

Im Kaffeehaus Kaffee trinken. Dabei in die Luft gucken. Tagträumen. Leute treffen. Zeitung lesen. Das alles und noch viel mehr ist in dieser seltsamen Zeit leider nicht drin.

Als kleines Trostpflaster dient vielleicht unser BLATT 01. Mit der Erstausgabe unserer Zeitung möge auch zu Hause etwas Kaffeehaus-Feeling aufkommen. Wir wünschen's dir.

In BLATT 01 möchten wir unser Verständnis von Kaffee und fairem Wirtschaften vorstellen: was uns antreibt, was wir tun und was wir vorhaben. Das alles beherrschende aktuelle Thema - du weißt schon was - blenden wir in unserem BLATT aus.

S H
U A
E N
D G

LA DALIA
El Salvador

Portfolio → S 20

Editorial

Fair? Wir möchten, dass du dir selbst ein Urteil bildest, ob wir deinen ethischen und ökologischen Standards genügen. Ob etwas fair oder nicht fair ist, liegt im Auge des Betrachtenden.

Fair? → S 06

MU

YU

MU

YU

Wie aus PRIMA ESTATE nach unserem ersten Sommer MUYU wurde.

Eine runde Sache → S 26

Es macht einen Unterschied: Genießt man, was man in diesem Augenblick macht, oder verstreicht der Augenblick unbemerkt, belanglos. Ist man hellwach oder auf Autopilot. Wir möchten das Leben mit Lebendigkeit füllen. Kaffee hilft uns dabei. Wir nehmen uns Zeit fürs Rösten und



für die Zubereitung eines jeden Getränks. Wir nehmen uns Zeit fürs Trinken, Riechen und Genießen. In jedem unserer Rohkaffees schlummern großartige

Aromen. Wir bringen das behutsam zum Vorschein, was bereits vorhanden ist. Das ist unser Ausdruck für Achtsamkeit. Die Begeisterung und Passion für die mannigfaltigen Geschmacksnuancen ist für uns Anlass, genau hinzuschauen, genau zu riechen, genau zu schmecken. Und genau zu brühen. Das möchten wir teilen.

Vor gut zwei Jahren lernten wir – der Kaffeeexperte Robin und der Unternehmer



Martin – uns auf dem Spielplatz kennen. Während unsere Kinder Sandburgen bauten, fantasierten wir über eine gemeinsame Kaffeerösterei. Aus der

Vision wurde SUEDHANG. Die Eröffnung erfolgte direkt nach dem ersten Lockdown



im Mai 2020. Zusammen mit unserer Kundschaft wuchs unser Team rasant. So kamen Sebastian, Emanuel, Karo, Mik, Mo, Lena, Anna, Clara, Khalid, Erika, Sloba, Jairo,

Anna und Raquel dazu. Sie sind nicht nur Freund*innen und Kolleg*innen. Sie sind das Herz von SUEDHANG. Sebastian und Simon verdanken wir unser Design. Sie geben SUEDHANG ein Gesicht. Unsere ersten Geschäftskunden schenken in Cafés, Restaurants und Büros Kaffee aus unseren Bohnen aus. Wir freuen uns, dass wir jetzt schon zahlreiche Personen bei ihren gastronomischen Gründungen begleiten durften. Und vor allem erfüllt uns unsere Stammkundschaft in der Jakobsgasse 4 mit Stolz. Sie ist seit Tag eins Garant für unsere Freude und Zuversicht in dieser ungewissen Zeit.



Wir sind eine junge Rösterei. In dem Augenblick, in dem diese Zeilen geschrieben werden, sind wir genau 200 Tage alt. Das ist der Beginn einer lebendigen Geschichte. Wir freuen uns.

R

A

D

I

3

7

2

K

A

L

E

9

5

0

T

R

A

N

2

7

9

S

P

A

R

E

N

Z

4

2

1

3

8

5

7

Uns geht es nicht nur um Kaffee. Wir möchten Bestandteil eines fairen und aufrichtigen Wirtschaftens sein. Wir möchten, dass jede Person alle betrieblich relevanten Dokumente einsehen kann. Alles. Für einen mündigen Konsum.

Was bisher geschah: Wir hatten zeitweise alle Eingangsberechnungen – also an uns gestellte Rechnungen – online. Für alle einsehbar. Dann bekamen wir einen Hinweis, dass das rechtlich problematisch sei. Datenschutz einerseits. Rechnungen erhalten oft persönliche Daten wie Adressen, Telefonnummern etc. Vor allem von Einzelunternehmer*innen. Wie von unserem Schreiner, der unseren Tresen baute oder vom Milchbauern, von dem wir die Milch beziehen. Und ja – die Problematik des Datenschutzes leuchtete uns ein.

Eine andere Hürde, die uns nicht so sehr einleuchtete, war ein Hinweis aufs Urheberrecht. Auf Rechnungen sind Logos abgebildet. Da besteht, so der Hinweis, gegebenenfalls die Gefahr einer Abmahnung. Wenn wir uns bei Alnatura Himbeeren zum Garnieren unseres Kuchens kaufen und diese Rechnung öffentlich machen, dann verwenden wir das Logo von Alnatura. Und die könnten da (theoretisch) was dagegen haben (dürfen).

Ein weiterer Hinweis war unternehmerischer Natur. Ein befreundeter Dienstleister hat uns von der Veröffentlichung der Belege abgeraten. Denn Firmen und Handwerker*innen, Designer*innen und Dienstleister*innen würden ggf. Abstand davon nehmen, uns Freundschaftspreise anzubieten. Denn eine Offenlegung der Rechnung würde den Preis zukünftiger Kund*innen drücken. Das ist ein Punkt. Juckt uns aber nicht. Wir möchten hier zu Offenheit und Ehrlichkeit animieren. Man kann ja sagen, dass die Leute von SUEDHANG gute Freunde sind, weswegen man dort andere Preise aufruft.

Wie's weitergeht: Nun gut. Der Punkt mit dem Datenschutz hat uns überzeugt. Darum haben wir die Rechnungen wieder runtergenommen und nichts mehr veröffentlicht. Unser Plan ist nun, dass wir die Rechnungen schwärzen. Unser konkretes Vorhaben ist:

1 Wir möchten belastbar wissen, welche Elemente auf Rechnungen und anderen Dokumenten veröffentlicht werden dürfen und welche nicht. Damit wir

dann so viel wie nötig und so wenig wie möglich schwärzen.

2 Wir suchen nach einer effizienten Softwarelösung, mit der wir unsere Belege schwärzen. Wir haben täglich einen Batzen von Rechnungen und Dokumenten. Das soll schnell gehen. Und auch technisch einwandfrei sein. Nicht, dass man das Schwärzen wieder rückgängig machen kann oder kritische Meta-Infos im Dokument bleiben. Sofern wir nichts besseres finden, machen wir das mit Adobe Pro.

3 Wir entwickeln oder finden eine Lösung, in der wir alle Dokumente online speichern können und möglichst ergonomisch zur Verfügung stellen können. Uns schwebt da eine Maske vor, in der du und alle, die Bock darauf haben, nach Begriffen wie „Milch“ oder „Rohkaffee“ oder „Lohn“ oder „Mai 2020“ suchen können. Dann werden alle Rechnungen und Co angezeigt, die einen solchen Begriff enthalten. Wenn du also wissen willst, woher unsere Milch stammt, was wir für den Liter bezahlen, wie regelmäßig wir Milch geliefert bekommen, wie viel Liter Milch wir verbrauchen und ob die Milch auch tatsächlich mehrwegverpackt ist und so weiter – dann kannst du danach selbst schauen.

Alles transparent?: Neben den Eingangsberechnungen möchten wir auch unsere Umsätze offenlegen. Hierzu werden wir tabellarisch aufbereiten, welche Produkte wir zu welchem Preis in welchem Umfang wann verkauften.

Darüber hinaus möchten wir dann auch alle unsere Lohnzettel offenlegen. Damit ihr belastbar sehen könnt, welchen Lohn unsere Mitarbeiter*innen bekommen. Persönliche Daten sind natürlich geschwärzt.

Warum denn?:
Warum haben wir das vor?

