

Braune Bohne mit hohen Anforderungen – neues aus der Schweizer Kaffeebranche «World of Coffee» an der Igeho

Kaffee ist nicht gleich Kaffee. Schon gar nicht im Gastgewerbe. Wie wichtig Qualität und Innovationen beim Kaffee für die Gastronomie sind, zeigt die neue «World of Coffee» an der diesjährigen Igeho, der internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum vom 23. bis 27. November in Basel. Auf einer Fläche von über 5000 m² zeigt die Schweizer Kaffeebranche ihre ganze Kompetenz, die über die Grenzen hinaus gefragt ist.

Nicht Italien, nicht Frankreich und auch nicht Deutschland: Mit neun Kilogramm Pro-Kopf-Verbrauch von Rohkaffee steht die Schweiz hinter Finnland mit zwölf Kilogramm weltweit an der Spitze in Sachen Kaffeekonsum. Die Schweiz importiert pro Jahr rund 98'000 Tonnen Rohkaffee. 65'000 Tonnen werden in der Schweiz konsumiert, der Rest gelangt veredelt als löslicher, entkoffeinierter Kaffee oder Röstkaffee wieder in den Export. In der Gastronomie geniesst Kaffee eine grosse Bedeutung, wie Armin Luginbühl, Vorstandsmitglied der Speciality Coffee Association of Europe Schweiz (SCAE), bestätigt: «Kaffee ist in unserer Branche – neben Bier – ein wichtiger Umsatzträger mit Wachstumspotenzial. Besonders junge Gastro-

nomen haben erkannt, wie sie sich mit innovativen und hochwertigen Kaffeeangeboten profilieren und die Umsätze steigern können.» Fast schon einer Revolution gleich kommt der «Coffee to go», der in immer mehr Läden, Bäckereien und Kiosken mit Deckelbecher und in überraschend guter Qualität zum Mitnehmen verkauft wird.

Individuelle, saisonale Kreationen

Das Bewusstsein für hohe Kaffeequalität habe sich in den letzten Jahren verändert, stellt Armin Luginbühl fest. Die Konsumenten stellen heute höhere Ansprüche an den Kaffee und haben dank Vollautomaten und Kapselsystemen

die Möglichkeit, zuhause Kaffee von bester Qualität zu geniessen. Diese Kaffeepfektion erwarten sie auch in der Gastronomie. «Manche Gastronomen sind sich der Bedeutung des Kaffees bewusst und legen Wert auf Qualität und innovative Angebote. Andere haben diese Entwicklung verschlafen», beobachtet Armin Luginbühl.

Um innovativ zu sein, reiche es heute allerdings nicht mehr, die Klassiker Espresso, Cappuccino und Latte Macchiato auf der Karte zu führen. Der Gast erwarte individuelle, saisonale Kreationen, mit denen sich ein Betrieb von der Konkurrenz unterscheidet. «Die Schweiz macht bei der Kaffeequalität zwar Fortschritte, doch sie entwickelt sich noch lange nicht so schnell wie sie könnte. Hier sind uns manche Länder eine Nasenlänge voraus», so Armin Luginbühl. Gründe für das zum Teil fehlende Bewusstsein für Kaffee sieht der SCAE-Vertreter zum einen bei den regen Personalwechslern in den Betrieben. Zum andern fehle es manchen Inhabern und Mitarbeitenden einfach am Interesse, sich mit Kaffee auseinanderzusetzen und weiterzubilden. Verbände wie SCAE Schweiz beispielsweise, aber auch Kaffeeröstereien, bieten spezielle Barista-Kurse für Gastronomen und Quereinsteiger an.

Laut Philippe Carasso, Präsident des Schweizerischen Verbandes der Kaffeeröster (SVK), legen viele Betriebe im Gastgewerbe bei der Auswahl des Kaffees zu starkes Gewicht auf den Preis. Darunter leiden schliesslich, so Philippe Carasso, die Qualität und die Innovationskraft des Betriebs. Wer hingegen auf die Zusammenarbeit mit regionalen Röstereien setze, habe die Chance, mit hochwertiger Qualität und kreativen Angeboten neue Kunden anzusprechen. «Der Kunde ist heute bereit, für besondere Leistungen rund um den Kaffee mehr zu zahlen. Dadurch kann zudem die Marge pro Tasse Kaffee erhöht werden», erklärt Philippe Carasso.



