



# Die Essenz des Kaffees

Kaffeetrinken ist anspruchsvoller geworden: Eine wachsende junge Kaffee-Community weiss immer mehr über Kaffee, röstet die Bohnen selber, spricht über Körper, Säure, Aromatik und Terroir. Der Trend wirkt sich auch auf die Gastronomie aus.

1 Grosse Vielfalt: Spezialitäten- und Gourmetkaffees sind weltweit im Trend. Bild: zVg, Rast Kaffee

Text und Interview: Susanne Wagner

Café crème, Milchkaffee oder Espresso? Mit diesen Produkten war die Kaffeewelt früher noch überschaubar – und auch ein bisschen langweilig. In den letzten Jahrzehnten hat sich dank US-Einflüssen in Sachen Kaffeeangebot in der Gastronomie einiges getan: Die Gäste bestellen heute ganz selbstverständlich einen Latte mit Sojamilch oder einen aromatisierten Cappuccino.

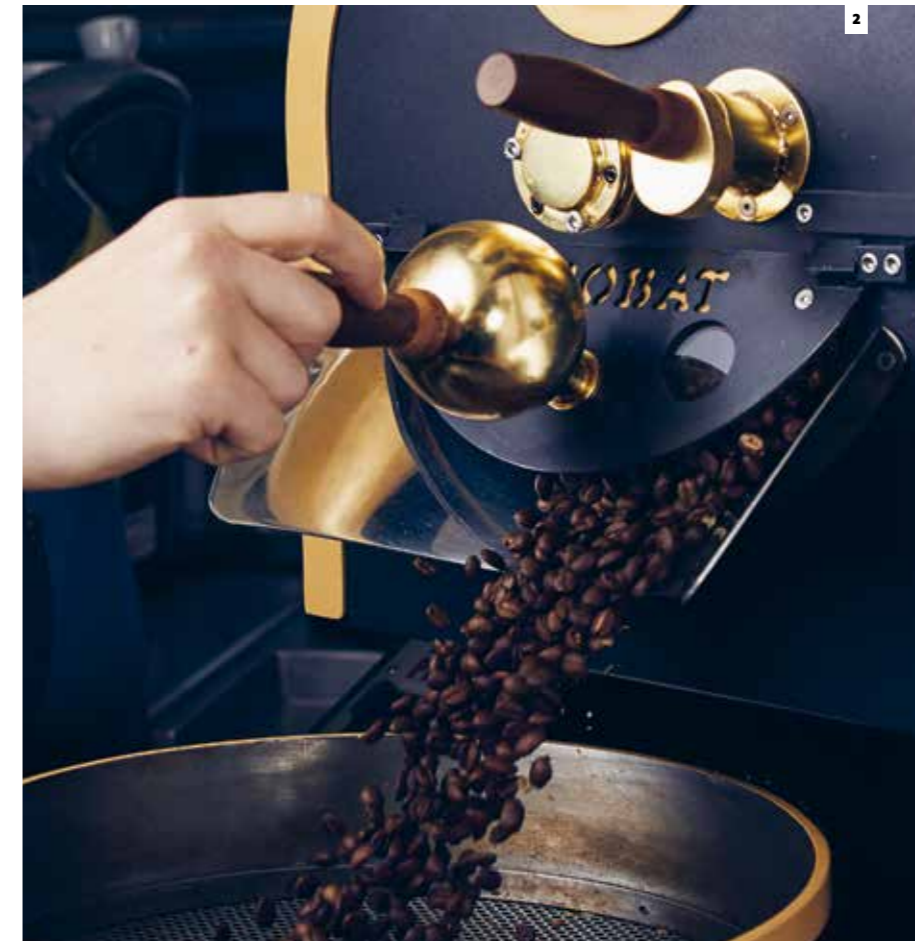
Seit ein paar Jahren steigt nun hierzulande und weltweit auch das Interesse an der Essenz des Kaffees und damit am Produkt Kaffee an sich. Etwa daran, wo

und unter welchen Bedingungen die Kaffeebohnen gewachsen sind und auf welche Weise sie geröstet wurden. «Seit mehreren Jahren gibt es auch in der Schweiz eine wachsende Anzahl kleiner Kaffeeröstereien, die viel Wert auf Handwerkskunst legen und mit kleinen Röstmaschinen rösten», erklärt André Eiermann, Kaffeespezialist und Marketingleiter der UCC Coffee Switzerland, die zur weltweit tätigen UCC-Gruppe gehört.

