



Man trifft sie in jeder Besprechung. Sie sind nett, sie sind freundlich, sie können gut reden. Angenehme Zeitgenossen. Sie kommen vernünftig daher, sie argumentieren, vielleicht haben sie sogar ein paar Zahlen bei der Hand. Ihr Trick: Sie verhindern in Frageform gute Antworten. Im Grunde sind ihre Fragen immer eine Variation der einen ewigen Frage: "Geht das?". Dann bringen sie Argumente und Gründe vor, warum etwas nicht geht. Der Klarheit halber wollen wir ihre Argumente und Gründe "Bedenken" nennen. Keine einfache Situation für die "Geht doch"-Leute. Denn Bedenken kommen meist vernünftig und rational daher.

Ein trotziges "Und es geht doch!" klingt erst mal

Vielleicht verrückt. Aber da geht der Spaß los...

nicht vernünftig. Sondern unvernünftig. Emotional.

## Geht doch

Kann sich irgendwer an das "Geht doch!"-Gefühl erinnern? Mit Ausrufezeichen.



## iemanden da draußen, der cooler ist

Es gibt immer einen, der billiger kanr Alles wird teurer. Die Preise gehen durch die Decke. Wir können nicht alles an die Gäste weitergeben. Wie lange werden sie das mitmachen? Bleiben sie am Ende weg? Alle sind nervös. Alle suchen nach günstigeren Alternativen. Es muss doch billiger gehen. Sparen ist das Gebot der Stunde.

Wir haben uns überlegt: Die "Billiger"-Schlacht ist für uns nicht zu gewinnen. Dafür sind wir zu klein, zu handwerklich, zu kulinarisch. Wie sollte das für uns aussehen? Wir sparen 10 oder 20% an den Zutaten und verlieren damit das, was uns auszeichnet? Unsere Qualität? Unsere Innovation? Unseren Spaß?

Da können wir gleich mit 'nem Messer zu 'ner Schießerei gehen. Wir halten also fest: Wir werden nie die Billigsten sein. Ganz egal, wie die Zeiten sind. Wir können es versuchen, aber am Ende werden wir mittelbillig und mittelgut sein. Klingt nicht nach einem unschlagbaren Erfolgs-Plan.

Also haben wir uns überlegt: Wenn wir nicht die Billigsten sein können, vielleicht können wir ja die Besten sein? Ob wir das schaffen? Keine Ahnung. Vermutlich nicht. Aber wir können es versuchen.



"Standard-Schokolade ist gefangen in einem bösartigen Geschäftsmodell. Es basiert auf einer der ausbeuterischsten Lieferketten überhaupt. Es versklavt die Ärmsten der Armen, es zerstört den Regenwald, es macht die Menschen dick.

Und: Sie schmeckt nicht."

Philipp Kauffmann, Gründer und Chef von ORIGINAL BEANS

Ok. Da nimmt aber einer den Mund richtig voll. Scheint ein hoffnungsloser Weltverbesserer zu sein. Ein Spinner. Oder ist es am Ende ein "Geht doch!"-Typ?

Kann man nicht wissen. Erzählt wird viel und es soll vorkommen, dass im Internet Quatsch steht. Also haben wir PHILIPP KAUFFMANN und die ORIGINAL BEANS-LEUTE kennen gelernt und uns angesehen, was sie da machen. Wir waren bei den Kakao-Bauern in Südamerika, wir waren im Regenwald, wir haben uns die Lieferketten erklären lassen, wir waren in Amsterdam im Kakao-Hafen, wir haben die Schokolade probiert. Und – was sollen wir sagen? Philipp hat Recht!

Für uns ist Original Beans mit nichts zu vergleichen, was wir kennen. Nicht in Sachen Nachhaltigkeit und Fairness, nicht (und ganz besonders) im Bezug auf den Geschmack. Das, was der Kakaobauer für Original Beans können und wissen muss, ist am ehesten vergleichbar mit einem Spitzen-Winzer. Terroir, Erfahrung, Gefühl – das ist sehr weit weg von konventionellen Kakaobohnen.

