



Initiative zeigen – nachhaltig Handeln

Marketing für nachhaltige Produkte am Point of Sale

Berlin, 27. Februar 2007

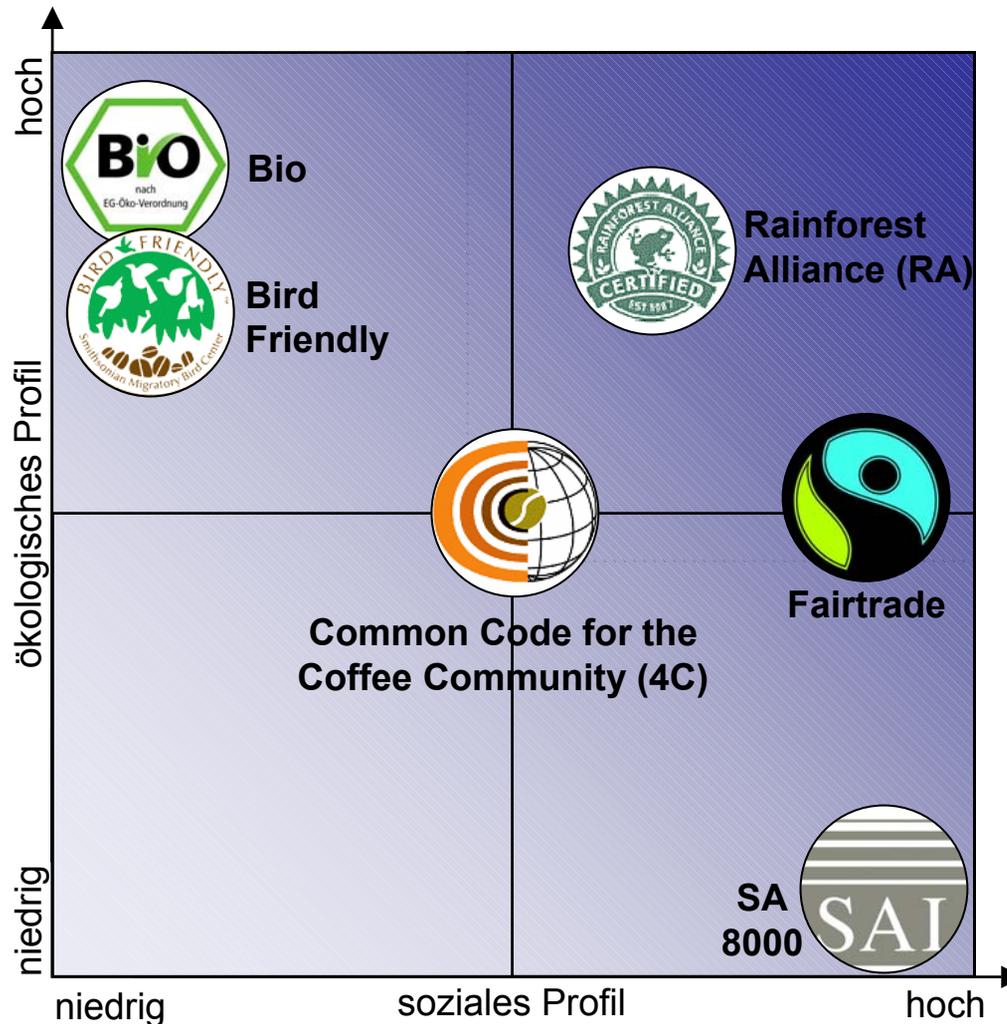
Achim Lohrie
Head of Corporate Responsibility (CR), Tchibo



- Ziel unseres konsumenten- und marktorientierten Ansatzes ist es, den Verbrauchern die unter unseren etablierten Marken gewohnt beste Qualität zu bieten und neue Qualitäten zu entwickeln.
 - Aus diesem Grund prüfen wir genau, welcher Nachhaltigkeitsstandard optimal in unser jeweiliges Produktportfolio (etabliert und neu) passt.
 - Kriterien:
 - Qualitätsanspruch
 - Mengenverfügbarkeiten
 - Markt- und Kundenaffinität (vorhanden / zu wecken)
- ➔ Nachhaltigkeit als Business-Case und nicht (ausschließlich) als Philantropie und schon gar nicht als Marketinggag oder gar „Greenwashing“
- ➔ „Sorgenfreier Konsum“ auf höchstem Qualitätsniveau als Kernbotschaft in der Kundenkommunikation

Eine glaubhafte Positionierung...

