

KAFFEE ERLEBNIS SCHWEIZ

ist ein Coffee Table Book im doppelten Wortsinn. In einer aufregenden Reise durch das Land des Café Crème und der Kaffeekapseln begleitet der Bildband seine Leserinnen zu zwanzig verschiedenen Kaffeeorten, wo innovative Röstereien, Cafés, Ingenieure, Logistikerinnen und Forschende die Wertschöpfungskette von den Kaffeefarmen in den fernen Anbauländern bis zur Siebträgermaschine in der heimischen Küche neu erfinden.



KAFFEE ERLEBNIS SCHWEIZ

Joscha Gewinner

AS

Joscha Gewinner



Auf den Spuren einer neuen Kaffeegeneration

AS



Joscha Gewinner

Mit freundlicher Unterstützung von:

unica'

KAFFEE  ZENTRALE



OLYMPIA
EXPRESS



Auf den Spuren einer
neuen Kaffeegeneration

www.as-verlag.ch

© AS Verlag & Buchkonzept AG, Zürich 2022
Projektleitung: AS Verlag, Bernhard Stadelmann
Gestaltung & Satz: www.as-grafik.ch, Urs Bolz
Lektorat: Bernhard Stadelmann
Korrektur: Carmen Graf, Wai Sim Linde
Druck und Bindung: BALTO Print
ISBN 978-3-03913-044-3

Der AS Verlag wird vom Bundesamt für Kultur
für die Jahre 2021–2024 unterstützt.

AS Verlag



Inhalt

9	Einleitung – Auf den Spuren einer neuen Kaffeegeneration
14	Wie der Kaffee die Schweiz eroberte
23	Der Kaffee in der Statistik
27	Somaho – Die Kaffeimporteurin
35	Tacuba Kaffeerösterei – Der Kaffeefarmer aus El Salvador
47	Algrano – Mehr Preismacht für die Kaffeebauern
57	Green Wheel Coffee – Der Geist von Juan Valdez
65	ZHAW – Der Kaffeeprofessor
73	Zermatt Rösterei – Spezialitätenkaffee 1867 Meter über dem Meer
83	Stoll – Eine Familienrösterei setzt auf Spezialitätenkaffee
91	Café Horace – Guillaume im Glück
99	Olympia Express – Eine Tessiner Legende in den Glarner Alpen
111	Die Kaffeemacher – Von der Pflanze bis zur Tasse
121	Zuriga – Hohe Ingenieurskunst aus Zürich
133	Vicafe – Die Fensterläden von Vicafe
145	Miró Manufactura de Café – Miró – Kaffee wie in Melbourne
155	The Goodlife Company – Slow Brewing statt Kapselkaffee
163	jusq'a – Wach auf und spüre das Wetter!
173	Mame – Die Kaffeeweltmeisterin
181	Oh Martine – Das grosse Wohnzimmer
189	Drip Roaserts – Zehn Tage Café, dann kam Corona
199	Birdie – Zwei Frauen wagen den Sprung
	Anhang
208	Glossar – Kaffee von A bis Z
216	Bildnachweis/Quellen
218	Dank
219	Der Autor · Der Fotograf



EINLEITUNG

Auf den Spuren einer neuen Kaffeegeneration

Es ist kein Zufall, dass der Café Crème das beliebteste Kaffeegetränk in der Schweiz ist. Er schmeckt weniger intensiv als der Espresso aus Italien. Mit der Crema in der Tasse unterscheidet er sich bereits optisch vom Filterkaffee aus den nördlichen Nachbarländern. Und deutlich stärker ist er auch.

Als ich vor zehn Jahren in die Schweiz kam, fiel mir schnell auf, dass der Café Crème nicht nur in Cafés am häufigsten serviert wurde. Jedes Büro und jeder Privathaushalt schien mit einer Jura-Espressomaschine ausgestattet zu sein. Ich beobachtete, dass der Kaffee auf Knopfdruck einige Büromitarbeitende dazu verleitete, zu jeder vollen Stunde die Fünfminutenpause mit dem Gang zum Kaffeeautomaten einzuläuten, um zusammen mit den Kolleginnen und Kollegen die Zigarette mit dem Kaffee runterzuspülen. Der «grosse Ernüchterer» kompensierte für lange Tage in den Büros und die kurzen Nächte dazwischen. Der Geschmack an sich spielte eine untergeordnete Rolle, wobei die Menge an Milch eine gewisse Signalwirkung im Kollegen-

kreis ausstrahlen konnte: je weniger, desto abgehärteter war man und desto grösser die Anerkennung.