Aus seiner Sicht gibt es zwei Tendenzen: die Grossröstereien, die Kaffee in grösseren Mengen und unter anderem

auch für Kapselkaffee rösten. «Das Rösten von konventionellem Kaffee ist jedoch nicht zu vergleichen mit dem Business der Kleinröster», sagt der Barista-Schweizermeister des Jahres 2017. «Grossröstereien sind in der Lage, 100 bis 400 Kilogramm Kaffee aufs Mal zu rösten, bei den kleinen sind es oftmals nur 1 bis 15 Kilos. Das ist eine ganz andere Art des Röstens.»

Weltweit machen diese Röstereien erst einen Anteil von zwei bis fünf Prozent aus. Aber es ist ein weltweiter Trend, der am Kommen ist, wie André Eiermann erklärt.



2 Kleinröstereien bereichern das Angebot mit immer neuen Kreationen. Bild: Lucian Hunziker  
3 Kaffeespezialist André Eiermann. Bild: zVg, UCC  
4 Durch eine hellere Röstung kommen fruchtige Aromen besser zur Geltung. Bild: Lucian Hunziker



In Ländern wie Neuseeland, Taiwan oder Korea ist diese differenziertere Art des Kaffeegenusses schon weiter verbreitet. In Europa sind die skandinavischen Länder Vorreiter der Szene. Dort hat der Trend gemäss André Eiermann auch seinen Ursprung. Das Spezielle an den Spezialitäten-

Aromenoten wie Zitrone, Apfel, Pfirsich, Blaubeere oder Papaya. Um den Aromen noch mehr Raum zu geben, werden diese Kaffees oft als Filterkaffee gebraut – ein Trend, der seit ein paar Jahren ebenfalls zu beobachten ist.

André Eiermann findet die Spezialitäten- und Mikrorösterszene enorm spannend: «Es sind leidenschaftliche Kaffeeenthusiasten, die mit viel Herzblut Kaffee rösten, oft in die Kaffeeländer reisen, die Kaffeebauern besuchen und ein ausgeprägtes Verständnis für nachhaltigen und fairen Handel haben.»

## «Das Rösten von konventionellem Kaffee ist nicht zu vergleichen mit dem Business der Kleinröster»

André Eiermann, Kaffeespezialist und Marketingleiter bei UCC Coffee Switzerland

ten- oder Gourmetkaffees ist die hellere Röstung, damit die oft fruchtigen Aromen besser zur Geltung kommen.

### Blaubeere oder Papaya

Diese sind für herkömmliche Kaffeetrinker, die sich eher an Aromen wie Nuss oder Schokolade orientieren, noch gewöhnungsbedürftig. Die Spezialitätenkaffees der Mikroröstereien überraschen mit

### Leidenschaft gehört dazu

Eine gute Übersicht über die Mikroröstereien hat Benjamin Hohlmann. Vor fünf Jahren hat der Kaffeeexperte begonnen, Namen von Mikroröstereien in der Schweiz zu sammeln und auf seiner Webseite zu publizieren. Seither kommen jedes Jahr fünf bis acht neue professionelle oder halbprofessionelle Kaffeeröster dazu. «Für manche ist es ein ambitioniertes Hobby wie Bierbrauen. Aber auch Röstereien mit einem Röstvolumen von jährlich 20 Tonnen zählen noch zu den Mikroröstereien», sagt Hohlmann. Sei-

## GLOSSAR

### Single-Origin-Kaffee

Der hochwertige Single-Origin-Kaffee besteht aus Kaffeebohnen, die alle aus derselben Anbauregion stammen. Sie werden weniger stark geröstet, damit der geschmackliche Sortenreichtum besser zur Geltung kommt.

### Single-Estate-Kaffee

Beim noch exklusiveren Single-Estate-Kaffee stammen die Kaffeebohnen alle von der gleichen Farm oder Farmgemeinschaft.

### Blend

Blends bestehen aus einer Mischung aus verschiedenen Kaffeesorten.

ner Meinung nach nimmt einerseits die Faszination für das Getränk immer mehr zu. Das sei ein Trend wie etwa Sauerteigbrotbacken oder Fermentieren. «Immer mehr Menschen beschäftigen sich mit dem Thema Kaffee, das beobachten wir an den steigenden Teilnehmerzahlen unserer Kaffeekurse», sagt Benjamin Hohlmann. Andererseits verbessere sich die Qualität des Rohkaffees laufend, wie man durch die Röstungen aufzeigen könne.

