



CAFÉBISTRO

Offizielles Magazin von CafetierSuisse. Ausgabe 2013/5



TAGUNG DER KAFFEEBRANCHE

BERICHT ZUR KAFFEETAGUNG S. 4-6 | EINER VON UNS S. 8-9 | KAFFEEWISSEN S. 10 | IGEHO S. 12
WAS ÄNDERT SICH 2014 S. 13 | CRONUTS S. 15 | RECHTSFRAGEN S. 17


CafetierSuisse®
Individuelle Gastronomie

TAGUNG DER SCHWEIZER

DIE CAFETIER SUISSE-KAFFEETAGUNG WAR EIN ERFOLG

Am 27. September hat CafetierSuisse passend zum Tag des Kaffees 2013 die erste Zukunftstagung der Schweizer Kaffebranche organisiert. Im Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) in Rüschlikon wurde mit der Kaffeetagung eine neutrale Plattform geschaffen, an der Branchenexperten und -expertinnen, moderiert von Daniela Lager, über die aktuell wichtigen Themen, vorhandene Trends und die Zukunft des Schweizer Kaffeemarktes diskutieren konnten. Die spannenden Referate und Diskussionen während der Tagung, die guten Gespräche zum Netzwerkapéro und die positiven Reaktionen aus dem Kreis der über 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigen, die Tagung war ein Erfolg.

Nach Rohöl ist Kaffee das zweitwichtigste Welthandelsprodukt und nach Wasser und Tee das meist konsumierte Getränk überhaupt. Die Schweizer Kaffebranche bewegt sich in diesem Markt innerhalb der weltweiten Spitze. Rund drei Viertel des weltweit exportierten Kaffees wird über die Schweiz gehandelt. 98'000 Tonnen Kaffee importiert die Schweiz jedes Jahr, wovon rund zwei Drittel in den heimischen Konsum gehen. Mittlerweile hat Kaffee die ehemals führenden Exportschlager wie Schokolade und Käse überholt. Auch die Schweizer selbst gelten als „Coffeeholics“ und trinken durchschnittlich 1'300 Tassen Kaffee im Jahr. Damit liegt die Schweiz beim weltweiten Kaffeekonsum hinter Finnland auf dem zweiten Platz. Grund genug also, die Branche im GDI zusammen zu bringen und über die Entwicklung und Zukunft der Branche zu diskutieren.

Tagung als Plattform für die Branche

Im Namen von CafetierSuisse begrüßte Johanna Bartholdi (Präsidentin SCV) die über 100 Anwesenden aus den unterschiedlichsten Bereichen der Schweizer Kaffebranche. Neben Gastronominnen und Gastronomen nutzten die Vertreterinnen und Vertreter von Kaffeeröstern,

-importeuren und Kaffeemaschinenherstellern die von CafetierSuisse zur Verfügung gestellte Plattform, um sich über die aktuellen Entwicklungen der Branche auszutauschen. Unter der professionellen und unterhaltsamen Moderation der aus „10vor10“ bekannten TV-Journalistin Daniela Lager startete die erste Hälfte der Tagung mit Referaten zu den Themen des globalen Kaffeemarkts, der speziellen Rahmenbedingungen des Kaffeemarktes in der Schweiz, des Potentials von Fairtrade in der Gastronomie sowie einer Diskussionsrunde zur Entwicklung des Schweizer Kaffeemarktes.

Kaffee erzeugt Emotionen

Treffsicher zeigte Daniela Lager einleitend auf, welche Emotionen und Gewohnheiten den Kaffee zu einem solch besonderen Produkt machen. Alleine die an sich simple Frage „Treffen wir uns auf einen Kaffee?“ stehe als Platzhalter für so vieles. Zu einem Bier könne man sich auch anschweigen und den Arbeitstag ausklingen lassen, zum Kaffee gehöre, dass man sich etwas zu erzählen habe. Kaffee kann für Daniela Lager zu Gesprächen anregen und zum langen Verweilen im Café einladen, genauso gut könne der Kaffee zwischendurch aber auch für einen kurzen Boxenstopp stehen, um im hektischen Alltag die Batterien schnell wieder aufzuladen. Der Kaffee beende gute Mahlzeiten und wenn die Einladung zum Kaffee nach einem Date ausgesprochen werde, so könne der Kaffee sogar noch viel mehr bedeuten. Die von Daniela Lager aufgezeigte Vielfalt des Kaffees bildete den idealen Einstieg für die inhaltlichen Referate der Tagung. Kaffee bringt Menschen zusammen und das war ja auch das Ziel der Kaffeetagung von CafetierSuisse.