Während der Kaffee also eine wichtige Nebenrolle in den Leben vieler zu spielen schien, vermisste ich in meiner Wahlheimat Zürich anfangs einen Ort, wo der Kaffeegenuss im Mittelpunkt stand. In meiner Heimatstadt Hannover begeisterte mich die Rösterei 24 Grad, deren kleiner Kaffeeladen während meines Studiums mein zweites Wohnzimmer war. Dort lernte ich auf Cocktailsesseln aus den fünfziger Jahren, dass guter Kaffee nach weissem Pflirsich, Brombeere oder dunkler Schokolade schmecken kann. Dass ein Kaffee aus Kolumbien meistens ganz anders schmeckt als Kaffee aus Äthiopien. Und dass Kaffee aus einer French Press sehr viel mehr Spass macht als ein Kaffee auf Knopfdruck. Insbesondere, wenn



Mit ihrem Kaffee-Startup erfüllt sich Vanía Nzeyimana den Traum von einem Unternehmen, in dem sie ihre zwei Identitäten als Schweizerin und Ruanderin einbringen und für ihre Kundinnen und Kunden in Europa erlebbar machen kann.

SOMAHO

Die Kaffee- importeurin

Linke Seite: Vanía Nzeyimana gründete 2020 Somaho, um Kaffee aus Ruanda in die Schweiz zu importieren.

Oben: Der Schweizer Rheinhafen in Basel ist keine Augenweide, aber spektakulär mit seinen Riesenkränen.

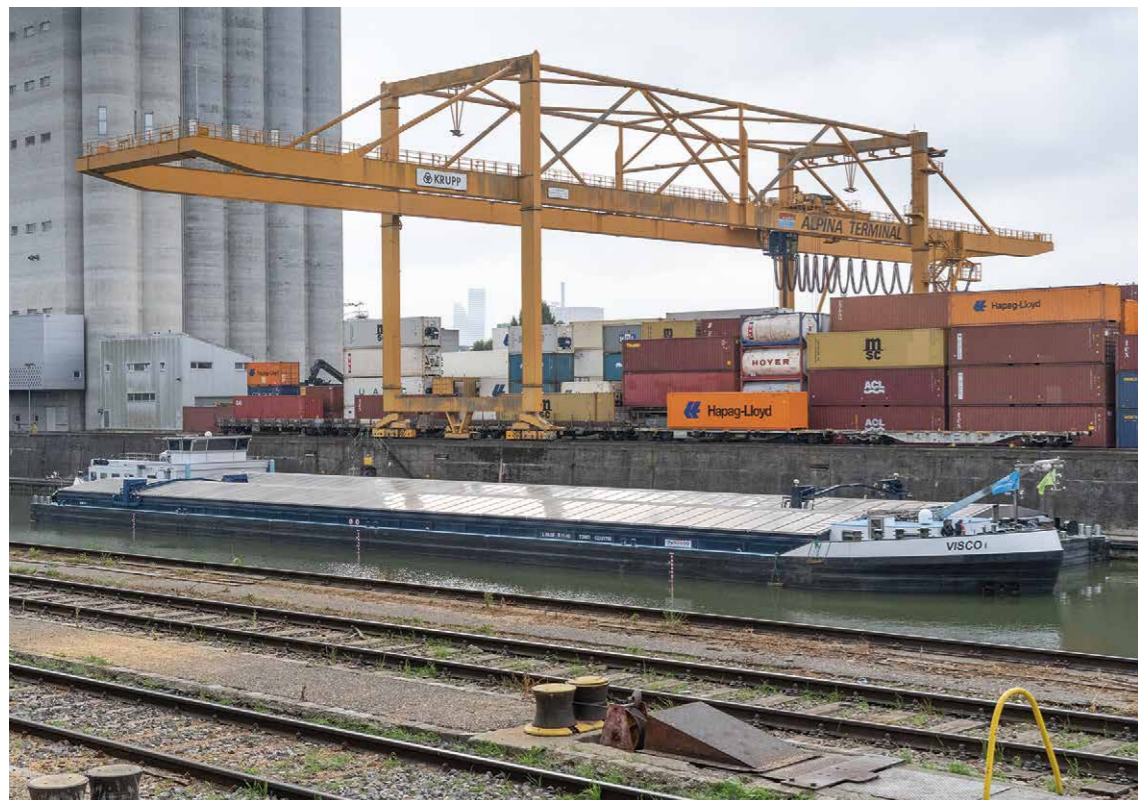
Am Grenzpunkt zwischen Frankreich, Deutschland und der Schweiz spielt das Wetter keine Rolle. Kein Schnee der Welt ist imstande, die Hässlichkeit der fensterlosen Lagerhäuser der Schweizerischen Rheinhäfen zu bedecken. Nicht der hellste Sonnenschein vermag es, die zähe, braune Suppe des Hafengebäckens wieder in das klare Blau zu verwandeln, mit dem sich der Rhein in der Grenzstadt Basel kleidet. Selbst die grellen Farben der Schiffscontainer und Hafenkranen, die man auf der Schweizer Seite überall erblickt, scheitern gegen die graue Ödnis der Schüttgut- und Tanklager, Getreidesilos sowie der insgesamt über sieben Kilometer langen bebauten Ufer und 100 Kilometer langen Bahngleise. Einzig die freundlichen Lagerverwalter, die, mit orangefarbenen Signalwesten gekleidet, die Distanzen zwischen den verschiedenen Hafengebäuden mit klapprigen Velos überbrücken, scheinen mit ihren sonnigen Gemütern der Tristesse etwas entgegengesetzt zu können. Zumindest trifft

