

Kaffe

UTGITT AV NORSK KAFFEINFORMASJON • JUNI 2019 NUMMER 17

WWW.KAFFE.NO



14 **JAPAN**
Et paradys for kaffekjennere

30 **TE**
Mer utbredt enn kaffe

102 **STOCKFLETHS**
Forvalter av en stolt arv

INNHold

- 4 Verdens mest moderne kaffebrenneri
- 8 Ikke bare iskaffe
- 10 Alle skal brenne kaffe
- 14 Japan – kaffekjennerens paradys
- 24 Kawaii Hokuo – en nordisk fantasiverden
- 28 Fra Tokyo for å lære om Oslos kaffekultur
- 30 Tema: Te
- 46 Kaffen kom til Bergen før den kom til Brasil
- 56 Bønner i Bergen
- 58 Baker Brun Tradisjonsrikt bakeri med blikket fremover
- 62 Fra krambod til Norges største kaffehus
- 64 Mer enn støvsugere og vaffeljern
- 70 Folkehøyskole med baristalinje
- 74 Møt årets norgesmestere
- 84 Bærekraft lønner seg
- 90 Østerssopp dyrket på kaffegrut
- 98 Gelato og kaffe i Kristiansand
- 102 Stockfleths – forvalter av en stolt arv
- 110 Kaffehelder – bli med en servicetekniker på jobb
- 115 Røverkaffe – fra vanekriminell til brennemester og barista
- 118 Trenger du en kaffebar
- 122 Hva er egentlig pulverkaffe?
- 126 Trieste – Italias kaffe hovedstad
- 142 Skandinavisk kaffe til hele verden
- 147 Kaffe transport på 1800-tallet
- 150 Kaffe i dagligvare
- 152 Verdens kaffe produksjon 2018
- 154 Slik drikker nordmenn kaffe
- 155 Kaffebrennerier i Norge
- 156 Kaffebarkjedene
- 158 Kaffebaroversikten 2019
- 162 Oversikt over godkjente maskiner



14
KAFFEKULTUR
I JAPAN

84

BÆREKRAFT
LØNNER SEG



74
ÅRETS
NORGES-
MESTERE



90

ØSTERSOPP
DYRKET PÅ
KAFFEGRUT



126
TRIESTE ITALIAS
KAFFEHØVEDSTAD



150

TALL OG FAKTA



04
VERDENS MEST
MODERNE
KAFFEBRENNERI



102
STOCKFLETHS



46

PÅ KAFFESAFARI
I BERGEN

SIGNERT

Kaffe er kultur. Det er noe langt mer enn selve drikken. Kaffe representerer sosialt samvær og ritualer, skikker som varierer fra land til land og verdensdel til verdensdel.

Alle som har deltatt i en etiopisk kaffeseremoni har fått oppleve noe spesielt, dypt forankret i landets kultur. Det samme har de som har drukket kaffe i en basar i Midt Østen. Tyrkias kaffekultur finnes på Unescos liste over verdens kulturarver. I Sverige jobber man for at «fika» skal inn på samme liste. En som opplever bålcaffe i den norske naturen vil garantert få et minne for livet.

I Italia finner vi kaffe tradisjoner som har spredd seg over hele verden. De har gitt oss espressoen, og med den et utall drikker. Fremveksten av moderne kaffebarer har sin forankring i Italias kaffekultur.

Te er også kultur og te-seremonier i Japan er en åndelig disiplin. Verdens meste utbredte drikk har vært, og er, førstevalget i store land som Kina og Japan. Kaffeinteressen øker imidlertid i de tradisjonelle te-landene. Det begynner gjerne med yngre mennesker i de store byene, og for å få et inntrykk av nivået kan man bare ta en titt på resultatene i de internasjonale kaffe konkurransene. Her gjør både kinesere og japanere seg gjeldende.

Blant folk som konkurrerer finner vi et ekstremt råvarefokus. Bønnenes opprinnelse, foredling og tilberedning står i sentrum. Møt årets Norgesmestere og ta del i noen av deres tanker og erfaringer. Vi bringer en stor reportasje fra Japan og vi har te som eget tema i denne utgaven. Vi inviterer deg også med på kafébesøk i Trieste, Italias fremste kaffeby. Så bringer vi selvsagt masse stoff fra hjemlige trakter, ikke minst et besøk i Bergen for å se hva som rører seg på kaffe fronten i Vestlandets hovedstad.

Man drikker sin kaffe med den største selvfølgelighet, enten man sitter på en fortauskafé i Trieste eller i et smug i Bergen. Kanskje teller omgivelsene og stemningen mest enkelte ganger. Men om kaffen smaker godt får man dobbel glede.

God lesing!

Bjørn Grydeland



Kaffe 17 • 2019

ANSVARLIG REDAKTØR: Bjørn Grydeland
FORSIDEFOTO: Getty Images



UTGIVER: Norsk Kaffeinformasjon
☞ kaffe.no

DESIGN: Oktan Oslo / Nina Malmberg
☞ oktanoslo.no

PRODUKSJON: Printall
☞ www.printall.no

VERDENS MEST MODERNE KAFFEBRENNERI

Anlegget i Vestby skal sikre en bærekraftig produksjon av kvalitetskaffe for fremtiden, sier administrerende direktør Espen Gjerde i Joh. Johannson.



- Kaffeforedlingsanlegget i Vestby baserer seg på bruk av ny teknologi på en rekke områder, forteller fra venstre Ted Allergoth, Espen Gjerde og Ole-Kristian Mosvoll.



Foto: Nils Henrik Sjo



Slik skal det ferdige kaffeanlegget fremstå.

- Miljøengasjementet i dette prosjektet er ektefølt og sterkt. Dette er ambisjoner som er retningsgivende for oss, og som vi og våre eiere er opptatt av å realisere - selv om denne investeringen i kroner er betydelig større enn om vi hadde bygget et ordinært kaffeforedlingsanlegg. Den forventede prislappen på anlegget er 625 millioner kroner.

Joh. Johannsons 9400 kvadratmeter store anlegg er i ferd med å ta form. De gigantiske trekonstruksjonene er langt på vei ferdig montert, og vil gjøre dette til landets største industribygning konstruert i tre.

- Tre som byggemateriale gir flere fordeler rent bærekraftsmessig, men det er også krevende fordi det nødvendiggjør

en del spesialløsninger, sier teknisk direktør Ole-Kristian Mosvoll.

AVANSERT

I løpet av 2020 vil en stor andel av kaffen som drikkes i Norge bli produsert ved anlegget. Dette blir et av verdens mest avanserte for foredling av kaffe, og ny teknologi vil sørge for at all kaffe som leveres fra Joh. Johannson, blir produsert på en bærekraftig og miljøvennlig måte. Den årlige produksjonen er estimert til 12000 tonn ferdig kaffe.

SUVEREN SMAK

- Og smaken blir selvfølgelig suveren som alltid, fremhever markedsdirektør Ted Allergoth med et smil! Selve produksjonen vil endres på mange måter, med det vil ikke rokke ved de gode smaks-

opplevelsene som kaffemerkene våre er kjent for. Vi er veldig opptatt av å videreføre dette slik at kundene får akkurat det de er vant til. Det betyr at selve brenningen av kaffen vil foregå på samme måte som før, forklarer Allergoth. Samtidig er det viktig å få frem at det nye anlegget gir mange nye muligheter rent pakketeknisk. Blant annet vil vi kunne produsere mindre serier, og vi kan tilby flere ulike kaffevarianter.

KLIMANØYTRAL

Men hva er det som gjør dette bygget så spesielt?

- Det er en rekke faktorer som bidrar til å gjøre dette bygget unikt, forklarer Mosvoll:

- Det muliggjør bl.a. en helt annen og mer miljøvennlig produksjon.

- I forhold til dagens anlegg blir klimautslippet/CO2 utslippet redusert med opptil 86 %.
- Bygget vil ha en egen energi-sentral som sikrer optimal bruk av restvarme.
- Det er langt mer effektivt.
- Høy automatiseringsgrad i anlegget reduserer faren for feil og øker kvaliteten.

- Det er også viktig å få frem at anlegget vil ha en klimanøytral drift og en lavutslippsprosess for kaffeforedling. Klimanøytral drift innebærer at vi produserer like mye eller mer energi enn det som kreves for å drifte bygget. Det skal oppnås gjennom klimatiltak og egenproduksjon av strøm, forklarer Mosvoll.

NY TEKNOLOGI

- Kaffeforedlingsanlegget i Vestby baserer seg på bruk av ny teknologi på en rekke områder, bl.a. når det gjelder bruk av kjølebrønner, lavkarbon-solceller, varmegjenvinning og bruk av biogass. Det unike med anlegget er at det er første gang man setter disse elementene sammen for å lage et bærekraftig produksjonsanlegg for kaffe, sier Gjerde. - For oss er dette et spennende prosjekt vi er mektig stolte av. Vi kjenner ikke til noe tilsvarende anlegg noe annet sted i verden, hverken byggeteknisk eller på miljøsidan.

MULIGHETER

Vil det nye anlegget gi rom for utforskning og utvikling av nye kaffeprodukter? - Vi legger ned betydelige ressurser

i utviklingen av et kompetansesenter ved anlegget, noe vi tror og håper mange vil ha glede og nytte av. Dette vil ha flere anvendelsesområder, og det å se på utviklingen av nye produkter vil også være en del av dette, sier Allergoth.

Vil det komme flere produkter i sortimentet som et resultat av mulighetene et nytt anlegg gir?

- Det vil det høyst sannsynlig gjøre, uten at vi fokuserer så mye på dette i dag. Nå er vi oppsatt på å ferdigstille anlegget etter de planer som er lagt. Når det er sagt, mener vi at det å tilby kvalitets-kaffe produsert i et klimanøytralt anlegg, vil gi oss en betydelig konkurransekraft i årene som kommer, fremhever Espen Gjerde, Ole-Kristian Mosvoll og Ted Allergoth.

Kalde kaffedrikker

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Joh. Johannson • Löfberg • Adobe Stock/Brent Hofacker



Ikke bare iskaffe

Det er ikke opplagt at de store kaffetrendene fra USA eller Japan slår an i Norge. De små brenneriene eksperimenterer og nye spennende kaffedrikker dukker opp i kaffebarene, særlig om sommeren. Men hva gjør de store aktørene i norsk kaffebransje?

Joh. Johannson Kaffe er av de store og står bak Norges mest solgte kaffe, Evergood og en rekke andre kaffemerker. Våren 2018 lanserte de Nitrokaffe.

– Kaldbrygget kaffe, Cold Brew, er i ferd med å bli en megatrend. I USA nyter 1 av 10 kaffedrikkere kaldbrygget kaffe ukentlig. Vi ønsket å være først ut i Norge med Nitrokaffe på boks, og har troen på at dette vil slå an. Den er også en ypperlig base i kaffedrikkere, som også er på vei opp.

Dette sier Torgeir Østenengen, salgssjef for dagligvare i Joh. Johannson Kaffe. – Etter flere turer i USA har vi sett at denne trenden har vokst. I fjor var vi på New York Coffee Festival, og der hadde samtlige utstillere Cold Brew og Nitrokaffe. Det sier alt. På dagligvare og convenience har de egne avdelinger med Cold Brew og Nitrokaffe.

Nitrokaffen får man kjøpt i Kiwi, Meny og Spar, i kjeder som Deli De Luca og Shell/Esso og ellers i Norgesgruppens butikker

Mottakelsen var positiv og Joh. Johannson solgte alt de klarte å produsere sommeren 2018. Så kom vinteren og salget har naturlig nok gått tilbake. Men det er stabilt, og sommeren 2019 vil salget ta seg opp igjen. I mai lanserte Joh. Johannson Nitrokaffe med to nye smaker - en med honning og ingefær og en med ekte vanilje. Begge variantene er uten tilsatt sukker. Meny Solsiden i Trondheim er forøvrig den butikken som selger mest Nitrokaffe i Norge.

Produktet foretrekkes av den moderne forbruker, samt de som er opptatt av kvalitet og sunnhet, viser undersøkelser. – Nitrokaffe er et sunt alternativ til energidrikk, sier Torgeir. Kaffen blir brygget på iskaldt vann i 18 timer før den tilsettes



Joh. Johannson solgte alt de klarte å produsere i fjor sommer.

nitrogen og tappes på boks. Og legger til at 75% av kundene er under 30 år!



LÖFBERGS SATSER PÅ HORECA

En annen aktør som satser på kalde kaffedrikker er svenske Löfbergs. De kom med kaldbrygget kaffe til 2018-sesongen og har også investert i et konsept tilpasset restauranter, kaffebarer og andre aktører i horeca-markedet – en kombinasjon av nye produkter for servering av kalde kaffedrikker, menyer og maskinløsninger. Det handler om å kunne tilby gjestene varianter av iskaffe, kaldbrygget kaffe, nitro, Creamy Cold Brew og Cold Brew Slush, enten for å drikke på stedet, eller som take away.



Kaffebrennerier

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Julianne Leikanger

ALLE SKAL BRENNE KAFFE!

Antall kaffebrennerier har doblet seg på få år. Om lag 70 kaffebrennerier er nå i sving rundt om i vårt langstrakte land. Lippe investerer for fremtiden i et tøffere marked.

Ny kaffebrenner er installert. Det samme er ny pakkemaskin. Lippe kaffebrenneri på Rosenholm i Oslo ruster seg for fremtiden og investerer i nytt utstyr. En milepæl for det lille brenneriet som hever blikket og ser framover.

- Det har vært en travel vinter og vår, men nå er det meste på plass, sier Alexander von der Lippe. En skinnende ny 70 kilos Loring ruver ved siden av den lille Joperen som ble anskaffet i 2007.

FRA HOBBY TIL PROFESJONELL- NÆRINGSVIRKSOMHET

Joperen har gjort jobben sin og tjent inn pengene den kostet. For Lippe har drevet godt. Omsetningen har steget jevnt og trutt og endte på 16,4 mill i 2018. Firmaet tjener penger, likviditeten er god og egenkapitalen i orden. Det er all grunn til å gi stjerne i boka og klapp på skulderen. Men driften har vært nøktern og de nye investeringene er planlagt.

- Vi har spart lenge til denne oppgraderingen, sier Pia von der Lippe.

Det startet som en hobby for mer enn 20 år siden, da Alexander begynte å interessere seg for espressomaskiner. Paret studerte kjemi og biologi på universitetet og begynte som forhandler av Rancilio Espressomaskiner. Det holdt de på med i en del år under navnet Temperato Espressomaskiner, før de begynte å brenne kaffe i 2008. Nå representerer service og salg av espressomaskiner under 10 prosent av omsetningen, og merkevaren Lippe er både respektert og anerkjent i bransjen. Firmanavnet ble endret til Lippe AS for kort tid siden.

- Vi fortsetter som Rancilio-forhandler, sier Alexander. Det er greit med flere ben å stå på, og utstyret trenger service og vedlikehold. En espressomaskin kan vare lenge om den blir tatt godt vare på, og vi har blitt gode til å skru!

LYKKELIG SOM LITEN?

Det er ikke drømmen om rikdom som driver alle de nye kaffegründerne. Mange har hatt kaffe som hobby i mange år og tar steget opp til kommersiell brenning uten å risikere så mye. Å lease eller kjøpe en liten brukt brenner er overkommelig. Enkelte har kanskje en drøm om å starte noe for seg selv, men lever godt med en annen jobb ved siden av.