... kann nur über Multistakeholder-Standards mit möglichst hohem sozialen und ökologischen Profil erfolgen

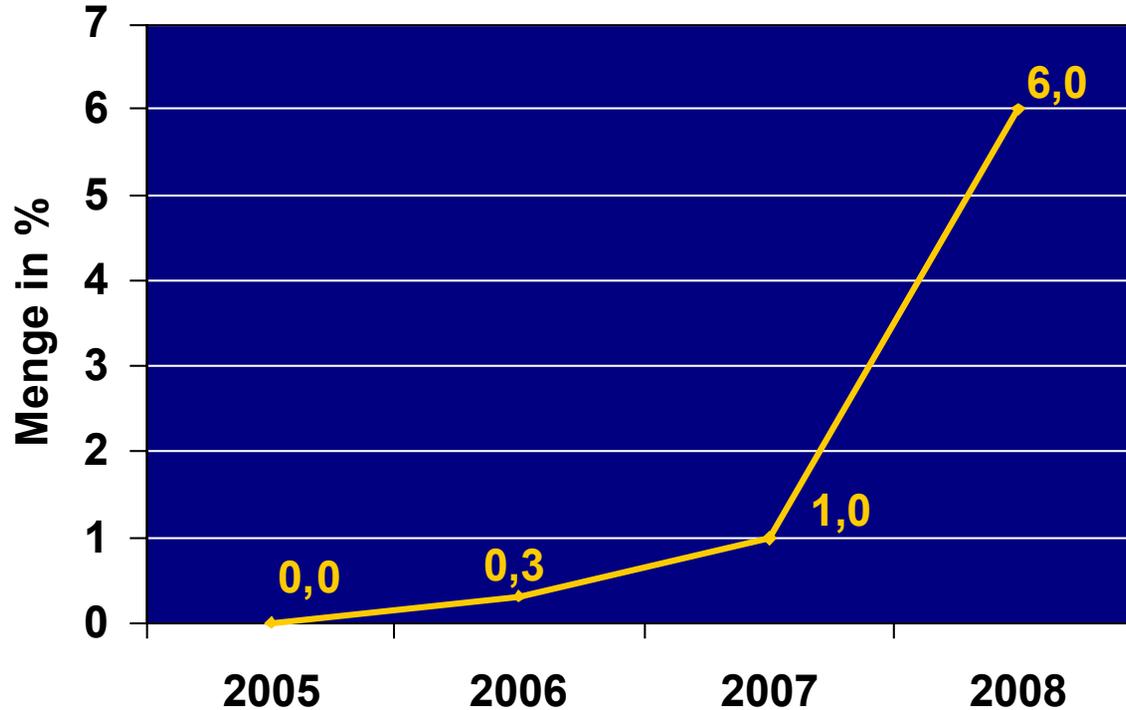


Kooperation mit Fairtrade, Rainforest Alliance und 4C

Mit dem parallelen und die jeweiligen Qualitätsansprüche sowie Kunden- und Marktbedürfnisse sowie -erwartungen erfüllenden und stimulierenden Angebot von Rainforest Alliance- und Fairtrade-Qualitäten möchten wir einen Beitrag dazu leisten, dass Nachhaltigkeit in der Kaffeeproduktion insgesamt gefördert wird und sich auf breiterer Ebene als bisher nach und nach durchsetzt. Das ist umgekehrt nur möglich, wenn die Bedürfnisse und Erwartungen insgesamt, d.h. über den Aspekt der Nachhaltigkeit hinaus, nicht enttäuscht werden.