das auf die zwei Vertreter zu, die uns und die Unternehmerin Vanía Nzeyimana auf einer Tour in eines der Lagerhäuser am Hafengebäckens 2 begleiten, wo auf mehreren Stockwerken verteilt viele Tausende Säcke Rohkaffee aus aller Welt gelagert werden. Dort sind Hunderte Tonnen grünen Kaffees, die darauf warten, von Schweizer Röstereien abgeholt zu werden, die ihn dann zu Espresso-, Café-Crème- oder Filterkaffeebohnen veredeln.

Vanía Nzeyimana ist seit wenigen Jahren Kaffeeimporteurin. Die Baselbieterin hat die Firma Somaho 2020 gegründet, um Spezialitätenkaffee aus Ruanda nach Europa zu bringen. «Ich bin in Ruanda geboren und in der Schweiz aufgewachsen», verrät die Jungunternehmerin bei ihrer Vorstellung. «Mein Papa hat immer gesagt, ich solle mir im Leben etwas suchen, womit ich der Gesellschaft etwas zurückgeben könne. Die Tatsache, dass ich in zwei Kulturen aufgewachsen bin, sehe ich als Privileg. Ich kann mich mit den Kaffeebauern aus Ruanda auf Ki-

«Den Röstereien hierzulande erkläre ich auf Schweizerdeutsch, was den ruandischen Spezialitätenkaffee so aussergewöhnlich macht.»





nyaruanda unterhalten, der ruandischen Sprache. Und den Röstereien hierzulande erkläre ich auf Schweizerdeutsch, was den ruandischen Spezialitätenkaffee so aussergewöhnlich macht». Erklärungsbedarf besteht allemal, denn in der Schweiz stammte im Jahr 2020 laut Angaben der Eidgenössischen Zollverwaltung nur jeder Tausendste Sack Rohkaffee aus «dem Land der tausend Hügel». Auch den Spezialitätenröstereien ist der an die Frische von roten Äpfeln oder Trauben erinnernde Kaffee aus der Region am Kivusee, die sich nur wenige 100 Kilometer südlich vom Äquator befindet, oft noch völlig unbekannt.

Im Lagerhaus ist für Vanias ruandischen Kaffee eine grosszügige Ecke reserviert. Auf dem Weg dorthin schreiten wir an unzähligen Paletten vorbei, auf die jeweils zwei Stapel zu je fünf Kaffeesäcken passen, auf welchen abermals Paletten mit der gleichen Menge an Säcken liegen. Die Aufdrucke verraten die Herkunft der verschiedenen Kaffees. Wir lesen «Cafés do Brasil», «El Salvador» und die Namen vieler weiterer Anbauländer. Auf vielen

sind auch die Namen der Farmen abgedruckt und manchmal sogar die Röstereien, die die Säcke mehrere Monate zuvor eingekauft haben. In den gut beleuchteten Räumen riecht es nach Jute, dem Material der Kaffeesäcke. Es herrscht ein überraschend angenehmes Raumklima, das man in der unwirklichen Umgebung der Hafenanlage gar nicht erwartet hätte. Die Luftfeuchtigkeit und Raumtemperaturen werden streng überwacht und reguliert, um den Rohkaffee frisch zu halten. Auch das Ungeziefer hat hier keine Chance. Weder auf den sauberen, völlig staubfreien Betonböden, auf denen hier und da

«Ich habe den Job abgesagt und das mit dem Kaffee angefangen.»