- Man må jo på et eller annet tidspunkt begynne å ta ut lønn, sier Pia. Ellers blir dette bare ren hobbyvirksomhet. Selv om hver og en representerer et svært lite volum, blir summen en god del kilo som de «profesjonelle» brenneriene går glipp av.

- Samtidig må vi huske at fremveksten av små brennerier rundt omkring vekker lokalt engasjement, legger Alexander til. De får omtale i media, deltar på lokale markeder og blir en lokal kaffestemme. Kanskje tar nærbutikken inn noen



” Det har vært en travel vinter og vår, men nå er det meste på plass. ”



partier. For kaffesaken blir dette et positivt krydder.

En ting er kortreist og lokalbrent kaffe for nærsamfunnet. Noe annet er å produsere et visst volum i et nasjonalt eller nordisk marked. Da skal man konkurrere med de aller beste og levere kaffe av høy kvalitet over tid. Da skal man også være partner og rådgiver for kunden, og da er kompetanse og erfaring helt avgjørende.

Jacobs Douwe Egberts, Joh. Johannson og Kjedsberg representerer om lag 93% av produksjonen i Norge. Alle andre blir små i denne sammenhengen. Norsk dagligvare er ikke målgruppe for nyetablerte småbrennerier.

Blant de små er Solberg & Hansen desidert størst, og har en stor markedsdel innenfor spesialkaffe. Få, om noen, har bidratt sterkere de siste tiårene til å utvikle denne delen av markedet. Med kaffebarer, kaffekonkurranser, råvarefokus og en ny generasjon, er interessen

for kaffe større enn noensinne. I kombinasjon med betalingsevne i befolkningen, kan man anta at denne utviklingen vil fortsette.

Mens Solberg & Hansen var lokomotivet, etablerte flere nye brennerier seg utover på 2000-tallet. Flere fikk internasjonal oppmerksomhet som en del av den moderne nordiske brennестilen. De har klart seg godt, ligget i front og utviklet både seg selv og kundene. Verken Supreme Roastworks, Tim Wendelboe, Kaffa eller Lippe har bruk mye penger på markedsføring og salg. Men hvordan vil det bli framover, og hvordan skal nye aktører trenge gjennom?

Det vakte en viss oppsikt da Kaffa gjorde avtale med Kolonihagen og Rema om produksjon av kaffe. En tredobling av produksjonen førte til at noen måtte snu seg rundt noen ganger oppe på Ryen, men de har klart jobben og vist at det går an å vokse, også for et lite brenneri.

Lippe har forberedt seg, men de understreker at dette ikke kun handler om vekst. Også om arbeidsmiljø, om vonde skuldre og nakker, om å etablere en hensiktsmessig produksjon som er mindre manuell.

MER KONKURRANSE

En ting er sikkert. Med flere aktører bli konkurransen tøffere, også for de som har greid seg godt i et stadig voksende marked for spesialkaffe. Det har de fått merke å hos Lippe.

– Vi har i flere år levert kaffe til Åpent Bakeri, sier Pia. En god kunde med stadig flere utvalg i Oslo-området. Nå etablerer de eget brenneri, og en stor omsetning forsvinner.

Det ligger imidlertid positive muligheter i et marked som i stadig større grad ser ut til å verdsette god kaffe. Restauranter, bakerier, kafeer, hoteller og bedrifter har begynt å forstå at kaffe er viktig, men

det er mange brennerier som vil ha en bit av kaka.

– Konkurransen øker og vi må ut og selge i langt større grad.

Kaffebarene vokser i omfang og burde være et godt marked for de nye brenneriene, men så enkelt er det ikke.

– Espresso House og Starbucks brenner sin egen kaffe. Kaffebrenneriet, Stockfleths og Dromedar er i sfæren rundt Norgesgruppen/Solberg & Hansen, så der kommer man ikke inn. Det finnes selvsagt et marked blant de små og uavhengige stedene, men det er ikke dette markedet som vokser mest, sier Pia.

MARKED I UTVIKLING

I Østfold var det ikke et eneste kaffebrenneri for et par år siden. Nå er det fire. Det siste tilskuddet er Røverkaffe, som er et samarbeid mellom Østfold Røde Kors og Indre Østfold Fengsel.

Det skal brennes utenfor murene i Fredrikstad, og innenfor murene i Trøgstad. Kaffen skal selges kommersielt.

Østfold har ikke flust av kaffebarer, og folk drikker kaffe på tradisjonelt vis. Dette markedet må utvikles om det skal bli plass til alle. Kaffen må markedsføres, man må være til stede lokalt, man må reise rundt og prate om kaffen sin og man må invitere privatpersoner og bedrifter på cupping.

Kaffeinteressen er økende, markedet har utviklet seg. I byene har vi fått en generasjon unge kaffedrikkere som verdsetter god kvalitet og som er villig til å betale for den. Pia ser fram til at denne generasjonen tar med seg sin kaffeinteresse når de kommer i maktposisjon.

– Det er lettere å overbevise en oppstatter om å satse på kaffe, enn en litt konservativ virksomhet med en godt voksent sjef som passer pengebingen, smiler Pia. Men det går den rette veien for virksom-

heter som vår, og markedet vil fortsette å vokse.

ER DET Plass TIL ALLE?

Et raskt sideblikk på ølbransjen viser at flere mikrobryggerier har lagt ned, samtidig som de store bryggeriene tilpasser seg nye trender. Har antall kaffebrennerier nådd toppen? Rune Tjønso i Hindø Kaffebrenneri har nylig overtatt kaffebrenneriet Brent i Svolvær. Er dette noe vi vil se mer av? Kan vi forvente sammenslåinger, overtakelser og færre, men sterkere, lokale enheter? Hvem blir neste brenneri som tar steget over 100 tonn i året? Hvem flere enn Lippe er rustet for vekst? Hvem utfordrer de mest profilerte brenneriene i Oslo og tar steget ut i et internasjonalt marked?

Utviklingen er spennende for kaffebransjen. Godt er det at kaffedrikking aldri går av moten!

Japan

Tekst: Dag Klingstedt Foto: Michelle Halpern • Rieko Mise • Dag Klingstedt • Sonia Cao



JAPAN

– KAFFEKJENNERENS PARADIS

Japan er ikke bare verdens tredje største forbruker av kaffebønner, det har også sin egen særegne, innovative og sofistikerte kaffekultur som har inspirerte det vi i dag kaller «third wave coffee».

I begynnelsen, som i dette tilfellet er det 8. århundre, kom de første tebladene og bryggemetodene til Japan fra Kina. De kom med diplomater og forskere som vendte tilbake etter studier i Midtens Rike. Med tiden skulle tedrikking bli både et vanlig innslag i de fleste japaneres hverdag og et ekstremt sofistikert håndverk med dype filosofiske trekk. Den berømte japanske te-seremonien, som fortsatt praktiseres, er en rituell prosedyre som handler like mye om å få en stunds meditative ettertanke, som å drikke en sunn kopp te.

Under «krigsstatens tid», rundt 1467-1600, besto landet av mange små provinser som ofte lå i feider med hverandre. Uten spesiell tillatelse kunne man risikere dødsstraff etter besøk i nabolandene, men det fantes et unntak. En gang i året møttes betydningsfulle mennesker fra to nabostater i et tempel nær grensen for å utveksle informasjon, diskutere vanlige

problemer og sladre litt - alt dette med mye te. Alkohol var forbudt under slike hendelser for å unngå eventuell vold. Dette anses å være en del av forklaringen på framveksten av tehus, *chaya* på japansk, som snart ble et naturlig samlingspunkt for alle slags møter, både formelle og uformelle. Faktisk er dette å møtes for å drikke te og diskutere ansett som en så viktig komponent i selve samfunnsoppbyggingen, at det japanske ordet for nettopp samfunnet skrives med tegnene for «tempelmøte».

Landet ble forent i år 1600, og under Edo-perioden fra 1603 til 1868, Japans lengste fredsperiode, blomstret innenriks-handel ettersom det nå var mulig å reise fritt innen Japans grenser. Reise og handel ga opphav til hvilesteder langs veiene der det selvfølgelig ble drukket te. Disse tehusene fortsatte å blomstre fram til moderniseringen av landet ved slutten av 1800-tallet.



Aoyama Flower Market Tea shop
- om du ønsker å nyte en kopp te
blant de vakreste blomster
og planter.

Som med alle importerte kulturelle eller tekniske fenomener, gjorde japanerne te-drikkning til en aldeles egen, mer avansert og sofistikert variant. Det samme skulle skje med kaffen, selv om det drøydte nesten tusen år etter at teen ble introdusert.

De første kaffebønnene nådde japansk jord en gang i det 17. århundre. Fra 1603 til 1856 ble landet i prinsippet lukket for omverdenen. Herskerne anså at den japanske kulturen var overlegen i forhold til det «barbarene» kalte kultur, og det ble derfor uten videre besluttet å lukke seg inne i over 250 år. Men ikke hundre prosent; det var de som innså at utlandet hadde noen ting å bidra med, for eksempel våpenteknologi, medisinsk kunnskap og mat og drikke. Dejima, en øy utenfor Nagasaki, var åpen for handel med omverdenen, og her hadde Portugal, Kina og siden Holland tilgang til havnen. Men kaffen man hadde med seg, fikk ikke særlig stor spredning; det var for det meste japanere som var direkte involvert i handel, kjøpmenn og prostituerte som kunne smake på drikken.

JAPAN FØRSTE KAFFEBAR 1888

Da amerikanske dampdrevne krigsskip viste seg utenfor Edo (nåværende Tokyo) i 1856 for å stille ultimatum om at Japan skulle åpne sine havner for handel med omverdenen, om så med vold, ble dette et stort sjokk for Shogunaten som hadde forent og deretter styrt Japan siden begynnelsen av 1700-tallet. Plutselig forsto man hvor langt etter vesten man lå i forhold til teknologi og militær makt. Man innså at man ikke hadde annet valg enn å gi etter for det ytre presset, åpne sine grenser, og forsøke å nå opp til Europas og USAs nivåer på rekordfart. Et intensivt studiearbeid fulgte, hvor noen av de mest lysende unge begavelsene reiste til Europa og Nord-Amerika for å lære alt om moderne teknologi, moderne krigføring, politikk og statsdannelse. På få årtier lærte japanerne å bygge jernbaner, damp-

lokomotiver, moderne skip og kanoner. De prøvde også å adoptere vestlig kultur gjennom musikk, kunst og mote, og de begynte å importere vestlige mat- og drikkevaner, som vanligvis ble omgjort til japanskbaserte versjoner.

Tsurukichi Nishimura ble født i Japan, men ble foreldreløs tidlig og adoptert av sekretæren til en taiwansk diplomat. Han bodde som ung mann i både Taiwan og Kina og tilbrakte flere år på Yale University i USA før han kom tilbake til Japan via England. I USA lærte han å like kaffe og på vei hjem fikk han sansen for de elegante kaffesalongene som var i London på denne tiden. En drøm ble skapt om å kunne åpne en lignende salong i Tokyo, hvor unge japanere kunne lære seg vestlig kultur, diskutere samtidens Japan og kanskje spille biljard - alt for prisen av en kopp kaffe.

Hans kafé ble kalt Kahisakan, som betyr noe sånt som «Kaffe og Tehuset», og det ble muligens populært, men drømmen hans var ikke sterk nok til å overleve mangelen på forretningssans; plasseringen i sentrum av Tokyo og det luksuriøse interiøret gjorde at hans lave pris på kaffen snart ble hans ruin. Kahisakan var konkurs bare fem år etter innvielsen. Nishimura returnerte etter noen år til USA, hvor han døde en tidlig død etter å ha åpnet en kaffebare i Seattle. Selv i dag kommer japanske kaffeentusiaster til Seattle for å besøke hans grav. Drømmen og hans innsikt i kaffens betydning som et sosialt og intellektuelt smøremiddel ville overleve og snart begynne å blomstre i hans fødeland.

DEN BRASILIANSKE FORBINDELSEN

Den nye ordningen i Japan etter avskaffelsen av føydalsystemet og åpningen av grensene for handel betydde at landets bondebefolkning hadde vanskeligere tider. Det gikk så langt at mange ønsket å emigrere. Dette sammenfalt med at Brasil,

som hadde avskaffet slaveriet i 1850, hadde stort behov for billig arbeidskraft på sine store kaffeplantasjer. Fra 1907 ble det lovlig å emigrere til Brasil, og det gjorde et relativt stort antall japanere. Samlet sett over 240 000 dro til Brasil, noe som gjør dette til den største japanske befolkningen utenfor Japan. De driftigste av disse kom etter hvert til å eie sine egne plantasjer, og forbindelsen til hjemlandet gjorde selvfølgelig at man forsøkte å eksportere kaffebønner til Japan. Faktisk er denne forbindelsen mellom landene fortsatt der, da den største eksportøren av kaffe til Japan fortsatt er Brasil.

En av japanerne som arrangerte den første emigrantreisen, Ryo Mizuno, kom tilbake til Japan for å starte Café Paulista, verdens første kaffebarkjede, i 1911. Den brasilianske regjeringen var nemlig så fornøyd med hans innsats for å hente japanske bønder, at han hvert år mottok 1000 sekker kaffebønner helt gratis. Han startet i Ginza i et hvitmalt trehus med vestlig innredning og serveringspersonale kledd som brasilianere. Snart ble en filial i Osaka åpnet, og fram til slutten av første verdenskrig hadde kjeden vokst til 23 kafeer, en betydelig kjede på den tiden. En vesentlig grunn til suksessen var den lave prisen på en kopp kaffe, muliggjort av gratisbønnene fra Brasil. En vanlig pris for en kopp kaffe på en kafé på denne tiden var om lag 5000 yen (ca 380 kroner i dagens valuta), men på Café Paulista kostet den samme koppen bare en tredjedel. Kafeen finnes fortsatt og er Tokyos eldste.

KISSATEN - DEN KLASSISKE JAPANSKE KAFÉEN - ER PÅ VEI OPP

I løpet av 10-tallet og fremover vokser antall kafeer, spesielt i de større byene. Nå kalles de *kissaten*, som er skrevet med tegnene for å røyke (tobakk), te og butikk. Denne benevnningen er fortsatt i bruk når det gjelder klassiske japanske kafeer. Fellesnevneren er at man har en helt

” Japan er den tredje største importøren av kaffe i verden etter USA og Tyskland. ”

vestlig innredning og man tilbereder én kopp om gangen, ingen kolbe står på varmeplaten og surner. Det finnes heller ingen espressomaskiner, her brygges enten med dryppfilter eller med sifon.

Moderne og progressivt var ensbetydende med «vestlig», og fremfor alt var yngre japanere opptatt av å synes i sosiale sammenhenger på lokaler som følte moderne og ikke-japanske. Kaffen ble trendy og de gamle tehusene ble stadig færre.

MANGEL PÅ BØNNER I LØPET AV KRIGEN SKAPTE EN NY TREND

Andre verdenskrig, eller Stillehavskrigen som den var kjent som i Japan, innebar at nesten all handel med omverdenen stanset. Dette gjaldt særlig mot slutten av krigen, da Japan fikk stadig større vansker med å opprettholde kontakt og kontroll med koloniene i Asia. Kaffe bønner var ikke noe man lett fikk tak i.