Der in einem Multistakeholder-Prozess entwickelte 4C-Standard zielt mit seinen ökologischen und sozialen Mindestanforderungen auf den sog. Mainstream-Kaffee. In unserer CR-Strategie soll sich 4C nach und nach zu einem Basisprofil für nachhaltigen Kaffee entwickeln, auf dessen Grundlage sich die Produzenten kontinuierlich in Richtung anspruchsvollerer Nachhaltigkeitsstandards wie Rainforest Alliance (für alle Produzentengruppen) und Fairtrade (für kleinbäuerliche Strukturen und Kooperativen) entwickeln sollen.





➔ Ziel 2008: 6 % des Gesamtvolumens unseres Rohkaffees nachhaltig einkaufen

Sortimentsentwicklung 2007

B2C Deutschland, Österreich, Schweiz,
z. T. Niederlande (soweit im Sortiment) **RARITÄTEN**

WERTIGKEIT /
PRICING

NP: 9,95 €

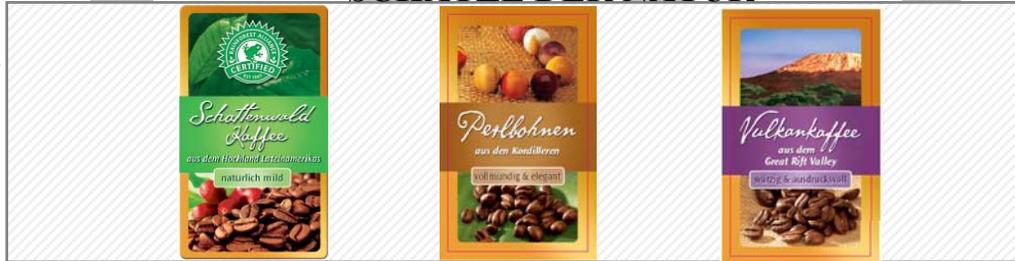


Integration
RA

RA-Sourcing für drei
Raritäten

NP: 6,99 €

SCHÄTZE DER NATUR



Schattenwaldkaffee seit
2006

NP 5,99 €

PRIVAT KAFFEE BASIS SORTIMENT

NP 4,79 €

FRISCHE ERNTE (FE)



Drei Sorten FE mit 30 %
RA-Anteil

Kolumbien, KW 09/07

El Salvador, KW 28/07

Brasilien, KW 42/07

Ausblick Sortimentsentwicklung 2008 ff

B2C Deutschland, Österreich, Schweiz,
z. T. Niederlande (soweit im Sortiment) **RARITÄTEN**

WERTIGKEIT /
PRICING

NP: 9,95 €

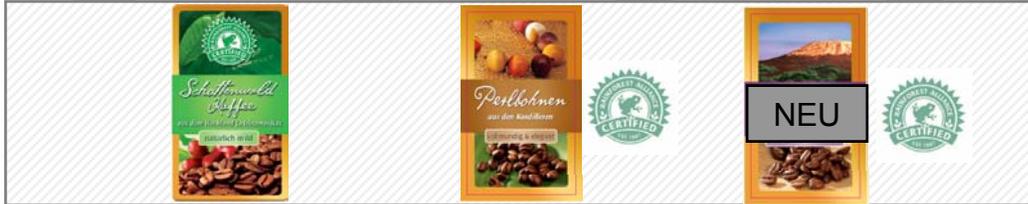


Integration
RA

RA Sourcing für
alle vier Raritäten

SCHÄTZE DER NATUR

NP: 6,99 €



RA Sourcing für alle
Schätze der Natur

NP 5,99€



Beimischung von
wenigstens 30%
RA Kaffee in die
PK Ursprungs-
sorten

PRIVAT KAFFEE URSPRUNGSSORTEN

NP 4,79 €



Beimischung von
wenigstens 30 %
RA Kaffee in alle
Sorten FE

FRISCHE ERNTE (FE)

Fairtrade spielt derzeit im B2B eine herausragende Rolle

- Gewerbliche / institutionelle Kunden sind für das Angebot von Fairtrade-Qualitäten affin

- Das Angebot von Fairtrade
 - ist „Door-opener“ in der Akquise
 - generiert zusätzliches Geschäft auch im noch nicht gesiegelten Bereich
 - dient dem Key-Account-Aufbau

