



Gut geschult ist halb gewonnen

Warum so viele nicht die Bohne von Kaffee verstehen – oder warum Kaffee häufig polytraumatisiert wird. Welche Rolle dabei die richtige Ausbildung spielt und warum das Wissen um Anbau, Verarbeitung und Transport ebenso zum erfolgreichen Gastronomiekonzept gehört, wie der Kaffee selbst.



Text: Dr. Steffen Schwarz, der Autor ist Coffeeshop-Pionier, Mitglied im Board of Directors des internationalen Kaffeeverbandes SCAE und Coffee-Consultant

> Wir leben in einem Informationszeitalter – es ist also von größter Bedeutung zu wissen, woher gewisse Informationen kommen, mit denen wir täglich zu tun haben. Nur wenn man einschätzen kann, welche Quelle einer Information zugrunde liegt, kann man Ihren Inhalt richtig bewerten.

Auch deshalb ist es wichtig, eines hier klar voranzustellen: Ich bin ein Trainer. Ich gehöre zu der Gruppe von Menschen, die davon lebt, andere zu schulen und zu unterrichten. Mein Schwerpunkt ist Kaffee. Damit ist klar, dass ich von der Notwendigkeit von Kaffeeschulungen überzeugt bin – allerdings nicht aus eigenwirtschaftlichen Überlegungen – sondern aus der gereiften, vollkommenen Überzeugung eines allgemeinen Unwissens über Kaffee

oder aus Respekt vor diesem Lebensmittel auf dem Markt.

Kaum ein Lebensmittel ist zugleich so komplex und erfährt so wenig Beachtung in seinem eigenen Markt. Fast immer muss ich an Abraham Lincoln denken, der bei einer Tasse Kaffee gesagt haben soll: „If this is coffee, bring me tea – if this is tea, bring me coffee!“ Leider trifft dies auf fast jeden servierten Kaffee zu. Mir selbst rutschte vor einigen Jahren bei dem Besuch eines Cafés in Ostwestfalen die Bemerkung heraus: „Ich zahle das, aber zwingen Sie mich nicht, das zu trinken.“ Es ist das Schicksal der meisten Kaffees bei der Zubereitung in den Zustand der Ungenießbarkeit versetzt zu werden. Dies ist besonders vor dem Hintergrund der komplexen Erzeugung umso weniger nachvollziehbar, wenn man

sich einmal vor Augen führt, dass die Zeit der Anpflanzung vom Keimling bis zur fruchttragenden Kaffeepflanze runde fünf Jahre beträgt und vom Augenblick der Ernte (über die Verarbeitung, den Transport und die Röstung) bis ins Regal beim Händler wiederum fünf Monate vergehen. Wie ist es vor diesem Hintergrund begreifbar, dass in den letzten fünf Minuten (bei einer Kaffeezubereitung mittels Filterverfahren) oder sogar nur wenigen Sekunden (bei Espresso) – alles Denkbare getan wird, dieses Produkt zu zerstören oder alles unterlassen wird, was den Kaffee besser oder genießbar machen könnte. Die Liste der Fehler – die meisten

Kaffees sind unterdosiert, überextrahiert und überhitzt – reicht von der falschen Mahlung (vorgemahlener Kaffee ist fast immer falsch gemahlen – in Bezug auf Frische, Luftfeuchtigkeit und

Zubereitungsart) über falsche Lagerung oder Frische, falsche Dosierung (meist Unterdosierung), nicht korrekter Temperatur (meist zu heiße Zubereitung) und ungeeignetes Wasser (meist zu hartes Wasser) bis zu einer fast endlos ausbaubaren Liste von Fehlerpunkten. Die meisten Kaffees genießen eine

Kombination solcher Vernichtungsbehandlungen – in meinem alten Beruf bezeichnete man dies als Polytrauma – eine

„ If this is coffee, bring me tea – if this is tea, bring me coffee! “

Abraham Lincoln
soll das über eine Tasse Kaffee gesagt haben.



Den Kaffee verstehen: Bei den Schulungen lernt man nicht nur, wie man optisch und geschmacklich einen guten Kaffee zaubert, sondern auch, wie man einen solchen erkennt. Durch ein sogenanntes Cupping, bei dem man kalten Kaffee schlürft und davor die Kruste bricht, um den Kaffeeduft einzusatmen, kann man sich wunderbar mit der Materie vertraut machen.

Mehrfachverletzung, von der bereits mehrere der bestehenden Einzelverletzungen zum Tode führen können. Kaffee erfährt also zu häufig eine Polytraumatisierung anstatt einer korrekten Zubereitung.

