

Kaffee-Text 1/99

[Kalter Kaffee mit viel Aroma](#)

[Amerikaner trinken deutlich mehr Tassen](#)

[Die Finnen - Weltmeister im Kaffeetrinken](#)

[Besseres Trinkwasser für einen schmackhaften Kaffee](#)

[Zum Arabischen Coffee Baum in Leipzig - zweitältester Kaffeetempel Europas](#)

[Kaffee-Bericht '98 - Informationen zum Kaffeemarkt für Ihr Archiv](#)

Kalter Kaffee mit viel Aroma

Ein Schuss Aroma in den Kaffee und schon eröffnen sich ganz neue Geschmackswelten. Getreu diesem Motto begeistern sich schon seit Jahren viele Amerikaner und neuerdings auch immer mehr andere für Kaffee und Kaffeegetränke, die durch den Zusatz von Aromen wie Haselnuss, Zimt, Creme Brulée, Schokolade-Macadamianuß etc. ihr gewisses Etwas erhalten.

Wurden die Aromen in früheren Jahren in erster Linie für Röstkaffee, lösliche Kaffeegetränke, Kaffeeweißer und Sirupe – in Richtung Heißgetränk – entwickelt, so wird von ihnen nun erwartet, dass sie ebenfalls mit den angesagten geeisten Kaffeevarianten harmonieren. Denn in den USA, in Japan, Korea, Großbritannien und jetzt auch in Deutschland in den Kaffeebars spielt die Angebotsform des „kalten Kaffees“ eine wichtige Rolle. Die eisigen Leckereien mit Bezeichnungen wie Mochaccino, Café Granita, Caffè Freddo, Iced Cappuccino, Iced Coffee Americano, Iced Coffee Latte, entweder als Short, Tall oder Grande serviert, und auch das erste Kaffee Kaltgetränk in Deutschland, das direkt aus der Dose getrunken wird, sind die Hits der Sommersaison. Vielfach sind gerade sie mit einem zusätzlichen Schuß Aromasirup verfeinert.

Für die Aromenhersteller ist dieser Trend eine Herausforderung, denn in Verbindung mit niedrigen Temperaturen können auch dezente und damit eher zarte Aromen eine ausgeprägte Note im Kaffee entwickeln. Beim Einsatz im Heißgetränk werden hingegen die robusten Geschmacksvarianten benötigt.

Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass trotz Dutzender Aromen im Angebot der Hersteller nur drei Geschmacksvarianten im Markt dominieren. Schon seit Jahren bevorzugen die Konsumenten Schokolade, Haselnuss und Vanille. Zum einen passen sie besonders gut zum komplexen Kaffeearoma, zum anderen setzt man im Abverkauf eher auf „Renner“ und tut sich schwer damit, neue Aromen mit ungewissen Absatzchancen ins Programm zu nehmen.

[Überschriften dieser Seite](#)

Amerikaner trinken deutlich mehr Tassen

Die amerikanischen Kaffeetrinker steigerten ihren Tassenkonsum im Winter 1998/99 auf 3,5 Tassen pro Kopf und Tag. Das ist ein bemerkenswerter Anstieg von 16% gegenüber der Vergleichsperiode 1997/98 (3 Tassen). Hinzu kam sogar

eine Zunahme der durchschnittlichen Tassengröße im Vergleichszeitraum. Dies ergab der 1999er „National Coffee Drinking Trends Survey“, der in Auftrag des Amerikanischen Kaffee-Verbandes NCA durchgeführt wurde.

Besonders beeindruckend ist die Tatsache, dass die jungen Kaffeekonsumenten dem Getränk am meisten zugetan sind. So gönnten sich die 18-24jährigen 4,6 Tassen täglich, die 25-29jährigen 4,2, die 30-59jährigen 3,8 und die über 60jährigen nur noch 2,8.