Linke Seite und links: Über den Rhein gelangt Rohkaffee aus aller Welt nach Basel, wird dort gelagert und später mit dem Güterverkehr in der Schweiz verteilt.

Rechts: 60 Kilo oder mehr bringen die Kaffeesäcke auf die Waage. Und Dank des streng überwachten Raumklimas bleibt der Rohkaffee lang erhalten.

Rattenfallen stehen, noch an den Raumdecken, wo Insekten- und Mottenfallen befestigt wurden. Vanias Kaffee verteilt sich auf mehrere nebeneinanderliegende Paletten. Ein guter Teil der ersten Containerladung mit Rohkaffee wurde zum Zeitpunkt unseres Besuchs bereits erfolgreich an Röstereien verkauft. Genaue Zahlen möchte Vania nicht nennen. Kurz nach unserem Besuch wird sogar schon die zweite Containerladung geliefert.

Die Idee, dass Vania ihre beiden kulturellen Hintergründe ausgerechnet über den Kaffee miteinander verbinden könnte, ist noch gar nicht so alt. Sie kam ihr erstmals, als sie neben ihrem Studium der Politikwissenschaften an der Universität Zürich bei einem Tessiner Kaffeelabel jobbte; Vania verfolgte die Gedanken aber zunächst nicht weiter. Zwar belegte die Schweizerin und Ruanderin auch noch mehrere Kurse zum Thema Social Entrepreneurship und schrieb sogar eine ihrer Abschlussarbeiten über den internationalen Handel. Jedoch entschied sie sich nach dem Studium für eine Anstellung im öffentlichen Bereich. Den Anstoss für die

Selbstständigkeit gab ausgerechnet ein langwieriger Bewerbungsprozess für eine renommierte, internationale Non-Profit-Organisation. «Ich hatte einen Coach, der mich im Bereich internationale Organisation beraten sollte», erinnert sich Vania. «Er fragte mich, was ich eigentlich schon immer machen wollte. «Etwas mit Kaffee», sagte ich, «aber das ist unrealistisch». Doch mein Coach liess nicht locker und wollte es genau wissen. Er liess mich einen Plan anfertigen, mit dem mir klar wurde: Das kann ich ja tatsächlich umsetzen!» Vania bekam sogar ein Angebot von der Non-Profit-Organisation. Doch als der Coach viele Monate später nachfragte, was eigentlich aus der Bewerbung geworden sei, antwortete sie: «Ich habe den Job abgesagt und das mit dem Kaffee angefangen.» Vania strahlt.

Der Kivusee ist vielen Europäern kein Begriff, obwohl er fast die fünffache Fläche des Genfersees umfasst. Am östlichen Ufer unterhält Vanias Partnerfirma Kivubelt Coffee auf zwei Halbinseln und auf dem Festland insgesamt drei Kaffeepflanzungen. Den Kontakt zu



Ein Hauch vom Zeitalter der industriellen Revolution weht auf dem riesigen Areal der SBB Werkstätten in Zürich Altstetten. Dort hat ein Hersteller für Espressomaschinen seinen Sitz nebst Produktionsstätte.

ZURIGA

Hohe Ingenieurskunst aus Zürich



Oben: Moritz Güttinger, Gründer von Zuriga und laut Eigenbezeichnung «Head of Crema».

Linke Seite: Mit ihr begann die Firmengeschichte: Die Zuriga E2 – hier ohne die Ausführung mit der Dampf-lanze zum Milchsäumen.

Die SBB, das sind die Schweizerischen Bundesbahnen, die vor knapp 120 Jahren die Industriegebäude mit ihren markanten gelben Backsteinfassaden errichten liessen. Wo einst für die Wartung von Lokomotiven und Zügen eine Holzerei, ein Hochofen, eine Schmiede und eine Schreinerei gebraucht wurden, ist heute Platz für viele Startups, die ihre Produkte in einer der teuersten Städte der Welt fertigen wollen. In einem dieser Gebäude baut Zuriga Siebträgermaschinen und Kaffeemühlen für den Heimgebrauch und tüfelt an neuen Geräten, die jedes Espressoherz höherschlagen lassen. Die kleine, optimistische Firma lässt die meisten Produktkomponenten in der Schweiz oder im nahen Ausland produzieren und setzt sie vor Ort per Hand zusammen.