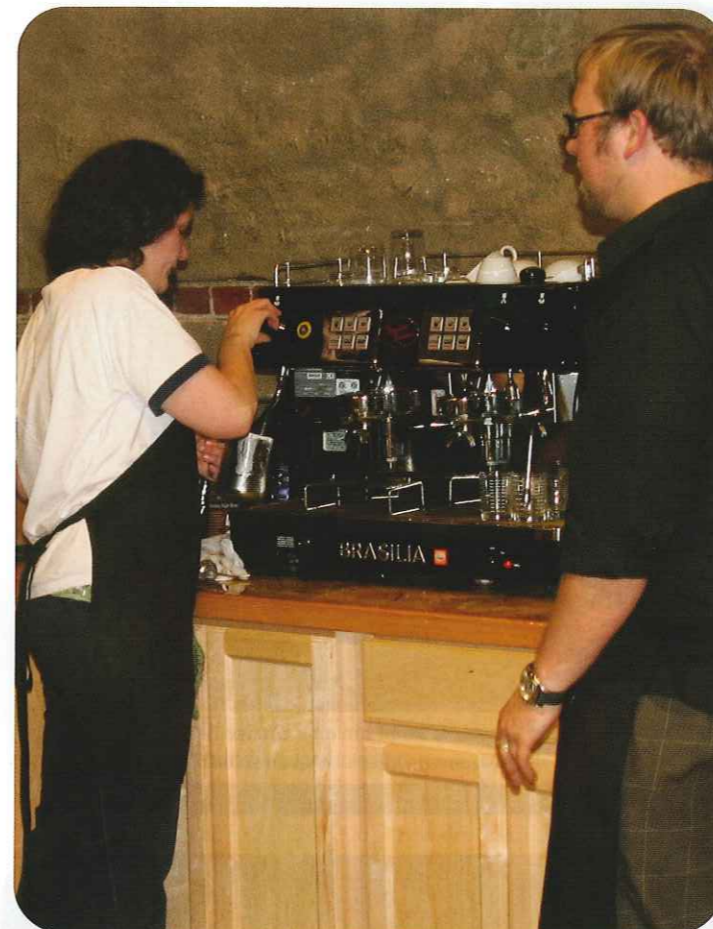
Die Komplexität der Kaffeezubereitung drückt sich übrigens schon im Wort Kaffee selbst aus.

Bei keinem anderen Lebensmittel werden die Pflanze, die Frucht, das Produkt (hier das Getränk) und der Ort des Verzehr gleich bezeichnet. Beim Kaffee heißt alles Kaffee. Versuchen Sie das bitte einmal mit einem anderen Produkt – bei Kaffee funktioniert es übrigens auch in anderen Sprachen. Die alte Bedeutung des Wortes Kaffee (aus dem Arabischen von „kahve“ – Kraft gebend) ist allerdings heute eher mit „einem den Rest gebend“ gleichzusetzen, wenn man die dargebotene Tassenqualität des Getränkes berücksichtigt.

Im Gegensatz zum Sommelier, der – ein wenig ketzerisch formuliert – lediglich den Korken rausziehen und das Glas treffen muss, obliegt dem Barista die tatsächliche Herstellung des Getränkes. Der Barista produziert also das Getränk selbst, während der Som-

melier „nur“ präsentiert. Wie beruhigend ist es, vor diesem Hintergrund zu wissen, dass es keine staatlichen Berufsabschlüsse für die Baristausbildung gibt und es lediglich über kreative Hilfskonstrukte möglich ist, hier Abhilfe zu schaffen. Beruhigend ist ebenfalls zu wissen, dass dies auch für alle anderen Tätigkeitsfelder beim Kaffee gilt. Für eine der wichtigsten Handelswaren nach Erdöl (der vielzitierte Platz 2 klingt toll, stimmt leider aber nicht. Nur gut zu wissen, dass unser Markt so gut über sich selbst Bescheid weiß) eine doch überraschende Situation.

Neben der Unwissenheit der Verbraucher (Endverbraucher, Gastronomen, Bäcker etc.), kommt eine falsche Preisvorstellung, bzw. ein falscher Geiz mit hinzu. Dosierungen von 7 – 9 g (und sogar noch häufig darunter) für eine Tasse Café Crème (0,2 l) bei Kolbenkaffeemaschinen (häufig auch fälschlicher Weise als Vollautomaten bezeichnet) sind keine Seltenheit und können zu keiner guten Tassenqualität führen. Einfachste Betrachtungen über Extraktionsverhalten und Kaffeestärke im Getränk (es handelt sich hierbei um messbare Werte, die z. B. als TDS („total dissolved solids“) oder mithilfe von Refraktometern bestimmt werden können), sind geeignet, solche Aussagen wissenschaftlich



Los geht es mit dem Vergnügen: An den Profimaschinen wird fleißig geübt. Das Kaffeemehl mit dem Tamper gut andrücken und los geht's! Auch das richtige Aufschäumen der Milch ist eine Kunst, die Sie in einem Baristakurs erlernen können.