Das liegt in erster Linie am neuen Image, den das Getränk Kaffee heute auf dem US-Markt hat. Vom alltäglichen Getränk für die Massen hat sich Kaffee zu einem akzeptiertem Gourmetgetränk gewandelt. Von den 113 Millionen Amerikanern, die 1999 täglich Kaffee tranken, bevorzugten 21 Millionen Gourmetkaffee. 1993 waren es nur 4,5 Millionen gewesen, die bereit waren, ihr Geld für besondere und damit vergleichsweise teure Kaffees auszugeben.

Jeder Amerikaner kann sich aus einer Fülle von Kaffeeprodukten bedienen: Premium-Blends für Anspruchsvolle, besondere Sortenkaffees bestimmter Herkünfte mit ihrem typischen Geschmack, die Wahlmöglichkeit verschiedener Röstgrade etc. Die Menükarten der Gourmetkaffee-Häuser, von denen es mittlerweile 7.000 Stück in den USA gibt, locken mit Getränken auf der Basis von Espresso und Premiumsorten, Iced Coffees und Aromen. Zudem sorgen die Investitionen der Unternehmen in ihre Outlets, dass diese zu immer attraktiveren Locations für den aushäusigen Kaffeekonsum werden. So sagten 1999 nur noch 57% der Amerikaner, daß sie zu Hause zum Frühstück Kaffee trinken würden (vorher 66%). Dagegen gewann die morgendliche Tasse Kaffee außer Haus wesentlich mehr Liebhaber: nämlich 19% in 1999 verglichen mit 13% in 1998. Auch daran ist zu ermessen, wie populär die Institution der Coffee Houses mittlerweile ist.

Wie überhaupt die Zahl der gelegentlichen Kaffeetrinker in den USA in den letzten Jahren kräftig zugenommen hat. 63 Millionen bekannten sich 1999 dazu, hin und wieder Kaffee zu genießen. 1991 waren es nur 34 Millionen gewesen. Die NCA sieht darin das Ergebnis einer gezielten Nutzung des Gourmetkaffee-Angebotes durch die Konsumenten. Passend zur jeweiligen Gelegenheit sucht sich der Verbraucher aus der breiten Produktpalette das gewünschte Kaffeetränk aus.

Überschriften dieser Seite

Die Finnen - Weltmeister im Kaffeetrinken

Ungerechnet rund 11 kg Rohkaffee verbrauchen die Finnen jährlich. Kaffee ist für die finnische Bevölkerung ein unverzichtbares Nahrungs- und Genussmittel, für das die finnischen Haushalte ungefähr 1,5 Mrd. Finnmark ausgeben.

Im Wettstreit mit den Finnen betrachten sich die Schweden als Weltmeister im Kaffeetrinken und kämpfen seit Jahren Kopf an Kopf um diesen Titel.

Entkoffeinierte oder lösliche Kaffees führen ein Schattendasein in finnischen Lebensmittelregalen. Die Finnen wollen den unverfälschten Genuss zu allen

Tageszeiten und bei allen Gelegenheiten. Die hohe Wertschätzung dieses Getränks erklärt sich aus der Geschichte. Im 18. und 19. Jahrhundert wurde Kaffee als Ersatz für den sehr verbreiteten und hohen Alkoholkonsum propagiert.

An diese Zeit erinnert die in Finnland in ländlichen Gebieten immer noch praktizierte Aufgussmethode, den Kaffee direkt in der Kanne, ohne Filter, zu kochen. Heute ist diese Form der Zubereitung allerdings nur noch in abgelegenen Bereichen und vor allem im Norden gebräuchlich. Rund 20% des Kaffees werden daher speziell gemahlen für diese Art des Aufgusses angeboten. 80% hingegen sind für den Filter und die Kaffeemaschine gemahlener, vakuumverpackter Kaffee. Die Verteilung erfolgt über die großen Handelsketten. Finnlands Kaffeeröster, von denen es inzwischen nur noch vier große gibt (Paulig 50%, Meira 26%, Viking 15%, Tuko 5%), sehen ihre einzige Konkurrenz in dem hohen Erfrischungsgetränkeverbrauch der Jugendlichen.

