

# Na zuivere koffie breekt eerlijke chocolade nu ook bij de consumenten door

'Echte chocola is als goede wijn.' En dus is de liefhebber vast bereid €4 of €5 voor een reep te betalen. Philipp Kauffmann, oprichter van het premium fair trade chocolademerk Original Beans, verovert Europa en Amerika.

**Nina van den Dungen**  
Amsterdam

Na wijn en koffie moet chocolade het nieuwe product worden dat in alle mogelijke vormen en smaken bestaat. Original Beans lift mee met de trend om de consument kennis laten maken met kwaliteitschocolade met een ideologische inslag. Een belangrijke trendsetter is Tony's Chocolonely, een bekend merk dat staat voor slaafvrije chocolade. In supermarkten, bioscopen en via een eigen website zijn de repen te bestellen; een aanpak waarmee het bedrijf een breed publiek bereikt. De productie van Original Beans is echter compleet anders: Tony's koopt de chocolade in bij het miljardenbedrijf Callebaut, Original Beans beheert de volledige productieketen zelf.

Waar veel fairtrade-merken nog altijd gebruikmaken van toegevoegde suikers en zoetstoffen, wil Original Beans de oorspronkelijke smaak van de cacao boon volledig intact laten. Ook maatschappelijk gezien gaat Kauffmann een aantal stappen verder dan bedrijven die het oorspronkelijke fairtrade-certificaat hebben verdiend. Zo be-

**'De Bijenkorf wees onze repen af omdat de kleur van de wikkels niet in de winkel past'**

taalt Original Beans \$850 meer voor een ton cacao dan gewone fairtrade-merken. Door middel van het herplanten van bomen probeert Original Beans het regenwoud zoveel mogelijk te bewaren door voor elke chocoladereep een nieuwe boom te planten. Leuke bijkomstigheid is dat klanten via een code op hun gekochte reep kunnen zien waar die boom staat.

Trots presenteert Kauffmann een viertal fraai vormgegeven wikkels. De verschillende chocolade-

herpakken, probeert Original Beans een klein stukje markt te veroveren met een persoonlijke en idealistische aanpak. Ceo Philipp Kauffmann probeert met zijn Nederlandse zakenpartner Erik Sauër nieuwsgierigheid te wekken bij bestaande chocolatiers en traiteurs. 'Maar de markt is nog onderontwikkeld', zegt Sauër.

Buiten Nederland presteert Original Beans aanzienlijk beter. Onder meer een aantal toprestaurants is afnemer van Kauffmanns chocolade. Zoals Osteria Francescana in Italië; door San Pellegrino uitgeroepen tot het beste Italiaanse restaurant ter wereld.

Prognoses opgesteld door Markets and Markets (Verenigde Sta-

Philipp Kauffmann

repen brengen een romige smaak van pure cacao vermengd met vleugjes fruit, zoete honing en soms zelfs een slokje alcohol of snuffje peper. Zoals de reep met de naam 'Beni Wild Harvest'. Bevat 66% cacao, de bonen zijn geplukt in Bolivia. En de smaak? Het is niet één smaak, het zijn er minstens vier. Zoet, bitter, fruitig en tegelijkertijd rokerig. Kauffmann: 'Laat een stukje chocolade smelten op de tong en rondgaan door de mond. Zoals een goede wijn ge-

**3,5%**  
omzetverlies voor  
de chocolade-  
branche  
in 2010

proefd moet worden, zo zou je deze chocolade ook moeten behandelen.'

Original Beans-repen zijn verkrijgbaar in zes Europese landen en in de Verenigde Staten. Niet in eigen winkels of via de eigen website; Original Beans moet het hebben van bestaande (online-)ketens en chocolatiers die het product willen opnemen in het assortiment. In Duitsland is hun chocolade nu op een redelijk aantal plaatsen te krijgen. Maar in Nederland lijkt het bedrijf een stuk lastiger te kunnen infiltreren in de bestaande chocolademarkt.

In Nederland regelt Kauffmann de zaken via Erik Sauër. Sauër is directeur van el Saucó; importeur en distributeur van authentieke, eerlijke producten. Sinds eind 2009 proberen ze de Nederlandse markt rijp te maken voor de repen van Original Beans. 'Deze markt is nog onderontwikkeld', zegt Sauër. 'In Zwitserland, Duitsland en Engeland worden deze repen al goed verkocht en groeit de verkoop met 300% per jaar.'

Sauër benadert chocolatiers en traiteurs en probeert hen te overtuigen dat er een markt is voor de chocola van Original Beans. Een aantal hapte toe, zoals Chocolat. Ook probeerde Sauër het bij Warenhuis de Bijenkorf, maar dat wees de repen af omdat de kleuren van de wikkels niet pasten in het plaatje dat de keten zelf voor ogen had. Sauër: 'Ik wist niet wat ik hoorde! Het gaat dus niet om kwaliteit, maar om de verpakking.'

In Londen durfden luxe warenhuizen als Harvey Nichols en Fortnum & Mason het wél aan om Original Beans op te nemen in het assortiment. In Nederland moeten Kauffmann en Sauër het voorlopig, naast het Hilton Amsterdam dat de chocolade gebruikt in restaurant Roberto's, hebben van slechts een paar kleine traiteurs en chocolatiers. Sauër: 'Hier zijn de retailers voorzichtig. Nederlanders zijn tenslotte prijskopers.' De repen van Original Beans zijn dan ook niet goedkoop. De adviesprijs voor 70 gram ligt, afhankelijk van de reep, tussen de €4 en €5. 'Bedenk dat mensen dit ook betalen voor een slechte fles wijn', benadrukt Sauër. 'Er moet een knop om. Eerst waren er maartwee soorten koffie: roodmerk en goudmerk. En moet je nu eens zien!'

## Met persoonlijke aanpak de markt veroveren

Uit onderzoek van de Rabobank uit 2009 blijkt dat chocolademakers al sinds eind jaren negentig inzetten op meer luxeproducten in hogere prijsklassen. Zo werd premium chocolade uitzonderlijk goed verkocht op vliegvelden, belastingvrij.

Toch heeft ook de chocoladebranche door de economische crisis klappen gekregen. In 2010 werd in Nederland een omzet gedraaid van €736 mln; een verlies van 3,5% ten opzichte van 2009, zo valt te lezen in een rapport van Studiecencentrum Snacks en Zoetwaren Benelux.

Terwijl grote fabrikanten als Mars en Nestlé met een fors marktaandeel zich proberen te

ten) laten zien dat de chocolademarkt naar verwachting \$98,3 mrd aan omzet zal genereren in 2016, tegen \$83,2 mrd vorig jaar. Die groei is volgens de onderzoekers te danken aan trends op het gebied van gezondheid en de opkomst van seizoensproducten.

Tegelijkertijd zal de groei ook geremd worden door politieke instabiliteit in cacao landen en de stijgende grondstoffencosten. Volgens Markets and Markets zal in Azië de grootste omzet behaald worden.

Kauffmann weet niet exact wat het huidige marktaandeel van Original Beans op dit moment is. 'Ik zie ons nog niet als een serieus bedrijf.' Hoe groot wil hij wor-

den? Kauffmann heeft er geen duidelijk antwoord op: 'Ik denk dat in de landen waar we nu werken, met premium chocolade zo'n €400 mln omzet per jaar te behalen valt. Uiteindelijk hopen we op een marktaandeel van zo'n 5%.'



Original Beansrepen