fundiert zu widerlegen. Umso erstaunlicher ist es, dass sogar die Kaffeebranche selbst – also die Röstereien – hieran aktiv mitwirken und dabei Marketingmonster wie Ergiebigkeit geschaffen haben, die jeder naturwissenschaftlichen Betrachtung spotten. Es sollte doch eigentlich im höchstgelegenen Interesse der Röstereien liegen, mehr Kaffee zu verkaufen – und dies zu einem guten Preis – und nicht wie bei Rudis Resterampe. Denn je besser der Kaffee schmeckt, je mehr Kaffee wird der Verbraucher konsumieren und desto höher ist die Akzeptanz für einen höheren Preis. Dies kann im Übrigen jeder Student der Betriebswirtschaft im ersten Semester nachvollziehen.

Es ist beeindruckend zu sehen, was passiert, wenn man die Möglichkeit einer fehlerhaften Zubereitung von Kaffee ausschließt – also durch welche Maßnahme auch immer – die Polytraumatisierung des Kaffees verhindert. Dies ist dem Schweizer Unternehmen Nestlé mit nespresso auf beeindruckende Weise gelungen. Der Anwender hat keinen Einfluss auf die Dosierung oder den Mahlgrad und der Erfolg ist sichtbar – rund 8.000 Kapseln werden weltweit pro Minute konsumiert. Ein geschlossenes System, mit vielen Nachteilen für den Verbraucher – insbesondere der hohe Preis pro Einheit und die Abhängigkeit von einem Hersteller –,

BRITA Professional
Die Experten für Wasserfiltration
Ihr Top-Partner in der Gastronomie

PURITY C
Die neue Filterkerzengeneration
mit PURITY Technologie.

- Optimale Wasserqualität
- Einfache Handhabung
- Höchste Produktsicherheit

www.professional.brita.de

BRITA
Professional

FAEMA Espresso 1945-2010

Diese Ausgabe stellt das erste Buch dar, das die Geschichte der FAEMA – von den Anfängen bis heute- und Ihres Gründers Carlo Ernesto Valente erzählt; Er war ein aufgeklärter Unternehmer, der es verstand, den Zeitgeist des Getränks zu erfassen, das bei jeder Gelegenheit den reinen Konsum in einen Ritus verwandelt. Dies ist eine Reise in die Geschichte der Lebensstile und des Designs, das nur Enrico Maltoni, ein leidenschaftlicher Forscher, schreiben konnte. Auf dem Einband hätte nichts anderes dargestellt werden können als die Anzeige der ersten Werbekampagne von Faema: das Poster des Designers und Werbegrafikers Gino Boccasile.

Merkmale:
400 Seiten
Mehr als 500 Bilder, 300 davon bisher unveröffentlicht
Ausgabe: Italienisch/Englisch/Deutsch

Preis: 60 €

espresso made in italy

**Die Geschichte der italienischen
Espressomaschine in einem Buch**

Geschichte, Technologie, Design und auch Kuriositäten einer italienischen Erfindung, die unserem Alltag Genuss hinzugefügt hat.

Mit der Leidenschaft Enrico Maltonis entstand diese ausführliche Ausgabe, die die Geschichte des 20. Jahrhunderts anhand einer chronologischen Reise erzählt, auf der als Protagonisten die wichtigsten Espressomaschinen zu sehen sind, und die die wichtigsten Etappen einer Industrie absteckt, die imstande war, Geist und Geschmack miteinander zu verbinden.