So klagt die finnische Kaffee-Industrie über einen leichten Konsumrückgang. Wie überall in Nord- und Mitteleuropa fängt auch in Finnland die Kaffeebar-Welle an, allerdings nur in der Hauptstadt, wo der Außerhaus-Verbrauch der höchste im ganzen Land ist. Insgesamt werden 18 bis 20 % des Kaffees nicht zu Hause getrunken.

Der Preiswettbewerb ist härter geworden. Umgerechnet 6,- DM kostet ein Pfund Röstkaffee zur Zeit. Günstiger ist der Kaffee für einen Finnen in den neuen Exportmärkten der heimischen Röster. In St. Petersburg, Tallin oder Riga ist die Packung Kaffee deutlich günstiger zu erhalten.

Überschriften dieser Seite

Besseres Trinkwasser für einen schmackhaften Kaffee

Der Inhalt einer Tasse Kaffee besteht zu 98% aus Wasser. Daher ist es selbstverständlich, dass die Wassergüte von großer Bedeutung für die Qualität des Kaffeegetränks ist. Gutes Kaffeewasser sollte immer frisch, mineralreich, sauerstoffhaltig und nicht zu hart sein.

Auf die Qualität des deutschen Trinkwassers können sich die Verbraucher verlassen, denn sie richtet sich heute bundeseinheitlich nach den strengen gesetzlichen Bestimmungen der Deutschen Trinkwasserverordnung. In ihr werden rund 30 Grenz- und Richtwerte für mögliche Inhaltsstoffe definiert.

Dennoch ist Wasser nicht gleich Wasser. So kann es Gründe geben, eine Optimierung des Leitungswasser vorzunehmen, wenn es darum geht, den Genusswert des Kaffeegetränks zu erhöhen. Aus fachlicher Sicht sollte Kaffeewasser nach Möglichkeit wenig Karbonathärte enthalten, denn die Karbonathärte beeinträchtigt den Geschmack des Kaffees und setzt sich beim Kochen als unlösliches Calciumkarbonat (Kalk oder Kesselstein genannt) nieder.

Um die Karbonathärte zu reduzieren, können bestimmte Filtersysteme, wie z.B. Tischfilter mit auswechselbarer Kartusche, eingesetzt werden. Das Heißgetränk Kaffee kann dann sein volles Aroma wesentlich besser entfalten, denn in kalkarmem Wasser lösen sich die Aromastoffe leichter und in der

Kaffeemaschine setzt sich weniger Kalk ab. So manche Mark für die Entkalkung kann gespart werden. Die Geräte halten auch länger, was wiederum zur Schonung der Ressourcen beiträgt.

Je nach Wirkungsweise lassen sich aber auch noch andere unerwünschte Inhaltsstoffe des Wassers reduzieren, wie z.B. Chlor und Chlorverbindungen, die gelegentlich aus Desinfektionsgründen eingesetzt werden, sowie Blei und Kupfer, die unter Umständen aus den Haushaltsleitungen stammen können.

Es können auch Filbertechniken eingesetzt werden, um eine Teilentsalzung und Mineralisierung des Kaffeewassers zu erreichen, was allerdings eher im gewerblichen Bereich der Kaffeezubereitung eine Rolle spielt.

Um eine einwandfreie Funktion des Filtersystems zu garantieren, muß es regelmäßig gepflegt werden und die in den Filtern enthaltenen Patronen sind auszutauschen.

Wichtig ist ebenfalls der pH-Wert des Wassers. Für die Kaffeezubereitung sollte er auf der Bandbreite von 6,5 bis 7,5 liegen. Über Ihre Wasserbeschaffenheit gibt Ihnen das zuständige Wasserwerk Auskunft.

Überschriften dieser Seite

Zum Arabischen Coffee Baum in Leipzig - zweitältester Kaffeetempel Europas

Seit November 1998 ist die Stadt Leipzig um ein weiteres, aufwendig restauriertes Baudenkmal, dem Haus „Zum Arabischen Coffe Baum“, reicher. Es ist ein im Originalbau erhaltener Kaffeetempel, in dem seit dem Jahr 1720 Kaffee ausgeschenkt worden ist. Die Gaststätte im Erdgeschoss ist die nach dem Café Procope in Paris älteste, bis heute durchgängig betriebene Kaffeeschänke Europas.