1 Mündiger Konsum: Uns interessiert als Unternehmer und privat, was es mit den Dingen, die wir kaufen, auf sich hat. So lieben wir beispielsweise unsere MacBooks. Aber jetzt, beim Schreiben dieser Zeilen, ist die Freude am Schreiben etwas getrübt. Denn es ist

nicht klar, was genau wir da kaufen. Was ist der Materialwert? Wo stammt das her? Welcher Anteil geht für Marketing drauf? Welche Zulieferer sind da involviert? Das möchten wir gerne wissen. Dann können wir uns bewusst dafür oder dagegen entscheiden. Dann wissen wir, ob der Preis angemessen oder Wucher ist. Dann wissen wir, ob die Verteilung der Einnahmen auf Entwicklung, Design, Produktion und Marketing nach unserem Verständnis ausgewogen ist. Und allen, die sich für SUEDHANG, für unseren Röstkaffee und unsere Produkte interessieren, möchten wir Klarheit darüber geben, was sie kaufen, wenn sie bei SUEDHANG kaufen. Es geht um mündigen Konsum. Wir zeigen nur: Wir machen das so und so. Und du kannst entscheiden. Passt. Hier kaufe ich meinen Kaffee. Oder es passt mir nicht. Ich meide dieses Unternehmen.

2 **Aufrichtigkeit:** Wir wissen von den manipulativen Möglichkeiten der Präsentation und Aufbereitung von Daten. Ein Nachhaltigkeitsbericht in Hochglanz ist für uns daher keine Option. Wir möchten ungeschminkt zeigen, wie wir wirtschaften. Wir möchten nicht behaupten, wir wären fair, bio oder nachhaltig. Wir möchten uns nichts zuschreiben. Denn wir möchten uns nicht mit modischen Begriffen schmücken und uns hinter diesen verstecken. Wir möchten, dass du und jede Person sich selbst ein Urteil bilden kann, ob wir euren Ansprüchen genügen. Ethischen, ökologischen, unternehmerischen, what ever.

Das Wort „radikal“ stammt aus dem lateinischen „radix“ und bedeutet „Wurzel“ oder „Ursprung“. Wie Radialen. In diesem Sinne ist unser Vorhaben radikal. Denn wir zeigen die Wurzeln, den Ursprung der Dinge, die wir zum Wirtschaften nutzen.

3 **Lernen:** Wir möchten wachsen. Wenn wir Einblick in unser unternehmerisches Handeln geben, laden wir ein zu kritischen Stimmen und Rückmeldungen. Darin steckt das Potenzial für Verbesserungen. Wenn beispielsweise jemand unsere Rechnungen durchforstet, kann diese Per-

son sehen, welches Kassensystem wir nutzen und dass leider auch wir mit Thermopapier unsere Belege drucken. Und vielleicht kennt diese Person alternative Kassensysteme und alternative Belegdrucker. Vielleicht günstiger. Vielleicht umweltfreundlicher. Das wollen wir wissen. Wenn du genau siehst, was wir tun, was wir einkaufen, wie wir wirtschaften, dann kannst du konkret dazu Stellung beziehen. Du kannst uns sogar anzeigen, wenn wir fiesen Schmu betreiben. Oder du kannst uns lauthals feiern, wenn du etwas lobenswert findest.

4 **Stolz:** Wir sind stolz auf das, was wir tun. Das möchten wir der Welt zeigen. Aber nicht mit normativen Werturteilen. Wir teilen unseren Stolz nicht durch die Behauptung, wir würden nur die exquisitesten Bohnen rösten und sind öko und fair und super cool. Wir möchten nur zeigen, wer wir sind.

5 **Vorbild:** Wir möchten ein Vorbild sein. Wir sehen uns als Bestandteil eines fairen Wirtschaftens. Wir träumen davon, dass die Idee eines fairen Wirtschaftens – und vielleicht auch insbesondere unser Ansatz der radikalen Transparenz – andere Unternehmer*innen zur Nachahmung inspiriert. Und vielleicht werden Kund*innen in naher Zukunft eine solche radikale Transparenz einfordern, sodass sich auch große Firmen gezwungen sehen, die Hosen runterzulassen. Für mündige Kundinnen und Kunden. Dass diese – wie du – sich für oder gegen einen Kauf entscheiden können. Informiert und frei. Was würde das für Volkswagen, RWE, die Deutsche Bank usw. bedeuten?

Wenn du uns mit juristischen oder technischen Tipps helfen kannst oder Unternehmen kennst, die ähnliche Konzepte leben, dann freuen wir uns über deine Nachricht.
[martin\(at\)suedhang.org](mailto:martin(at)suedhang.org)

Fair?

Wir möchten, dass du dir selbst ein Urteil bildest, ob wir deinen ethischen und ökologischen Standards genügen. Ob etwas fair oder nicht fair ist, liegt im Auge des Betrachtenden.

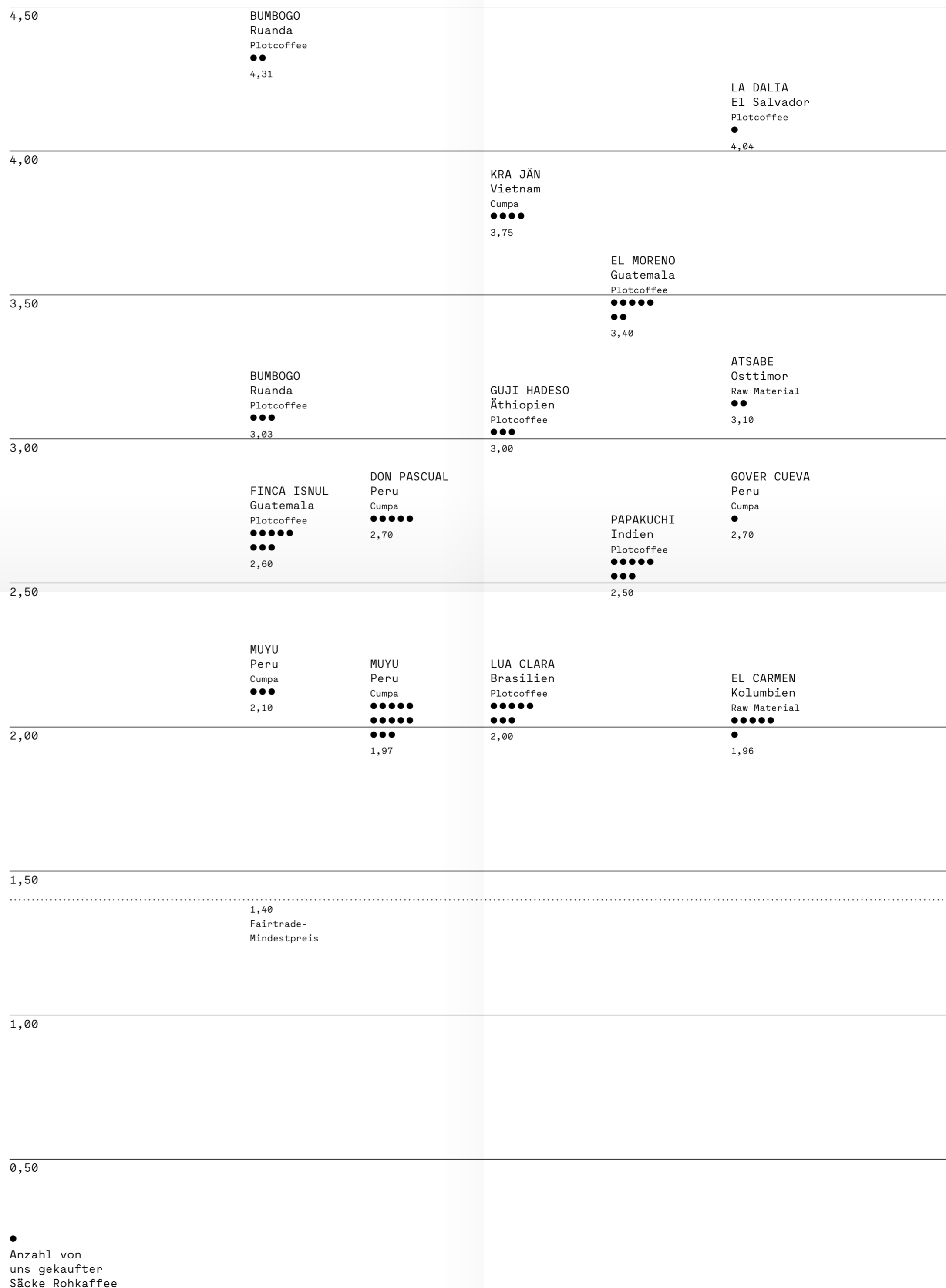
Rechts sind die Einkaufspreise in USD/Pfund für den Rohkaffee, den wir verarbeiten. Diesen Preis erhalten die Kaffeefarmer*innen. Die gestrichelte Linie gibt den Fairtrade-Mindestpreis von 1,40 USD/Pfund an.

