

VON DER TEE NATION

Chinas Kaffeemarkt und was dies für den Weltmarkt bedeutet

Chinesen trinken nur Tee und heißes Wasser. Kaffee schmeckt Ihnen nicht.

Diese Wahrheit scheinen viele Ausländer, und auch viele Chinesen selbst, als in Stein gemeißelt zu betrachten. Doch der aktuelle Kaffee-Boom der letzten Jahre verwundert viele, die oftmals ein veraltetes Bild von China als reine Tee-Trinker Nation verinnerlicht haben.

Die Umsätze im Kaffeesegment (Röstkaffee und löslicher „instant“ Kaffee zusammengefasst) wuchsen von 978 Mio. € im Jahr 2010 auf sage und schreibe 6.325 Mio. € im Jahr 2018 und bewiesen somit, dass wohl doch dem ein oder anderen Chinesen das dunkle Heißgetränk mundet. Kaffee, der aromatische Wachmacher aus dem Orient, erobert nun also auch das Reich der Mitte.

Die westlichen Nationen, die das Getränk ca. im 17. Jahrhundert aus dem Osmanischen Reich übernommen und adaptiert haben, setzten bislang Standards in Bezug auf Kaffeetrends und Konsum.

Jedoch stieg der Gesamtkonsum an Kaffee in China in den letzten 10 Jahren jährlich um ca. 16% an, was den weltweiten Durchschnitt von 2% Wachstum weit überschreitet und somit einen lukrativen neuen Markt für viele Anbieter darstellt.

Der komplette Lebenszyklus wird heutzutage in China abgedeckt, angefangen im Kaffeeanbau und Verarbeitung, über das Rösten bis hin zur Zubereitung und dem eigentlichen Konsum in Cafés und Restaurants sowie in den privaten Haushalten.

Doch wie kam es zu diesem rapiden Wachstum, welche Gründe stecken dahinter und was bedeutet dies für den weltweiten Kaffeemarkt der Zukunft?

Historische Bedeutung & Kaffeeanbau

Die Kaffeepflanze wurde erstmals im späten 19. Jahrhundert in China eingeführt und ab 1988 wurde der Anbau von der chinesischen Regierung aktiv gefördert was auch große Kaffeeproduzenten wie

Nestlé anlockte, um dort Bohnen für den Weltmarkt zu beziehen.

Kaffee, der nur im sogenannten „Kaffee-Gürtel“ rund um den Äquator wachsen kann, wird in China hauptsächlich in der Yunnan Provinz angebaut, welche auch für die Tee-Produktion berühmt ist. Diese Region ist dank Ihres milden Klimas und Höhenlagen gut für den Kaffeeanbau geeignet.

Vermehrt wird in Yunnan die Sorte Catimor angebaut, ein resistenter Hybrid zwischen den Arten Arabica und Robusta. Auf der südlichen Insel Hainan wird außerdem traditionell Robusta Kaffee angebaut und auch vermehrt konsumiert.

Im Kaffeeanbau in China kann ein klarer Trend vom Anbau von industriellem Kaffee hin zu höheren Qualitäten bis hin zu Spezialitätenkaffees verzeichnet werden.

Marktentwicklung

Der Durchschnitts-Chinese trank im Jahr 2015 nur rund 5 Tassen im Jahr. Im Vergleich zu dem Durchschnitts-Deutschen, der ca. 730 Tas-

ZUM KAFFEE KOLOSS



Photo: Bryon Lippincott

sen im Jahr konsumiert, ist das natürlich eine sehr geringe Zahl.

Doch wie immer im Gespräch um China müssen die Dimensionen in Betracht gezogen werden. Rund 300 Millionen Chinesen gehören bereits zur Mittelklasse und können damit in die Zielgruppe der Kaffeetrinker gezählt werden. Diese enorme Zahl soll sich bald sogar auf 600 Millionen verdoppeln, was dazu führt, dass mehr und mehr Neukunden entstehen.

Die Art und Weise wie Kaffee in China hauptsächlich konsumiert ist weicht jedoch deutlich von Deutschland ab. In China sind bis zum heutigen Tag meist Instant-Kaf-

fees und sogenannte Drei-in-Eins Mischpulver beliebt, welche löslichen Kaffee, Zucker und Milchpulver enthalten und nicht mehr wirklich viel mit dem ursprünglichen Kaffeegeschmack zu tun haben.

Im Vergleich zu Deutschland haben die wenigsten Chinesen eine Kaffeemaschine Zuhause und brühen den Kaffee morgens selbst.

Jedoch fällt die Nachfrage von günstigem Instant-Kaffee konstant ab und der Markt entwickelt sich mehr und mehr in die qualitativ hochwertigeren Bohnen und gemahlene Kaffee-Produkte.

Doch wie kam es zu diesem Wandel?