Tassen



Das Potenzial des Kaffees im Gastgewerbe besser nutzen

Welche Faktoren sind für Kaffequalität und Angebot entscheidend? Mit welchen Neuheiten warten Kaffeeröster sowie die Hersteller von Kaffeemaschinen und Zubehör auf? Die Igeho 2013 gibt dem Thema Kaffee einen besonders grossen Stellenwert, indem sie im Rahmen der «World of Coffee» auf einer Fläche von 5000 m² geballte Kaffeekompetenz präsentiert. Als innovatives Kernstück dieser Kaffeewelt bieten verschiedene Partnerorganisationen und -unternehmen einen Parcours für Besucher, wo jeweils ein Kompetenzfeld rund um den Kaffee dargestellt wird. Das Herz dieser Kaffeewelt ist die «World of Coffee Bar», die von der SCAE betrieben wird. Von hier aus starten die Besucher den Parcours zu den verschiedenen Kompetenzfeldern. Insgesamt können in der Kaffeewelt neun davon besucht werden: Nachhaltigkeit, Aroma-Innovation, Swiss Quality beim Rösten, Stellenwert des Wassers bei der Kaffe Zubereitung, Fair Trade, optimales Aroma, wie der Kaffee zu seinem Geschmack kommt, Kaffee-Mixgetränke und Kaffeevermahlung.

SCAE Schweiz beispielsweise bietet Lernenden aus dem Gastgewerbe vor Ort einen Barista-Kurs im Rahmen des Projekts Restaurant CH an. Zudem ist der Verband in der Kaffeewelt mit einem eigenen Stand präsent. Zum Degustieren und Vergleichen lädt der Schweizer Röster-Verband ein, indem er an seinem Stand die Unterschiede des Kaffees je nach Sorte und Mahlgrad aufzeigt. «Wir wollen die Besucher für die Aromen und verschiedenen Kaffequalitäten

sensibilisieren. Gleichzeitig dürfen die Gäste unseres Standes erleben, wie unsere Mitgliedsfirmen – also regionale Kaffeeröstereien – ihr Metier beherrschen», berichtet Philippe Carasso.

Von Bodenbeschaffenheit bis Lagerung

Wie der Kaffee zu seinem Geschmack kommt, erfahren die Besucher beispielsweise im Kompetenzbereich der Firma Café Badilatti in Zuoz. «Bei uns erleben die Besucher, was während eines Röstvorganges passiert und wie das Kaffeearoma entsteht», erklärt der Firmeninhaber Daniel Badilatti. Gleichzeitig bestehe die Möglichkeit, die geschmacklichen Unterschiede einer Kaffeesorte je nach Röstung zu entdecken. Das Aroma eines Kaffees hängt laut Daniel Badilatti von verschiedenen Faktoren wie zum Beispiel der Bodenbeschaffenheit auf der Kaffeepflanzung, den meteorologischen Bedingungen im Herkunftsland, der Aufbereitungsart der Kaffeebohnen, der Röstung und der Zubereitung ab. Eine kurze Röstzeit ergibt einen helleren Kaffee, eine lange Röstzeit einen dunklen Espresso; zudem sinkt der Säuregehalt im Kaffee, und die Komplexität der Aromen lässt nach. «Die Kunst des Röstens liegt darin, für jede Sorte oder Mischung das ideale Gleichgewicht zwischen Säure, Körper und Aroma zu finden», betont Daniel Badilatti. Aber auch die Gastronomiebetriebe können das Aroma massgeblich beeinflussen: «Die Kaffeebohnen sollten nicht warm gelagert werden, sonst verliert der Kaffee sehr schnell sein Aroma und die vom Kaffee ausgeschiedenen wichtigen ätherischen Öle werden ranzig. Zu beachten sind auch die Dosierung, die Mahlung, die Wasserhärte und die richtige

Wassertemperatur», empfiehlt Daniel Badilatti. Bei einer Wassertemperatur zwischen 88 und 93 Grad entfalte der Kaffee je nach Zubereitungsart sein ideales Aroma. Wichtig sei zudem die tägliche Reinigung der Kaffeemaschine.

Der Einfluss des Wassers

Hygiene sowie frisches Wasser steht auch für Alfred Hubli, Verkaufs- und Marketingdirektor von BRITA Switzerland in Neudorf LU, im Zentrum, um eine möglichst hohe Kaffequalität zu erreichen – schliesslich mache Wasser ca. 98,5 % des fertigen Kaffees aus. «Für den perfekten Espresso braucht es auch den richtigen Filter, damit das Naturprodukt Wasser mit dem Qualitätsprodukt Kaffee in der sauber gewarteten Maschine zur Vollendung gebrüht werden kann.» Die Menge und Zusammensetzung der Mineralien im Wasser beeinflussen gemäss Alfred Hubli, welche Geschmacksstoffe beim Brühvorgang ausgelöst werden und das Aroma letztlich ausmachen. BRITA wird in der «World of Coffee» mit einem eigenen Messestand vor Ort sein und ist Partner des Themenparcours an der World of Coffee Bar.

Weitere Informationen

Corinne Moser,
Head Communications
Telefon 058 206 22 73
corinne.moser@igeho.ch
www.igeho.ch

www.facebook.com/igehobasel
Igeho goes Twitter: @gastromessen / #Igeho