Unsere Produkte sind in der Regel nicht zertifiziert. Auch nicht unser Kaffee. Aus guten Gründen. Denn erstens stammt unser Kaffee auch von Kleinbetrieben und Familienunternehmen. Diese können die mit einer Zertifizierung einhergehenden Kosten und bürokratischen Hürden nicht stemmen. Zweitens ist unser Anspruch höher als der Standard der üblichen Siegel und Zertifikate. Uns mit diesen Siegeln zu schmücken würde ein falsches Zeichen setzen. Und drittens möchten wir, dass

unsere Kund*innen sich nicht durch das bloße Vorhandensein von Zertifikaten und Siegeln besänftigen lassen. Wir möchten, dass man genau hinschaut. Wir möchten nicht behaupten, wir wären fair und bio. Wir möchten, dass du dir selbst ein Urteil bildest. Dazu machen wir unsere wirtschaftlichen Kennzahlen transparent.

Wir beziehen unseren Rohkaffee von Menschen und Unternehmen unseres Vertrauens, von denen wir wissen, dass sie auf Augenhöhe mit den Erzeuger*innen zusammenarbeiten. Das sind unsere Freund*innen und ehemaligen Kolleg*innen von Plotcoffee aus Hamburg. Sowie unsere Tübinger Kumpels Lukas und Daniel von Cumpa. Und Raw Material, einer Community Interest Company. Sie geben ihre Gewinne vollständig an die Kaffeefarmer*innen weiter.

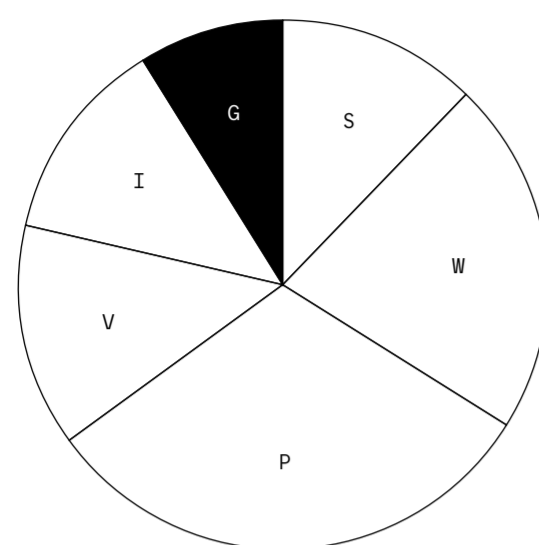
Einkaufspreis
Rohkaffee
in USD/Pfund



Wo der Kaffee wächst

Daniel und Lukas, Gründer von Cumpa, importieren Rohkaffee aus Peru und Vietnam. Beide wohnen nur einen Steinwurf von der Rösterei SUEDHANG in der Tübinger Altstadt entfernt. Seit Tag eins beziehen Martin und Robin Rohkaffee von ihren Freunden Daniel und Lukas.



MUYU
250 gWie setzt sich der
Verkaufspreis zusammen?

<u>Verkaufspreis</u>	9,50
<u>Steuern</u>	
USt (7%)	-0,62
Kaffeesteuer ¹	-0,55
<u>Wareneinsatz</u>	
Rohkaffee (300 g) ²	-2,07
<u>Personaleinsatz</u>	
Qualitätssicherung ³	-0,07
Design	-0,37
Rösten ⁴	-0,63
Konfektionierung ⁵	-0,55
Verkauf und Beratung ⁶	-1,17
Wartungskosten ⁷	-0,16
<u>Verpackung</u>	
Kaffeebeutel ⁸	-0,41
Drahtclip	-0,05
Banderole	
Papier ⁹	-0,19
Druck ¹⁰	-0,07
Weiterverarbeitung ¹¹	-0,25
Beilage ¹²	-0,32
<u>Infrastruktur</u>	
AFA Maschinen ¹³	-0,25
Miete und Nebenkosten ¹⁴	-0,66
AFA Umbau ¹⁵	-0,30
<u>Gewinn¹⁶</u>	0,82

1 Für die Herstellung von Röstkaffee wird pro kg Röstkaffee eine Kaffeesteuer i.H. 2,19 Euro erhoben.

2 Für die Herstellung von 250 g Röstkaffee benötigen wir ca. 300 g Rohkaffee. Denn durch den Röstvorgang verliert der Kaffee an Gewicht (Einbrand).

3 In unserer wöchentlichen Qualitätssicherung verkosten zwei „Kaffee-Sommeliers“ jede Röstung nach SCA Protokoll.

4 Wir rösten ca. 3 Röstchargen à 6 kg Röstkaffee pro Stunde.

5 Der geröstete Kaffee wird entsteint, gewogen und verpackt. Banderolen werden mit einem Datumsstempel versehen und getackert.

6 Durchschnittlich ca. 5 Minuten Zeitaufwand für Beratung und Verkauf.

7 Unsere Gerätschaften bedürfen einer wöchentlichen, ca. zweistündigen Wartung.

8 Wir verpacken unsere Bohnen in Biotré-Beuteln, bestehend aus biologisch abbaubarem sowie heißsiegelfähigem Barriere-material. Diese zersetzen sich innerhalb von 5-10 Jahren vollständig.

9 Unsere Banderole besteht aus Feinstpapier von Gmund, Grammatik 300 g/m². Hergestellt in am Tegernsee.

10 Die Banderolen werden halb-automatisch geschnitten und gerillt.

11 Klimaneutraler, auf Pflanzenöl-farber basierender Risografie-Druck in Berlin.

12 Unsere Kund*innen erhalten zum gekauften Kaffee dieses BLATT beigelegt.

13 Abschreibungen über 10 Jahre für Röster, Filter, Abluftanlage und Entsteiner. Investitionskosten von insgesamt ca. 50 Tsd. Euro. Röstvolumen von ca. 5 Tonnen pro Jahr angesetzt.

14 Anteilig. Miete und Nebenkosten ca. 40 Tsd. Euro pro Jahr. 33% für Rösterei angesetzt.

15 Abschreibungen über 10 Jahre für Umbau und Renovierung Jakobsgasse. Investitionskosten von insgesamt ca. 150 Tsd. Euro. (Exklusive Treppen, Maschinen und Geräte). 33% für Rösterei angesetzt.

16 Entspricht einer Netto-Gewinnmarge von ca. 10%.

Ist ein Verkaufspreis Wucher, eine unverschämte Bereicherung der Unternehmer*innen oder angemessen? Wie kommt es zu dem Preis? Zahlt man für das Produkt, für die Beratung oder für Marketingkampagnen?

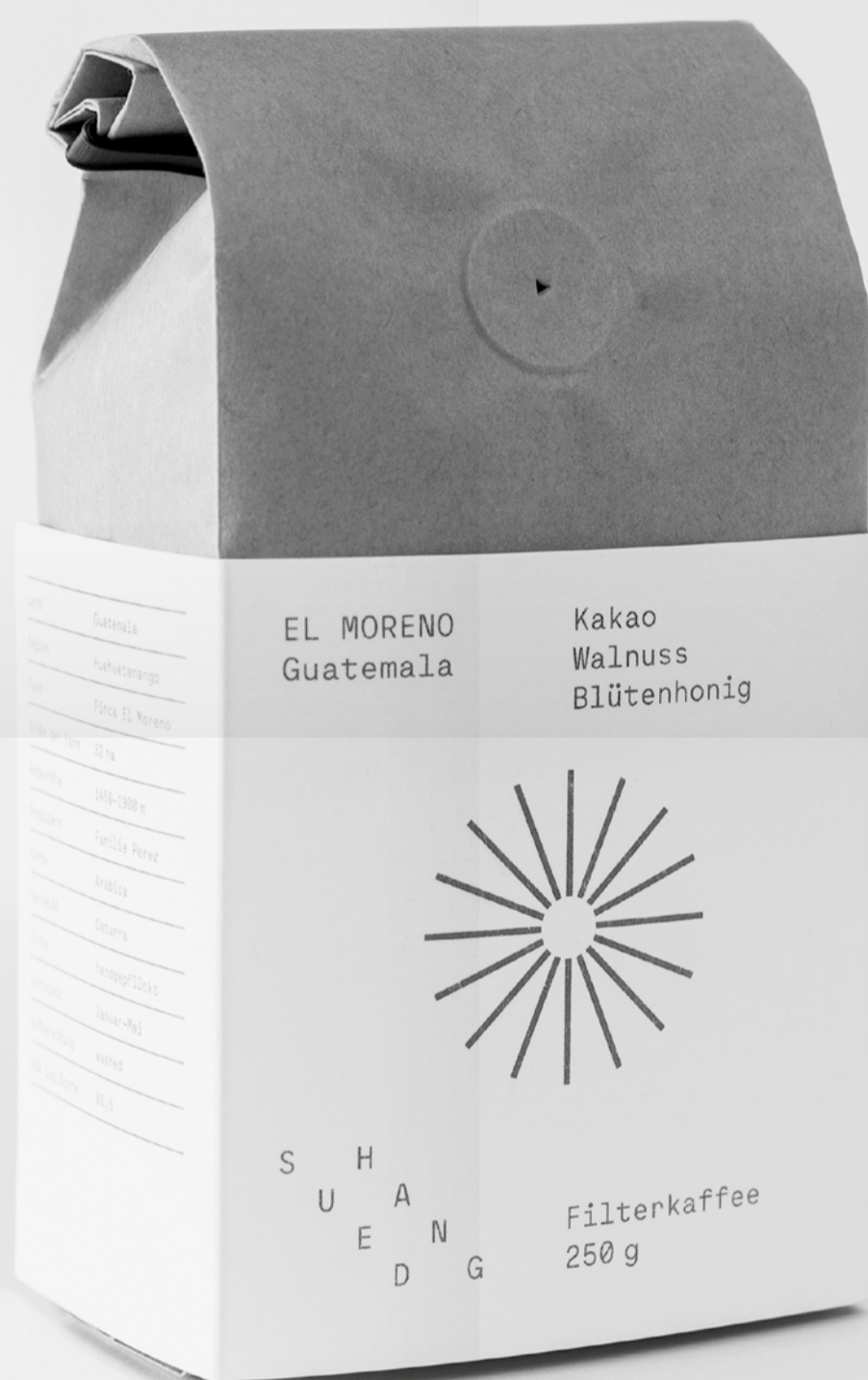
Hier listen wir exemplarisch die Kostenstruktur von MUYU, 250 g, auf. Denn dies ist mit Abstand unser am meisten verkaufter Röstkaffee. Damit möchten wir aufzeigen, wie es zu diesem Preis kommt. Wir möchten eine Entscheidungshilfe für oder gegen einen Kauf geben.

