

Rosario Bonafede arbeitet schon lange im Kaffeegeschäft. Seit Oktober 2011 röstet er in Hockenheim.

Neustart in Hockenheim

Erst Eismann, dann Röstmeister: Rosario Bonafede ist schon seit vielen Jahren im Geschäft. Im Oktober 2011 eröffnete er eine Ladenrösterei in Hockenheim. Dank 19 verschiedener Mühlen können seine Kunden alle Kaffees vor Ort verkosten.

Den Großteil seines Röstkaffees liefert Rosario Bonafede an Eiscafé. Das ist kein Zufall, denn Bonafede hat selbst als Eismann angefangen. Mit 22 Jahren erfüllte er sich einen Kindheitstraum und übernahm ein Eiscafé in Frankenthal. Das war 1999. Cappuccino tranken seine Kunden damals noch mit Sahne, Latte Macchiato hielt nur langsam Einzug. Dennoch: Etwa 50% seines Umsatzes bestritt Bonafede mit

Kaffee. Nach und nach eignete er sich fundierte Barista-Kenntnisse an. Heute, mehr als zehn Jahre später, dreht sich bei ihm alles um hochwertigen Spezialitätenkaffee. Zirka 10 t röstet er im Jahr – auf drei Röstmaschinen des israelischen Herstellers Coffee-tech. Im Oktober 2011 ist Bonafede aus dem nahegelegenen Ketsch ins Hockheimer Gewerbegebiet gezogen. Nun möchte er neben dem Röstgeschäft auch Schulungen anbieten und



Jeder Bonafede-Kaffee kann direkt vor Ort verkostet werden. Hierfür stehen eine Euro-2000-Siebträgermaschine (Bild li.) sowie 19 Mühlen (Bild re.) bereit.



Gelegentlich hat der Röstmeister auch Raritäten wie den Dutra Pacamara im Programm (Bild li.). Seine Endverbraucher-Spezialitäten verkauft er unter der Eigenmarke Bonafede (Bild re.).



Die drei Coffee-tec-Röstmaschinen Ghibli R15 (15 kg), Solar (2 kg) und Torrefattore (2 kg) stehen im hinteren Teil der Rösterei. Den kleinen Torrefattore hat Bonafede mit einem Abluftfilter versehen. Er benötigt daher keine Abluftrohre und kann frei im Raum bewegt werden. (Bilder von li. nach re.)



Kaffee ausschenken. Den neu angeschlossenen Coffeeshop sieht der Röstmeister als zusätzlichen Service. Er soll neben den vielen Gastronomieabnehmern verstärkt Privatkunden anlocken.

Eigenmarken und Exklusivröstungen. Im Laden und im Onlineshop verkauft der Röstmeister seinen Kaffee unter dem Namen Bonafede – mit einem geschwungenen B samt integrierter Bohne als Markenzeichen. Zwölf verschiedene Rohkaffees bilden die Grundlage für sieben Espresso-Blends, acht sortenreine Espresso, einen Kaffee-Blend sowie sechs sortenreine Kaffeeröstungen. Die Rohware bezieht Bonafede über Thomas Stehl oder Dr. Steffen Schwarz, darunter gerne mal eine Rarität. „Zurzeit röste ich einen ganz tollen Pulped-Natural-Pacamara der brasilianischen Dutra Plantage“, sagt er, „davon wurden 2010 nur sechs Säcke geerntet. Ich konnte mir einen sichern.“

Viele Gastronomiekunden greifen auf Bonafedes Hausmarke Solino zurück. Zusätzlich bietet der Röstmeister die Zusammenstellung individueller Mischungen mit personalisiertem Label an. Wer keine exklusive Röstung, aber trotzdem ein eigenes Label wünscht, kann sich die Hausmischung mit einem individuellen Etikett versehen lassen. Bonafede passt sich flexibel den Wünschen seiner Kunden an. „Das ist alles eine Frage des Preises“, sagt er.

