



© TDC

Koperative y' Abahinzi ba Kawa ba Karaba (KOAKAKA)

Koffie uit Rwanda

Specialty coffee

In 2002 richtten een aantal boerengroepen in het zuidwesten van Rwanda, vlakbij het Nyungwewoud, de koffiecoöperatie KOAKAKA op. Stap voor stap bouwden ze hun organisatie uit, onder meer met een zeventigtal verzamelpunten waar leden hun net geplukte bessen naartoe brengen en twee wasstations waar de eerste stappen van het verwerkingsproces plaatsvinden. Al snel behaalde KOAKAKA het Fairtradelabel. Met de steun van de overheid en van ngo's en met de hulp van de Fairtradepremies optimaliseerden ze door de jaren heen hun belangrijkste troef: de uitstekende kwaliteit van hun op grote hoogte geteelde arabica. *Specialty coffees* zijn erg in trek op de internationale markt en in 2016 behaalde de organisatie bovendien de eerste prijs in de *Rwanda Cup of Excellence*, een jaarlijkse wedstrijd tussen koffiecoöperaties.

Momenteel telt KOAKAKA 1300 leden, waarvan 1000 mannen en 300 vrouwen. Tot de diensten voor hun leden behoren naast het ter beschikking stellen van zaden, mest en renteloze kredieten ook toelagen voor ziekteverzekering en onderwijs.

Eigen marketingplan

In 2015 solliciteerde KOAKAKA naar marketingondersteuning door het Trade for Development Centre. In de loop van 2016 en 2017 trokken de TDC-coaches voor vier modules naar Rwanda. Tijdens de eerste sessie kwam meteen de afhankelijkheid bovendrijven van Rwashoscco, een koepelorganisatie waarvan KOAKAKA ook aandeelhouder is.

In opdracht van zijn leden-coöperaties staat Rwashoscco in voor alles wat met *cupping* (kwaliteitsbepaling), marketing en export te maken heeft. In het verleden wisten de verantwoordelijken van KOAKAKA nauwelijks wie hun koffie kocht of waarom klan-

ten verloren gingen. Daarom werd tijdens de eerste module besloten om in overleg met Rwashoscco een eigen marketingplan op te stellen en zelf te gaan prospecteren.

Project in cijfers

KOAKAKA deed een beroep op het Trade for Development Centre voor coaching in marketing (periode 2016-2017) en voor coaching in Finance & Business Management (eind 2017). Bij dat marketingtraject hoorde ook € 15.000 steun om concrete materialen uit te werken.

The finest coffee

De eerste obstakels die moesten worden overwonnen waren een betere talenkennis Frans en Engels voor de verantwoordelijken van de coöperatie en een sterkere internetconnectie voor het kantoor. In marketingtaal heet dat 'defensief werken aan de eigen zwaktes' wat een voorwaarde is om ook offensief te kunnen werken aan het beter in de verf zetten van de eigen sterktes. Het verkoopverhaal werd opgebouwd rond de baseline '*The finest coffee of Rwanda, special reserve*', met daarnaast als zijverhaal een speciale vermelding voor Women's Coffee, kwaliteitskoffie die uitsluitend door vrouwelijke leden van de coöperatie geteeld is. Daarvoor bestaat interesse bij een aantal klanten die op zoek zijn naar 'koffie met een verhaal'.

Bij een marketingcoaching door TDC hoort ook een beperkt budget om te besteden aan materiaal. Bij KOAKAKA kwam dat goed van pas. Het logo kreeg een opfrissing, en de organisatie betrad het wereldwijde web met een website, een facebookpagina en een linkedin-account.



© TDC

Nieuwe klanten

Om die strategie nog kansrijker te maken behaalde de coöperatie in 2017 naast Fairtrade ook een Utz- en Rainforest Alliance-certificatie. Er werd een lijst opgesteld van bestaande klanten met groeimarge en van nieuwe koffietraders en -branders met potentieel om te benaderen. Stalen werden opgestuurd en KOAKAKA nam ook voor het eerst deel aan internationale koffiebeurzen. Staf en coach analyseerden samen de verkoopprijzen die in het verleden door Rwashoscco onderhandeld werden.

"Na afloop van de coaching bleek vooral op dat vlak vooruitgang geboekt met een stijging van 69% op de verkoopprijs", concludeerde de TDC-coaches Laura Karibanga en Josiane Droeghag. "Nieuwe Japanse, Europese en Australische klanten bewijzen dat KOAKAKA in staat is om relaties op te bouwen en op dit ingeslagen pad verder moet gaan."

Analyses en prognoses

In oktober 2017 trok een tweede TDC-coach naar KOAKAKA voor een module in Finance & Business Management. "Bij het overlopen van de jaarrekening 2016 bleek meteen dat de Uitvoerend Secretaris en de boekhouder van de coöperatie zich goed hadden voorbereid", vertelt coach Maxime Bacq. "Het werd een lezing 'van hoog niveau'."

Maar dan kwam het echte werk en bogen we ons over instrumenten die hen een beter inzicht moesten geven in de stand van zaken van de organisatie. Vele zaken waren nieuw, zoals een langetermijnoverzicht van investeringen en afschrijvingen of een berekening van het aantal leden dat nodig is om het geplande derde wasstation rendabel te maken. Later volgden nog een analyse van omzet en marges, een bijgewerkt budget 2017 en een begroting 2018. Er werd ook stilgestaan bij de boetes die de organisatie elk jaar aan kredietverleners betaalt, omdat de

cyclus van uitgaven (aan de boeren) en inkomsten (van de kopers) niet gelijkloopt. De mogelijkheid van een extra lening werd onderzocht."

"Het sterke aan deze intensieve week was het participatieve karakter", besluit de coach. "Een aantal tools kende de staf op voorhand niet, maar zijn helemaal door hen ingevuld. Met die tabellen kunnen ze nu verder aan de slag, zowel voor analyses als voor prognoses."

Meer info

KOAKAKA: www.koakakakaraba.rw