Viele leidenschaftliche Kaffeefans seien von der Materie so begeistert, dass sie begännen, zu Hause selber Kaffee zu rösten. Benjamin Hohlmann: «Die junge Generation von Röstern macht nicht alles besser. Aber sie sind im Bereich Sensorik oft besser ausgebildet und passen die Röstkurve der Bohnen den sensorischen Ergebnissen an.» Letztlich sei es eine Frage der eigenen Philosophie, was man geschmacklich erreichen wolle.

**Kaffee ist der neue Wein**

Auch die grossen Kaffeeröster beobachten ein steigendes Interesse an Kaffee in der Bevölkerung. «Die Konsumenten sind

gewillter, Neues auszuprobieren, und interessieren sich auch verstärkt für die Geschichte hinter dem Kaffee, wie beispielsweise die Nachfrage nach Single-Origin- oder Single-Estate-Kaffees zeigt»,

*«Die junge Generation von Röstern ist im Bereich Sensorik oft besser ausgebildet»*

Benjamin Hohlmann, Geschäftsführer & Partner, Q-Grader, SCA Trainer für Barista & Brewing, Kaffeemacher GmbH

erklärt Alexandra Schliepe, Leiterin Marketing Communications von Delizio in Birsfelden.

«Kaffeemachen ist der neue Wein. Kaffee ist heute nicht mehr einfach Kaffee, man spricht über Körper, Säure, Aromatik, wie man es beim Wein tut», stellt Benjamin Hohlmann fest. Je heller man den Kaffee röstet, desto besser kommen die Terroirnoten zum Vorschein. In gros-

sen Städten wie Zürich oder Basel sind in den letzten Jahren zahlreiche kleine Kaffeebars aufgegangen, oftmals nur eine schmale Theke mit Ausschank über die Gasse. Aber auch die Gastronomie wird durch die immer besser ausgebildeten Privaten unter Druck kommen, prophezeit Benjamin Hohlmann. «Oftmals wissen die Gäste mehr über Kaffee als der Gastronom selber.»

**Der Sinn des Kaffees**

Dieser Problematik sind sich auch Vertreter der Spitzgastronomie oft zu wenig bewusst, wie Amanda Wassmer Bulgin, Wine Director im Hotel Quellenhof Bad Ragaz, erklärt. «Man beschäftigt Spezialisten wie einen Sommelier oder einen Küchenchef, aber oft niemanden, der sich Gedanken über den Kaffee macht.»

Man müsse sich überlegen, was der Sinn des Kaffees sei: Soll er mit einem Petit Four zusammen ein ausgiebiges Essen abrunden oder soll er lediglich Energie geben? Im Quellenhof in Bad Ragaz setzt man in den beiden neuen Restaurants Memories und verve by Sven auf unter-



7



8

7 Die Röstung entscheidet, ob die Terroirnoten im Kaffee schmeckbar sind. Bild: zVg, Rast Kaffee  
8 Amanda Wassmer Bulgin setzt auf eine gute Ausbildung der Gastronomitarbeitenden. Bild: zVg, Grand Resort Bad Ragaz

5 Kaffeexperte Benjamin Hohlmann. Bild: Lucian Hunziker

6 Als Filterkaffee kommen die neuen Aromen besser zur Geltung. Bild: zVg, Rast Kaffee



5



6

schiedliche Kaffeespezialitäten für die verschiedenen Bedürfnisse. Beispielsweise gibt es neben einem leicht dunkler gerösteten Espresso auch einen Filterkaffee mit Single-Origin-Raritäten-Bohnen, die etwas fruchtig und floral schmecken.

**Mitarbeiter gezielt ausbilden**

Wine Director Amanda Wassmer Bulgin gibt zu bedenken, dass auch auf die Laufwege zu achten sei: Wie lange braucht der Service, bis er am Tisch ist? Fällt auf dem Weg die ganze Crema in der Tasse zusammen? Allenfalls lohne es sich, in diesem Fall andere Kaffeebohnen zu nehmen oder sich eine Kaffeemaschine anzuschaffen, die näher am Gast stehe. So oder so ist es empfehlenswert, die Mitarbeiter gut auszubilden. Amanda Wassmer Bulgin: «Wenn man eine Espressomaschine hat, muss man Leute vor Ort haben, die sich mit der Mühle auskennen.» Oft gebe es jemanden im Team, der Spass am Thema Kaffee und ein gewisses Talent dafür habe und speziell ausgebildet werden könne.