Globaler Kaffeemarkt

Den Auftakt zur Tagung machte Dr. Stefan Schwarz. Der Geschäftsführer von Coffee Consulate aus Deutschland und international anerkannte Kaffeexperte referierte zu den globalen Trends und

Konsumgewohnheiten des Kaffeemarktes. Dr. Schwarz zeigte eindrücklich auf, dass der weltweite Kaffeekonsum zunimmt und dass auch in den Produktionsländern selbst vermehrt Kaffee getrunken wird. Gleichzeitig gehe die Kaffeeproduktion, beeinflusst durch Klimawandel und Überbelastung der Anbauflächen, stetig zurück. Der Produktionsrückgang und die Konsumstei-



gerung führen zur Reduktion der Kaffeereserven in den westlichen Ländern und in den Produktionsregionen. Diese Entwicklung hat für Dr. Schwarz schwerwiegende Folgen, auch für den Schweizer Kaffeemarkt. Der Preis und damit das Bewusstsein für das Produkt Kaffee werden in den kommenden Jahren steigen, womit Kaffee laut Dr. Schwarz zukünftig wie Wein als ein Luxusprodukt wahrgenommen werden wird. Der steigende Preis und die wachsende Bedeutung der Rohstoffgewinnung muss aus Sicht von Dr. Schwarz dazu führen, dass bei der Kennzeichnung von Kaffee die Anbauregion, die Methode der Weiterverarbeitung sowie das Röstverfahren detailliert ausgewiesen werden müssen, um der zukünftigen Entwicklung des Kaffees als Luxusprodukt gerecht zu werden.

Fotos der Kaffeetagung von CafetierSuisse finden Sie auf www.cafetier.ch > Bildergalerie.

KAFFEEBRANCHE



Johanna Bartholdi Dr. Steffen Schwarz



Giuliano Bartoli

Kaffeemarkt Schweiz

Roger Bähler, CEO bei TURM & BOGEN, stellte mit seinem Referat die These auf, dass der Schweizer Kaffeemarkt die einheimische Gastronomie auf besondere Weise fördere und fordere. Gemäss Roger Bähler ist die Schweizer Kaffeebranche im Kaffeehandel, in der Kaffeeröstung, bei der Herstellung von Kaffeemaschinen und im Kaffeekonsum Teil der Weltspitze. In der Aus- und Weiterbildung ver-



Sandra Frieden



Roger Bähler



Inga Schäper

füge die Schweiz über ausgezeichnete Anlaufstellen und sei eine der Drehscheiben im deutschsprachigen Raum. Die aufgezeigte wirtschaftliche Bedeutung der Kaffeebranche wird nach Ansicht von Roger Bähler in der Schweiz auch auf politischer Ebene unterschätzt. Für die Gastronomie stelle die Spitzenposition der Schweizer Kaffeebranche gleichermassen eine Förderung wie auch eine Herausforderung dar. Die Kaffeekultur und die Kaffeequalität seien im internationalen Vergleich zwar auf hohem Niveau, trotzdem könne die Gastronomie die vorhandenen Angebote noch besser nutzen, um die Spitzenposition

der Schweiz zu sichern und die Kaffeequalität weiter zu steigern.

Fairtrade als Verkaufsargument?

Zu Fairtrade in der Gastronomie sprach Sandra Frieden von der Max Havelaar-Stiftung. Sie erläuterte das Konzept von Max Havelaar und betonte die Relevanz der Themen Nachhaltigkeit und Fairtrade insbesondere im Kaffeemarkt. Nach Meinung von Sandra Frieden lohnt sich Fairtrade auch für die Gastronomie, da immer mehr Kunden und Gäste einen nachhaltig gehandelten Kaffee einfordern. Studien von Max Havelaar zeigten auf, dass sich Fairtrade tatsächlich nachhaltig auf die Zukunft der Produzenten auswirke und dass die hohe Bekanntheit des Fairtrade-Labels von den Konsumentinnen und Konsumenten geschätzt werde. Für die Gastronomie könne Fairtrade aus Sicht von Sandra Frieden gleichzeitig ein Verkaufs- und Preisargument darstellen, da viele Konsumentinnen und Konsumenten bereit seien, für Fairtrade-Produkte einen entsprechend höheren Preis zu bezahlen.