Allerdings war die Gaststätte nie eine reine Kaffeeschänke, sondern die erste Wirtin Johanna Elisabeth Lehmann servierte schon neben den üblichen Heißgetränken Kaffee, Tee und Schokolade auch Wein, Likör und warmen Imbiss.

In den städtischen Ratsbüchern taucht das Haus „am Barfüßer Thor“ zum ersten Mal 1556 auf. 1718/19 erhielt das barocke Bürgerhaus auf alten Grundmauern in etwa seine heutige Gestalt. Auch die berühmte Portalplastik über der Eingangstür mit dem prächtig aufgeputzten Osmanen mit der großen Kanne, dem von einem kleinen Amor ein „Schälchen Heeßen“ gereicht wird, stammt aus dieser Zeit und hat als Gewerbezeichen und Namensgeber gedient.

In seiner fast 300jährigen Geschichte ging eine illustre Gesellschaft in diesem Haus ein und aus. Man lebte, liebte, arbeitete, feierte, aß und trank in seinen Mauern. Zeitweise waren bis zu 80 Personen im Haus ansässig. Schriftsteller, Poeten, und Musiker wohnten in ihm oder hielten sich in den Gasträumen auf. Später waren studentische Verbindungen im Haus und noch viel später residierten zeitweise Mitarbeiter des Ministeriums für Staatssicherheit unter dem diskreten Firmennamen VEB Mikroelektronik im 2. Stock.

Heute, wo zum ersten Mal in seiner Geschichte das ganze Gebäude öffentlich zugänglich ist, können im Haus „Zum Arabischen Coffe Baum“ Besucher in historischen Gastzimmern speisen. Mehrere Cafés erwarten den Kaffeegenießer und in den 15 Ausstellungsräumen des Stadtgeschichtlichen Museums laden Hunderte von Exponaten zum Thema „300 Jahre Sächsische Kaffeekulturgeschichte“ zum Besuch.

Das Museum „Zum Arabischen Coffe Baum“ in Leipzig, Kleine Fleischergasse 4, ist täglich geöffnet von 10.00 bis 19.00 Uhr. Nähere Einzelheiten können über die Telefonnummer 0341 – 96 51 30 erfragt werden.

Überschriften dieser Seite

Kaffee-Bericht '98 - Informationen zum Kaffeemarkt für Ihr Archiv

Kaffee ist ein internationales Produkt. Anbau, Aufbereitung, Handel, Transport, Veredelung und Konsum verbinden Millionen von Menschen in aller Welt. Über 20 Millionen von ihnen verdienen ihren täglichen Lebensunterhalt durch Kaffee.

Im internationalen Vergleich ist Deutschland nach den USA und Brasilien der weltweit drittgrößte Konsummarkt für Kaffee. Um den Rohkaffeebedarf der deutschen Röstkaffee-Industrie zu decken, werden jährlich Kaffee-Importe im Wert von durchschnittlich drei Milliarden DM getätigt. Die gesamte Kaffeebranche in Deutschland setzte im Jahr 1998 rund 8,7 Milliarden DM um. Der Absatz betrug 432.000 Tonnen Röstkaffee und 13.110 Tonnen löslicher Kaffee. Das entsprach einem Einsatz von 548.170 Tonnen Rohkaffee. Der Pro-Kopf-Verbrauch lag bei 6,7 Kilogramm Rohkaffee.

Diese und viele weitere Informationen, z.B. über den Rohkaffee-Weltmarkt, den Rohkaffeehandel, den Inlandsmarkt für Röst- und löslichen Kaffee sowie Gesetzgebungsaktivitäten, finden Sie im Jahresbericht des Deutschen Kaffee-Verbandes.

Überschriften dieser Seite