Zugegeben: Diese Auflistung ist nicht präzise. Abschätzungen mögen zu hoch oder zu gering angesetzt sein. Einige Kostenpunkte wurden vergessen oder nicht aufgelistet. Die Liste wurde aber nach bestem Wissen und Gewissen erstellt.

MUYU
250 g

<u>Verkaufspreis</u>	9,50
<u>Steuern</u>	-1,17
<u>Wareneinsatz</u>	-2,07
<u>Personaleinsatz</u>	-2,94
<u>Verpackung</u>	-1,29
<u>Infrastruktur</u>	-1,21

Gewinn 0,82



S H
U E
A N

Wir werden oft gefragt, warum wir den Namen SUEDHANG wählten. Hier eine Antwort in drei Teilen.

A N
D G

S H
U E
A N

¹ Viele denken beim Namen SUEDHANG an Wein. Dort ist eine Genussskultur weit verbreitet. Man interessiert sich für die Winzer*innen, für die Sorte, für den Jahrgang. Man lässt sich Zeit beim Verkosten. Es gibt den Beruf des Sommeliers bzw. der Sommelière. Es gibt spezielle Gläser, gewisse Techniken des Trinkens, Riechens und Betrachtens. Möglichst alle Geruchs- und Geschmacksnuancen des Weins sollen wahrgenommen werden. Eine ähnliche Genussskultur leben wir beim Kaffee. Wir stehen in Kontakt zu den Kaffeefarmer*innen, kennen ihr Handwerk. Wir interessieren uns dafür, wann und wie der Kaffee gepflückt und aufbereitet wird. Das, was wir interessieren uns auch dafür, unter welchen Bedingungen er zu uns transportiert wird. Jeder Jahrgang und jede Sorte erfordert ein eigenes Röstprofil und ein eigenes Brüh-Rezept. Es ist wichtig, vor wie vielen Tagen der Kaffee geröstet wurde. Die Geschwindigkeit, der Druck, die Wassermenge und Temperatur beim Brühen ist für uns eine zentrale Wissenschaft. Ebenso das Finden des perfekten Mahlgrades. Die Geschmacksnuancen des Kaffees ändern sich durch das Abkühlen des Getränks. Auch das interessiert uns. Die Verkostung zur Qualitätssicherung erfolgt nach klar definierten Standards in speziellen Tassen und mit speziellen Löffeln. Die Eigenschaften der jeweiligen Sorte soll dabei möglichst objektiv wahrgenommen werden. Kaffee verfügt sogar über deutlich mehr Aromen als Wein. Und wie beim Wein möchten wir uns beim Genießen Zeit lassen. Kaffee ist für uns ein Genussmittel.

² Kaffee wächst an Hang. In südlichen Regionen unserer Erde. Bis der Kaffee letztendlich zum Trinken in der Tasse ist, wandern die Bohnen durch zahlreiche Hände. Die wesentliche Arbeit geschieht auf den Kaffeefarmen. Unser Name soll unsere Wertschätzung für die Passion und Mühen der Kaffeefarmer*innen zum Ausdruck bringen. Bei ihnen, an ihrem Hang, beginnt alles. Das ist unser Fundament.

³ Unsere Kaffeerösterei in der Jakobsgasse 4 ist nach Süden orientiert. Wir können die gesamte Fensterfront öffnen. Drinnen wird zu draußen. Mit grandioser Aussicht auf die Tübinger Altstadt. Unsere Kaffeerösterei wird so zu einem SUEDHANG. Ein gemütlicher Ort, der zum Verweilen einlädt. Den Großteil des Tages ist höchstens eine Wolke zwischen uns und der Sonne.

S H
U E
A N

A N
D G

S H
U E
A N

A N
D G

Unser Kaffee schmeckt nach

Wir suchen für jede Kaffeeernte die perfekte Röstung. Unsere Rohkaffeebohnen wachsen in unterschiedlichen Regionen mit ihren jeweils individuellen Bodenbedingungen, Vegetationen und Mikroklimas. Teilweise stammt unser Rohkaffee aus extremen Höhenlagen. In jeder Sorte, in jeder Ernte stecken einmalige Aromakombinationen. Es ist unsere Aufgabe, diese vielfältigen Aromen beim Rösten hervorzuheben und zum Strahlen zu bringen. Wir kreieren beim Rösten keine neuen Geschmacksnuancen. Wir bringen lediglich das zum Vorschein, was bereits in den Bohnen steckt. Das ist unsere Leidenschaft. Dafür stehen wir morgens auf und gehen zur Arbeit.

Wir rösten mit moderner Technik und feilen lange an den Röstprofilen für jede einzelne Kaffeesorte. Wir können während des Röstvorgangs Parameter wie Brennerleistung, Geschwindigkeit der Rösttrommel, Luftstrom und Geschwindigkeit der Energieaufnahme des Rohkaffees dynamisch ansteuern. Diese Parameter definieren im zeitlichen Verlauf das Röstprofil. Wir arbeiten akribisch.

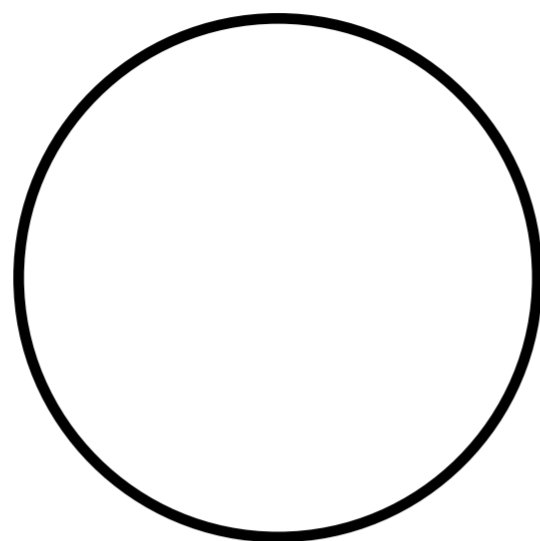
Mit einer modernen Röstmaschine und angeschlossener Software können wir uns auf jedes Terroir und jede Kaffeesorte individuell einstellen. Wir rösten in kleinen Chargen. Wir verkosten jede Röstung und justieren nach. Wir machen das für ein einzigartiges Geschmackserlebnis. Und wir machen dies aus Hochachtung für die aufwendige Arbeit der Kaffeebauer*innen.

Papaya
 Aprikose
 Kakao
 Jasmin
 Fliederbeere
 Dörrfeige
 Mandarine
 Pomelo
 Oolong
 Birne
 Süßholz
 Himbeere
 Karamellcreme
 Mandel
 Boskop
 Banane
 Anis
 Blütenhonig
 Muskat

Bergamotte
 Macadamia
 Blaubeere
 Johannisbeere
 Walnuss
 Roter Apfel
 Limette
 Salzkaramell
 Bratapfel
 Granatapfel
 Stachelbeere
 Bourbon
 Sahne
 Kiwi
 Preiselbeere
 Moosbeere
 Rapshonig
 Tamarinde
 Kakao

und schmeckt nach dem, was du schmeckst, wenn du schmeckst.