Nødvendighet kan som kjent være oppfinnelsens mor, og det gjaldt også her. Før andre verdenskrig importerte Tyskland kaffebønner hovedsakelig fra Indonesia, og disse ble sendt med båt til Europa. Men krigen gjorde båttransporten stadig mer usikker, så man valgte i stedet å sende bønnene til Japan for vidertransport via den Trans-Sibiriske jernbanen. Da Tyskland angrep Sovjetunionen i 1941, forsvant den muligheten, og et stort lager av kaffebønner måtte ligge og vente i Japan. Da krigen var over, hadde Tyskland andre ting å tenke på, og japanerne solgte

helt enkelt bønnene hjemme i Japan. En som kjøpte en del av dette var Ichiro Sekiguchi, som i 1948 startet Café de l'Ambre i Tokyos Ginza-distrikt. Han oppdaget at disse langtidslagrede bønnene ga en kaffe med en helt annen smak enn vanlig kaffe på ferske bønner, og det ble hans lidenskap å forske både på lagring og ulike brenne- og bryggemetoder. I dag, akkurat over 70 år senere, er den nå 104-årige kaféeieren fortsatt aktiv, og kaffebaren tiltrekker seg besøkende fra hele verden. Man serverer kun kaffe, sikkert noen ganger blandet med alkohol, men ingen bakverk eller ikke-flytende varer. På et nylig besøk, bestilte vi to ulike kaffer, hver med bønner fra Nicaragua lagret i minst fem år. Kaffene smakte helt forskjellig. Den ene var helt svart med en dybde og en søthet som hadde toner av både sjokolade og blåbær. Den andre koppen var i stedet relativt lett med mange syre- og sitrustoner. Begge var veldig bra, men med smaker som ikke minner om normal kaffe.

EN KOPP KAFFE FOR 7 700 KRONER

På Café de L'ambre koster en kopp mellom 850 og 1200 yen. Det er dyrt i forhold til en vanlig kopp kaffe, men det er ingenting mot hva du må betale på The Münch i Osaka. Her langtidslagrer man ikke bare bønnene, men fatlagrer også brygget kaffe, i begge tilfeller i 20 år eller lenger. Man kan altså drikke en kaffe som har nesten et halvt århundres historie. Og selvfølgelig koster det; en kopp koster ikke mindre enn 100 000 yen, eller ca 7 700 kroner.

Om man ikke har råd til dette, kan man få en teskje for bare 2000 yen, eller 154 kroner. Man bruker «nel drip», en teknikk oppfunnet i Japan, en forkortelse av «flannel drip», der filteret er pose i bomullsflanell. Man har en uvanlig stor mengde relativt grovmalt kaffe og man heller på vannet i et svært sakte tempo. På Café de L'ambre bruker man samme teknikk, og det tar mellom fem og ti minutter å brygge en kopp. Münch kan ta mellom 20 og 40 minutter.

KAFFE PÅ CHAMPAGNEFLASKE

En annen unik kafé er Grand Cru Café i 13. etasje i varehuset Ginza Six, som selger kaffe med en prislapp som lar deg sette kaffetåren i halsen om du ikke er forberedt.

De selger kaffebønner på nitrogenfylte flasker som minner om champagneflasker. Man kjøper en hel eller en halv flaske (henholdsvis 12 og 6 kopper) og får nymalt kaffe i hver kopp. Når man er ferdig med å drikke, kan man enten be om å sette igjen flasken med de resterende bønnene, og komme tilbake og drikke resten innen to uker, eller ta med flasken hjem.

De tilbyr tolv ulike varianter av kaffebønner fra ni plantasjer i seks land, og prisen for en halv flaske begynner på litt over 800 kr, dvs. 135 kr per kopp. Den dyreste i hele butikken koster nesten 12 000 kr.



Tetsu Kasuya, World Brewers Champion 2016



Miki Suzuki, tre ganger japansk baristamester og tre ganger topp 5 i World Barista Championship

Paret Tetsuo og Kazue Miyazaki driver Let It Be - en ny og moderne kaffebar i et beboelsesområde i trendige Setagaya i vestre Tokyo.



Doutor er Japans største innenlandske kaffebarkjede, selvfølgelig med eget brenneri.



Den nye kaffebarkjeden Oslo har ingen direkte forbindelse til Norge, bortsett fra at mye av interiøret kommer herfra eller andre nordiske land.



Café Kabaya er en klassisk kaffebar i den østlige, eldre delen av Tokyo. Kaffen brygges med bønner fra Fuglen.



Stor-Tokyo er med sine 38 millioner beboere verdens største by. Det finnes ingen offisiell statistikk, men du kan anta at det er mer enn 300 000 restauranter, kafeer og butikker hvor man kan kjøpe en kopp kaffe.

KAFÉ SOM KONSERTSAL

På 1950-tallet, da Japan fortsatt hadde det trangt etter andre verdenskrig, var gramfonplater et luksusprodukt som en vanlig lønsmottaker nesten ikke hadde råd til. For musikkelskeren, ble kassettene en rimelig mulighet til å nyte populærmusikk, jazz eller klassiske stykker. Kafeinnehaveren installerte et musikkapparat og kjøpte plater som kundene kunne lytte til mens de drakk kaffe.

Disse musikkafeene hadde ofte én musikkgenre som spesialitet, og de ble delt inn i kategorier som jazz-kissa, meikyoku-kissa (kjent melodi) eller klassisk kissa. Fra 60-tallet, da levestandarden økte betydelig og japanerne hadde råd til sitt eget stereoanlegg, mistet disse kafeene noe av sin tiltrekningskraft og de minsket i antall. Imidlertid er det fortsatt mulig å finne noen, om man vet hvor man skal lete.

KISSATEN FÅR KONKURRANSE FRA STORE KAFFEBARKJEDER

I 1966 var det rundt 27 000 kassettene i Japan. I begynnelsen av 1980-tallet nådde man en topp på 162 000, men så snudde trenden. For det første kom det aggressive konkurrenter som investerte i store volumer via franchising og var i stand til

å holde betydelig lavere priser. Kjeden Doutor, den innenlandske kjeden som inntil nylig var den største i landet, solgte kaffe for mindre enn halvparten av prisen i forhold til en normal kassett. For det andre opplevde Japan under andre halvdel av 80-årene en stor finansboble, der tomteprisene i de store byene skjøt i været. Mange kaffebarer hadde ikke lenger råd til husleien og måtte stenge eller flytte til billigere områder.

Doutor-skiltet kan man se nesten overalt i Japanske byer; det fins i dag om lag 1100 kaffebarer i hjemlandet og rundt 200 utenfor Japan, og det er lett å forstå hvorfor kjeden har vokst siden starten i 1980. Man serverer god kaffe til en lav pris - 180 yen for en vanlig kopp kaffe - og har også gode smørbrød og bakervarer til svært rimelige priser. Jevn og god kvalitet og en kaffebar nesten alltid i nærheten har vært garantien for suksess.

I tillegg til Doutor finnes det en håndfull andre og lignende kjeder, men ingen japansk kjede kan i dag måle seg med Starbucks. De kom til Japan, selskapets første utenlandske marked, i 2000. I dag har Starbucks om lag 1500 kafeer over hele Japan, og de planlegger å vokse med 100 kaffebarer per år i overskuelig fremtid.

McDonalds er den japanske fastfoodskongen med om lag 3000 restauranter, og nå ser også kaffebarene ut til å bli dominert av et stort amerikansk selskap.

KAFFE PÅ BOKS - EN JAPANSK OPPFINNELSE

En detalj man umiddelbart legger merke til som nykommer i Japan, er det store antallet automater som selger drikke på boks eller PET-flasker. I dag er det over tre millioner drikkeautomater i Japan, og nesten alle selger kaffe i forskjellige varianter. Konseptet ble oppfunnet av UCC - Ueshima Coffee Company - og ble lansert i 1969.

Bakgrunnen er at selskapets administrerende direktør en dag kjøpte en flaske Milk Coffee, et produkt som hadde vært en stor suksess i Japan siden innføringen i 1920. På den tiden var det vanlig å returnere den tomme flasken til butikken på jernbanestasjonen, men Ueshimas tog kom inn på stasjonen før han hadde drukket opp, så han ble tvunget til å returnere flasken med halvparten av innholdet igjen. Det synes han var dumt, og startet tankeprosessen som førte til lanseringen av UCC Milk Coffee på boks. Det gikk sakte i begynnelsen, men med en vellykket kampanje med gratisprøver under

verdensutstillingen i Osaka i 1970, tok det av, og i dag selges det over en milliard bokser kaffe hvert år i Japan.

Fra begynnelsen handlet det nesten utelukkende om kaffe med melk og sukker, men nå finnes det et vell av varianter, og det er mulig å finne en riktig anstendig boks med svart kaffe i en kaffeautomat rundt hjørnet. En boks vanligvis koster 10 norske kroner, og boksene leveres avkjølt om sommeren og varme om vinteren - fra en og samme maskin.

NÆRBUKTIKENES OFFENSIV

7-Eleven, som har vært et japansk selskap siden 1991, da den japanske lisensinnehaveren Ito-Yokado reddet det amerikanske eierselskapet fra konkurs, har en sjelden aggressiv utviklingsfilosofi. De er ofte først ute både med ulike produkter og markedsføringsfilosofier, og med sine mer enn 20 000 butikker i Japan har de enorm slagkraft i markedet.

For noen år siden var de først av nærbutikkjedene til å introdusere ordentlige kaffemaskiner i alle butikkene. Konkurrentene fulgte raskt etter, og i dag kan du kjøpe en kopp fersk og nybrygget kaffe for bare 100 yen. Dette har blant annet gjort at McDonalds og andre hurtigmatkjeder trenger å forbedre kaffetilbudet for å være konkurransedyktige.

«THIRD WAVE COFFEE» RE-IMPORTERES TIL JAPAN

Alle som vet hva som menes med den tredje bølgen av kaffe, forstår at Japan er inspirasjonskilden for denne trenden. Dette sier James Freeman, grunnlegger av Blue Bottle Coffee i Oakland. Blue Bottle gjør sin kaffe på akkurat samme måte som man har gjort på de finere kis-

saten i Japan i mer enn 100 år. Man plukker ut de fineste bønnene, brenner dem selv og man maler og brygger kaffen en kopp om gangen. Det tar lengre tid og det koster mer, men det blir en veldig god kaffe.

Nå kan man si at Japan reimporterer sin egen kaffekultur via Third Wave Coffee. Blue Bottle har Japan som det eneste markedet utenfor USA, og det er veldig populært. Det som har endret seg i forhold til kissaten er miljøet. De nye kafeene i Japan, inspirert av blant annet Blue Bottle, har en ren og nedstrippet design, langt fra det gamle og noe robuste interiøret som preger de klassiske kissatene. Dette blir verdsatt av de yngre japanerne som igjen er inspirert av den vestlige verden, akkurat som på 1910-tallet.

NORSK KAFFE I JAPAN

Siden 2012 har velkjente Fuglen i Oslo vært på plass i Tokyo, og selv om det ligger litt malplassert mellom to t-banestasjoner, er det kø utenfor døren når vi besøker kaffebaren en vanlig hverdags-ettermiddag. Gjennomsnittsalderen blant kundene er lav, kanskje 30 år. De vi snakket med mente at både kaffen og brødet smakte veldig godt og at interiøret var vakkert og hjemmekoselig.

I noen år har Fuglen også brent kaffe i Tokyo, og de selger også bønner til andre kafeer. Da vi besøkte den klassiske Kabaya Coffee i Øst-Tokyo, etablert i 1938, ble vi overrasket over at kaffen ble brygget på bønner fra Fuglen. Den skandinaviske trenden er sterk i Japan. Ikea og H&M er veldig populære, og Ikeas salg av både kaffe og kanelboller har gjort mange japanske mennesker verdsetter vår nordiske «fikakultur».

Dette har selvfølgelig ført til at japanere selv ønsker å kapitalisere på den nordiske trenden. Den navngitte Doutor har faktisk åpnet en ny kaffebarkjede under navnet Oslo, hvor man prøver å skape en liten Fuglen-følelse. Det er også en stor bakekjede som heter Hokuo, «Skandinavia» på japansk.

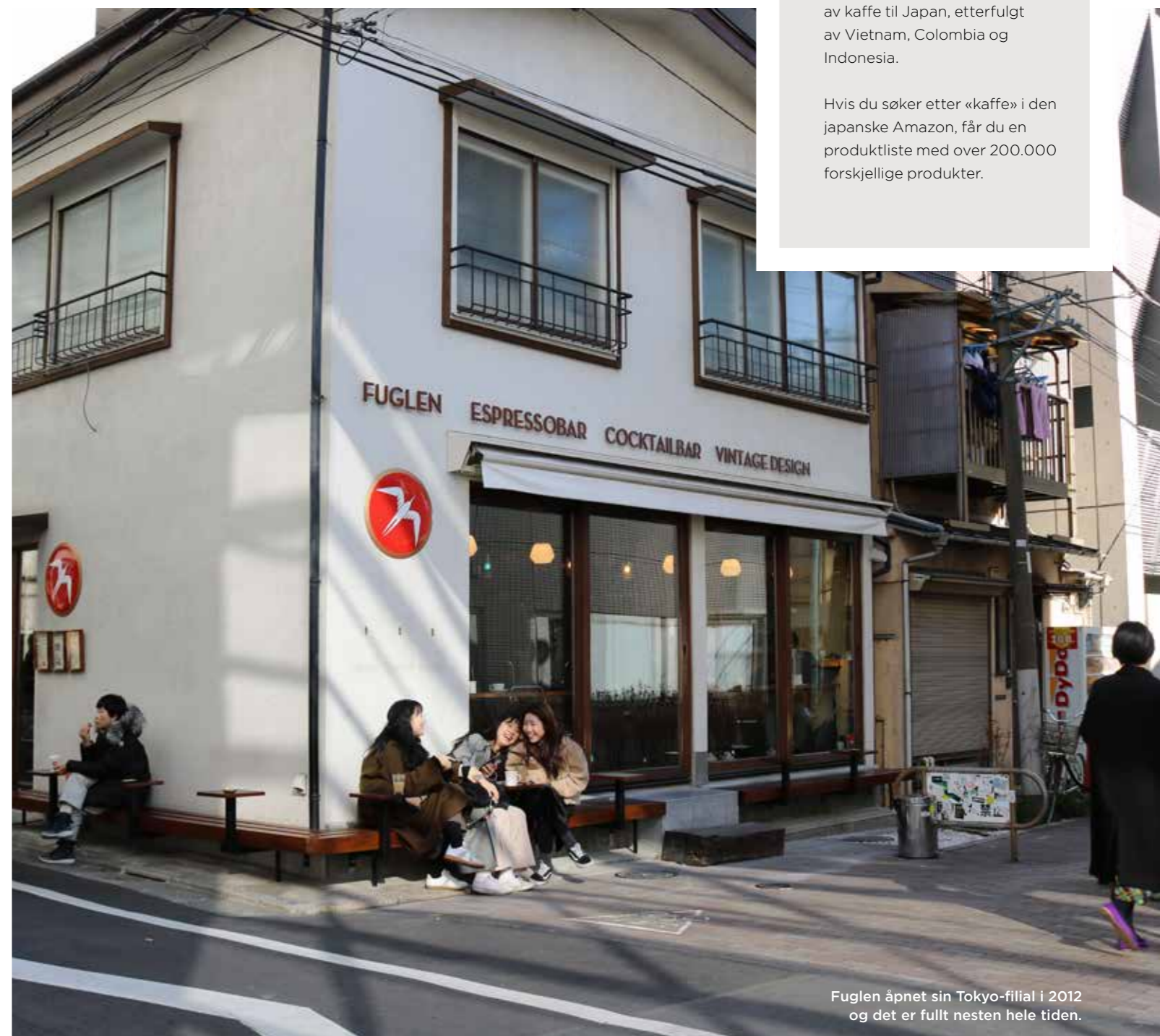
ALT FOR KAFFEELSKEREN

Klassiske kissaten, store og moderne kaffebarkjeder, nye og trendy «third wave» kaffebarer, kaffe på boks i tre millioner salgsautomater, ferskbrygget kaffe i 50 000 nærbutikker og selvfølgelig kaffebønner til salgs i alle supermarkeder og på internett. Alt dette gjør Japan til det kanskje mest varierte kaffelandet i verden. Fra håndverksmessig brygget kaffe på kissaten til ferdig kaffe på boks på hvert hjørne.

