

Agáta: Koffie, recht van de koffieboer ... en nog veel meer

Elisabetta Epping-Rossi en Johannes Epping werden als ondernemers uitgenodigd om de webinarreeks te openen die georganiseerd werd door het Universitair Instituut Sophia (Loppiano, Firenze) in samenwerking met Gemeenschapseconomie, naar aanleiding van het dertigjarig bestaan ervan.

gepubliceerd in Nieuwe Stad 2021 - 3

Voor hun leven en werk mikken beiden hoog. Na een gezamenlijke stage-ervaring bij de vereniging *Starkmacher*^[1] besloten Elisabetta en Johannes in 2016 een eigen onderneming op te richten. Het werd Agáta, **een kleine koffiebranderij in Mannheim**, de stad waar ze wonen.

Het idee achter de onderneming is eenvoudig: ze produceren koffie van uitmuntende kwaliteit.

De selectie en bewerking van de grondstoffen gebeurt met veel zorg. Het product heeft een bijzonder aroma en een eigen verhaal. Elisabetta en Johannes kennen de producenten van de kostbare bonen persoonlijk: ze zijn ze allemaal gaan bezoeken, de ene na de andere. Daarvoor reisden ze van Honduras naar Peru, van Mexico naar El Salvador en zelfs tot in Ethiopië. Een van de bijzonderheden van hun bedrijf is juist die **directe band met de kleine koffieboeren in het Zuiden**. Ze zetten in op persoonlijk contact, ze leren elkaar kennen en weten dat ze dezelfde waarden delen. De boeren die leveren aan hen, verbouwen hun **koffie met respect voor mens en natuur**.

De meeste van deze koffieboerderijen zijn familiebedrijven waar de koffieplantage zorgt voor het hoofdinkomen of de enige inkomsten van de hele familie. De marktprijs van de koffie wordt normaal gezien berekend volgens de grootte van de levering, en die is bij deze kleinere producenten vaak onvoldoende om de loonkost en het ondernemersrisico te dekken. Elisabetta en Johannes zijn zich hier goed van bewust. Daarom **delen ze de extra winst die ze maken door de verkorting van de keten – de commerciële tussenstappen vallen weg – met de boeren** en betalen voor de koffiebonen soms het zesvoudige van de basisprijs.

Op elke verpakking van Agáta-koffie staat duidelijk de naam van de producent, want “*het zijn de mensen die tellen*”, benadrukken ze. Dat geldt voor hen op alle vlakken. De Eppings benaderen ook hun klanten als mensen met wie ze een verhaal delen: het leven dat in elk kopje koffie zit, met liefde gemaakt voor mensen aan wie ze een uitstekend product aanbieden. Het Agáta-team geeft de klant de mogelijkheid om dit waardevol project te ondersteunen door mee te gaan in een bewuste en verantwoorde keuze bij de aankoop.

De kwaliteit van alle relaties is ook een wezenlijk bestanddeel van de sfeer binnen de onderneming. Voor Elisabetta en Johannes gaat het bij het beleid helemaal over vertrouwen, inzet en gedeelde verantwoordelijkheid met de medewerkers.

Het sterke netwerk dat ze in de onderneming hebben opgebouwd, is heel belangrijk gebleken om de pandemiecrisis te beheersen. De crisis trof hen midden de fusiegesprekken

met Michael Zillekens, die ondertussen de derde partner van Agáta geworden is. Dankzij het klimaat van vertrouwen, hun flexibiliteit en beschikbaarheid voor een open dialoog, zijn ze het eens te worden over de beste oplossing voor alle partijen, zonder dat de overleving van de onderneming in gevaar kwam.

Omdat de kwaliteit van relaties voorrang heeft, hebben ze ook de concurrentie-test overleefd. Ze zijn er zich van bewust dat ze in een kleine niche van de markt actief zijn, maar blijven trachten hun concurrenten eerder als partners te zien, als medebouwers aan een duurzame koffiecultuur, met wie men samenwerkt met als doel een win-winsituatie.

De passie van beide jonge mensen merk je in hun verhaal, maar het heerlijke aroma van de Agáta-koffie vat je niet in een tekst of op een scherm: daarom ben je van harte welkom bij Agáta in Mannheim.

Simon Ceraulo

^[1] *Starkmacher* is een Duitse vereniging met als doel jonge mensen te helpen bij het ontdekken en ontwikkelen van hun talenten voor hun eigen ontplooiing en als bijdrage voor de samenleving.