Körper aufgrund der harntreibenden Wirkung des Koffeins wertvolle Flüssigkeit entzogen. Zu jedem Kaffee sollte man jedoch nicht nur irgendein Wasser trinken, sondern vor allem zu einem Mineralwasser greifen, das einen hohen Anteil an Hydrogencarbonat aufweist – wie zum Beispiel Staatl. Fachingen.

Das Premium-Mineralwasser hat einen natürlich hohen Hydrogencarbonat-Anteil (1.846 mg/l). Die besondere Kombination – wenig Kohlensäure, hoher Mineralstoffgehalt, insbesondere mit viel Hydrogencarbonat – macht Staatl. Fachingen zum perfekten Kaffeebegleiter.

STAATL.
FACHINGEN

Das Wasser. Seit 1742.