Selv om japanere fortsatt elsker sin grønne te, har den mistet sin posisjon som en drikk på utestedene. Mesteparten av den grønne teen drikkes nå i hjemmet, og valget faller på kaffe når man møtes ute på byen, kanskje fordi det finnes så mange forskjellige alternativer når man skal nyte favoritt-drikken, hvor som helst i Japan, når som helst på dagen.

Dag Klingstedt er en svensk journalist, forfatter, foreleser, konsulent og blogger som har bodd i Japan siden 1982. På hans to blogger kan man lese mer enn tusen innlegg om livet, maten og drikken i dette fascinerende landet.

” Selv om japanere fortsatt elsker sin grønne te, har den mistet sin posisjon som en drikk på utestedene. ”



FAKTA

Japanerne drikker i gjennomsnitt over 11 kopper kaffe i uken. Ganger man dette med 127,185 millioner innbyggere, blir konsumet litt over 1,4 milliarder kopper hver uke.

Brasil er den største eksportøren av kaffe til Japan, etterfulgt av Vietnam, Colombia og Indonesia.

Hvis du søker etter «kaffe» i den japanske Amazon, får du en produktliste med over 200.000 forskjellige produkter.

Fuglen åpnet sin Tokyo-filial i 2012 og det er fullt nesten hele tiden.

Kawaii Hokuo

– EN NORDISK FANTASIVERDEN

MITT MØTE MED OSLOS KAFFE-KULTUR

Jeg skriver ofte om norsk kaffekultur i japanske medier. «Spesialkaffekulturen» representert ved blant andre Tim Wendelboe, Java, Supreme Roastworks, Fuglen og S&H har vært svært populære temaer i japanske magasiner og reiselivsmedier de siste årene. Når jeg drikker kaffe på Stockfleths eller Fuglen, kommer unge japanske turister for å hilse på meg og fortelle at de har lest artiklene mine. De er ofte unge japanske par som reiser i Norden, eller unge menn som besøker berømte kaffebarer fordi de jobber i kaffebransjen og vil åpne egen kaffebar en gang i fremtiden. Nå kommer ikke turistene til Oslo kun for å se på «Skrik», men for å smake nordisk lysbrent kaffe og for å la seg inspirere av Oslos kaffekultur. Det er et kult og spennende nytt fenomen.

Ironisk var jeg ikke kaffeentusiast før jeg flyttet til Norge. Da jeg begynte å studere på Universitetet i Oslo, ble jeg overras-

ket over at studenter drakk så mye kaffe i hverdagen, og at lærerne ofte ville ha «kaffepauser». I Japan drakk jeg aldri kaffe, mine venner og jeg drakk energidrikk eller grønn te på universitet. Kanskje drakk jeg kaffe mocca eller kaffelatte noen ganger, men aldri svart kaffe. Jeg tenkte at bitter kaffe var noe som voksne som var ferdige med universitetsutdanningen, som arbeidet mye og manglet søvn, drakk for å få koffein. Svart kaffe var for de som var trøtte, og den ble som oftest kjøpt på automater på gata. Et symbol på en sliten arbeidsmann i det travle moderne samfunnet. Når jeg besøker eldreheim i Norge, blir jeg overrasket over at også eldre folk drikker kaffe. Jeg har aldri sett min bestemor drikke kaffe. Nordmenn elsker kaffe, man drikker kaffe for å slappe av, og det er et symbol på noe «koselig». Dette er interessant for meg med min japanske bakgrunn.

Hvorfor ble jeg da kaffejournalist? Det var Kenji Kojima, manager på Fuglen

Tokyo, som introduserte meg for den nordisk kaffekulturen. Litt før Fuglen åpnet en avdeling i Tokyo i 2012, traff jeg Kenji på Fuglen Oslo. Han var sammen med sine japanske kaffevenner og spurte meg om jeg vil bli med som tolk på deres kaffereise. Da møtte jeg plutselig mange kaffefolk, og slik ble det en oppgave for meg å presentere norsk kaffekultur i japanske medier. Da jeg smakte Geisha hos Tim Wendelboe, ble jeg forelsket i denne kaffen og fikk assosiasjoner til engelsk te.

HVORFOR ER KAFFE SÅ POPULÆR SAK I JAPAN?

Det er en grunn til at nordisk kaffetrend har vært et populært tema i Japan. Her er det noen japansk ord som er viktig å forstå. «Hokuo» og «Kawaii». «Hokuo» betyr «Norden». «Kawaii» betyr «søt». Ordet «Hokuo» har en magisk betydning i Japan. Ettersom de nordiske landene er kjent som verdens lykkeligste land å bo i, de beste landene for kvinner og foreldre, har de beste velferdssystemene osv, har



Asaki Abumi (høyre) med en japansk turist på Retrolykke kaffebar på Grünerløkka. Butikken har en perfekt «Kawaii Hokuo-atmosfære», ifølge Asaki.

en del japanere inntrykk av at de nordiske landene er perfekte å bo i. Det er mindre interessant om man sier «Norge», «Finland», «Sverige», «Danmark» eller «Island». Men alt blir plutselig veldig veldig kult hvis man sier «Norden». Japanere vil si at «Jeg har reist til Norden», ikke «jeg har reist til Norge». Derfor vil japanske medier og selskaper ofte foretrekke å si «nordisk interiør», «nordisk design», «se opp til den nordiske modellen» osv, selv om de ofte snakker om kun ett av landene.

Det finnes ingen perfekte land eller utopia, men jeg tror noen ganger at japanere har skapt egne utopia som heter «Hokuo». Ordet har en sterk

markedsverdi og spesiell makt i Japan der folk er slitne og trenger avslappende mentalmedisin.

«Kaffekultur» kan bli lett et populært tema fordi Japan har en sterk tekultur. Da blir mange lesere interessert i hva slags livsstil folk i Norden har med sin kaffe, spesielt gjennom magasiner og ulike medier. Da jeg flyttet til Norge i 2008, var «Nordisk design og interiør» og «Nordisk livstil» mye omtalte temaer i Japan. Da redaktørene og leserne ville ha nye perspektiver, var «kaffetid» interessant, særlig det svenske begrepet «Fika». Fuglen Tokyo hadde eksperter på kaffe, design og cocktails og i tillegg et godt nettverk, og har naturlig nok blitt

en god ambassadør for Norge i Japan.

Til slutt har vi det viktige ordet «Kawaii». Man kan søke «Cute, Kawaii, Japan, culture» på internett, og da finner man nok informasjon som analyserer hva som greia med det mystiske Kawaii-fenomenet. I Japan er ikke «søt» det samme som barnslig. Animasjon, tegneserier, Tokyo Disney Land eller lignende som folk i Vesten oppfatter som barnslig, har fremdeles appell til voksne i Japan. Det er en del av vår kultur at folk oppfatter noe «smått» og «søtt» som sjarmerende og avslappende.

Det er ikke alltid lett å forstå hva som er «Kawaii» er. For en del japanske menn



Asaki Abumi (34) har en master i medievitenskap fra UiO, og jobber som journalist, fotograf og koordinator. Hun skriver om Norge og andre nordiske land for diverse japanske medier som Yahoo! JAPAN NEWS og Asahi Shimbun Globe

Twitter, Instagram, Facebook: asakikiki



Totoro - typisk kawaii

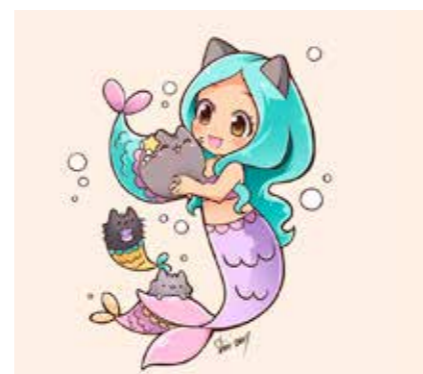
er det vanskelig å forstå også. Noe av grunnen til at jeg ønsket å jobbe som fotograf i Norge var fordi norske fotografer ikke tar Kawaii-bilder som passer til japanske medier med unge kvinner som målgruppe. Japanske reisemagasiner trengte Kawaii-bilder, men VisitOSLO hadde ikke slike bilder for pressen. Da var det enklere at jeg lærte meg å fotografere enn å forklare fotografene hvordan man tar Kawaii-bilder.

Når japanske medier har kaffe som tema, er det populært med bilder av Kawaii-produkter, eller å formidle en Kawaii-atmosfæren på kaffebar. Retrolykke på Grünerløkka fungerer godt når jeg skriver om kaffe i Japan. Tonje Fagerheim, som selger nordiske vintage-serviser og møbler, og dekorerer butikken med sin personlige smak, har en fantastisk evne av å lage den «Kawaii Hokuo»-atmosfæren som japanere drømmer om! Derfor blir bilder av kaffebaren hennes ofte valgt på forsiden av turistguidebøker eller i reportasjer i ulike magasiner. Et annet Kawaii-eksempel er «Skrik-

kake» som selges på Stockfleths på Munchmuseet. Jo, det er bare en sjokola-debit med dekor av maleriet «Skrik» på en vanlig ostekake. Men det er søtt og fotogent for japanere. Skrik-kaken derfra blir ofte benyttet i reiselivsbøker. Kakene blir ofte utsolgt når japanske turister kommer på besøk, rett og slett fordi de vil ta bilder av dem. Å ta bilder av vafler på hoteller eller kaffebar har også blitt populært fordi norske vafler er som en samling av hjerter eller en stor kløver. Dermed blir de søte og Kawaii-fotogene på Instagram!

«Kawaii» «Hokuo» og «Kaffe» blir en perfekt kombinasjon for japanere. Når jeg jobber med japanske medier, deler jeg Hokuo i to grupper avhengig av hva slags atmosfære en redaktør vil ha. «Kawaii Hokuo» (søt Norden, som Retrolykke Kaffebar) eller «Cool Hokuo» (kul Norden som Tim Wendelboe). Det blir avslappende og koselig lesestoff for japanere i en travel hverdag. De får en smak av Nordisk livstil, nesten som meditasjon for hjernen der de kan drømme om et annet land som ikke

er i Japan. Bilder fra Norden er gøy å se, de får inspirasjon og de vil kanskje kopiere disse nordiske modellene i hjemmet sitt. Kanskje kan de besøke en slik kaffebar når de en dag reiser til Norden. Så mange drømmer og positiv energi de nordiske temaene gir til det japanske publikum! Jeg gleder meg å fortsette å presentere nordisk kaffetrender mot Japan framover.



Kawaii kan oversettes med elskelig, søt eller bedårende. Ting eller mennesker fremstilles på en sjarmerende, barnslig eller sjenert måte.

HUSK ÅRETS SOMMERHIT

NYT EN KALDBRYGGET NITROKAFFE I SOMMER



Nitrokaffe er kaldbrygget kaffe tilsatt nitrogen, som gir en søtlig aroma og et lett kremet skum på toppen. Coffee of the World Nitrokaffe kommer i smakene original, vanilje og ingefær og honning. Kaffen inneholder ikke sukker og er frisk og leskende. Coffee of the World Nitrokaffe lages av Arabica-bønner fra Brasil.

COFFEE OF THE WORLD

JOH. JOHANNSON KAFFE AS – kjent for god kaffe siden 1866
www.coffeeoftheworld.no



FRA TOKYO FOR Å LÆRE OM OSLOS KAFFEKULTUR

Norsk kaffemiljø er kjent i Japan, og hvert år kommer unge japanske baristaer hit for å få arbeidserfaring. Yusho Yoshida (28), kom til Oslo i 2014 for å jobbe på kaffebar. Japan og Norge har en «working holiday»-avtale, og unge under 30 år kan jobbe ett år i hverandres land.

Yusho jobbet som barista på Fuglen Oslo, Java og Mocca. I tillegg lærte han kaffebrønning på Kaffa. Etter ett års arbeidserfaring fra Norge, dro han tilbake til Fuglen Tokyo der han jobbet tidligere. Nå jobber han som «head roaster» på Fuglen Coffee Roasters i Tokyo. Jeg møter han for å finne ut hvordan det var å jobbe i et land med annerledes arbeidstempo og hva han lærte fra norsk kaffebransje?

Hvorfor valgte du Norge?

Det var et naturlig valg ettersom jeg jobbet som barista hos Fuglen Tokyo. Jeg fikk stadig spørsmål om Norden generelt og om den nordiske kaffekulturen, men verken jeg eller kundene visste noe særlig. Jeg ville lære mer om norsk kultur og livsstil og samtidig boltre meg i kaffe fra Tim Wendelboe, Supreme Roastwork, Kaffa og S&H; kaffebrennerier som motiverte meg til å jobbe i denne bransjen.

Hva lærte du på norske kaffebarer?

Da jeg jobbet i Japan, prøvde jeg å tilpasse meg mest mulig til kundenes ønske; min rolle var å være ydmyk overfor dem. I Oslo viste kundene mer respekt. De kommuniserte med meg nesten som man gjør med venner og kollegaer. Baristaer er ikke bare de som lager kaffe, og kunder er ikke bare de som konsumerer kaffe. Vi delte en del av hverdagen vår sammen, slik vi sier hei til venner, for å si det sånn, det husker jeg

veldig sterkt. Norge var mitt første utenlandsopphold, og de erfaringene jeg fikk i Oslo ga meg mere selvtillit.

Hva overrasket deg?

Stamkunder som alltid kom på samme tid og bestilte samme meny. Noen hadde bestemte meninger om hvor mye sukker og melk, og hvilken temperatur de ville ha på kaffen. Enkelte kunder kom to, tre ganger på samme dag, og dette skjer nesten aldri i Tokyo!

Hva var den største utfordringen?

Språk! Min engelsk var ikke perfekt, og det eneste norske ordet jeg kunne var «Tak». Da blir det vanskelig når en viktig del av jobben min er å snakke med kunder. Jeg følte ikke at jeg kunne kommunisere godt nok. Så jeg måtte heller satse på å tilby den beste kaffen og ha en god serviceinnstilling. På Fuglen Oslo kommer forresten studenter på kaffebar, og det skjer sjelden på Fuglen Tokyo.

Noen episoder du husker godt?

Av og til måtte jeg stå alene i kaffebaren. Jeg rakk rett og slett ikke å gjøre alt når mange kunder kom samtidig. Men noen kunder var snille, de ventet med å bestille og hjalp meg å rydde kopper. Disse øyeblikkene glemmer jeg ikke. En kollega på Java sa til meg: «Vi baristaer er ikke alltid perfekte, verken med servicen eller kaffen, men vi må alltid smile og være hyggelige overfor kundene».

Kan du fortelle oss om forskjellen mellom kaffekulturen i Oslo og Tokyo?

Nordmenn kjøper hele bønner og kverner hjemme i større grad enn japanerne. Her kjøper man fremdeles kaffe på boks og drikker mer kioskkaffe. Starbucks har enorm makt i markedet. I Tokyo kommer mange på kaffebar alene, og «kaffetid» er kanskje en mulighet for litt positiv alenetid. I Oslo samles gjerne folk rundt bordet. Mitt inntrykk er at kaffe er helt nødvendig ved sosiale anledninger i Norge.