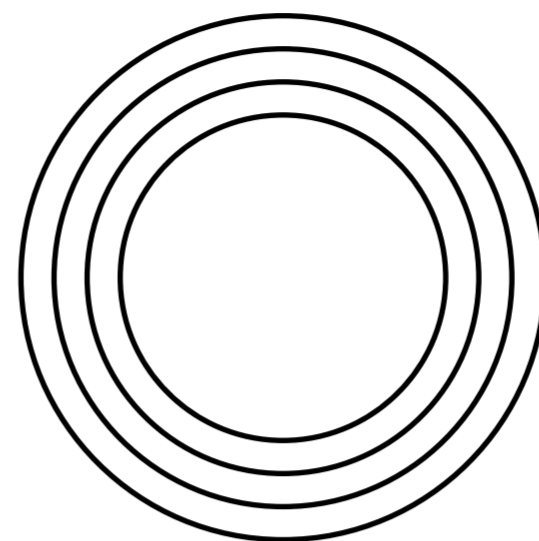
Espresso

MUYU
PeruBitterschokolade
Mandel
Blaubeere

Unser klassischer Espresso ist Resultat der freundschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Jimmy von der Kooperative Aproeco, den Importeuren Daniel und Lukas, und uns. Gemeinsam kamen wir auf den Namen Muyu. Das bedeutet auf Quichua rund. Muyupampa (runde Ebene) nannten die indigenen Amazonasstämme die Region des Bergregenwalds, in der heute dieser erstklassige Kaffee nachhaltig angebaut wird. Und rund ist auch unser ausbalancierter Espresso: Schokoladige Zartbitternoten harmonisieren mit kräftiger Würze und natürlicher Süße.

Espresso
250 500 1000 g

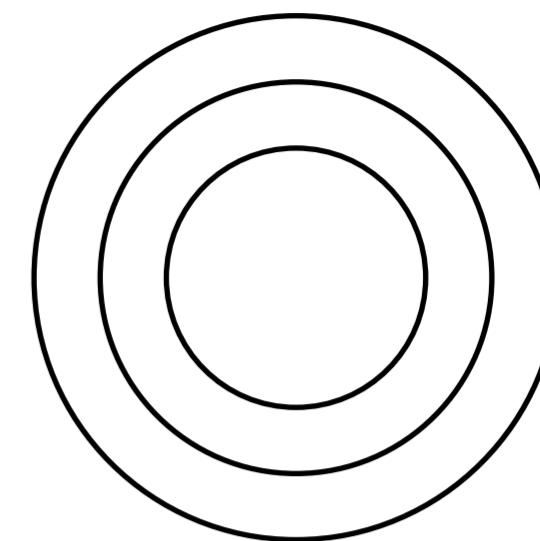
Land	Peru
Region	Moyobamba
Anbauhöhe	1380–1700 m
Produzent	Aproeco Kooperative
Sorte	Arabica
Varietät	Caturra, Catimor, Pache, Typica
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	84,75

FINCA ISNUL
GuatemalaMilchschokolade
Mandel
Limette

Kaffee ist eine Frucht. Bodenbedingungen, Mikroklima, Aufbereitungsmethoden, Sorgfalt bei der Ernte und vieles mehr bringen ein riesiges Spektrum von natürlichen Aromen zutage. Nach was schmeckt Finca Isnul? Uns erinnert er an Milchschokolade, Mandel und Limette. Wir rösten ihn so, dass diese Aromen erhalten und zum Leuchten gebracht werden. Aus Liebe zum Kaffee. Und aus Hochachtung vor der Leistung von Danny Perez, dem mehrfachen Gewinner des Cup of Excellence.

Espresso
250 500 1000 g

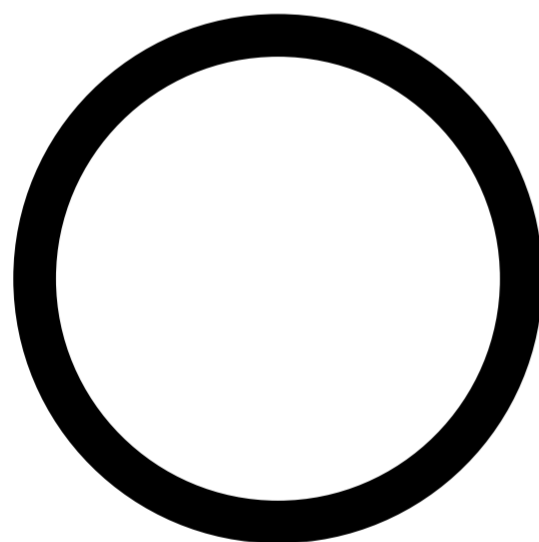
Land	Guatemala
Region	Huehuetenango
Farm	Finca Isnul
Größe der Farm	160 ha
Anbauhöhe	1450–1850 m
Produzent	Danny Perez
Sorte	Arabica
Varietät	Catuai
Ernte	handgepflückt
Erntezeit	Januar–Mai
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	84

LUA CLARA
BrasilienMandarine
Roter Apfel
Aprikose

Lua Clara strahlt. Trockenfrüchten ähnlich ist seine feine Süße in eine dezente Fruchtsäure eingebunden. Das kommt nicht von ungefähr, denn die gleichnamige Farmerin Lua Clara kennt ihr Handwerk: Die Kaffeeirschen werden direkt nach der Ernte behutsam in der Sonne getrocknet. Lua Clara und wir haben unser Bestes getan, die natürliche Süße der Kaffeebohnen in Aufbereitung und Röstung zu erhalten. Wir empfehlen, diesen ausbalancierten Espresso ohne Zucker zu genießen. Denn sonst bekommst du von der natürlichen Süße nicht viel mit.

Espresso
250 500 1000 g

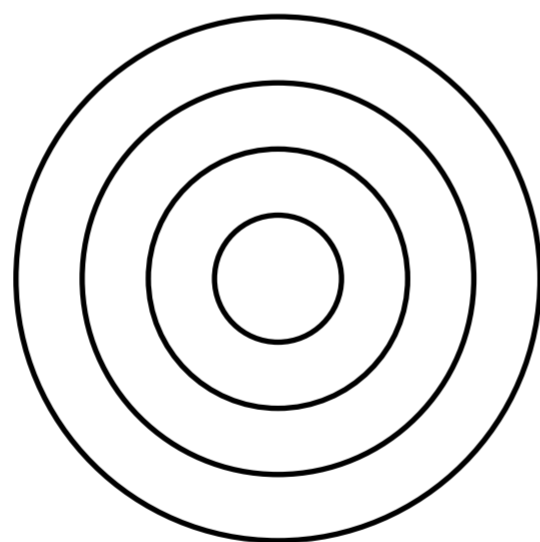
Land	Brasilien
Region	Alta Mogiana Pedregulho
Farm	São Francisco
Gründungsjahr	2001
Größe der Farm	77 ha
Anbauhöhe	1000 m
Produzentin	Lua Clara
Sorte	Arabica
Varietät	Catuai Amarelo
Aufbereitung	natural
SCA Cup Score	86

KRA JÄN
VietnamPreiselbeere
Rohrzucker
Assam Tee

Vietnam. Zweitgrößter Kaffeeproduzent der Welt. Sollte einst den Kaffeedbedarf der DDR decken. Quantität vor Qualität. Bei der zur ethnischen Minderheit K'ho gehörenden Vietnamesin Lim Kra Jän und ihrem aus der Slowakei stammenden Ehemann Marián Takáč ist das anders. Ihr Rohkaffee aus dem vietnamesischen Bergland widerlegt alle Vorurteile. Kompromisslose Qualität. Von diesem Red Honey konnten wir nur 100 Kilogramm beziehen. Es gab nicht mehr. Gleichermaßen schade und schön.