Kaffeepause mit Maschineneuheiten und dem Schweizer Baristameister

Bereits in der Kaffeepause wurden die mit den ersten Referaten begonnen Diskussionen engagiert weiter geführt, auch wenn das Ausstellungsangebot der Sponsoren und der Kaffee des Schweizer Baristameisters schnell für Ablenkung sorgten. Neben der Cafina AG als Hauptsponsor der Kaffeetagung präsentierten sich auch die weiteren Sponsoren von der Schaerer AG über CWS boco bis zu Franke Coffee Systems im besten Licht. So zeigten Schaerer und Franke dem interessierten Fachpublikum noch vor der Igeho 2013 ihre neusten vollautomatischen Kaffeemaschinen, die mit technischer Feinschönheit und hervorragendem Kaffee überzeugten. Für am Halbautomaten gebrühten Cappuccino und Espresso sorgte die Zürcher Kaffeerösterei Stoll AG, die dafür mit Shem Leupin eigens den Schweizer



Baristameister mitgebracht und damit für ein weiteres Highlight an der Cafetier-Suisse-Kaffeetagung gesorgt hatte.

Grundrecht auf guten Kaffee

Giuliano Bartoli, Barista und Head of Coffee der angesagten Zürcher Cafés „La Stanza“, „Café Lang“ und „Hotel Rivigton and Sons“ zeigte nach der Kaffeepause mit hoher Emotionalität den Arbeitsalltag eines Baristas und die Bedeutung der Leidenschaft für das Produkt Kaffee auf. Neben der emotionalen Begeisterung für Kaffee ist für Bartoli insbesondere die Barista-Ausbildung von grosser Bedeutung: „Die Menschheit hat ein Grundrecht auf guten Kaffee. Es muss das gemeinsame Ziel der gesamten Kaffeebbranche sein, der jungen Gastronomie-Generation praktisches Kaffeewissen zu vermitteln, um die Zahl der ausgebildeten Baristas zu erhöhen und die allgemeine Kaffequalität zu steigern“. Hierfür müsse die gesamte Branche die vorhandenen Angebote stärker an den Interessen der Gastronomie ausrichten und die Gastronominnen und Gastronomen der Aus- und Weiterbildung im Bereich Kaffee eine grössere Bedeutung beimessen.

Kaffeemarkt quo vadis?

In den Diskussionsrunden wurden die unterschiedlichen Themen der Referate kontrovers und teilweise hitzig diskutiert. Nebst den Referentinnen und Referenten nahmen Ernst Knuchel (Geschäftsführer der FreshCoffee GmbH), Peter Albiez (Teamleiter bei Nespresso Business Solutions) und Inga Schäper



(Coffee Competence Centre der Schaerer AG) an den Diskussionsrunden teil und auch aus dem Publikum wurden viele Fragen gestellt.

Beim Thema Fairtrade und Zertifizierung waren die Referenten zur Qualität der zahlreich vorhandenen Labels unterschiedlicher Meinung. Die zunehmende Bedeutung der nachhaltigen und sozial ausgewogenen Produktion von Kaffee wurde aber von allen Referentinnen und Referenten als eines der Zukunftsthemen anerkannt.

Zudem wurden die Vorteile der Halbautomaten mit Siebträger, vollautomatische Kaffeemaschinen und Kapselsysteme diskutiert. Trotz unterschiedlicher Präferenzen entsprechend des jeweiligen be-

ruflichen Hintergrunds wurde deutlich, dass die Auswahl der richtigen Kaffeemaschine stark vom jeweiligen Betriebskonzept abhängig ist. Am Ende entscheidet aber das vorhandene Fachwissen in Kombination mit guten Maschinen und Begeisterung für das Produkt über die Qualität des Kaffees in der Tasse.

In den Diskussionsrunden war man zudem der Überzeugung, dass es um die Kaffequalität in der Schweiz grundsätzlich gut bestellt ist, dass diese mit den vorhandenen Rahmenbedingungen vielerorts aber auch in der Schweiz noch weiter gesteigert werden könne. Oft werde insbesondere in nicht auf Kaffee spezialisierten Betrieben noch zu schlechter Kaffee ausgegeben.

Netzwerkapéro

Auf die anspruchsvollen Referate und Diskussionen folgte mit dem Netzwerkapéro der gesellige Teil der Tagung. Fast alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzten diese Möglichkeit, die begonnen Diskussionen bis spät in den Abend weiter zu führen.

Fortsetzung folgt?

Für CafetierSuisse war die Zukunftstagung der Schweizer Kaffeebbranche ein Signal, dass auch im 75. Jubiläumsjahr des Verbandes der Blick auf die Zukunft der Branche gerichtet bleibt. Die auch zu diesem Zweck von CafetierSuisse organisierte Zukunftstagung der Schweizer Kaffeebbranche hat gezeigt, dass sich der Austausch zwischen Branchenexpertinnen und -experten lohnt. ■

Herzlichen Dank
an den Hauptsponsor Cafina AG
und die weiteren Sponsoren
der Kaffeetagung.

ca fina[®]
Seit 25 Jahren ein Unternehmen der Melitta Gruppe

+ **schaerer**
Coffee comes to life

CWS **boco**

FRANKE