Du var i Oslo mellom 2014-2015, har kaffescenen i Tokyo utviklet seg siden?

«Spesialkaffe» har blitt mer kjent blant folk og det har blitt enda flere kaffebarer. Japanske baristaer har fått mer kunnskap enn for få år siden, de har begynt å kommunisere med andre baristaer utenfor Japan. Fuglens kunder har begynt å skjønne at kaffens smak er avhengig av hvilket land den dyrkes. Samtidig har også en del blitt lei av de nye kaffetrendene, og foretrekker de gammeldags japanske «Kissaten» eller kaffebarer som har mer originalitet når det kommer til musikk, mat og stil.

Til slutt, kan du anbefale fem kaffeer i Tokyo?

Fuglen Tokyo, Switch Coffee Tokyo, Dear all, Koffee Mameya, About Life Coffee Brewers.

Te
-mer utbredt enn kaffe

Black Cat

–NORGES ELDSTE TEHUS

Spesial-te er i tiden. Flere verdsetter gode smaker og høy kvalitet. Grønn te er anerkjent av helsebevisste. Men hvor mye kan vi om te?

– Black Cat ble grunnlagt i 1905, samme år som Norsk Hydro, forteller Bård Gundersen, 3. generasjon i familiebedriften. Selskapet med 20 ansatte holder til på Grini i Bærum med resepsjon, kontorer, smakelokaler, lager og kaffebrenneri.

– Vi har engros virksomhet og selger til kaffebarer og spesialbutikker, ikke til dagligvare.

Bård er vokst opp med te og kaffe. Det må være et godt liv, får han ofte høre.

– Mange misunner meg den muligheten jeg har hatt. Ja, det er godt liv med gode smaker, men det er også mye jobb. Vi kvalitetssjekker te og kaffe, mest te, mange forbinder Black Cat nettopp med te. Vi utfører mye manuelt håndverk her, med smaking og testing, teknikken kalles cupping.

Bård setter frem kopper, utstyr og løs te for å vise kunsten med cupping.

–Vi tilbereder teen med mer te enn til vanlig, med 2 – 2,5 gr/100 ml vann, for

å få frem hva som er i teen og hva den smaker. Cupping utføres minst én gang i uken, og oftere til jul og høytider. Cupping foregår ved å slurpe, trekke inn luft så man kjenner hvordan sødme, syre og nyanser fordeler seg i ganen. Min mor Wenche på 80 år er fortsatt svært dyktig på cupping. Hun har opparbeidet mye kunnskap over tid på rene høykvalitets teer som first og second flush samt hvit te.

Han smaker, trekker luft raskt inn og gjør seg sine observasjoner.

På kaffebarer irriterer Bård seg hvis det benyttes vann til te fra kaffemaskinens vannuttak, det vannet holder ofte 100 grader. Det blir for varmt, teen blir brent og det tar 10 minutter før teen har en drikkelig temperatur. Det blir dessuten for lang virketid og bitterstoffene blir dominerende. Vannkoker med temperatur er det ideelle for te, den tar ikke mye plass.

– Hvilke kopper man skal drikke te fra, kommer an på personlig smak. Før var

anbefalingen å benytte tynne, «gjennomsiktige» kinesiske kopper, men nå vil mange helst ha store krus eller kopper av tykkere stentøymateriale.

– Tekannen må ha god helletut og «infuser». Terracottakanne kan anbefales, denne skal bare skyldes i vann og teen blir stadig bedre jo lenger man har kannen da teen trekker seg inn i det porøse materialet.

Tilsetninger som melk, sukker og sitron er en smakssak.

– Personlig liker jeg ikke tilsetninger, det blir ikke ordentlig te. Melk i teen startet med at engelskmenn importerte te fra Ceylon (Sri Lanka) som var finbladet og rimelig, men veldig sterk. Derfor døyvte de te-smaken med melk. Så drikker man sterk te, kan det være godt med melk. Når det gjelder helse-aspektet, så dreper melk antioksidanter.

Te-kjennerens smak går mot stadig mer rene smaker.



Te er størst

Det produseres årlig ca tre millioner tonn te i verden. Bare i Storbritannia nytes det 166 millioner kopper te hver dag. Bortsett fra vann er ingen drikk mer utbredt i verden. Jordens befolkning drikker mer te enn de drikker kaffe, brus, kakao og alkohol til sammen.

Kilde: Wikipedia



Te finnes i mange varianter. Som Pu'erh i presset form, slik Bård viser fram her.



Kaffe var mangelvare og køene kunne noen ganger strekke seg helt ned til Glasmagasinet på Stortorvet, som her på bildet fra 1952.



” Bruk ren te til mat!
Det gir mest nøytral smak. ”

– Som sort te fra høylandet i India, Kina og Afrika. De smaker godt til frokost og lunch. Personlig liker jeg fin Darjeeling eller Formosa Oolong. Det må ikke nødvendigvis være first flush, dvs. første innhøsting.

KJØP OG SALG AV TE

– Te kjøpes og selges på forskjellige måter i ulike land. På Sri Lanka er det budrunde på tesalg hver tirsdag, i hovedstaden Colombo. I Kina og India foregår det på andre måter. Vi kjøper ikke direkte, men handler te fra store importører i Tyskland. Te-plantasjene selger sjelden direkte, salget foregår via importører, plantasjene er opptatt av relasjoner. Prosessering foregår i produksjonslandene, mens smakstilsetninger utføres av importører og profesjonelle foredlere.

– Te er et krevende fag og tyske impor-

tører regnes som de beste på råvarer og foredling i verden. De har tradisjoner fra gammelt av, og ikke England som man kanskje ville ha trodd. Vi kjøper te og tilsetninger fra våre tyske importører, så komponerer vi selv Black Cats blandingene som mikses og pakkes for oss av importører/foredlere.

VERDENDRIKK NR 1

– Te er den drikken som det nytes mest av i verden, når man ser bort fra vann. I asiatiske land drikkes det mest te, hvor te-kulturen har sitt opphav.

– De viktigste landene for te-produksjon er Kina, India, Japan, Kenya og Sri Lanka. Te plukkes/høstes kontinuerlig, planten har helårssesong. Noen få steder hviler te-planten fra høsten til mars.

Bård forteller at mange tror vi drikker mye mer te enn før i Norge, men det

stemmer ikke helt.

– Vi selger noe mer te enn før, men det ingen dramatisk utvikling. Vi har riktignok sett at det i løpet av de siste 10 årene drikkes noe mer te i Europa og USA. Te som varmdrikk øker, sikkert fordi flere er opptatt av sin helse. Helseeffekten er kjent, spesielt for grønn te.

TE ER TRENDY.

– De te-merkene som er i vekst, er de små aktørene og spesialistene. Der kommer Black Cat inn.

– Unge drikker mer te nå enn før, som jenter på Videregående. De liker å ha fine te-posere med seg og bruker dem istedenfor å den vanlige teen i kantinen. Bevisst te-bruk blant unge har faktisk blitt en greie.

– Te gir en annen effekt og energi i kroppen enn kaffe. Derfor nytes te

gjærne på ettermiddagen, det er en kultur i flere land.

– Skal du nyte te til mat, bruk ren te, det gir mest nøytralt smak. Aromatisert te kan overdøve maten.

– Det benyttes også mer te i cocktailbarer. Bartendere er flinke til å være kreative og eksperimenterer med spennende smakskombinasjoner, gjerne med te som ingrediens. Te-smaken kan pimpe opp drinkene.

UTDANNELSE

– Østen har ulike te-kulturer fra land til land. Der finnes det muligheter for utdanning innen te, spesielt i Kina og Japan. Det eksisterer riktignok ikke en egn tittel. En te-spesialist eller te-kelner er ikke sammenlignbart med barista. Kaffebransjen har kommet lenger enn te-miljøet med sertifiseringer og

utdanning i Vesten. Speciality Coffee Association (SCA) ble etablert for 30 år siden. De har sertifiserte skaleringer på sine kurser, og arrangerer VM i baristakunst, - brenning og cupping.

– «World Tea Expo» startet i USA for ca 10 år siden med «Global Tea Championship», World Tea Academy, og VM i brygging av verdens beste te. Så det rører på seg i te-bransjen, avslutter Bård Gundersen.

HVEM ER BLACK CAT?

Familiebedriftens første forretning fra 1905 het Grændsens Kaffe & Theforretning, i Grensen 3 i Oslo, og hadde opprinnelig en svart katt som logo. På folke- munne ble den anerkjente kaffe- og te-butikken omtalt som den «svarte katta». På 1970-tallet moderniserte familiebedriften designen til sort/hvit logo med katten og det nye navnet ble Black Cat Kaffe og Tehus.

DETTE BØR DU VITE OM TE

CAMELLIA SINENSIS OG PLANTENS EGENSKAPER

– Te kommer fra planten *Camellia sinensis*, mens rooibos (*Aspalathus linearis*) og frukt- og urtete ikke defineres som te selv om de tilberedes på samme måte. Infusjoner og tisaner er de korrekte betegnelse på uttrekk fra blomster, urter og planter.

– Teblader plukkes, så tørkes. Bladene visner og gjennomgår en oksideringsprosess, med varme eller damp, eventuelt begge deler. Deretter sorteres og pakkes bladene. Prosessen foregår manuelt. Noen steder benyttes maskiner til å varme, evt damp, det kommer an på hvilken stil man vil oppnå.

– Te har 1/3 koffein i forhold til kaffe. Uttrykket tein betyr det samme koffein. Det er ofte mer koffein i grønn te enn sort te, men kroppen tar

opp mindre (ca 1/3) av koffein i grønn te. Infusjoner og tisaner har sjelden koffein.

– Te er mye mildere enn kaffe, med mindre syreinnhold og er mindre vanedannende.

– All te inneholder mye antioksidanter. Slik kan man si at te er sunt. Te er også vandrivende.

– For å maksimere antioksidantene, press sitron i grønn te. Da får man 13 ganger så mye antioksidanter i kroppen fordi katekiner (antioksidant type) reagerer kraftig på sitron. Noen kan synes grønn te alene ikke smaker noe særlig, så med sitron oppnår man en friskere smak..

– Te har intens aroma og lukter mer enn den smaker. Bare tenk på luktene når du åpner en te-boks og kommer inn i en te-butikk. La duften være en del av opp-



Sort te

Hvit te

Grønn te

levelsen under tilberedning og når du drikker.

– På smak beskrives te med tanniner (garvestoffer), syrlighet, bitterhet og sødme.

KATEGORIER

– Te fra planten *Camellia sinensis* kan være sort, grønn og hvit, samt typene Oolong og Puerh.

– Sort te i ren form har ofte navn fra området planten er dyrket som Assam eller Darjeeling.

– Sort te kan være aromatisert med frukter som mango (skall, olje). Earl Grey er verdens bestselgende aromatiserte te tilsatt olje fra bergamott (sitrusfrukt). Te med sjokoladesmak er en ny trend.

– Chai er te på kinesisk. Betegnelsen brukes om sort te tilsatt krydder som kanel, gingseng og kardemomme.

– Grønn te er friske blader som varmebehandles straks etter innhøstingen så teen beholder sin grønne farge og polyfenolene (plantestoffer/tanniner) bevares.

– Hvit te er den minst behandlede te-typen som finnes. Nyplukkete te-blader får kun opp mot 20 % oksidering før prosessen stoppes. Hvit te er den opprinnelige teen og er enda sunnere enn grønn te.

– Oolong te er ofte storbladet halvveis oksidert, 50 %, da oksideringsprosessen stoppes. Oolong er en mellomting mellom svart te og grønn te.

– Pu'erh te er oksidert som sort te, så presset og lagret i en form. Kan lagres i årevis. Smaken blir bedre med lagring. Man brekker av en liten bit for hver bruk.

– Rooibos er en viltvoksende plante som kun finnes i Sør-Afrika, og går under kategorien urte-te. Når planten oksiderer

blir den rød. Rooibos kan være tilsatt appelsin, blåbær, mango, chili, jordbærskall og andre tilsetninger.

– Maté er pulverisert form av grønn te og en argentinsk nasjonaldrink. Det selges ikke mye av den her til lands men begynner å bli populær som ferdig drikk/«Ready To Go».

– Smaken og aromaen til de ulike te-sortene skyldes flyktige oljer, mens garvesyre (tanniner) gir teen «brodd».





Til sort te: Bruk nykokt friskt vann som har hvilt til 95 grader eller lavere



En teskje med sort te holder til én kopp, litt mer av hvit og grønn te.



Grønn og hvit te skal ha lavere temperatur på vannet, 75 - 80 grader

Foto: Denis Karpenkov/Adobe Stock

Tilberedning

TEMPERATUR OG TREKKETID

- Bruk kaldt, friskt vann. La vannet koke opp til kokepunktet, så hvile ned til 95 grader, eller lavere. Grunnen er at kokene vann som helles rett over teen, kan brenne tebladene.

- Du trenger ca en teskje svart te for hver kopp, litt mer for grønne og lyse tetyper.

- Det beste er å bruke en tekanne fordi den holder på temperaturen og forhindrer at aromaen forsvinner. Bruk et filter så teen kan utfolde seg fritt. Unngå klyper fordi teen presses for mye sammen.

- Sort te skal ha 90-95 grader på vannet, mens grønn og hvit te skal ha noe lavere temperatur (75-80 grader).

- Finbladet English Breakfast skal trekke kun 1-2 minutter, vanlig sort te 2-3 minutter. Grønne teer skal trekke noe lengre, oolong enda lengre igjen. Unngå å trekke for lenge, da blir smaken bitter, det gjelder også hvis man overdoserer.

- Frukt- og urtete har valgfri trekketid, etter egen smak. De blir ikke bitre, bare noe sterkere over tid. Frukt- og urte er også fine som iste. Det skaper en friskere te-smak.

- Kaldbrygging av te kan utføres på en liters flaske med filter som man heller kaldt vann fra springen i med utvalgt te, og setter til hvile i kjøleskapet. Den kan drikkes dagen etter og holder seg i inntil tre dager. Kaldbrygget te beholder anti-oksiderantene (men ikke iste fra boks).

OPPBEVARING

- Sort ren te kan holde seg i 1-2 år.

- Aromatisert te har kortere levetid, tilsetningens effekt dempes ved lang lagring.

- Te skal lagres i lukket pose/boks, i stabil romtemperatur og ikke usettes for sterkt sollys.

TEPOSER

- Tradisjonelle teposer inneholder en veldig finbladet type (ofte lavkvalitets-te), ellers kommer ikke aroma og smak gjennom papiret. Tetyper defineres som CTC, Crunched Tea Curl, den er rimelig, vokser i lavlandet og plukkes med maskin.

- Kvalitetste plukkes for hånd og kan pakkes i pyramideposer, ofte av nylon. Pyramideposene har størrelse og luft så større blader (leaf tea) har plass til å oppløse seg så smak og aroma kommer gjennom nylonen eller lignende materiale.



Kvalitet

- Smaken på te varierer utfra kultivar, jordsmonn og prosessering.

- Kvalitet defineres med betegnelser som GOP - Golden Orange Pekoe eller FTGOP - First Tippy Golden Orange Pekoe. Bokstavene beskriver størrelsen og kvaliteten på tebladene. OP (orange pekoe), BOP (broken orange pekoe), FOP (Flowery Orange Pekoe), GFOP (Golden Flowery Orange Pekoe), TGFOP (Tippy Golden Flowery Orange Pekoe), FTGFOP (Flowery Tippy Golden Orange Pekoe), SFTGFOP (Super Fine Tippy Golden Flowery Orange Pekoe). For å si det enkelt: Desto flere bokstaver - dess høyere kvalitet.