«Es ist selten, dass Gäste ein Kompliment für den Kaffee abgeben, das möchte ich ändern», sagt Amanda Wassmer Bulgin. Das hat jedoch auch mit den Ge-

wohnheiten des Kaffeetrinkens zu tun, wie André Eiermann erklärt: «Wenn ich mit Kunden rede, erfahre ich, dass es am Morgen vielen lediglich um den Koffeinkick geht. Im Laufe des Tages gibt es einen zweiten Kaffee, bei dem ich das Aroma geniesse, nach dem Essen oder am Nachmittag.» Wenn man 20 oder 30 Jah-

*«Wenn man eine Espressomaschine hat, muss man Leute vor Ort haben, die sich mit der Mühle auskennen»*

Amanda Wassmer Bulgin, Wine Director im Hotel Quellenhof Bad Ragaz

re lang dunkel gerösteten Kaffee getrunken hat, dauert es eine Weile, bis sich neue Gewohnheiten durchsetzen.

In manchen der urbanen kleinen Kaffeebars wird kein Zucker zum Kaffee angeboten, damit die Aromen nicht überdeckt werden. André Eiermann ermuntert die kleinen Röster und die Baristi, ihre Kunden eher zu begleiten, statt ihnen zu suggerieren, sie hätten bisher nur schlechten Kaffee getrunken. «Im

Vergleich mit dem Weinwissen liegen wir etwa 10 bis 15 Jahre zurück», sagt André Eiermann. Heute sei es gang und gäbe, dass man im Restaurant Wein aus einer bestimmten Traubensorte bestellt. Aber Kaffee aus Bohnen aus Honduras oder Äthiopien verlangen die wenigsten. Anderswo auf der Welt, beispielsweise in Skandinavien, sei das anders. André Eiermann ist überzeugt: «Das wird auch bei uns kommen.»

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten im Interview mit Evelyne Rast von der Gourmetrösterei Rast Kaffee in Ebikon, weshalb die Ausbildung des Gastropersonals essenziell ist für den perfekten Kaffeegenuss.

[ucc-coffee.ch](http://ucc-coffee.ch)  
[kaffeemacher.ch](http://kaffeemacher.ch)



## «Die Kaffeebohnen können nichts dafür»

Die Ausbildung des Gastropersonals ist das A und O, wenn es um die Qualität des Kaffees geht, sagt Evelyne Rast von der Gourmetrösterei Rast Kaffee in Ebikon.

### Inwiefern wird der Stellenwert von Kaffee heute unterschätzt?

Viele Gastronomen messen der Wichtigkeit des Kaffees heute zu wenig Bedeutung bei, und bei den Führungspersonen fehlt oft das Interesse am Thema. Die Wichtigkeit eines perfekten Kaffees wird total unterschätzt. Denn die Kundschaft ist heute viel besser informiert als noch vor zehn Jahren. Dies liegt auch am neuen Trend der kleinen Röstereien. Die Gäste wissen, wie guter Kaffee daher kommen soll. Mit dem Kaffee hat man als Gastronom die Möglichkeit, einen guten letzten Eindruck eines Besuchs im Restaurant zu geben.

### Welche Fehler beobachten Sie bei der Kaffeezubereitung in Gastrobetrieben am häufigsten?

Es beginnt schon beim Auffüllen der Bohnenbehälter: Häufig geschieht dies bereits am Vorabend. Dies wirkt sich ungünstig auf das Aroma aus, weil die Bohnen über Nacht im oft zu warmen Vollautomaten bleiben. Die Bohnen enthalten bis zu 20 Prozent Fett und sollten kühl, trocken und originalverpackt aufbewahrt werden, am besten in einem Keller. Man soll auch nicht zu grosse Mengen einkaufen. Wir empfehlen, die Bohnen möglichst bis spätestens vier bis sechs Wochen nach Röstdatum aufzubrauchen.

### Wo sehen Sie in Bezug auf den Kaffee am meisten Potenzial beim Gastropersonal?

Die meisten unterschätzen den Faktor Mensch. Der Gast schmeckt, ob jemand mit Leidenschaft Kaffee macht oder nicht. Oft fehlt einfach das Wissen. Eine für den Kaffee verantwortliche Person sollte in der Lage sein, das Mahlwerk nachjustieren. Das richtige Einstellen des Mahlgrades muss man etwas im Gefühl haben.