Der größte Treiber dieser Entwicklung ist wohl die junge, aufstrebende Mittelschicht Chinas. Viele studierten im Ausland und kamen dort zum ersten Mal mit dem Heißgetränk in Berührung. Diese Rückkehrer möchten natürlich auch in Ihrer Heimat nicht auf den leckeren Wachmacher verzichten.

Ein anderer Faktor ist der kulturelle Aspekt des Lifestyle-Produktes. Kaffee ist einfach cool, Kaffeetrinker sind modern und dynamisch. Die Angewohnheit sich mit Freunden und Bekannten auf einen Kaffee zu treffen ist längst ein



VS

Foto: Kaffee-Manufaktur

gängiges Gesellschafts-Phänomen und passt gut in den schnellen und sonst eher hektischen Alltag der chinesischen Mittelschicht in den bevölkerungsreichen Großstädten.

Der Kaffee Krieg

Wo es einen Markt gibt da gibt es auch immer Konkurrenz. Diese zeichnet sich ganz klar zwischen dem Kampf der amerikanischen Kaffeekette Starbucks und dem aufstrebenden, chinesischen

Rivalen
Coffee ab.

Luckin

Starbucks war bisher sehr erfolgreich und ist mittlerweile mit seinen ca. 3.600 Filialen in den Großstädten Chinas fast an jeder Ecke anzutreffen. Die amerikanische Marke setzte in China auf eine gemütliche und hochwertige Atmosphäre in den Filialen und verfolgte eine höhere Preisstrategie als in

den westlichen Ländern um sich als Premium-Anbieter zu positionieren, da Kaffee in China bis dato als Luxusgut galt.

Doch Ende 2017 betrat Luckin Coffee (auf chinesisch: 瑞幸咖啡; pinyin: Ruìxìng Kāfēi) den Markt und schlug mit 2370 eröffneten Filialen in unter zwei Jahren ein wie eine Bombe. Das Beijinger Start-Up meldete vor Kurzem seinen Börsengang an und rechnet mit einem Volumen von rund 586,5 Mio. US-Dollar.



Photo: Bryon Lippincott



Follow us on Wechat

HANDGERÖSTET



HANNOVERSCHER KAFFEE MANUFAKTUR

汉焙咖啡工坊®

Für Freunde
& Genießer

Erlesene Kaffeespezialitäten aus der Privatrösterei

Unser Sortiment besteht aus über 40 verschiedenen Sorten edelster Spitzenkaffees, sortenrein oder harmonisch kombiniert. Jeder für sich sortenrein auf seinen Aromenhöhepunkt geröstet genießen Sie einen Kaffee wie keinen Anderen. Die schonende Röstmethode sorgt für hocharomatische und bekömmliche Kaffeegegenüsse.

Erleben Sie selbst die Faszination Kaffee in unserem Onlineshop und in unseren Filialen.





Foto: Kaffee-Manufaktur

Luckin setzt auf die Digitale Gewohnheit der Chinesen und versucht mittels bequemer Bestellung und Bezahlung per App und attraktiven Rabatt-Aktionen wie „Vier zum Preis von drei“ möglichst schnell möglichst viele Neukunden zu akquirieren. Mit Bargeld kann man in den Filialen nicht bezahlen. Die vielen, eher kleineren Shops in zentraler Lage sind hauptsächlich für das To-Go Geschäft, also zum Mitnehmen, ausgelegt. Außerdem setzt das Start-Up auf den Lieferservice und möchte seine Kunden schnell und bequem mit Kaffee im Büro oder Zuhause versorgen.

Auch preislich siedelt sich Luckin eher im erschwinglicheren Bereich an und verlangt 21RMB (ca. 2,75€) für einen schwarzen Kaffee und 24RMB (ca. 3,15€) für einen Caffé Latte.

Die aggressive Markteintritts-

strategie hat jedoch ihren Preis. Die geschätzten Verluste im Jahr 2018 sollen sich auf etwa 241 Mio. US-Dollar belaufen. Dieses Ergebnis ist hauptsächlich auf die hohen Marketingkosten und die explosive Expansion der Anzahl an Filialen zurückzuführen. Wann und ob Luckin den Break-Even Punkt erreichen wird ist noch unklar.

Spezialitätenkaffees in China

Doch nicht nur die großen, industriellen Kaffeeproduzenten tummeln sich im Markt. Es entstehen auch immer mehr und mehr private Röstereien und unabhängige Cafés, für die die Qualität an erster Stelle steht.

Specialty Coffee ist angesagt, mehr und mehr junge Chinesen träumen davon Barista oder Röstmeister zu werden

und investieren viel Zeit und Geld in die Ausbildung, die von verschiedenen internationalen sowie lokalen Instituten angeboten werden.

Die nationalen und Weltweiten Champions im Latte Art, Rösten und der Zubereitung sind in China bekannte Stars und werden bei Kaffee-Wettbewerben von strahlenden Fans umzingelt und um Autogramme gebeten. Beispiel ist Chinas Latte Art Champion 2018 Liang Fan. Mit fast 85.000 Abonnenten auf Instagram ist er ein Vorbild für viele.