Espresso
250 g

Land	Vietnam
Region	Dalat, Lạc Duong
Produzenten	Zanya
Anbauhöhe	1500–1600 m
Sorte	Arabica
Varietät	Catimor, Caturra, Bourbon, Típica
Ernte	handgepflückt
Erntezeit	November– Dezember
Aufbereitung	Red Honey

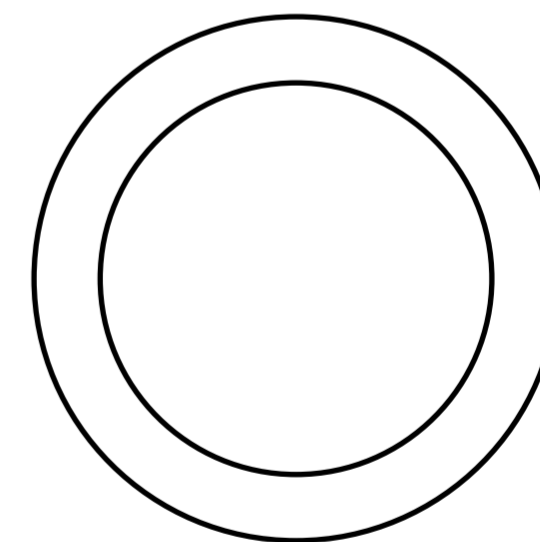
OURO
BrasilienMilchschokolade
Karamell
Mandel

Espressoröstung für Gastronomie und Arbeitsplatzversorgung. Mild und ausgewogen. Dezent, schokoladige Süße. Ideal als Basis für Milchgetränke oder auch als Café Crème. Für den Vollautomaten geeignet.

Hinweis: Nur für Gastronomie und Arbeitsplatzversorgung erhältlich.

Espresso

Land	Brasilien
Region	Juruáia, Südminas
Größe der Farm	90 ha
Anbauhöhe	1100 m
Produzent	Claudeci Divino Araújo
Sorte	Arabica
Varietät	Catuai, Tupi, Catucaí
Erntezeit	Mai–Juli
Aufbereitung	pulped natural natural

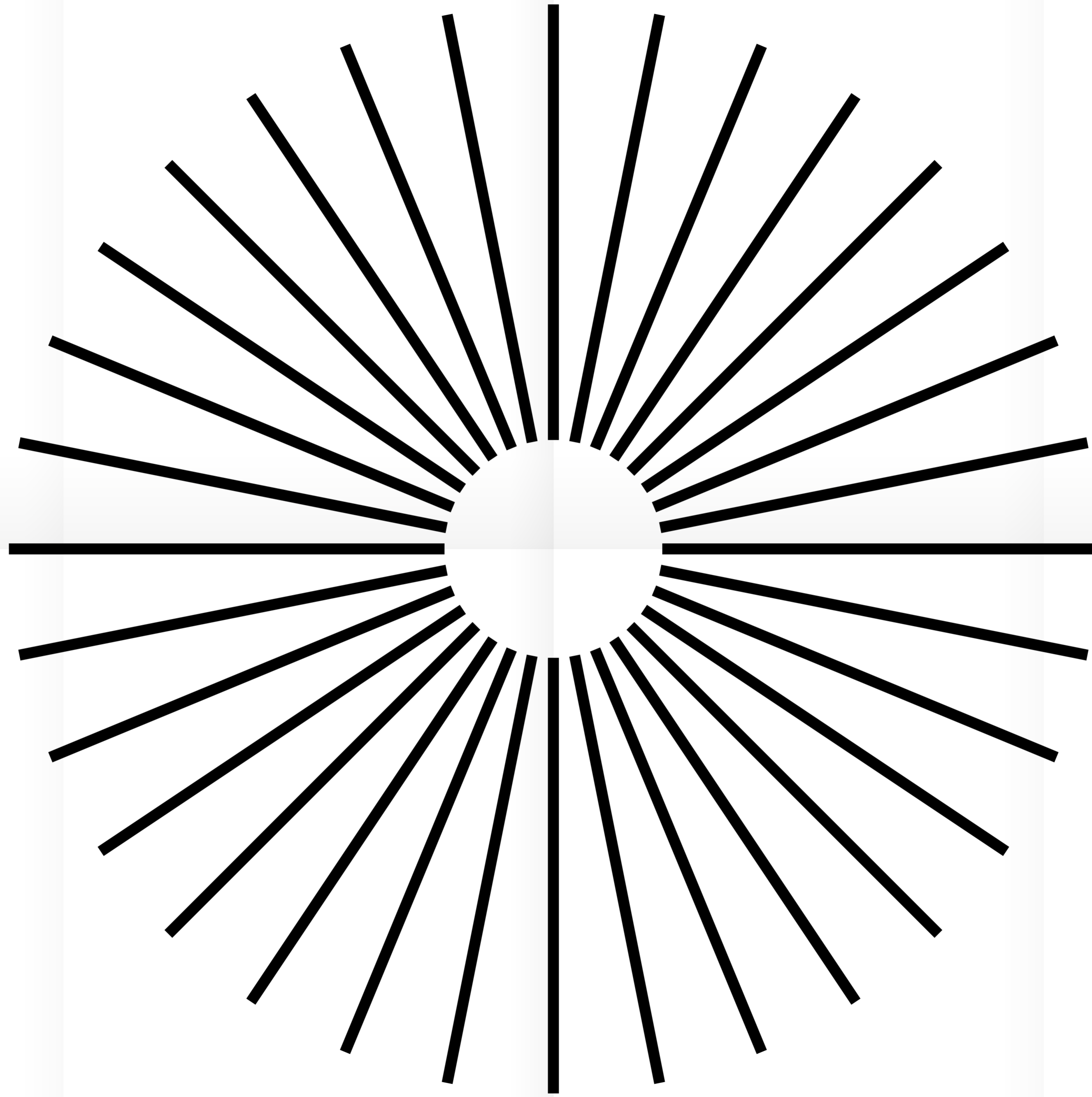
Omniroast
entkoffeiniertEL CARMEN
KolumbienMacadamia
Karamellcreme
Birne

Ehrlich? Wirklich? Ja. Der schmeckt doch nicht wie ein Koffeinfreier. Hast du was falsch eingetütet? Nein. Der ist ohne. Wirklich! Und warum hat der nicht den typisch pappigen Decaf-Geschmack? Drei Gründe: Erstens, richtig guter Rohkaffee. Zweitens, entkoffeiniert mit aus Zuckerrrohr gewonnenem Ethylacetat. Und drittens, wir sind beim Rösten nicht eingeschlafen. Und, äh viertens, wir wollten unbedingt einen anständigen Decaf, der einem MIT in nichts nachsteht. Fürs Schlafen können und für alle Mamas.

Omniroast
entkoffeiniert
250 500 g

Land	Kolumbien
Region	Pitalito, Huila
Anbauhöhe	1700–2100 m
Produzent	Association El Carmen
Sorte	Arabica
Varietät	Caturra Castillo Colombia
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	washed Entkoffeinierung mit Zuckerrrohr

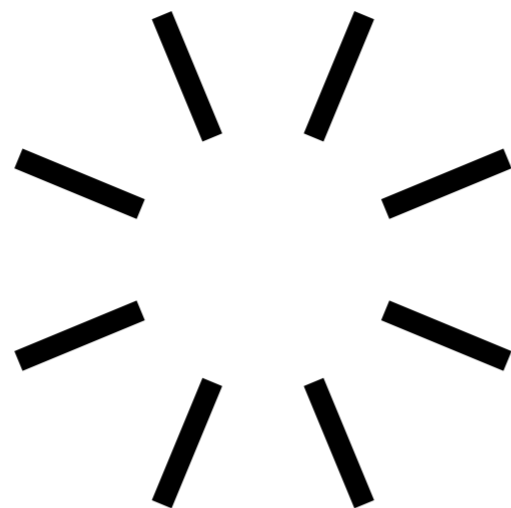
GUJI HADESO
Äthiopien



Filterkaffee

PAPAKUCHI
Indien

Süßholz
Bergamotte
Muskat



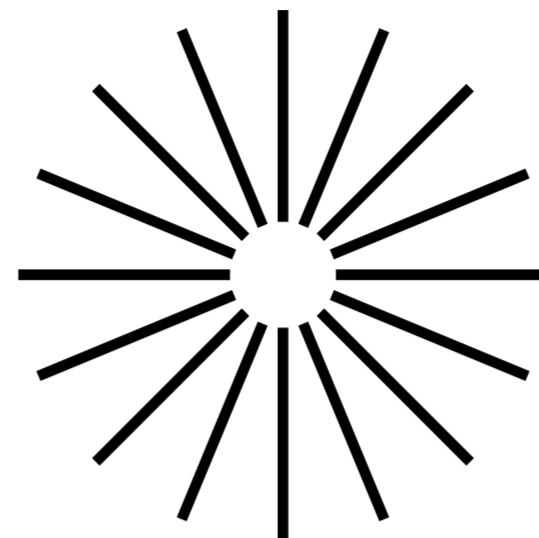
Wir haben nach einem klassisch würzigen Filterkaffee gesucht. Einem, der neben seinem kantigen Tassenprofil auch dezente Fruchtnoten mit sich bringt. Fündig wurden wir in Südwest-Indien. Inmitten von Pfeffersträuchern, Avocadobäumen und Kardamompflanzen wächst Pavan Nanjappas Arabica Papakuchi. Ein typisch indischer Kaffee: kräftig, würzig, herb. Gleichzeitig elegant mit feiner Bergamottenote.