Wir haben uns schließlich zusammengesetzt und Fragen besprochen. Fragen wie: "Ist Original Beans für uns zu teuer?" oder "Ist Original Beans den Preis wert?" Überhaupt: "Schmecken unsere Kunden den Unterschied?" Natürlich auch die allerwichtigste Frage von allen: "Geht das?"

Unsere Antworten waren:

1. Nein. 2. Ja. 3. Ja. 4. Ja. Das geht.

Also haben wir beschlossen: Wenn wir die Besten sein wollen, dann sollten wir die für uns beste Schokolade verwenden. Dann sollte Original Beans unsere Schokolade sein.



Man bekommt, was man reinsteckt.



19



Artikelnummer 20046 Produkt Holzbrett für 13 @ von Schleck Größe 37,5 x 8,5 cm Liefermenge P



Midi

Refill Tulpenglas



10422 Gewürz-Milchschnitte

Gewürz-Schokolade \* Biskuit \* Edelnüsse \* Früchte 75 ml 35

0% P

11033 Schokolade rot-weiß

Simply White \* Cassis \* Glühwein \* Gelbe Früchte 80 ml

40 Refill Tulpenglas

Alle Preise freibleibend in Euro, zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Die Produkte sind zum Teil mit nicht enthaltener Dekoration abgebildet.

Maßangaben können leicht abweichen.

Diese Produkte enthalten keinen Alkohol.

Diese Produkte sind vegetarisch.

Diese Produkte sind vegan.

Diese Produkte sind laktosefrei.

Diese Produkte sind glutenfrei.

Diese Produkte können mit Paketdienst geliefert werden.



Produkt

Artikelnumm

Produkt

Größe Liefermenge Anmerkung



À la minute backen



11057 **Maronen-Tortilla** 

À LA CARTE Vorspeisen / Dessert

Ricotta \* Kartoffel \* Royale 45 ml 70





IO426

Zwetschgen-Crumble
Pflaume \* Apfel \*
Haselnuss
I25 ml
45



Artikelnumm Produkt

Artikelnumm Produkt

Größe Liefermenge



## À la minute backen

Artikelnummer 11036 Produkt Marmor-Cheesecake
Zimtsablé \* Frischkäse \* Mandarine \* Kakao Größe II5 ml

Liefermenge 32









11046 Schoko-Nuss-Rotkohl

Crunchy Canache \*
Creme \* Gel \* Stroh
ca. 145 ml

Artikelnumn

Liefermenge

Mise en place haltbar



10634 Lebkuchen-Crème Brûlée

Simply Milk \* Nusscrunch \* Karamell \* Gewürze 100 ml





Produkt Schokopudding San Sebastián
Mascarpone \* Simply Dark \*
Tonkabohne

Größe I20 ml Liefermenge I8







Schneidbar

Proviando





11071 Malzschokolade mit

Malzschokolade mit
Früchtecocktail
Simply Dark \* Gelbe Früchte \*
Grüne Früchte \* Muscovado
ca. 135 ml
80





## Dressieren

Artikelnummer IIO45
Produkt Rotkohlgel Apfel \* Beeren \* Traube \* Gewürze Größe 250 ml Liefermenge





Artikelnummer II060 Produkt Rotkohl-Stroh Größe 80 g Liefermenge Dose



Soßen & Eingelegtes

Artikelnummer IIO48 Produkt Kürbis süß-sauer Größe 1.000 ml Liefermenge Dose







I4IO Bratapfelcremeeis Geschmorter Apfel \* Zimt 3.000 ml Dose

**V B** 

Größe Liefermenge

Artikelnummer Produkt



I0597
Zwetschgensorbet
3.000 ml
Dose







Artikelnummer Produkt

Artikelnumme Produkt

Größe Liefermenge

Größe Liefermenge

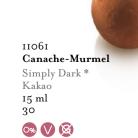


Butter 6 ml

Sorbet







Die neuesten Leckereien und weitergehende Informationen ständig aktuell auf www.patisserie.de

Produkt-Fotografie: Heinz Mitterbauer Konzeption, Gestaltung & Text: Büro3 Communication (www.buero3.com)

