



© Schärff Coffeeshop Company

**Coffeeshop Company/Schärff** Positive Umsatzentwicklung in Österreich und Osteuropa; Hoffungsmarkt Russland

# „Schärff-Eroberungen“: Von Neusiedl bis St. Petersburg

Das österreichische Unternehmen Schärff ist mit seinen beiden Marken bereits in 17 Ländern vertreten.

JUTTA MAUCHER

**Neusiedl.** „Erfreulicherweise kommt das Wachstum bei unserem Kerngeschäft als Komplettanbieter für die Gastronomie, also Kaffeemaschinen und Kaffee, vor allem aus dem heimischen Markt. Im Besonderen entdecken immer mehr Bäckerreien den Vorteil unserer Kaffeequalität und des Barista Konzepts, das sind Shop in Shop Lösungen für die Bäckerrei mit Kaffee“, so Firmenchef Reinhold Schärff auf die Frage nach den aktuellen Umsatzentwicklungen. Eines darf dabei aber nicht

vergessen werden, wie der Unternehmer betont: „Die Erfolge, die wir in den letzten Jahren im Ausland hatten, und die Erfahrungen, die wir sammeln konnten, kommen nun auch dem heimischen Markt zugute.“

## System geht um die Welt

In den Heimatregionen Österreich, Deutschland und der Schweiz ist das Barista-Konzept weit verbreitet. Jedoch zeigt der deutsche Markt einzelne Sättigungstendenzen. Positiv entwickeln sich

hingegen jene Märkte, die es im letzten Jahr besonders schwierig hatten: In der Slowakei, Tschechien sowie Polen und Ungarn arbeitet Schärff mit einem Masterfranchise-partner zusammen. Hier eröffnete die Coffeeshop Company mit Sub-Franchisepartner neue Standorte, und auf bestehender Fläche wurde im ersten Quartal 2010 ein Umsatzwachstum zwischen 16 und 20% erreicht. In Slowenien und Kroatien steigt die Nachfrage ebenfalls. Hoffnungsvoll zeigt sich Schärff auch im Bezug auf jene fernen Länder, die mit dem Unternehmer aus Neu-

siedl zusammenarbeiten wollen. Dazu zählen Länder wie Ägypten, die Türkei, aber auch Kanada und China. „Unsere Kunden wollen den Rolls-Royce unter den Kaffeemaschinen“, und beim Franchisesystem Coffeeshop Company schätzen sie das „alles aus einer Hand“-Prinzip: vom Kaffee über die Kaffeemaschine bis zur anerkannten Schärff-Ausbildung. Der kanadische Markt etwa könnte mittelfristig bis zu fünf Prozent unseres Umsatzes ausmachen“, so Schärff.

## Traumziel Russland

Je ferner die Märkte sind, desto mehr wird allerdings das Coffeeshop Company-Konzept nachgefragt. Dafür gibt es mehrere Gründe: Einer ist, dass die Selbstständigkeit im Rahmen eines Franchisesystems aktiv vom Staat gefördert wird. Am meisten werden die Coffeeshops derzeit in Russland nachgefragt. „Russland ist ein Traum für jeden Franchisegeber. Da werden Systeme 1 zu 1 übernommen, so lange sie Spitzenqualität anbieten“, gerät Reinhold Schärff ins Schwärmen. In nur einem Jahr wurden allein in St. Petersburg 14 Coffeeshop Company Cafés aufgemacht, im Sommer sollen noch weitere vier Standorte eröffnet werden. „Hier gibt es ein riesiges Potenzial, 100 Standorte sind ebenso möglich wie am gesamten russischen Markt bis zu 400 Standorte“, sagt Schärff, der diesen Markt

Reinhold Schärff Philosophische Betrachtungen zum Thema Kaffee

## Kaffeepapst über Kaffeewelt

„Am Markt ist allgemein zu beobachten, dass fast alle Marken mit Qualität werben. Da es jedoch keine genauen Regelungen gibt, ist es für den Konsumenten schwierig, den teilweise betriebenen Etikettenschwindel zu durchschauen. Beispielsweise wird eine Rainforest- oder Fairtradeplakette angebracht, nur um den Kilopreis für Kaffee anzuhoben.“

Weiters kann der Konsument heute nicht einmal mehr einstuigen Qualitätsbezeichnungen wie Arabica Hochlandkaffee sein Vertrauen schenken. Nicht überall ist 100% Arabica Kaffee enthalten, ausschlaggebend dafür sind die fehlenden Richtlinien.“

Ein ganz besonderes Marketing gibt es dort, wo Kaffeesysteme für Endverbraucher bestehen. Der Kaffee ist teuer zu bezahlen, obwohl die Kaffeeverpackung nicht eindeutig zu definieren ist.

Aus all dem gehe ich davon aus, dass die EU mittelfristig auch bei Kaffee eine Herkunftsbezeichnung einführen wird, um so die Qualität sicherzustellen.“



© medienet

**COFFEESHOP GOES RUSSIA**  
Der Osten als Hoffungsmarkt  
Mittelfristig könnten die russischen Coffeeshop-Partner rund 25% des Umsatzes erwirtschaften; der Markt hat Potenzial für 400 Standorte.

auch mit einem konkreten Ziel verbunden: „Wenn das Tempo der Eröffnungen so weitergeht, werden wir in ein paar Jahren bis zu einem Viertel unseres Umsatzes in Russland tätigen.“

## Fehlendes Eigenkapital

In Österreich konnten die Coffeeshops zumindest ein dreiprozentiges Wachstum verzeichnen: „Das ist angesichts dessen, dass die Absatzfinanzierung immer schwieriger wird, beachtlich. Die Investitionsfinanzierung wurde seitens der Banken eingeschränkt gewährt. Und wenn nicht genügend Eigenkapital vorhanden ist, dann ist es nicht möglich, einen Coffeeshop aufzumachen, für den ein Investitionsanfordernis von ca. 200.000 Euro besteht“, erklärt Schärff, der resümiert: „Die Nachfrage nach dem Franchisekonzept Coffeeshop Company ist hoch, aber bei den Banken gilt die Gastronomie derzeit als nicht leicht finanzierbar.“

## FACTS

**Alexander Schärff & Söhne und Schärff Coffeeshop GmbH**  
**Standorte:** Schärff ist mit seinen Barista-Konzepten an rund 900 Standorten in 7 Ländern vertreten.

Coffeeshop Company Cafés gibt es an über 200 Standorten in 15 Ländern (Stand: April). Insgesamt ist die Schärff Unternehmensgruppe in rund 17 Ländern aktiv.