- Gewerbliche / institutionelle Kunden akzeptieren höhere Einstandspreise und damit (zumindest teilweise) die Übernahme von Differentials / Lizenzen

- ➔ Launch von Fairtrade-Qualitäten wegen der großen Markt- und Kundenaffinität auch im B2C England geplant



Das Verpackungskonzept unterscheidet zwischen B2B und B2C nach Kundenerwartung



B2B in UK, A, D



B2C in D, A, CH, NL



B2C in UK



B2B: Gewerbliche Kunden erwarten bei Fairtrade Qualitäten „homogenes“ Verpackungskonzept



B2C: Fairtrade bzw. RA als zusätzliches Qualitätsmerkmal im Tchibo Produktportfolio, auch insoweit „homogenes“ Verpackungskonzept



Ziele:

- ⇒ Stärkung Ursprungskonzept für Dachmarke Tchibo
- ⇒ Stärkung des Neuigkeitsimpulses für steigende Abverkäufe
- ⇒ Beweis von Kompetenz und Frische
- ⇒ Gewinnung junger Konsumenten für die Marke Tchibo

Maßnahmen:

- ⇒ Weiterführung des erfolgreichen Produktkonzeptes mit angepassten Vermarktungszeiträumen
- ⇒ Drei Launches FrISChe Ernte in 2007, davon mindestens zwei FrISChe Ernte mit Rainforest Alliance Zertifikat (30% Mindestinhalt)
- ⇒ Beibehaltung des Designs mit Integration des RA-Siegels
- ⇒ Aufmerksamkeitsstarke POS Unterstützung

ab 26. 02. ... nur solange die Ernte reicht!

FRISCHE ERNTE

Kolumbien

Frisch für Ihre Kunden

- Die neue Frische Ernte ab KW 09
- Frisch geerntet aus Kolumbien
- Milder, besonders fruchtiger Genuss

Mehrwert durch Verantwortung

Jetzt mit dem Siegel der unabhängigen Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance – das Zertifikat für

- kontrollierten schonenden Umgang mit dem alten Baumbestand der Regenwälder, den Böden und Gewässern
 - eine nachhaltige Verbesserung der Bedingungen für Mensch und Natur in Kaffee anbauenden Ländern
 - strenge Standards, die dem Schutz der Pflanzen und Wildtiere auf den Plantagen Rechnung tragen
 - ein intaktes Ökosystem
- www.rainforest-alliance.org



Frische Frequenz an der Platzierung

- Aufmerksamkeitsstarke Werbemittel unterstreichen die Frische des Kaffees und den begrenzten Aktionszeitraum
- Von zusätzlichen Kaufimpulsen profitieren und mit der Rainforest Alliance Umsatzsprünge machen

479
€/500g
950 €/kg



Profitieren Sie von Frische und Verantwortung – jetzt ordern!