- Kvalitetskontrollen er streng slik som i kaffebransjen. Beskrivelsene over som FTGOP osv. avgjør avlingens kvalitet etter hele, brukne eller oppmalte blader. Generelt avgjør størrelsen på tebladene kvaliteten hvor store te-blader ofte betyr høyere kvalitet.

- Teplanter som vokser i høyden får gjerne større blader, hvilket er et positivt tegn.



**BRAVILOR
BONAMAT**

Profesjonelle kaffeløsninger

Vårt brede utvalg av kaffemaskiner og kaffetraktere tilfredsstiller de fleste behov innenfor profesjonell servering. Bravilor Bonamat utvikler, produserer og leverer et omfattende sortiment av ulike kaffeløsninger og andre varm-drikker. Vi er kjent for våre pålitelige, slitesterke og holdbare produkter, og har i over 65 år vært en solid leverandør til våre kvalitetsbevisste kunder.



www.bonamat.no | info.no@bonamat.com | Tlf. 61 13 09 65

Smaken av kvalitet over hele verden

Te

Tekst: **Gunnhild Bjørnsti** Foto: **A. C. Perch's Thehandel**

AFTERNOON TE HOS A. C. PERCH'S THEHANDEL

Visste du at det finnes en ekte tesalong i Oslo?
Drevet av Europas eldste tebedrift.

Ved Strøget i København ligger en god, gammeldags teforretning hvor det dufter deilig av spennende tesorter. Kundene tiltales høflig med «De» og stemningen minner om en tidsreise til en epoke hvor respekt og dannelse for fag og gjester var en ære.

A. C. Perch's Thehandel ble startet i Kronprinsensgade 5 i 1835 og ledes i dag av 5. generasjon i familien Hincheldey, på samme adresse. Bedriften har rendyrket kunnskap om kvalitetste og kjøper inn direkte fra plantasjer, en sjeldenhet i bransjen, og som gir gode priser.

I Oslo startet Perch's salg av sine teer på Steen & Strøm for noen år siden og så raskt muligheten for å starte en egen tesalong i Oslo.

– Vi ville gi våre norske kunder et eget sted hvor de kunne lære om og nyte sin te. Norge er et kaffeland, men vi skal lære nordmenn å drikke te på riktig

måte, forteller danske Louise Malling Vedersø, butikksjef.

Tesalongen åpnet høsten 2017 og ligger i Kirkegaten 5 i Oslo med store vinduer mot gateplan som gir godt med lys. Lokalet er innredet som en engelsk tesalong med asiatiske touch. Det er bilder av kinesisk skrift på veggen, samt lave bord og skjenk i mørke tesorter som i Kina.

TE TAR TID

– Te er en verden i seg selv. Ikke bare noe man kjøper i en pose på butikken, heller kokende vann over, lar trekke ½ minutt og drikker. Du skal ta deg tid til te. Det er den asiatiske kulturen. Med fordypning og åndelighet. Til det trenger man ro, forklarer Louise. Hun er utdannet i te med mastergrad i spesialte.

Hun viser hyller og bokser med Perch's utvalgte te, over 150 ulike varianter, mye kinesisk te.

– Vår bestselger er hvit tempelte, med masse frukt og bær. Den er populær fordi den ikke for kraftig, ei heller for mild, med litt ekstra smak. Noter av bær kan mange kan like.

Louise forteller at de liker å lære kundene å nyte ren te. Man må smake, erfare og kjenne etter. Det tar tid. Fordi «te tar tid» som Louise påpeker.

– Tekvalitet varierer, som i Kina hvor det er store forskjeller på jordsmonn og hvordan teen høstes. Det gir utslag på smaken. De berømte områdene vi handler fra heter Keemun, Panyong og Yunnan. I India er høykvalitetsområdet Darjeeling First Flush teens champagne. Der starter de i april med første innhøsting, first flush, det er første plukking etter at teplanten har hvilt etter vinteren. Vi i Perch's elsker first flush, duften og smaken er helt forskjellig fra år til år. Vi gleder oss enormt til årets første forsendelse. Når pakkene kommer på





Tesalongen i Oslo blir fort full på formiddagen og det er livlig stemning. Vi nordmenn lærer oss å nyte te.



Historien om afternoon tea

Hertuginnen av Bedford lanserte ca i 1840 en ettermiddagsnack rundt kl 16, da man på den tiden ikke spiste middag før nærmere kl 20. I moderne tid har denne skikken utviklet seg til et rituale på fine hoteller og restauranter. Teutvalget tilbys fra en bred meny. Tradisjonell Earl Grey som er sort te smaksatt med bergamott (sitrusfrukt) og ren sort te er de vanligste variantene. Grønne teer og urtebrygg (peppermynte, kamille og rooibos) finnes også på menyen.

Sammen med teen tilbys danderte fat, gjerne i tre etasjer, hvor det ene fatet har sandwicher. Disse skal tradisjonelt være av lyst brød med agurk og kremost, men de moderne stedene serverer nå også mer spennende varianter. Den mellomste etasjen skal tradisjonelt sett være med scones, «clotted cream» (tykk krem) og syltetøy. I den øverste etasjen tilbys diverse søtsaker som småkaker, makroner og lignende. Et glass champagne ved siden av det hele er også populært å tilby, og gir hele opplevelsen et løft av luksus og fest.

Kilde: John Ivar Sørreime, te-ekspert og te-entusiast, hos Kaffa.

kontoret står alle rundt når den åpnes, vi snuser alle aromaen som brer seg med blomster og velduftende noter.

Louise er engasjert når hun forteller om plantasjene som sender inn de første prøvene på årets avling i slutten av april. Eier Christian Hincheldey og faren Henning tester 10-20 forskjellige prøver sammen med butikksjefen Monika i København.

– De legger opp teene og tester. Noen fungerer og andre ikke. De kvalitetssjekker og bestiller store partier av de teene som holder standard.

LYS TE I NORGE

Det er ofte de lyse teer som smaker best i Norge fordi vi ikke har så mye kalk i vannet her til lands. Den sorte te blir kraftig med dansk vann fordi i Danmark har man mye kalk, og det er positivt for sort te.

Lyse teer fungerer motsatt. Trenger man vann med lite kalk kan man bruke flaskevann. Dette er små nyanser som gjelder for å nyte sin te som best.

– Mange er skremt av grønn te, årsaken er at den blir hurtig bitter. Da har man enten brukt for mye te eller latt den trekke for lenge. Så vær varsom og lett på hånden. Grønn te inneholder rikelig med antioksidanter, men for å bevare dem må vannet ikke ha over 80 grader. Bruk vannkoker med termometer og te-termometer.

Louise viser tre ulike grønne teer, alle smaker fantastisk. Hun liker å gå i dybden, spesielt innen de grønne teene.

– Ny forståelse kommer når man vet at det finnes ulike smaker og kvaliteter. Prøv gjerne vår Green Formosa Fragrant, vi kaller den Jade. Det er grønn

te fra Taiwan, med naturlige noter av aprikos og fersken, teplantene har vokst tett ved frukttrærne og trukket opp smak fra jordbunnen. Den er så nydelig og drikkes hyppig i det danske kongehus.

AFTERNOON TEA

Hos Perch's tesalong kan man få servert te fra klokken 10, men klassisk afternoon tea er på ettermiddagen.

– Etter engelsk tradisjon brukes sort te, som Earl Grey eller Breakfast Tea med melk, det er klassiker. Vi har Earl Grey Typhoo som blir svært god med melk.

– Vi serverer også lyse teer, bare husk at melk ikke skal tilsettes grønn eller lys te som vår hvite tempelte. Melk er kun til sorte kraftige teer.

Koppene bør være åpne, så aromaen

brer seg og man kan ta inn lukt mens man drikker. Hele nesen må komme ned i koppens åpning. For å nyte sin te maksimalt må man nyte duften og oppleve nyansene. Det er samme prinsipper som når man nyter vin, gin og rom.

Hva serveres til? Scones, syltetøy, krem, agurk sandwiches og en kake er tradisjonen.

– Vi serverer scones som vi baker selv etter egen oppskrift med mye smør. De blir så crispy og deilige. Pisket krem, jordbærsyltetøy og lemon curd er tilbehøret. Man kan også få crémant (musserende vin) til, det passer godt sammen.

TILBEREDNING

Bruk filter så teen kan ligge løst og utfolde seg i kannen, da kommer smaken frem. Ca. 5 minutters trekketid passer til

de fleste teer i Norge hvor vi har bløtt vann. Unngå klyper da tebladene presses sammen, de har sjelden nok plass.

17. MAI BLANDING

Louise liker å lage teblandinger. Da hun skrev sin masteroppgave om engelsk afternoon tea, var hun i lære og lagde sin egen teblending av fem teer.

– Det er så vanvittig spennende å lage nye blandinger. Til 17. mai lager vi hvert år en egen blanding. I 2018 lagde vi grønn te med ville bær, rabarbra og vanilje. Den passet godt til det som er litt kremet og søtt på en 17. mai brunch.

Teblandinger er en tradisjon hos Perch's, alle har en historie. Som Daisy, det er en teblending opprinnelig skapt for Dronning Margrethe. Som vi skjønner er A. C. Perch's Thehandel

Kongelig Hoffleverandør.

TE OG MAT

Skal du servere te til mat anbefaler Louise japansk grønn te tilsatt puffet ris (genmaischā) til sushi.

Til kinesisk mat og retter med krydder og urter, servere grønn te. Eller grønn iste, gjerne søtet. Grønn te passer også til fisk og skalldyr.

Mat med mye salt trenger mer kraft i seg og her anbefales sort te.

Jasmin-te (hvite teblader rullet, med lett og fin aroma av jasmin) er en populær type som er for mild til mat, men den kan med hell nytes til scones på afternoon tea.

TEKULTUR

Til frokost velg gjerne en Breakfast Tea, som en kraftig Assam Ceylon te. Utpå dagen kan det passe med en grønn te. På ettermiddagen velg te med litt mer kraft, som Darjeeling. På kvelden passer first flush og hvit te, de har lite koffein.

Uansett valg, skal du lukte, smake og ta tid til å kjenne etter. Det er tekultur og utgangspunktet for teseremonien. Matcha te (pulverisert grønn te) brukes ofte.

- Deltagerne sitter i sirkel, og drikker litt av matcha teen. Turister deltar i 30 minutter men ekte ritualer tar flere timer.

Det er meditasjon. Man må på innsiden av kulturen og oppleve det. Det kan ta et helt liv å bli matcha te-mester.

Ikke alle kan dra til Japan og Kina, men man kan unne seg pauser fra hverdagen hjemme.

- Og her hos oss! Vi har de rette kopper, godt utvalg av te og mat, og ikke minst te-atmosfære.

Louise er stolt av jobben sin, og det var Louises drøm å få jobbe hos Perch's. Drømmen gikk i oppfyllelse i 2013 da

bedriften skulle åpne i Århus, og nå har hun åpnet Oslo forretningen også.

-Jeg har kommet på rett hylle i livet. Jeg føler meg hjemme med te! Avslutter Louise Malling Vedersø.



AFTERNOON TEA ETIKETTE

- Man spiser alltid smørbrødet først, og med fingrene. Ikke bestikk!
- Så spiser man scones, de skal helst være varme.
- Scones deles i 2 med hendene, ikke med kniv, og spises separat. Ikke legg dem sammen igjen som en sandwich, det er helt utenkelig.
- Man kan smøre scones som man foretrekker. The Devon way er med krem først og syltetøy på toppen, The Cornwall way er syltetøy først, krem på toppen.
- Kakene må vente til sist!
- En person tildeles rollen som «mor», og får til ansvar å helle i te til alle ved bordet.
- Husk å helle melken i først, deretter te!
- En sukkerbit eller to? Alle har sine egne preferanser her.
- Teen skal røres frem og tilbake, ikke i sirkulære bevegelser.
- Koppene holdes med tommel og pekefinger, hvor koppen hviler på langfinger. Fingrene skal ikke være heftet gjennom, og gud forby om tefat løftes fra bordet.
- Du kan også nyte et glass musserende vin til teen.

Kilde: Det Britiske Turistkontoret

Her serveres afternoon tea i Oslo området

- Theatercafeen, Continental Hotell
- Palmen, Grand Hotell
- Bibliotekbaren og Vinterhagen,
- Hotell Bristol
- Karlsborg Spiseforretning, Ekeberg
- Christiania Restaurant
- Lysebu Restaurant
- Perch's tesalong hos A. C. Perch's The

YOUR COMPLETE DRINKS OFFER



9000
WITTENBORG
designed to last

Den nye modell 9000 fra Wittenborg er designet for å tilby et komplett utvalg av varme, deilige drikker. Kun et trykk på knappen, og du kan servere en drikk for enhver smak: silkemyk cappuccino, rik og kremaktig sjokolade, autentisk italiensk espresso og den berømte og elskede wiener melange - for bare å nevne noen av de mange fristende alternativene.

Vil du vite mer, så gå inn på wittenborg.evocagroup.com, eller kontakt oss på scandinavia@evocagroup.com for henvisning til en av våre forhandlere.

Kaffen kom til Bergen før den kom til Brasil

Den vakre byen mellom de syv fjell var Norges dominerende handels- og sjøfartsby til langt ut på 1800-tallet, og hit kom trolig den første kaffen til landet i 1675. Gamle handelsfamilier har sørget for eksotiske varer fra fjerne himmelstrøk til byens borgere, ikke minst kaffe. Med velstandsutviklingen ble kaffe allemannseie, og nå kan man nyte en kopp når som helst og hvor som helst.





Christian Nesset

Det er så hyggelig å rusle rundt i Bergen. Opp og ned bakker, rundt hjørner og langs bryggene. Man blir aldri lei, men innimellom trenger man en kaffepause. Det lar seg gjøre. Her finner du kaffebarer, bakerier, konditorier og kafeer over alt – mange av dem brygger riktig god kaffe.

De store kaffebarkjedene som Starbucks og Espresso House er til stede, side om side med uavhengige kaffebarer som setter sitt preg med individuell og personlig stil. Vi får ikke tatt med alle og har vi prioritert de lokale stedene. Så får de store kjedene ha oss unnskyldt for denne gang.

Vi blir med Christian Nesset og Otilie Stokseth på en kaffesafari i Bergen.

Begge jobber på Kaffemisjonen og er godt kjent med byens kaffetilbud. Otilie er ivrig hobbyfotograf og har tatt meste-parten av bildene i denne reportasjen.

BYENS FREMSTE BARISTA

Christian Nesset, vår lokale guide i Bergen, kommer opprinnelig fra Hamar. Han dro til Bergen for å studere som mange andre, og rakk en bachelor i samfunnsøkonomi før kaffen grep ham. Nå er det kaffe på heltid for 29-åringen.

Til daglig finner vi Christian på Kaffemisjonen, hvor han i tillegg til baristajobben, er «sjefsnerd» med ansvar for kurs og opplæring, cupping, workshops og ulike arrangementer. Han er ivrig konkurransemann og har arrangert Regionsmesterskap i Bergen siden 2015. Han er

trolig også NMs travleste deltager, med klassisk barista, håndbrygging og cup tasting på programmet. To bronseplaser fra 2018 er hans beste resultat. Han har deltatt i NM siden 2014 og gir seg trolig ikke med det første.