Merkmale:
160 Seiten – Mehr als 200 Bilder
Ausgabe: Italienisch/Englisch

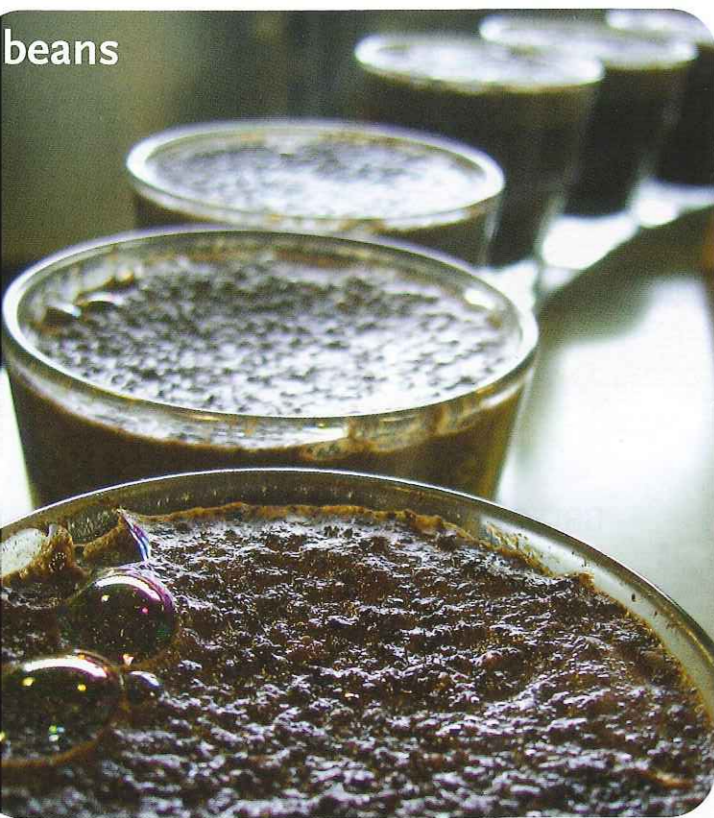
Preis: 49 €

NR **NUOVA RICAMBI**
DEUTSCHLAND

Ersatzteile für Kaffeemaschinen
www.nuovaricambi.de
Tel: +49 - (0)7145 - 93 53 80

1901-1962

beans



dennoch überwiegt für den Markt der Vorteil der „korrekten Zubereitung“ und kaum ein Wettbewerber scheint das zu begreifen.

Dieser Wettbewerbsvorteil kann nur durch Schulung – also Wissen um die korrekte Zubereitung – ausgeglichen werden. Dieser Erfolg beweist ebenso, dass nicht der Preis, sondern die Qualität



Die verschiedenen Facetten: Rund um eine einzige Bohne gibt es Wissen, das man als Gastronom einfach besitzen sollte.



in der Tasse ein für den Kunden wesentlicher Wert ist. Es mutet daher schon absurd an, dass die Mehrheit des Marktes einem Preisdiktat nachläuft und zu wenig bis gar nicht in die Zubereitungsqualität investiert. Schulung ist also der einzige Weg, Kaffee in besserer Qualität zubereiten zu können und damit auch einen besseren, angepassten Preis zu erzielen.

Eine verbesserte Qualität in der Tasse ist ein klarer Grund für ein Preispremium.

Und das kann sich jeder sichern. Der Gastronom oder Bäcker mit



Malen mit Schaum: Wenn man die perfekte Crema herstellen kann, darf man sich auch trauen, seine Latte-Art-Künste zu testen.

einer Kolbenkaffeemaschine, der die Entscheidung trifft, Kunden durch Qualität an sich zu binden und nicht durch Preisdumping und Einsparungen beim Einkauf.

Hierfür muss allerdings das richtige Wissen vorhanden sein.

Das Wissen darüber, dass selbst ein Kaffee für 25 €/kg jederzeit finanzierbar ist und bei einer Dosierung von 12,5 g einen Wareneinsatz von 0,31 € bedeutet und somit rechenbar ist. Denn 0,10 € bis 0,20 € höherer Verkaufspreis pro Tasse wird vom Kunden jederzeit toleriert, wenn damit analog die Qualität in Einklang steht. Einziger Unterschied, die Kundenbindung ist dramatisch höher und der Gewinn verbessert sich. Aber mit diesen Problemen lässt sich (gut) leben. Es wird also Zeit, die 40 Jahre aufzuholen, die unser Markt hinter dem Wein liegt, und die 18 Jahre, die uns der Whisky voraus hat. Beides Produkte, bei denen der Kunde jederzeit bereit ist, einen deutlich höheren Preis für eine bessere Qualität zu zahlen und in der die Branche es schafft, auf Etiketten und in Beschreibungen die wesentlichen Merkmale darzustellen, die das Produkt charakterisieren.

Es wird Zeit, damit aufzuhören, wild zu fantasieren und Sagen und Märchen zu erfinden und ebenfalls in allen Kaffees „Kakaonoten“ herauszubeschreiben. Es ist wichtig zuzugeben, nicht der Supertechniker zu sein, der alle Maschinen selbst erfunden und gebaut hat, Zeit für Baristi aufzuhören, vollmundig zu beschreiben, wie wichtig fettarme Milch zum Aufschäumen ist und die „Schulbank“ zu drücken – sich also ernsthaft, seriös und wissenschaftlich mit der Materie Kaffee auseinanderzusetzen und nicht einfach irgendwelche Informationen, die man irgendwo unqualifiziert und ungeprüft auf- und übernommen hat als Grundlage für „Kaffee-Kreuzzüge“ zu nutzen. Wie gesagt, wir leben in einem Informationszeitalter. Und Wissen ist Macht.

Coffee, Baby?!

NEU!



[WWW.BURKHOF.COM](http://www.burkhof.com)

crema abonnieren



Kanne kassieren!

www.cremamagazin.de