Artikeldaten

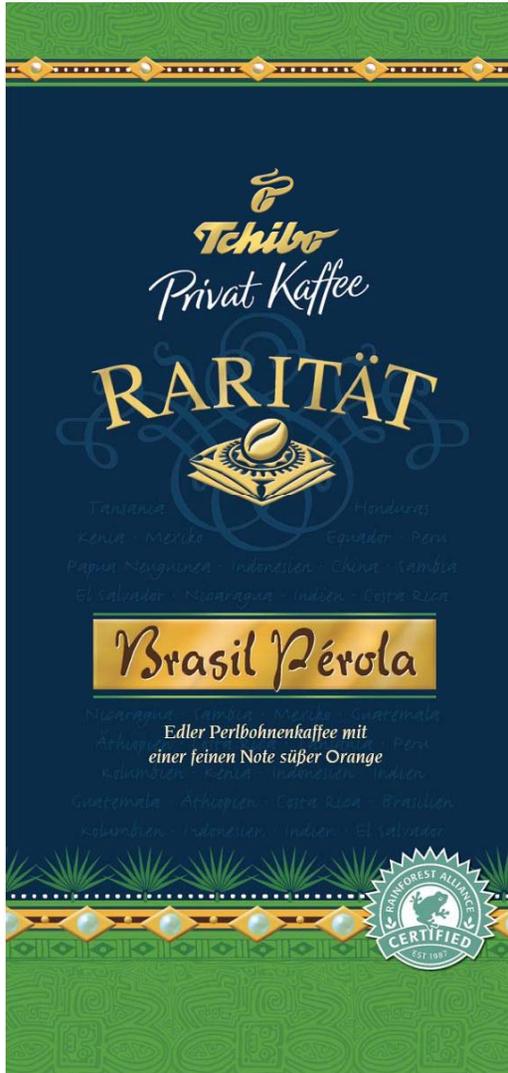
Produkt	Stück Nr. /EAN	Kollo Nr. /EAN	Bestellmenge
FE Kolumbien (500g Bohne)	9025 400606790258	9025 400606790259	
FE Kolumbien (2x 250g Yaka)	9022 400606790226	9023 400606790223	
Displays			
1/4 Pfd. e 96 Pfd. Bohne	40911 404623408910		
1/4 Pfd. e 108 Pfd. Yaka	40912 404623408927		
1/4 Pfd. e 109 Pfd. Yaka	40913 404623408934		
1/2 Pfd. e 378 Pfd. Yaka	40994 404623408994		



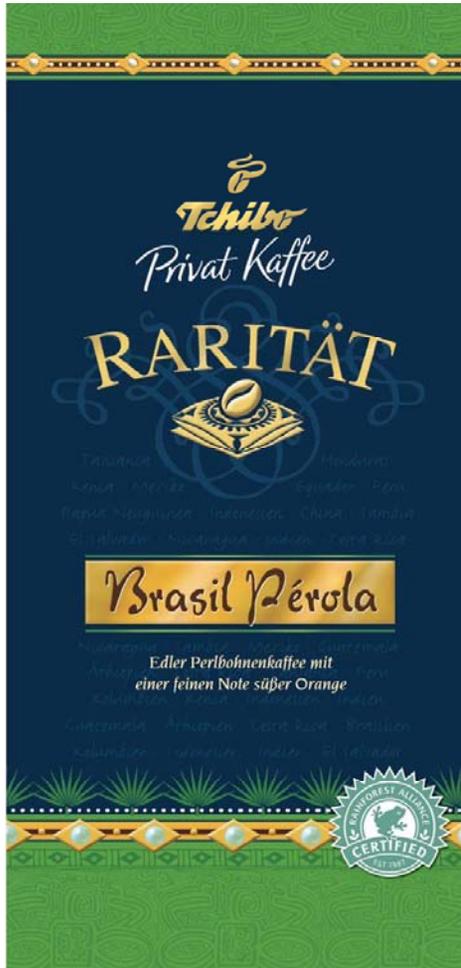
Key Visual



Packung



Packung



Packungstext

Echter Perlbohnenkaffee – lebhaft-aromatisch mit fruchtig-nussigen Anklängen

Tief im Südosten Brasiliens kultiviert man auf den traditionsreichen Fazendas inmitten der endlos grünen Hügellandschaft Minas Gerais' seit mehr als 200 Jahren eine wahre Perle der Kaffeekultur: echten, natürlich gezogenen Perlbohnenkaffee.

Was ihn so besonders macht: Statt zweier Bohnen reift in jeder Kaffeekirsche nur eine einzige, kleine, runde Bohne heran – ganz so, als stecke die gesamte Intensität und Komplexität der Kaffeekirsche konzentriert in einer Bohne. Diese glückliche Laune der Natur macht ihn von jeher zu einer unermesslichen Kostbarkeit – so wertvoll, dass er noch zu Zeiten der Kolonialseefahrt mit echten Perlen aufgewogen wurde.

Bis heute wird jede der Bohnen auf althergebrachte Art halbnass aufbereitet, einzeln verlesen und liebevoll in Handarbeit poliert, wie es einer seltenen Perle angemessen ist. Kosten Sie dieses Kleinod brasilianischer Kaffeekultur, dessen lebhaft-aromatischer Charakter jeden echten Kenner mit seiner unverwechselbar fruchtig-nussigen Note begeistern wird:

Brasil Pérola

Tchibo und die Rainforest Alliance.