Ältere Chinesen, die sich für Spezialitätenkaffees interessieren, tendieren meist zu dunkleren Röstungen mit einem geringen Säuregrad und vollem Körper, wie zum Beispiel der weit verbreiteten Sumatra Mandheling Bohne. Die jüngeren Kaffeeliebhaber orientieren sich meist an den



Foto: Kaffee-Manufaktur

neusten Trends und der sogenannten „Third Wave“ Kaffeeszene und tendieren daher mehr zu Kaffees mit einem höheren Säuregehalt und einer ausgeprägten Süße. Die beliebteste Zubereitungsart ist der Handfilter welche einen besonders „sauberen“ Kaffee zaubert, mit sehr wenig Kaffeesediment im Getränk.

Obwohl noch rund 66% des gesamten Kaffeevolumens in China an Röstkaffee importiert wird, gibt es auch mehr und mehr lokale Röstereien. Diese kann man grob in kommerzielle Großröstereien und kleine ein-Mann Shop Röstereien unterteilen. Letztere rösten hauptsächlich für den Eigenverbrauch direkt in Ihrem Café, meist auf einem kleinen 500g bis 1KG Röster. Der Marktführer im kleinen Röstmaschinen Sektor ist die chinesische Firma HB

Roasters, welche im Jahr 2018 über 400 Einheiten verkauft hat. Die Fabrik liegt in der Stadt Ningbo und eine Kombination aus hoher Qualität und gleichzeitig günstigeren Preisen als die ausländische Konkurrenz sie anbietet, führten hier zu großer Beliebtheit.

Sogenannte Q-Grader, vom Coffee Quality Institute (CQI) ausgebildete Experten, die auf professionellster Ebene Kaffees verkosten und bewerten, gibt es in China reichlich. Genauer gesagt ist die Anzahl in China höher als die von Indonesien, Brasilien, Guatemala, Äthiopien, Vietnam, Honduras, Peru, Mexiko und Costa Rica vereint. Hier spielt jedoch wieder die schiere Marktgröße eine Rolle und es muss nicht unbedingt heißen, dass China mehr Kaffee-Expertise an den Tag legt als all diese produzierenden Länder.

Ausblick

Der Kaffeemarkt in China und die generelle Entwicklung sind also ein äußerst interessantes und hochaktuelles Thema, was weltweit Aufsehen erregt. Das außergewöhnlich schnelle Wachstum kombiniert mit der schieren Größe des Marktes machen ihn für viele verschiedene Parteien durchaus interessant. Ein Vergleich, der hierbei gerne herangeführt wird, ist der zu Japans Kaffeemarkt vor ca. 50 Jahren. Dieser pendelte sich nun bei ca. 7 Mio. Sack pro Jahr ein, Chinas Markt wäre aber mit einer zehnmal größeren Population um Einiges gewaltiger.

Der starke Fokus vieler internationaler Kaffeemarken auf den dynamischen Markt ist ein weiterer Indikator, dass sich hier noch Einiges bewegen wird. So hat zum Beispiel

Starbucks im Dezember 2017 die größte Starbucks Reserve Rösterei weltweit in Shanghai eröffnet.

Da momentan der Kaffeekonsum und die lokale Kaffeeproduktion noch ca. gleichschnell ansteigen, ist der weltweite Kaffeemarkt noch nicht merklich von der Entwicklung in China betroffen. Hier sind jedoch hauptsächlich Arabica Bohnen beliebt, sodass dies bei einem pro-Kopf Verbrauch der vergleichsweise mit dem der Amerikaner wäre, zu einem massiven Engpass im weltweiten Angebot führen könnte.

Die Preise für Arabica Bohnen würden höchstwahrscheinlich ansteigen und es gäbe auch vor allem einen Nachfrage-

Überschuss für die qualitativ hochwertigsten Bohnen aus den besten Anbaugebieten der Welt.

Fest steht, der Kaffeemarkt in China wird weiter wachsen und weltweit immer bedeutender werden.

Isabel Sum

Isabel ist Kaffee-Experte und Mit-Gründerin von Hanover Coffee.



Fotograf: Bryon Lippincott

Bryon ist ein freiberuflicher humanitärer und redaktioneller Fotograf und Filmemacher in Chiang Mai, Thailand. Er hat sich darauf spezialisiert, humanitären Organisationen bei der Entwicklung visueller Kommunikation zu helfen, die Verbindungen zwischen Menschen herstellt, und markenorientierte Bilder für die Kaffeespezialitätenindustrie zu erstellen. Man findet seine grossartigen Bilder u.a. auf:

*bryonlippincott.com
Sharingdots.com
Instagram.com/bryonlippincott*

Photo: Bryon Lippincott