### Wo sehen Sie weitere fachliche Defizite?

Zum Beispiel, dass man das Personal für den Umgang mit dem Produkt Kaffee nicht richtig vorbereitet – oft fehlt ein korrektes

Briefing. Häufig braucht es nur wenige Änderungen, um die Qualität zu verbessern. Wenn ein Kunde wegen des Kaffees reklamiert, ist das Problem in 90 Prozent der Fälle behoben, wenn ich den Bohnenbehälter leere, reinige und neu auffülle. Die Bohnen sollten den Behälter innerhalb von ein paar Stunden verlassen. Es ist kein Zeichen für Qualitätsbewusstsein, wenn er in einem Restaurant randhoch gefüllt ist.

### Welche negativen Anzeichen gibt es sonst noch?

Wenn die Dampfmaschine nicht sauber ist oder die Milch schon x-mal aufgeschäumt wurde. Für einen Cappuccino gibt es Richtlinien, wie warm die Milch sein muss und welche Konsistenz der Schaum haben soll: cremig und feinporig.

### Wieso sind Kaffeeschulungen wichtig?

Wenn der Kaffee nicht gut ist, können die Kaffeebohnen oder die Maschine in der Regel nichts dafür, sondern es liegt an den Mitarbeitern. Durch die Saisonmitarbeiter gibt es viele personelle Wechsel. Ideal wäre es, wenn ein Gastrounternehmen eine Person zum Kaffeeverantwortlichen ausbildet, der täglich oder wöchentlich checkt, ob alles in Ordnung ist. Wir schulen unsere Kunden als Teil unseres Beratungsservice regelmässig. Weil eben gelernt werden kann, wie der perfekte Kaffee zubereitet werden muss.

### Soll man den Gästen auch erzählen können, wo der Kaffee produziert wird?

Ja, unbedingt, denn auch dieses Interesse

steigt. Eine interessante Idee ist es, statt Blends, also Mischungen aus verschiedenen Sorten, auch einmal Einzelsorten, also Single-Origins, anzubieten. So können Gäste zum Beispiel ausprobieren, wie Kaffee aus Indien oder Äthiopien schmeckt.

### Wie setzt man den Kaffee richtig ein, um ihn als Umsatztreiber zu nutzen?

Wenn man ein gutes Produkt anbietet und der Gast noch einen zweiten Kaffee bestellt. Die Menschen erinnern sich, wo sie einen wirklich guten Kaffee getrunken haben, und kommen wieder – und erzählen es weiter. Auch wenn man einen mittelmässigen Kaffee bekommt, nimmt es der Gast wahr. Nur reklamiert wegen der Kaffeequalität kaum jemand. Wenn die Qualität hingegen gut ist, zahlt man gerne etwas mehr für einen Kaffee. Aber auch da gibt es Grenzen: Wenn ein Latte macchiato 6 Franken 50 kostet, überlegt sich der Gast zweimal, ob er einen zweiten bestellt.

### Was fasziniert Sie persönlich am Thema Kaffee?

Es ist ein sehr vielseitiges Produkt, das von weit her kommt und an dem viele Leute arbeiten. Kaffee ist omnipräsent in unserem Alltag und berührt viele Menschen. Wir probieren jedes Jahr neue Kaffeesorten aus. Derzeit sind wir am Degustieren von Kaffee aus Guatemala und Indonesien. Mich fasziniert es, immer wieder neue Aspekte am Kaffee zu entdecken. ■

## KAFFEE-AKADEMIE

Die Kaffee-Akademie von Rast Kaffee bietet Kurse für Profis in der Gastronomie und für Interessierte für den privaten Gebrauch an: Sie reichen vom klassischen Barista-Kurs mit mehreren Levels über Cup Tasting und Filterkaffee-Kurs bis zum Rösterkurs. Die Kursteilnehmer lernen zum Beispiel, die Kaffeemaschine und -mühle optimal einzustellen oder eine effiziente Qualitätskontrolle im Betrieb zu gewährleisten. Neben praktischen Schwerpunkten beinhaltet das Kursangebot auch betriebswirtschaftliche Themen. Evelyne Rast ist Geschäftsleitungsmitglied der Rast Kaffee AG.

[rast.ch/akademie](http://rast.ch/akademie)

1 Evelyne Rast gibt ihr Wissen gerne weiter. 2•3 Evelyne Rast, Beatrice Rast und Adrian Gislis (v. l.) leiten das Familienunternehmen. 4 Ein perfekter Latte sorgt für zufriedene Gäste. Bilder: Rast Kaffee