Kaffeinteressen kom allerede som 15-åring. Christian fikk jobb på en lokal kafé i Hamar og lærte å brygge espresso. Baristajobben fortsatte gjennom videregående og interessen ble opprettholdt under verneplikten i Garden, med hyppige besøk til kaffebarer i Oslo. Etter hvert flyttet han til Bergen, kjøpte en aeropress og begynte å teste spesialkaffe. Han gikk på åpne cupping og lærte mer og mer, før han våren 2013 begynte på Kaffemisjonen.



KAFFEMISJONEN

Kan hende blir stemningen litt sakral og høytidelig, når man trer inn i Kaffemisjonens lokaler i Øvre Korskirkealmeningen rett ved Fløibanen. Høyt under taket, nedstrippet interiør og en dominerende blå vegg som har blitt stedets signatur.

Om man stusser på navnet, så er det nok ikke et ønske om å sette misjonering i fokus, selv om mye tid går med til å spre det glade kaffebudskap. Snarere var det vel heller at strøket bestod av flere misjonsforeninger, så hvorfor ikke Kaffemisjonen. Ikke la deg skremme, her er både hjerterom og husrom og riktig god kaffe.

På Kaffemisjonen har mange av landets fremste baristaer brygget kaffe gjennom årene, ikke minst Jan Richter Lorentzen og Rasmus Helgebostad som etablerte stedet i 2007. En ekte «third wave» kaffebær, godt kjent av norsk kaffebransje og vel anerkjent for sitt kvalitetsfokus. Lorentzen har drevet Kaffemisjonen videre etter at Helgebostad dro tilbake til Oslo, og har utvidet med Blom oppe ved universitetet og Landmark i Bergen Kunsthall.



Kaffemisjonen er uavhengige og står fritt til å velge kaffe på øverste hylle, men stort sett kommer kaffen fra Jucu, Tim Wendelboe og Supreme Roastworks. De arrangerer jevnlig cupping og kurs som er åpne for alle. Kaffemisjonen deltar også på ulike arrangementer og med pop-up kaffebær for å nå ut til folk.

Her brygges kaffe på alle mulige måter, enten du ønsker dagens kaffe fra trakter, alle slags espressodrikker eller håndbrygg fra presskanne, Chemex, V60 og aeropress.

Adresse: Øvre Korskirkealmeningen 5



DET LILLE KAFFEKOMPANIET

På dette tradisjonsrike stedet får man godfølelsen med en gang. Nedre Fjellsmauet er en brostensidyll rett ved Fløibanen, og her finner vi perlen som har holdt seg i teten blant Bergens kaffebarer siden kaffebølgen startet på 90-tallet.

Her har det vært både potetkjeller, kunstnerkollektiv og indisk restaurant. De siste 22 år verdens koseligste kaffebar. Det opprinnelige Kaffekompaniet gikk konkurs, men Aase Spinnangr overtok i 2012 og har greid å blåse nytt liv i virksomheten. Det går bra, og er rene turistmagneten i sommerhalvåret. Da fylles smugene av folk med kamera og nysgjerrige blikk, og ofte er det kø av turister som vil nyte en god kopp kaffe i fantastiske omgivelser.

Stamkundene finner også sin plass i det lille lokalet, og den lokale forfatteren har sin faste stol. Det blir ganske fullt med 10 gjester, men er været fint kan man sitte ute.

Det Lille Kaffekompaniet tilbyr kaffe fra flere ulike brennerier, og dagens kaffe er brenn hos Langøra. Langøra har til og med spesialdesignet en egen etikett for Kaffekompaniet. Ellers finner vi kaffe fra Solberg & Hansen og Tim Wendelboe.

Her serveres håndbrygg fra Kalita, Aeropress eller Chemex. Bak espressomaskinen står Alejandro Gómez som med øvede hender brygger ulike espressodrikker. Vi kunne velge mellom to «dagens» på termokanne, og fikk en deilig, sødmefull kaffe fra Etiopia. Espressoen var det heller ikke noe å si på.

– Det viktigste for oss er å servere best mulig kaffe, sier Åse. Her ligger ambisjonen. Men vi skal ikke være snobbete. Det Lille Kaffekompaniet skal være et sted for alle!

Adresse: Nedre Fjellsmauet 2

” Her er kaffen og maten like viktig! ”



Olav Egeberg har ansvaret for kaffen på Smakverket

SMAKVERKET

Kokker og baristaer i skjønn forening. God kaffe og god lunsj. Kaffekompetansen er høy, det samme er bevisstheten. Smakverket har virkelig klart å hevde seg både med mat og kaffe.

Beliggende i Rasmus Meyers allé 3 vegg i vegg med kunstmuseene KODE, skapes umiddelbart en positiv hektisk og travel følelse. Masse folk, høyt under taket, 70-talls arkitektur signert Sverre Lied. Vinduer fra gulv til tak sikrer masse lys inn i lokalene.

Olav Egeberg etablerte Smakverket for elleve år siden sammen med Angus Hugøy. Han er kjøkkensjef og tar ansvaret for maten, mens Olav har ansvaret for kaffen. Begge er opptatt av smak, og Olav er nøye med å understreke at kaffen og maten er likestilt. – Vi skal være like gode på begge deler og skape den perfekte kombinasjon.

Olav kommer raskt med en dobbel espresso, en cappuccino og dagens kaffe. Vi smaker og nikker bifallende. Kaffen leveres av Jacobsen & Svart og «dagens» er virkelig spennende, en real

smaksbombe. Ordentlige traktere og skikkelig renhold sørger for god kvalitet, og Smakverket har forøvrig valgt bort håndbrygg. – Her er det travelt og det kan ikke forsvares å ha en dedikert person til dette, sier Olav.

Adresse: Rasmus Meyers allé 3



KAFFELADE PÅ GALLERIET

Vi fant en liten og hyggelig kaffebaren på kjøpesenteret Galleriet midt i Bergen sentrum. En fredelig oase hvor ikke minst mange av de ansatte i butikkene kan få seg en pust i bakken og en god kopp kaffe.

Kaffelade har også et større sted på Matbørsen med full matserving i flotte lokaler. Samme kaffekonseptet som på Galleriet, men her får du i tillegg pizza, pasta, tapas og en rekke lunsjretter. Kokkene herfra forsyner Kaffelade på Galleriet med mat og kaker. Interiøret er fint, lunt og tiltalende med

en gjennomført autentisk stil. Her har det vært både tobakk- og plateforretning tidligere og den ene veggen er visstnok fredet.

Kaffen kommer fra Kaffa og er av god kvalitet. Barista Kristoffer Skånøy Roksvaag er blid og imøtekommende og byr på dagens kaffe, ulike espressodrikker, te og alkoholholdige drikker om man ønsker det.

Adresse: Galleriet, Torgalmenningen 8

BLOM

Rett ved Universitet i Bergen finner vi denne hyggelige kaffebaren med et jevnt sig av studenter og andre som trenger en rolig kaffepause. Blom drives av de som står bak Kaffemisjonen, så her er kaffen og kompetansen på topp. Maten kommer fra Colonialen og er utmerket. Her ser vi mye kaffe fra Jacu, men også fra Tim Wendelboe og Supreme Roastworks.

Baristaen introduserer dagens kaffe fra Guatemala og det smaker virkelig godt. Blom tilbyr kaffe fra kanne og selvsagt espresso i alle varianter. De lager også håndbrygg fra ulikt bryggeutstyr, som aeropress, chemex, V60 og presskanne. Her går det mest i sort kaffe, som de fleste andre steder.

Hjemmehyggelig og lun stemning. Lyst og enkelt, virkelig et sted for å slappe av.

Adresse: John Lunds plass 1



Baristaene er blide og forekommende. Dette er ikke et smalt sted kun for kaffenerdene, Bakervarer stekes og smøres på stedet. Butikkvarer som utstyr og kaffe står lett tilgjengelig på disken.

Dromedar-kaffen er brent av Solberg & Hansen, som også eier Dromedar-kjeden.

Adresse: Strandgaten 81



DROMEDAR

Vi gjør et lite unntak for Dromedar og tar inn en kjede i vårt lille utvalg av kaffebarer i Bergen. For Dromedar har vært lenge i Bergen og vært med på å prege det norske kaffemiljøet siden 1997, da de startet opp i Trondheim.

Dromedar har tre kaffebarer i Bergen; på Galleriet, i Vestre Torggaten og en i Strandgaten. Sistnevnte er pusset opp nylig, og har blitt veldig fin. Interiøret er i vakker eik og med dype rød-lilla vegger i bakgrunnen. Ønsker man litt fred kan man kripe inn i små avlukker med myke puter og nyte en kaffe. Her er det mange stamkunder og beliggenheten midt i shoppingstrøket gir også mange drop-in kunder.

På Dromedar finner man det vanlige utvalget av mat og drikke, og to dagens kaffe; «spesial» og «deluxe». Sistnevnte skal skille seg ut gjennom unike egenskaper og høy kvalitet. Ønsker du håndbrygg kan baristaen lage det, og du får selvsagt kjøpt kaffeutstyr.



På Bergen Kaffebrenneri lager de sin egen sjokolade.



Kenneth Rasmussen

BERGEN KAFFEBRENNERI

På Møhlenpris finner vi Bergen Kaffebrenneri (BKB). Her er det ganske annerledes, røft og sjarmende. I et nedlagt skipsverft har du mulighet for å nyte en god kopp kaffe, og er du heldig kan du følge med mens Anette Johannesen eller Kenneth Rasmussen brenner dagens sekker med kaffe. Er du sulten finnes både brød og bakverk fra Colonial, kaker og suppe lager de selv. Så produserer BKB sin egen sjokolade, en liten hemmelighet. Kakaobønner røstes, males, blandes og konsjes og blir til slutt fine sjokoladeplater.

Carl Eugen Johannesen (Kaje) etablerte Bergen Kaffebrenneri i 2012. Han var med å starte Det Lille Kaffekompaniet for mer enn 20 år siden og etter filmstudier dro han til Italia for å lage film. Han anskaffet en liten brenner der og startet på hobbybasis. Bergen Kaffebrenneri ble etablert i 2012 med en eldre italiensk Petroncini, og etter hvert kom Kenneth Rasmussen

med på laget. Kaffeentusiasten brant den gang hjemme på en modifisert popcorn-maskin, og ble etter hvert sjefsbrenner.

BKB sprer herlig duft i nærmiljøet, men bidrar også til at de innsatte i Bjørgvin Fengsel kan lære å brenne kaffe. Fengslet kjøpte for noen år siden en liten kaffebrenner og de innledet et samarbeid med BKB. Med Kenneth og etter hvert Anette som lærere, har hundrevis av kilo med «Straffekaffe» blitt solgt til kunder over hele landet.

Om sommeren yrer det av liv på det nedlagte verftet, med Puddefjorden rett nedenfor. En trivelig plass litt utenfor de mest kjente turistløypene i Bergen, og vel verdt et besøk!

Adresse: Kong Christian Frederiks plass 4

BØNNER I BERGEN

«Bønner er et sosialt entreprenørskap og kaffemerke som skal sikre en meningsfull hverdag til mennesker som av ulike grunner står utenfor arbeidslivet.»

Rett rundt hjørnet for Kaffemisjon, i Kong Oscars gate 7 ligger et nytt og spennende konsept i regi av Kirkens Bymisjon i Bergen. Gjennom et samarbeid med Jacu Coffee Roastery er det i år startet et arbeidstreningsprosjekt med kaffe i sentrum. Finansieringen kom fra en andel av TV-aksjonen, og virksomheten er sikret finansiering i tre år. Her kan unge uføre og innvandrere komme og pakke kaffe i lyse og hyggelige lokaler

– Kaffebarer, bakerier, restauranter, hoteller, bedrifter, kaféer og vanlig folk kan kjøpe kaffen vår, sier Gaute Westli. Han har ansvaret for Bønner, og den tidligere reklamemannen forteller engasjert om opplegget. Det kan helt sikkert

komme godt med når merkevaren skal bygges og budskapet skal spres.

Kaffen skal være av topp kvalitet og markedet ligger rett utenfor døren. Emballasjen er designet av et reklamebyrå og alt ser veldig flott ut.

– Dette skal bli en bedrift, understreker Gaute, og det skal bli mer enn et pakkeri. De som jobber her må også ta ansvaret for markedsføring på sosiale medier og i andre kanaler. Kanskje lage plakater eller andre ting.

Gaute begynte i januar men forteller at Kirkens Bymisjon i flere år har hatt ønske om å etablere et eget kaffemerke. Nå er

endelig virksomheten i gang og de første sekkene med kaffe fra Ålesund er pakket.

Deltakerne skal lære alt om kaffe gjennom et eget «Kaffeakademi», og Christian Nettet fra Kaffemisjonen er allerede hyret inn med sin kompetanse.

Nå gjelder det å finne de rette kundene og salget har startet. Nettsider er lansert, og der er det bare å bestille kaffe. Der kan man også registrere abonnement og få kaffen sendt regelmessig.

bonnerkaffe.no



Gaute Westli



Baker Brun
ETABLERT 1893

TRADISJONSRIKT BAKERI MED BLIKKET FREMOVER

Det er med bakerier som med kaffebrennerier. Historien preges av sterke familier, lange tradisjoner, respekt for håndverk og solid lokal forankring. I Oslo har vi Baker Samson og Baker Hansen. I Bergen finner vi Baker Brun – som også satser på kaffe.

Ferdinand Brun etablerte bakeribedrift i Bergen i 1893. Med aner tilbake til dikter og biskop Johan Nordahl Brun, har vi med gammel og respektert slekt å gjøre. Bakersvennen tok sin utdannelse i Kristiania og København, og hentet impulser fra reiser til Tyskland. Bedriften ekspanderte og hadde etter hvert bakerier over hele Bergen.

TRADISJON OG UTVIKLING

Ferdinand Brun døde uten livsarvinger i 1949 og bakeriet ble lagt ut for salg. Nye eiere ble Stord- bakerne Ingvald

Bore og svigersønn Johannes Alsaker, som drev bakeriet frem til 1981. Da overtok to av sønnene til Alsaker, Gunnar og Martin. Nye moderne produksjonslokaler ble etablert på Damsgård, halvfabrikata gjorde sitt inntog og varslet en ny epoke for Baker Brun og de andre bakerivirksomhetene over hele landet.

Alsakerfamilien fortsetter å prege utviklingen. Vi møter salgs- og markedssjef Karianne Alsaker i Baker Bruns utsalg på Bergen Storsenter. Hun er stolt av bedriften, av evnen til å omstille seg,

se trendene og følge med i timen. Trolig bidrar hun sterkt til utviklingen selv.

– Vi er en tradisjonsrik bakeribedrift og skillingsbollen er vårt signaturprodukt, sier Karianne. Vi selger 2,3 millioner brød og 650 000 skillingsboller årlig, men vi ville tilby mer enn brødbutikken på hjørnet. Vi er opptatt av utvikling og da ikke bare når det gjelder bakverk og konditorvarer. Vi begynte tidlig å bake i butikk, og var tidlig ute med å finne kaffe som passet til bakervarene. Allerede tidlig på 90-tallet kunne vi tilby



” Vi kan ikke slå oss til ro. Vi må være kontinuerlig opptatt av utvikling. ”

Karianne Alsaker

cappuccino og latte. Da var det enda ikke etablert kaffebarer i Bergen.

Om lag 50 prosent av omsetningen kommer i dag fra kafévirksomhet, og varme drikker utgjorde ca. 20 % av omsetningen i 2018.