Zahlungswillige Endverbraucher. Der Preis ist ein Thema, das Bonafede schon lange umtreibt. „Während ich mich für hochwertige Spezialitäten und Raritäten begeistere, schauen Gastronomen meist nur auf den Preis“, sagt er. „Bohnen, die ich für fünf Euro das Kilogramm einkaufe, kann ich nicht für acht Euro pro Kilo weitergeben. Mehr wollen viele Eiscafé-Betreiber jedoch nicht bezahlen.“ Bonafedes Lösung: ein verstärkter Fokus auf zahlungswillige Endverbraucher. Private Kaffeeliebhaber seien bereit, mehr für qualitativ hochwertigen Kaffee auszugeben. Mit dem Umzug nach Hockenheim sowie der neuen Schaurösterei samt angeschlossener Akademie und Kaffeeausschank nimmt er dieses Ziel in Angriff. Laufkundschaft schaut hier jedoch selten vorbei – dafür ist der Standort im Gewerbegebiet zu weit draußen. Dennoch: Die Rösterei liegt an einer vielbefahrenen Einfallstraße. Viele Hockenheimer passieren das Gewerbegebiet täglich – morgens auf der Fahrt zur Arbeit und abends auf dem Weg nach Hause. Schafft es der Röstmeister, seinen Bekanntheitsgrad weiter auszubauen, sollte die Anzahl Hockenheimer Privatkunden kontinuierlich steigen. Aber auf die Region Hockenheim möchte sich Bonafede gar nicht beschränken. Sein Kundenstamm kommt aus ganz Deutschland. Viele sind Nutzer der Onlineplattform Kaffeernetz. Hier nimmt der Röstmeister engagiert an Diskussionen teil und prä-

Facts

Bonafede Privatrösterei
 Gleisstr. 2
 68766 Hockenheim-Talhaus
 Telefon: 06205 2328604
 E-Mail: info@bonafede.de
 Internet: www.bonafede.de

Inhaber: Rosario Bonafede
Gegründet: 2005 / in Hockenheim seit Okt. 2001
Mitarbeiter: 4 Aushilfen
Umsatz 2011: 100.000 Euro
Menge Röstkaffee/Jahr: 10 t
Rohkaffeebezug: über Thomas Stehl und Dr. Steffen Schwarz
Bohnen (Auswahl): Äthiopien (Sidamo, Yirgacheffe, Gayo Amaro, Anfilo-Yeti Waldkaffee), Brasilien (Dutra Aqwa Limpa, Dutra Pacamara), Indien (Indien Parchment CXR)

Anzahl Röstkaffees:
 Espresso: 7 Mischungen, 8 sortenreine
 Kaffee/Kaffee Creme: 1 Mischung, 8 sortenreine
Eigenmarken: Solino, Bonafede
Lohnröstung: ja
Röstverfahren: Langzeit-Trommelröstung
Röstzeit: 18-23 Min.
Rösttemperatur (max.): 210
Röstmaschine: Ghibli R15 (15 kg), Solar (2 kg), Torrefattore (2 kg) – alles Coffee-tec Engineering

Kundenstruktur: Gastronomie (viele Eiscafés), Unternehmen, Feinkostläden, Endverbraucher
Ladenverkauf: ja
Internet-Shop: ja

sentiert sich einem breiten Publikum an Kaffeefans. „Vor Ort merke ich sofort, welche Kunden dank des Kaffeenetzes und welche aus der Umgebung kommen“, sagt Bonafede. „Natürlich freue ich mich über beide.“