Schon immer hat seltener Kaffee mit seiner exotischen Herkunft eine ganz besondere Faszination auf uns ausgeübt. Für diesen Kaffee haben wir ausschließlich Bohnen Rainforest Alliance zertifizierter Kaffeepflanzungen ausgewählt, auf denen Umwelt, Mensch und Tier in besonderem Maße geschützt werden. Denn wir von Tchibo haben es uns zur Aufgabe gemacht, die einzigartige Natur des Kaffees in seinem Ursprung auch für nachfolgende Generationen zu bewahren.



Leaflet

Ein Schatz geht um die Welt.
 Man entdeckt grade das Jahr 1722, als portugiesische Seefahrer eine ganz besondere Frucht an der Küste von Brasilien entdeckten. In der Stadt Santos, die heute ein Zentrum für den Handel mit Kaffeebohnen ist, wurde die erste Kaffeebohne gepflanzt. Seitdem hat sich der Kaffeeanbau in Brasilien stark verbreitet. Heute ist Brasilien das größte Kaffeebohnenproduktionsland der Welt. Die Kaffeebohnen werden in den Kaffeeplantagen von den Kaffeebauern geerntet. Danach werden sie in den Kaffeehäusern verarbeitet. So entstehen die Kaffeebohnen, die wir heute trinken.

Die Perle einer glanzvollen Kaffeekultur
 Kein 100 Jahre alter Kaffeebaum ist ein echter Kaffeebaum. Die Kaffeebohnen sind die Frucht des Kaffeebaums. Sie werden in den Kaffeeplantagen geerntet. Danach werden sie in den Kaffeehäusern verarbeitet. So entstehen die Kaffeebohnen, die wir heute trinken.

Echter Peribohnenkaffee – lebhaft-aromatisch mit fruchtig-mussigen Anklängen.
 Ganz wie es für ein echtes Peribohnenkaffee ist, geht man noch heute in Minas Gerais mit den besten Peribohnen an. Unverkennbar nach der Sorte, werden sie in aufwendige Kaffeehäuser gebracht, wo sie von Hand sortiert und teilweise sortiert, um schließlich vom Hülsen von Veresta aus über Brasilien in den Kaffeehäusern dieser Welt zu landen. Entdecken Sie diese glanzvolle Perle einer der traditionsreichsten Peribohnenkulturen, die Sie mit ihrer lebhaft-aromatischen, fruchtig-mussigen Note verbinden wird.

Brasil Pérola

Echter Peribohnenkaffee – lebhaft-aromatisch mit fruchtig-mussigen Anklängen
 Auf den hohen weiten Hängen der Provinz Minas Gerais, einer der besten Kaffeebohnenregionen Brasiliens, gedeiht in einer Höhe von etwa 1000 Metern eine wahre Perle der Kaffeebohnen: lebhaft, aromatisch, fruchtig-mussig.

Tchibo und die Bohnenwelt
 Tchibo ist ein Unternehmen, das sich für die besten Kaffeebohnen interessiert. Wir sind stolz darauf, Ihnen die besten Kaffeebohnen zu präsentieren. Unsere Kaffeebohnen sind von Hand sortiert und teilweise sortiert, um schließlich vom Hülsen von Veresta aus über Brasilien in den Kaffeehäusern dieser Welt zu landen. Entdecken Sie diese glanzvolle Perle einer der traditionsreichsten Peribohnenkulturen, die Sie mit ihrer lebhaft-aromatischen, fruchtig-mussigen Note verbinden wird.

Brasil Pérola

Brasil Pérola RARITÄT
 Die Perle einer glanzvollen Kaffeekultur.

Tresenmöbel Deckel



A close-up photograph of coffee cherries and flowers. The cherries are bright red and glistening with water droplets. The flowers are white with yellow centers. The background is a soft-focus green, suggesting a coffee plantation.

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**