Die Fertigungshalle von Zuriga, eine ehemalige Sattlerei, werden die vielen interessierten Besucher kaum verfeh-

len. Das Gebäude befindet sich gleich am Hof hinter der Haupteinfahrt, schräg gegenüber der alten Kantine, die mehrere Generationen von schwer schuftenden Handwerkern bei Kräften gehalten hat und bis heute in Betrieb ist. Zuriga lädt regelmässig zu Werksbesichtigungen und zum Ausprobieren der Maschinen ein, unter die Gäste mischen sich neben den potenziellen Kunden auch immer wieder Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Presse. Denn sie alle wollen das wachsende Team kennenlernen, das seit über fünf Jahren beweist, dass man in Zürich noch heute Elektrogeräte profitabel produzieren kann.

An diesem Tag empfängt Moritz Güttinger, Umweltingenieur, Gründer und Chef von Zuriga, seine Gäste und führt sie in die altherwürdige Halle. Unterwegs wandern unsere Blicke die drei Stufen hoch in ein offenes Büro, das keinen Zweifel an der gehobenen Stellung der

früheren Fertigungsverantwortlichen lässt. Durch die Fenster zur Halle hatten sie die Betriebsamkeit ihrer Angestellten immer gut im Blick, während sie ihre Telefonate, Besprechungen und Verhandlungen erledigten.

«Kann ich euch einen Espresso anbieten?», werden wir höflich gefragt. Klar, einem Hersteller für Espressomaschinen fällt die Gastfreundschaft leicht, kann er doch Kaffee ausschenken und dabei die eigenen Geräte präsentieren. Gleich am Anfang der Fertigungshalle steht für Ankömmlinge ein Werkstisch mit den schlanken und kompakten Zuriga-Modellen bereit. Eines ist schwarz lackiert, das andere aus Chromstahl mit einer eloxierten Aluminiumschicht. Die Griffe der Siebträger und die Abdeckungen der Wassertanks sind aus edlem Nussbaumholz. Die Geräte kommen mit nur zwei Knöpfen aus, ein Knopf zum Einschalten und ein Knopf für den Kaffee. Leuchtet der untere Knopf weiss, ist das Wasser auf Temperatur. Das ist bereits nach zwei bis drei Minuten der Fall – eine Meisterleistung, wie die Besitzer auch von sehr viel teureren Siebträgermaschinen wissen, die bis zu einer halben Stunde warten, bis ihre Geräte betriebsbereit sind. Verantwortlich für die kurze Wartezeit ist das eigens entwickelte und patentierte Heizaggregat, welches Boiler und Brühgruppe in einem ist. Wer es morgens eilig hat, wird sich freuen.

Die Kaffeemaschinen heben sich in ihrer Gestaltung angenehm von der Konkurrenz ab, die häufig auf verspiegelten Edelstahl setzt. «Wir haben kein Design, das morgen schon von gestern ist», meint Moritz stolz. «Wir haben ein zurückhaltendes Design, das sich auch in ein paar Jahren noch in jede Küchenzeile gut einfügen soll.» Zurückhaltend sind die Zuriga-Geräte auch in ihren Einstellmöglich-

keiten. Die Wassertemperatur wird auf genau 93 Grad Celsius geheizt. Und das Wasser wird mit genau neun Bar durch den festgedrückten Kaffee im Siebträger gepresst. Variationsmöglichkeiten gibt es sonst nicht. In der Modellausführung mit Dampfzange zum Zubereiten von Milchschaum genügt ein kurzes Drehen der Lanze, um das Wasser innerhalb kürzester Zeit auf 120 Grad hoch zu heizen. «Es ist keine Maschine, bei der man jeden Parameter einstellen kann», betont der Chef von Zuriga. «Die Maschine ist für Leute, die einen echten Espresso trinken wollen, aber hinterher wieder über andere Themen reden möchten.»