Land	Indien
Region	Coorg
Farm	Papakuchi
Anbauhöhe	900-1200 m
Produzent	Pavan Nanjappa
Sorte	Arabica
Varietät	SLN 6
Ernte	handgepflückt
Erntezeit	November-Februar
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	83

Filterkaffee
250 500 g

EL MORENO
Guatemala

Kakao
Walnuss
Blütenhonig



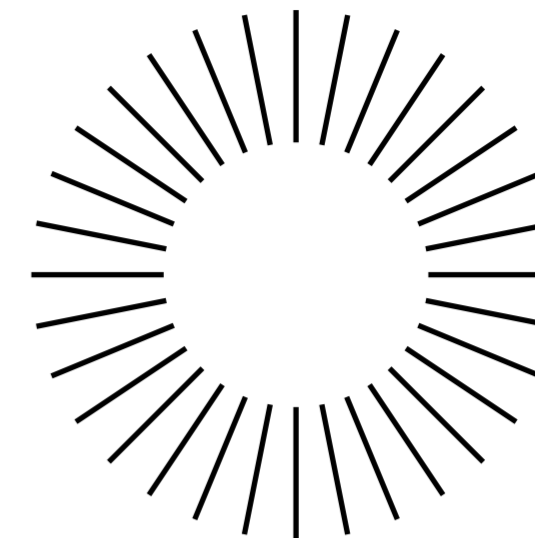
Welchen Filterkaffee würden wir zu einem Fest brühen? El Moreno. Er ist von Natur aus mit unser aller Lieblingsaromen gesegnet: Schokolade. Nuss. Blütenhonig. Die intakte Flora und Fauna der guatemaltekischen Kaffeefarm, die Expertise und Sorgfalt bei Ernte und Verarbeitung verleihen dem mehrfach preisgekrönten Kaffee seine Wahnsinnsschokosüße.

Land	Guatemala
Region	Huehuetenango
Farm	Finca El Moreno
Größe der Farm	32 ha
Anbauhöhe	1450-1900 m
Produzent	Familie Perez
Sorte	Arabica
Varietät	Caturra
Ernte	handgepflückt
Erntezeit	Januar-Mai
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	85,5

Filterkaffee
250 500 g

ATSABE
Osttimor

Tamarinde
Birne
Kakao



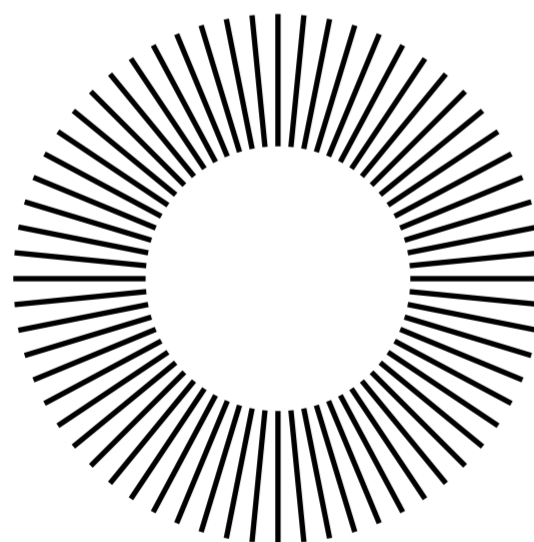
Diesen Kaffee beziehen wir von unseren Importeuren Raw Material. Für uns sind sie ein leuchtendes Vorbild für faires Wirtschaften. Raw Material verfolgt keine Gewinnabsichten. Sie geben ihre Gewinne vollständig an die Kaffeebauer*innen weiter. Resultat sind Kaffeebohnen außergewöhnlicher Qualität. Mit dem höchsten SCA Score, den ein Kaffee aus Osttimor jemals erzielte. Resultat ist auch ein verlässliches und angemessenes Einkommen für die Farmer*innen, Lebensunterhalt einer noch sehr jungen Kaffeeneration.

Land	Osttimor
Region	Ermera
Farm	Atsabe
Anbauhöhe	1700-1800 m
Sorte	Arabica
Varietät	Híbrido de Timor, Moka, Typica
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	washed
Fermentation	15-18 h

Filterkaffee
250 500 g

BUMBOGO
Ruanda

Fliederbeere
Dörrfeige
Oolong



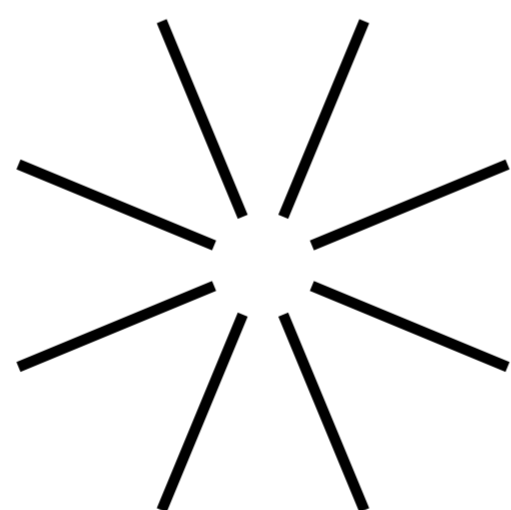
Beim Aufbrühen dieses ruandischen Filterkaffees kommt bereits eine erste sanfte Geruchsnote zum Vorschein, die uns an Oolong Tee erinnert. Beim ersten Schluck entdecken wir eine weiche Süße - ähnlich der von getrockneten Feigen. Geschmacklich ist Bumbogo auch eine Reminiszenz an unsere Kindheit: Im Nachgeschmack erinnert er uns an Fliederbeersaft, ein Getränk gekocht aus den Beeren des Schwarzen Holunders. Mit einem SCA Cup Score von 88 Punkten zählt Bumbogo zu den weltweit exquisitesten Kaffees.

Land	Ruanda
Region	Gakenke District
Anbauhöhe	1650-2000 m
Produzenten	523 lokale Farmer
Washing Station	Bumbogo
Sorte	Arabica
Varietät	Red Bourbon
Ernte	handgepflückt
Erntezeit	März-Juni
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	88

Filterkaffee
250 500 g

GOVER CUEVA
Peru

Bourbon
Moosbeere
Rapshonig



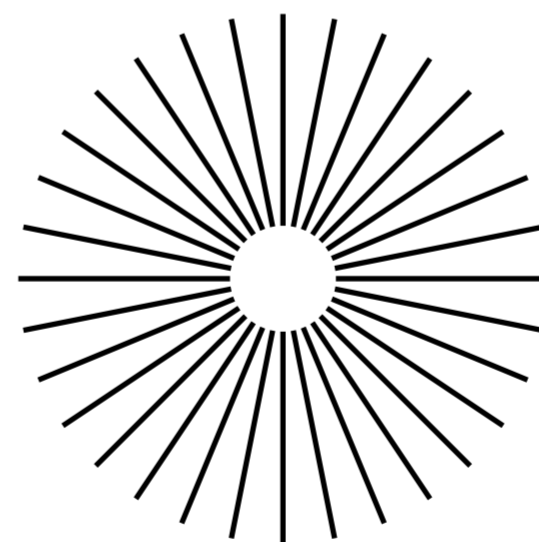
Anaerob 48 Stunden natural fermentiert. Dann depulpt. Erneut 24 Stunden aerob im Zuckerschleim getrocknet. Dann leicht abgewaschen. Anschließend im Schatten des Permakulturwaldes schonend getrocknet. Das ist Außergewöhnlich. Vermutlich wurde kein anderer Kaffee jemals auf diese Weise aufbereitet. Dass der Kaffee grandios schmeckt, ist aber kein Zufall dieses Experiments. Denn der Farmer Gover Cueva weiß, was er tut.