Coffeeshop als Probierstation. Besonders viel Aufmerksamkeit erregt Bonafedes Mühlenparade. 19 Coffee-tec-Mühlen gefüllt mit 19 verschiedenen Kaffees sollen der Kundschaft die Möglichkeit bieten, jede Bonafede-Röstung vor Ort zu verkosten. Die Espresso werden mit einer zweigruppigen Euro 2000 zubereitet. Bald soll die Siebträgermaschine jedoch gegen ein speziell angefertigtes Modell von Coffee-tech ausgetauscht werden. Der israelische Hersteller lieferte auch die Röstmaschinen, die Bonafede im hinteren Teil der Ladenrösterei aufgebaut



hat. Hier stehen ein computerbetriebener Ghibli R15, der die Bohnen für die Gastronomie nach vorab eingestellten, jahrelang erprobten und regelmäßig angepassten Röstprofilen röstet – fast automatisch. „Natürlich ziehe ich regelmäßig Proben“, sagt Bonafede. „Doch eigentlich muss ich nur in den letzten kritischen 30 Sekunden eingreifen.“ Auch der kleine 2-kg-Solar-Röster – auf dem Bonafede hauptsächlich die Spezialitäten für den Ladenverkauf und Online-shop röstet – läuft automatisch. So kann der Röstmeister nebenbei Kunden bedienen oder auch mal seinen Mitarbeitern das Rösten überlassen. Der freistehende 2-kg-Torrefattore benötigt hingegen seine volle Aufmerksamkeit. Diesen nutzt Bonafede für Raritäten und im Rahmen der Akademie-Seminare. Dank des angeschlossenen Abluftfilters Aviraki (ebenfalls von Coffee-tech) benötigt die Maschine

keinerlei Abluftrohre und kann frei im Raum bewegt werden. Bei der Veredelung seiner Spezialitätenkaffees hat sich Bonafede übrigens bewusst für das Rosten kleiner 2-kg-Chargen entschieden. So möchte er maximale Frische garantieren.

Bewusstsein schaffen. Als Teil der neu eingerichteten Kaffee-Akademie hat Bonafede eine Wand der Ladenrösterei mit Coffee-Consulate-Postern behängt. Hier können sich Seminarteilnehmer, aber auch reguläre Coffeeshop-Gäste über sämtliche Schritte der Kaffeeverarbeitung informieren. „Es ist wichtig, dass das Bewusstsein der Kaffeetrinker mitwächst“, sagt Bonafede, „denn sonst gibt es schon bald mehr Spezialitätenröster als Kunden, die nach hochwertigem Kaffee verlangen.“ Der Röstmeister möchte diesem Trend mit einem eige-



Preisbeispiele

250 g Tüte	
Cappuccino Blend	5,40 Euro
Äthiopien Yirgacheffe	5,40 Euro
Indien Parchment CXR	5,20 Euro
Dutra Pacamara Rarität	8,50 Euro

Vorne Coffeeshop, hinten Rösterei: Den Ausschank und die Sitzgelegenheiten versteht Bonafede als zusätzlichen Service. Die Poster an der Wand sollen seinen Kunden Kaffeewissen vermitteln. Sie kommen auch im Rahmen der neu angebotenen Kaffeeseminare zum Einsatz.

nen Schulungsprogramm entgegenwirken. „Wer einmal eine Kaffeeschulung besucht hat, greift nie wieder auf Industriekaffee zurück“, sagt er.

Optimierungspotenzial. Ob Akademie, Ausschank oder Rösterei – noch befindet sich Bonafedes neue Kaffeewelt in der Sondierungsphase. Besonders der angeschlossene Coffeeshop soll weiterentwickelt werden. Mit den ersten Sonnenstrahlen hat der Röstmeister für eine ansprechende Außenmöblierung gesorgt. Nun möchte er ein Snack-Angebot schaffen, das über die bisher angebotenen Schokoladen hinausgeht. Gerne soll hierbei auch Eis eine Rolle spielen – aus hochwertigen Zutaten, von Hand zubereitet. Damit hätte Bonafede seine zwei Leidenschaften vereint: Kaffee und Eis, auf höchstem Niveau.

welp@coffeebusiness.de

Anzeige

JEDER KANN KAFFEE RÖSTEN!

WWW.JEDERKANNS.COM