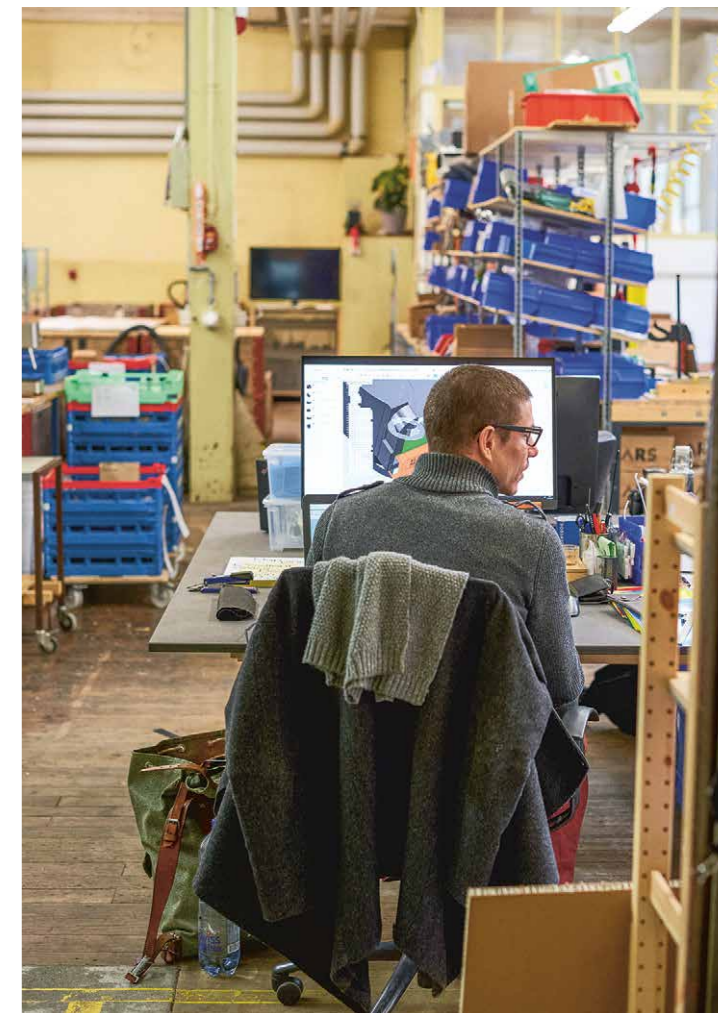
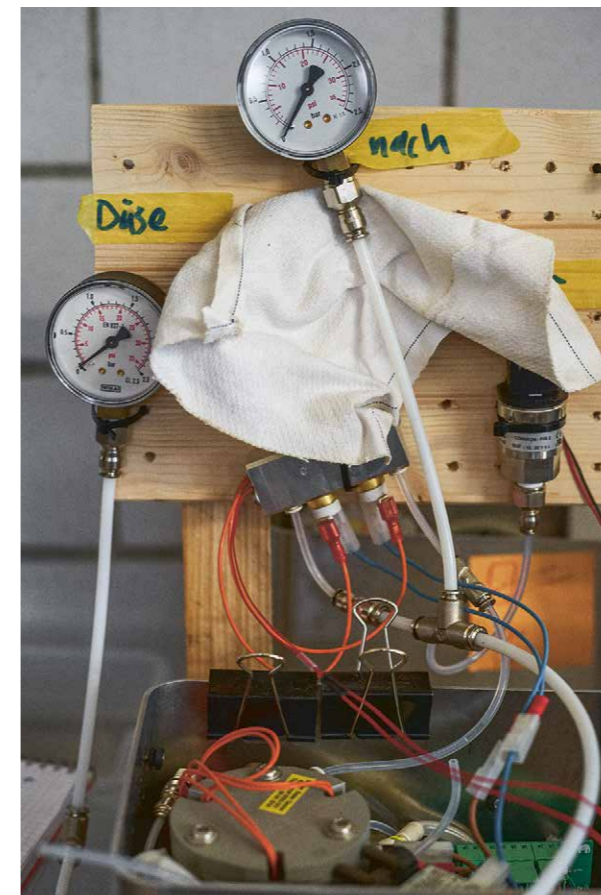
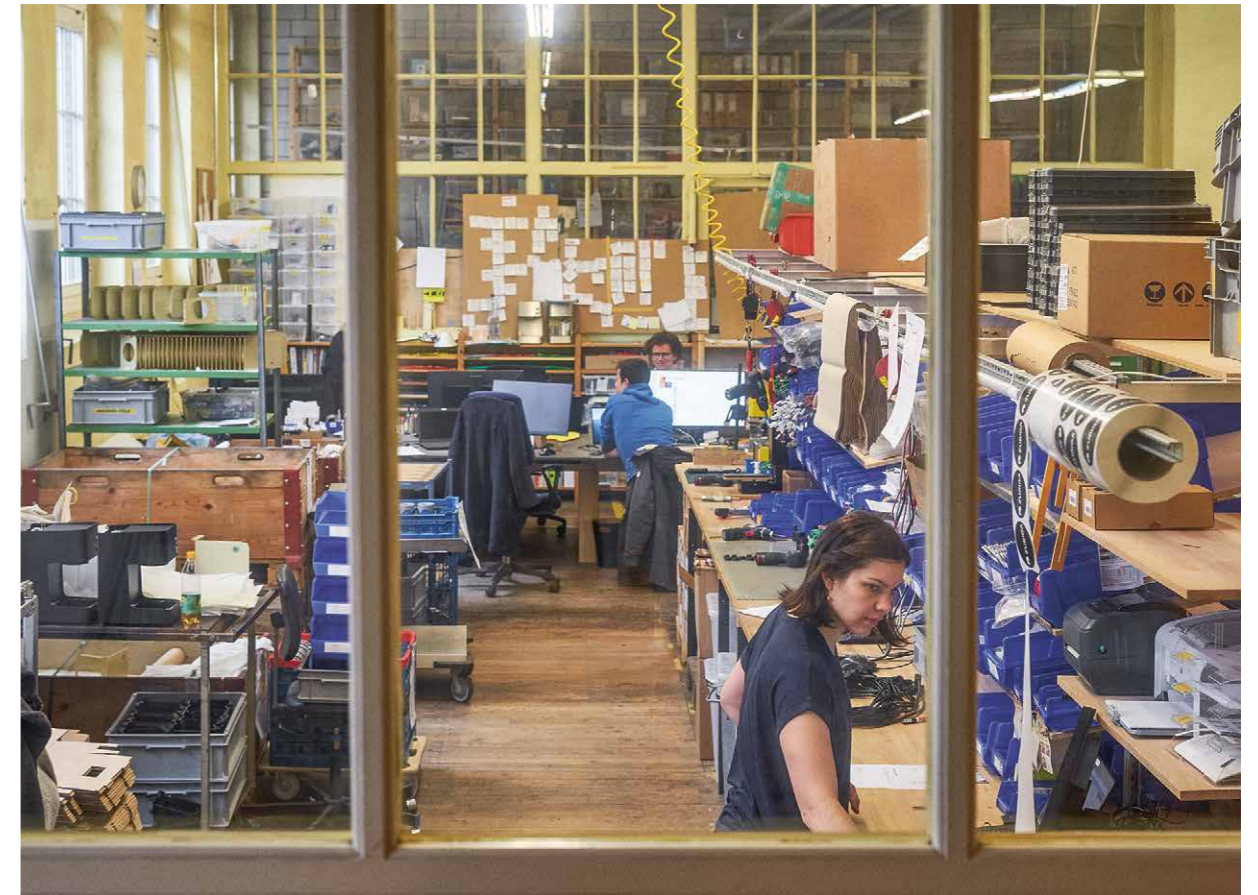
Weiter geht es durch die Halle. Sie ist Grossraumbüro und Produktionsstätte in einem. Auf der Fensterseite des Raumes befindet sich die Fertigungsstrasse, die mithilfe eines Brancheninsiders konzipiert wurde. Die Hilfe des Experten, der inzwischen im Beirat von Zuriga sitzt, war notwendig, denn das Zusammenbauen der Maschinen per Hand dauerte anfangs etwa zwei Arbeitstage, mittlerweile reichen aber zwei Stunden. Innerhalb dieser Zeit werden 318 Einzelteile in 127 Arbeitsschritten verbaut und zur direkten Lieferung an die Kunden bereitgestellt. Standen anfangs noch jeden Tag sämtliche Mitarbeitenden in der Produktion, schraubt heute ein wachsendes