Land	Peru
Region	Moyobamba
Farm	Gover Cueva
Produzent	Aproeco Kooperative
Anbauhöhe	1400 m
Sorte	Arabica
Varietät	Tipica, Catimor
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	experimental

Filterkaffee
250 g

GUJI HADESO
Äthiopien

Papaya
Pomelo
Jasmin



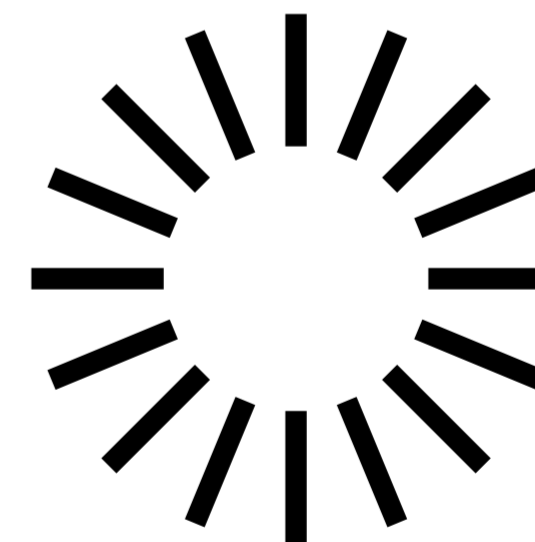
Sagenhafte 89 Punkte. Extase bei unserem ersten Cupping. Gesprächsmitschnitt: Ganz klar Papaya. Blaubeere. Pfirsich. Himbeere. Birne. Und ein Hauch Grapefruit. Hey, der schmeckt voll nach Pomelo. Was sagt ihr? Stimmt, Pomelo. Weiche, sehr angenehme Säure und Süße. Halt keine spritzige Zitrone. Pomelo eben. Aus dem Off: Pomelo rules! Und was für ein Körper. Yes, mega Nachgeschmack, super angenehmes Mundgefühl. Und da ist sogar ein Hauch Jasmin. Gibt dieser Fruchtexplosion einen tollen Rahmen, rundet alles ab. Was sagst du?

Land	Äthiopien
Region	Shakisso, Oromia
Produzenten	700 familiäre Kleinbetriebe
Washing Station	Hadeso
Anbauhöhe	1900-2100 m
Größe der Farmen	je ca. 2-5 ha
Sorte	Arabica
Varietät	Heirloom
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	washed
SCA Cup Score	89

Filterkaffee
250 g

LA DALIA
El Salvador

Salzkaramell
Granatapfel
Stachelbeere



SCA Cup Score von 90 Punkten: Damit zählt LA DALIA weltweit zu den Top 0,5 Prozent. Wie dieser Qualität begegnen? Erstens mit Fingerspitzengefühl und in kleinen Chargen rösten. Zweitens präzise brühen, am besten mit gefiltertem Wasser. Und drittens achtsam trinken. Nimm dir Zeit. Denn du schmeckst nur das, was du schmeckst, wenn du schmeckst.

Land	El Salvador
Region	Cuyanauzul
Farm	Finca La Dalia
Größe der Farm	17 ha
Produzent	Familie Guillen
Anbauhöhe	1400-1450 m
Sorte	Arabica
Varietät	Pacamara
Ernte	handgepflückt
Aufbereitung	Honey
Fermentation	48 h, anaerob
SCA Cup Score	90

Filterkaffee
250 g

MU

MU

YU

YU

Wie aus PRIMA ESTATE nach unserem ersten Sommer MUYU wurde.

Nach zwei Monaten haben wir unsere meistverkauften Kaffeebohnen ersetzt. Ein befreundeter Bizniz-Mensch hat den Kopf geschüttelt, als wir ihm das erzählten. Er sagte: Never substitute your working cash-cow.

Wir haben's trotzdem gemacht. PRIMA ESTATE war unser klassischer Espresso von Tag eins. Wir wollten damit das klassische Geschmacksprofil bedienen können, das wir als Wunsch unserer Kunden antizipierten. Uns schwebte eine ausgewogene Zartbitternote mit einer kräftigen Würze vor. So ein Tick typisch italienischer Kaffee. Darum der italienische Kunstname PRIMA ESTATE. Mit unserer Arabica-Mischung aus 70 Prozent Peru und 30 Prozent Indien haben wir genau das hinbekommen. Den Leuten schmeckts. Wir haben's gut verkauft. Juhu.

Größer noch als die Freude über den Erfolg von PRIMA ESTATE war unsere Freude über die Erkenntnis, dass unsere Kund*innen verstehen, was wir tun. Verstehen, was

unsere Passion ist. Verstehen, für was wir stehen und was Spezialitätenkaffee ist. Und PRIMA ESTATE passt in diese Welt nicht ganz rein. Denn PRIMA ESTATE ist ein Blend. Eine Mischung aus zwei Sorten. Eine Mischung, um ein gewünschtes Geschmacksprofil zu erreichen.

Wir sind aber SUEDHANG. Wir zelebrieren die Geschmacksnuancen und Aromen jeder Ernte, jeder Varietät – von jedem Hang. Wir möchten nicht eine gewisse Vorstellung des Geschmacks in die Tasse bringen. Wir möchten das zum Vorschein bringen, was bereits vorhanden ist. Auch bei unserem klassischsten Espresso. Ab sofort kein Blend mehr. Keine Vorstellung unsererseits, wie der Kaffee zu schmecken hat. Sondern ein ehrfürchtiges Staunen über all das, was bereits in der Bohne steckt.

Aus PRIMA ESTATE wurde MUYU. 100 Prozent single origin. Peru. MUYU bedeutet auf Quichua „rund“. Und jetzt ist unser Portfolio eine runde Sache. Und PRIMA ESTATE bedeutet auf italienisch „erster Sommer“. Ja, das war unser erster Sommer. Jetzt geht's rund.

Unser Bizniz-Freund freut sich auch. Denn MUYU rockt noch mehr als PRIMA ESTATE. Wir machen nur das, wofür wir mit Haut und Haar stehen. Und das läuft. Besser als davor.

Wir sind SUEDHANG

Anna Hägele
 Anna Hakenjos
 Clara Luckhardt
 Emanuel Voelkel
 Erika Uno
 Jairo Alonso Cardona
 Karolin Schuh
 Khalid El Shareif
 Lena Kauderer
 Martin Lai
 Mikolaj Pocięcha
 Moritz Mosebach
 Raquel Höfig Plus
 Robin Hittinger
 Sebastian Hittinger
 Sloba Zarić

Gestaltung

Interior Design
 Sebastian Hecht
 mail(at)sebastianhecht.de

Schreinerei
 Atelier für Formgebung
 Stephan Potękowski
 atelier-formgebung.de

Grafik
 Simon Wahlers
 simonwahlers.de

Druck Verpackung
 DRUCKEN3000
 Florian Haberstumpf
 IG (at)drucken3000

Fotografie
 Selina Voelkel
 IG (at)_palephotography_

Impressum

Herausgeber
 Martin Lai
 Robin Hittinger

SUEDHANG Kaffee
 Hittinger & Lai GbR
 Jakobsgasse 4
 72070 Tübingen
 suedhang.org
 IG (at)suedhangkaffee

Redaktion und Text
 Martin Lai
 Robin Hittinger

Lektorat
 Cora-Lis Griebhaber

Grafik
 Simon Wahlers
 simonwahlers.de

Fotografie
 Selina Voelkel
 IG (at)_palephotography_
 außer S 08-11, Cumpa
 IG (at)cumpa_official

Schrift
 Maax Mono

Druck
 Druckhaus Carsten Müller

Auflage
 5000 Stück

(C) 2020 SUEDHANG Kaffee

Verkaufspreise

	Privatkund*innen		
	250 g	500 g	1000 g
Espresso			
MUYU	9,50	18,00	34,00
FINCA ISNUL	11,50	22,00	42,00
LUA CLARA	11,50	22,00	42,00
KRA JÄN	13,50		
OURO			
Omniroast entkoffeiniert			
EL CARMEN	11,50	22,00	
Filterkaffee			
PAPAKUCHI	9,50	18,00	
EL MORENO	11,50	22,00	
ATSABE	11,50	22,00	
BUMBOGO	13,50	26,00	
GOVER CUEVA	14,50		
GUJI HADESO	16,50		
LA DALIA	17,50		

	Geschäftskund*innen									
	250 g		500 g		1000 g		Rabatt	10 kg		
	netto	brutto	netto	brutto	netto	brutto			netto	brutto
	7,10	7,60	13,46	14,40	25,42	27,20	20%	200,00	214,00	
	8,06	8,63	15,42	16,50	29,44	31,50	25%	240,00	256,80	
	8,06	8,63	15,42	16,50	29,44	31,50	25%	240,00	256,80	
	10,72	11,48					15%			
								200,00	214,00	
	8,06	8,63	15,42	16,50			25%	240,00	256,80	
	7,10	7,60	13,46	14,40			20%			
	8,06	8,63	15,42	16,50			25%	240,00	256,80	
	8,06	8,63	15,42	16,50			25%			
	9,46	10,13	18,22	19,50			25%			
	11,52	12,33					15%			
	12,34	13,20					20%			
	13,90	14,88					15%			