Oben: Reni Diggelmann bereitet am Ende der Fertigungsstrasse das Verpacken der Geräte vor.

Unten links: Die provisorisch wirkende Messstation misst den Druck und die Temperaturen der neuen Heizaggregate für die Dampfzangen.

Unten rechts: Manuel Bianchi tüfelt an dem nächsten grossen Ding.

«Wir haben ein zurückhaltendes Design, das sich auch in ein paar Jahren noch in jede Küchenzeile gut einfügen soll.»





In Genf übernehmen Lucie Bornet und Marie-Louise Mederer im Birdie Food & Coffee das Ruder, dem ersten Specialty Coffee Shop der Westschweiz.

BIRDIE

Zwei Frauen wagen den Sprung

Linke Seite: Exzellenter Spezialitätenkaffee und ein überzeugendes Brunchmenü bringen einen Hauch von Australien an die Rue de Bains nach Genf.

Oben: Lucie Bornet (links) und Marie-Louise Mederer übernehmen inmitten der Corona-Pandemie das Birdie Food & Coffee.

«In einem merkwürdigen Moment hat es sich sehr richtig angefühlt», sagt Marie-Louise Mederer, eine der beiden neuen Besitzerinnen von «Birdie Food & Coffee», und lacht. Zusammen mit Lucie Bornet, der langjährig leitenden Barista des Cafés übernimmt sie im September 2020 den ältesten Specialty Coffee Shop der Westschweiz. Merkwürdig ist der Zeitpunkt der Übernahme in der Tat. Denn im Oktober erholte sich die Schweizer Gastronomie noch immer vom ersten Corona-Lockdown. Gleichzeitig liessen steigende Infektionszahlen bereits erahnen, dass die Krise noch längst nicht überwunden war. Dennoch sahen die beiden Jungunternehmerinnen im Kauf des kleinen, aber hippen Cafés an der Rue de Bains eine einmalige Chance, sich mit einem im Kunstviertel der Stadt etablierten Gastronomiebetrieb den Traum vom eigenen Café zu erfüllen. Denn die Gründer und bisherigen Besitzer des Birdies, Bastien Frison und Florent Marot,

die das operative Geschäft bereits einige Jahre zuvor abgegeben und sich ins Ausland umorientiert hatten, wollten das Café nicht mehr aus der Ferne führen. Schon gar nicht in solch herausfordernden Zeiten.

Als das Angebot von den Gründern Bastien Frison und Florent Marot auf den Tisch kam, hatten Marie-Louise und Lucie bereits seit zwei Jahren an einem Konzept für ihr gemeinsames Café gefeilt. Sie träumten von einem Ort, wo junge Kunstschaffende auf Kunstliebhaber, spezielle Kunst auf Spezialitätenkaffee und regionales Essen auf Pop-Up-Stores treffen würden. Ausgerechnet mitten im Pandemiejahr ergab sich plötzlich die einmalige Chance, das ihnen ans Herz gewachsene Birdie zu übernehmen, in welchem ihr Traum Wirklichkeit werden könnte. Und das zudem Lucie seit einigen Jahren bereits de facto leitete, seitdem die bisherigen Besitzer ihr die operative Verantwortung übertragen hatten. Dennoch: «Es ist



«Ich stamme aus einer unternehmerischen Welt. Alle in meiner Familie sind Unternehmer.»

immer ein Risiko, ein Geschäft zu übernehmen. In unserem Fall ganz besonders, weil wir nicht wissen konnten, wie es mit der Pandemie weitergehen würde», erinnert sich die 27-jährige Lucie an die Entscheidungsfindung. «Wir hatten sehr lange darüber nachgedacht. Sollen wir? Oder doch nicht? Aber wir sagten uns: wenn wir jetzt nicht springen, was wird aus dem Ort? Wieder ein Schuhladen wie zuvor?» Zudem kommt ein etabliertes Café mit dem hohen Hippienessfaktor und der Reputation, eines der Pioniere für Spezialitätenkaffee in Genf zu sein, mit einem gewissen Preis. Die 32-jährige Marie-Louise beteuert: «Wir wollten die Chance aber nicht vorbeiziehen las-

sen. Also reichten wir unser Konzept bei der Fondation d'aide aux entreprises ein, die in der Westschweiz unter anderem für Startups bürgt. Und als sie unser Vorhaben akzeptierten, sprangen wir.»

Für so einen Sprung braucht es eine gehörige Portion Mut. Dieser ist eine Mischung aus angeborener Risikofreude und einer grossen Idee, einer motivierenden Vision. Bei Marie-Louise scheint es in den Genen zu liegen. «Ich stamme aus einer unternehmerischen Welt. Alle in meiner Familie sind Unternehmer», erzählt sie. Ihre Familie besitzt den Fruchtgummihersteller Trolli aus Deutschland, welcher in der Branche nach Haribo die Nummer Zwei auf dem deutschen Markt ist. Als Glückwunsch für die Übernahme von Birdie überraschte ihr Vater sie mit Fruchtgummis in der Form des Birdie-Logos. Marie-Louise verbrachte ihre Kindheit in Deutschland, den Vereinigten Staaten und in Genf, wo ihre Mutter herkommt. Auf die Idee, dass sie als Unternehmerin möglicherweise mehr bewegen kann als bei Non-Profit-Organisationen, kam sie während ihres Jobs bei der UNO, den sie nach ihrem Bachelor in Psychologie begann. Dort nahm sie eine überbordende Bürokratie wahr,

Lucie Bornet leitet das operative Geschäft und ist die Kaffeeexpertin.