Det er mye folk i utsalget på Bergen Storsenter, gjerne 500-600 hver dag. Gjestene er bredt sammensatt, unge og gamle, og omsetningen er stor. Moderne lokaler, behagelige stoler og en stor flott disk som bugner av brød, bakervarer og andre godsaker. Med raske bevegelser tilberedes en cappuccino. Dagens kaffe fra Guatemala er fersk og god.

LEVERANDØRENE ER VIKTIGE

– Det å finne norske leverandører er viktig for oss. Selv om kaffen kommer langveis fra, så er det å ha gode samarbeidspartnere avgjørende for suksess, sier Karianne. Dette har vi fått med kaffeleverandørene våre. I dag bruker vi Pals som samarbeidspartner, og det

å kunne utvikle seg i tråd med trender og kundeetterspørsel har vist seg å være veldig verdifullt. Vi har hatt en veldig god vekst også i denne varegruppen, etter vi startet samarbeidet i 2017.

Det er krevende å holde høyt nivå på de ansatte på alle de 18 utsalgene, og de skal jo ikke bare kunne alt om brød og kaker. De må brygge espresso og steame melk og kan ikke ligge alt for langt bak de rendyrkede kaffebarene. Det betyr omfattende kurs- og opplæringsvirksomhet i tillegg til konkurranser og ulike tiltak for å holde kompetansen på topp. Hvert utvalg har en egen kaffeansvarlig, og det avholdes interne konkurranser der disse får presentert forslag som ansatte der har komponert. Vinneren får lansert drikken på kampanjer som alle bakerier er en del av. Baker Brun har også gjort dette med andre produkter som bakverk og varm sjokolade, og de er vel mottatt av ansatte og ikke minst kundene.



Karianne Alsaker



– Sortimentet innen kaffe hos oss har utviklet seg i tråd med trendene, og vi tilbyr et stort spekter av varianter innen kaffe, sier Karianne. Bestselger er selvfølgelig svart kaffe, og vi tilbyr hver dag to forskjellige traktekaffer, fra ulike land og regioner.

Bedriften investerer ganske mye i både kompetanse og utstyr. Kaffeleverandørene holder kurs for de ansatte og det er tett samarbeid med utstyrsleverandøren Primulator.

– Vi kan ikke slå oss til ro. Vi må være kontinuerlig opptatt av opplæring og videreutvikling. De ansatte må lære nye ting og holde seg oppdatert innenfor faget. Personlig utvikling er viktig for å holde motivasjonen oppe. Uten godt samarbeid med leverandørene er det umulig å lykkes, avslutter Karianne.



FRA KRAMBOD TIL NORGES STØRSTE KAFFEHUS

For 220 år siden etablerte Herman Friele krambod og ølbryggeri på hjørnet av Nikoliakirkealmeningen og Steinkjellergaten i Bergen. Det ble starten på en lang og tradisjonsrik historie hvor kaffe etter hvert ble det viktigste produktet.

I Oslo har vi Joh. Johansson, i Trondheim Kjeldsberg og i Bergen Friele. Tre kjøpmannsfamilier som startet i det små og som har vokst i takt med befolkningen og velstandsutviklingen gjennom tre århundrer. Som etter hvert ble Norges største kaffebrennerier med kjente merkevarer som fremdeles lyser mot oss i dagligvarehyllene over hele landet.

Ting skjer og endringene kommer. Friele-familien solgte seg ut for noen år siden, men det tradisjonsrike kaffebrenneriet drives videre med nye eiere, nemlig verdens nest største kaffefirma Jacobs Douwe Egberts (JDE).

Litt omorganisering i ledelsen og noen nye produkter, ellers finner folk sin Friele-kaffe i butikkene som tidligere. Vi har besøkt kaffebrenneriet på Midtun, en mil sør for Bergen sentrum for å ta en prat med Jan Erik Eikeland sjef for Retail, eller dagligvare på godt norsk.

Eikeland kom inn høsten 2018 og har fått noen måneder til å bli varm i trøya. Norsk dagligvare kjenner han godt etter fire år i Hansa og hele 13 år i Møllerens, Norges ledende merkevare innenfor kornbaserte produkter og hjemmebaking.

– Bransjene er ikke så ulike og strukturen er ganske lik den jeg er vant til, sier Jan Erik etter en rundtur i kaffebrenneriet. Konkurransen er tøff uansett. Vi skal kjempe mot sterke nasjonale og internasjonale merkevarer. Da hjelper det at Friele har 220 år på baken.

VEKST I PRODUKSJONEN

JDE brenner kaffe for Coop etter at deres brenneri ble lagt ned og solgt til JDE for et par år siden. Samarbeidet er godt både når det gjelder Coops egen kaffe og på andre produkter. At det representerer et stort volum for JDE er det heller ingen tvil om.

Eikeland forteller også at produksjonen ikke bare har økt for det norske markedet, men også for Europa. – Vi har kompetanse som blir etterspurt, og internt i JDE-systemet har det norske brenneriet en høy anseelse. Vi leverer stadig mer brent kaffe ut av landet, forklarer han. Totalt blir rundt 13 000 tonn råkaffe brent på Midtun årlig. Det er kapasitet til mer!

KAFFE I DAGLIGVARE

Mens de små brenneriene kan fokusere på kaffen og dens opprinnelse er det ikke fritt for at de store aktørene fort blir opptatt av volum, pris og fortjeneste.

Noen måneder selger Joh. Johansson mest, i andre måneder er JDE størst. Priskonkurransen er hard og denne kategorien er ofte drevet av kampanjer. Kaffe skal alle ha, og produktene fungerer som «inndragere» til butikkene.

Norsk dagligvare kjennetegnes ved høy grad av såkalt vertikal integrasjon. Aktørene eier egne produksjonsenheter, for eksempel kaffebrennerier eller bakerier. Egne merker foretrekkes, og det kan være vanskelig for andre å slippe til. Rema 1000 selger ikke Evergood, mens Norgesgruppen ikke tilbyr kaffe fra Kjeldsberg eller Coop. Men hva med Friele-kaffen?

– Du finner Friele hos Rema 1000, Bunnpris og Coop. Vi skulle selvsagt gjerne vært i alle Meny og Kiwi-butikkene i Norge, men får nøye oss med Bergen og Vestlandet enn så lenge, smiler Eikeland. Vi må bare fortsette å investere i merkevaren og sørge for at forbrukerne etterspør våre produkter, så vil man kanskje finne Friele i flere butikker også på Østlandet. På Vestlandet er Frielekaffen et begrep, og vanskelige å komme utenom for tradisjonsbundne og merke- lojale kaffedrikkere.



Jan Erik Eikeland, sjef for Retail hos JDE Norge

Forutsetningene for vekst er ikke så veldig store innenfor den tradisjonelle filterkaffen, vi må finne nye bein å stå på. Det er selvsagt en utfordring når mer enn 70% av Norges befolkning foretrekker tradisjonell sort filterkaffe. Nå har imidlertid JDE Norge også fått tilgang til merkevaren L'Or og er faktisk blitt markedsledende på kaffekapsler i Norge. – Et viktig bidrag til nye inntekter for selskapet, sier Eikeland.

VERDENS NEST STØRSTE KAFFEHUS

Det var en overgang for Eikeland å komme inn i et stort internasjonalt konsern, men han er imponert over den enorme innsikten som ligger i JDE-systemet internasjonalt.

– Faktabasert kunnskap om markeder og produkter, hva som fungerer og hva som ikke fungerer og hvilke mekanismer som gjør seg gjeldende er svært nyttig for oss. Dette kan vi tilpasse til våre lokale markeder og forhåpentligvis bruke til å fatte gode beslutninger sammen med våre kunder, understreker han.

Det var uvant å gå inn i en ledertroika

etter rollen som viseadministrerende hos Møllerens. Eikeland er talsperson for JDE Norway, men virksomheten er delt mellom tre ledere. Mens Eikeland håndterer dagligvare, er Lasse Søgaard sjefen for JDE Professional. Disse har hovedkontor i Oslo, og betjener det store bedrifts- og horecamarkedet. Mathias Gärd styrer innkjøp av råkaffe fra brenneriet i Gävle i Sverige. Han er fabrikk-sjef i Skandinavias største brenneri og samordner innkjøpene.

– All kaffen cuppes og godkjennes lokalt i Bergen. Stolthet knyttet til de kjente Friele-produktene er sterk og kvalitetskravene er ufravikelige, sier Eikeland.

LAGARBEID OG RESPEKT FOR FAGET

Eikeland kommer fra en bedrift med 150 års erfaring og historie til en bedrift med 220 år. Begge bransjene kjennetegnes ved respekt for faget, høy grad av kompetanse og lojalitet til bedriften. Han er fornøyd med det han har møtt. – Folk har vært her lenge og kulturen er sterk. Det lover godt for fremtiden. Han er også imponert over hvilket fokus det er på lagarbeid og utvikling av mennesker innenfor JDE-systemet.

– Det er også en lykke at tidligere eiere har investert såpass mye i både produksjonsmidler og kompetanse, sier Eikeland. Han frykter ikke at de velkjente Friele-produktene skal bli borte eller at kvaliteten skal forringes. Det er jo også dette Jacobs Douwe Egberts har kjøpt; merkevare, kompetanse og historikk.

FAKTA

Jacobs Douwe Egberts er verdens nest største kaffeselskap med mer enn 12 000 ansatte. JDE Coffee har hovedkontor i Nederland, og er representert i mer enn 80 land. Kaffe er kjerneproduktet, men JDE leverer også totalløsninger som inkluderer kaffemaskiner, tilbehør, andre drikker og teknisk service. JDE tilbyr kjente kaffemerker som Friele, Illy, Krone, Norwegian Roast, Friele Cafitesse og L'Or. JDE Norge har ca 240 ansatte.



Mer enn støvsugere og vaffeljern

Det er ikke så mange norske produsenter av forbrukerelektronikk, og kun én som produserer kaffeutstyr. En klapp på skulderen til Wilfa, som utfordrer etablerte giganter med moderne og smarte kaffeløsninger for kjøkkenbenken.

For om lag 10 år siden startet arbeidet med å reposisjonere Wilfa. Selskapet hadde vært i markedet siden 1948, men fremstod som litt traust og kjedelig. Prosessen begynte så smått da Morten Hoff overtok selskapet etter sin far i 2005. Anders Liland ble ansatt som konsernsjef og Arild Jørgensen for å drive med produktutvikling. Morten tok etter hvert over rollen som konsernsjef, og Arild er fremdeles med. En rekke nye og spennende produkter har kommet på markedet, og flere vil garantert dukke opp.

KAFFEPROSJEKTET

Det startet med støvsugere etter krigen, men kanskje er Wilfa aller mest kjent for vaffeljernet «Hjerte Stor Piip» som hvert år blir best i test. Vår interesse går mest i retning kaffeutstyr, og vi har tatt turen opp til hovedkontoret på Hagan i Nitte-

dal for å høre nærmere om dette lille norske kaffeeventyret.

Kaffetrakteren Svart Presisjon plasserte Wilfa på kaffekartet og nå er de ute med en ny kvern kalt Svart Uniform. Hva er årsaken til denne kaffesatsingen?

– Vi hadde jo hatt Moccamaster i mange år, sier Morten Hoff. Da det forsvant ut var det naturlig å fortsette med kaffe. Norge og Norden var godt kjent i utlandet for sin brennестil og sin høye kaffekvalitet, og vi hadde lyst til å være en del av denne utviklingen.

Kaffeprosjektet startet i 2010. Mye tid gikk med til workshops med kunder, til research og ikke minst design. Merkeva-restrategien ble utarbeidet i samarbeid med selskapet Sculler, og Norsk Design-råd utarbeidet en designbrief. Tre byråer

ble invitert og valget falt på danske Designit, ett av Nordens største.

Først ble Svart Manuell introdusert i markedet. En manuell «pour over» bestående av vannkoker, filterholder og kolbe. Produktet innevarslet at noe var på gang, og snart lanserte Wilfa Svart Presisjon, en moderne kaffetrakter, godkjent av European Coffee Brewing Centre. Wilfa fikk anerkjennelse gjennom designpriser som Red Dot Award, iF Award og ikke minst Merket for god design her hjemme. Nylig har Wilfa introdusert Svart Uniform, en flott kvern med særpreget design og god teknisk løsning.

SAMARBEIDET MED TIM WENDELBOE

Wilfa allierte seg tidlig med Tim Wendelboe, 2004 World Barista Champion, og han har vært en vesentlig bidragsyter



Morten Hoff (til venstre) er eier, konsernsjef og Norgessjef. Arild Jørgensen har ansvaret for innovasjon, produktutvikling og merkevarebygging i Wilfa.

under arbeidet med Svart-serien.

– Hans kunnskap og erfaring har vært av stor betydning, og som Norges mest kjente kaffepersonlighet bidrar han selv-sagt til å få maksimal oppmerksomhet rundt produktene. I hvert fall innenfor kaffebransjen.

Da Svart Uniform skulle lanseres kom det to hundre stykker til Tim Wendelboe i Tøyengata i Oslo. Det er ikke verst for en kvern.

HVOR VIKTIG ER DESIGN

– Design er viktig. Du får oppmerksomhet når noe ser sånn ut, sier Morten og peker på Wilfas Svart Presisjon. Men det starter med funksjonalitet. Hvis det ikke

leverer så hjelper det ikke med fin design. Hva skal til for å lage god kaffe? Det er spørsmålet man må stille seg.

I dag har Wilfa egne designere i lokalene på Gjelleråsen utenfor Oslo, og her utvikles både produkter og emballasje. Den nye kverna Svart Uniform er utviklet her, og Arild Jørgensen er stolt av å kunne føye til et nytt premiumprodukt i Wilfas kaffe-serie

ENKELT OG BRUKERVENNLIG

– Folk flest har ikke så mye kunnskaper om kaffebrygging, selv ikke de som arbeider i faghandelen vet alltid hva som skal til for å brygge en god kopp kaffe, sier Morten.

God brukeropplevelse, enkle produkter og godt resultat i koppen. Det er det Wilfa er ute etter. – Vi har gram og liter på vannkannen, sier Arild. Vi droppet kopp og måleskje, relative begreper som kan føre til feil dosering. Hva er en kopp? Med kvernen har vi utviklet en egen app som skal hjelpe folk til å stille riktig.

– Vi har ikke brukt penger på fancy display eller dyr elektronikk. Én knapp, kvernhode og en vekt på toppen som fungerer som lokk. Kverna skrur seg av når kaffen er ferdig. Med brukerveiledning finner man anbefalte innstillinger og kverna stilles i små trinn fra 1-42.



Lokket på kvernen er en digital vekt.



Egen app for smarttelefoner.



Flat Burr knivsett

FAKTA:
Wilhelmsens Fabrikker ble etablert i 1948 og produserte støvsugere. Etter hvert begynte de med import av husholdningsapparater som vaskemaskiner og kjøleskap. De produserte TV-apparater med deler fra tyske Loewe på 60-tallet og ble etter hvert leverandør med spisskompetanse innen småelektroniske husholdningsapparater. De har bygget opp en rekke merkevarer i det norske markedet, blant annet Moccamaster, Kenwood, Remington, Dyson og Dolce Gusto. Selskapet ble kjøpt av Stein Ulf Hoff i 1998 og er i dag eid av sønnen Morten Hoff.

Om kverner

Kaffekverner finnes i ulike prisklasser, enkeltstående eller integrert i kaffemaskiner. Hensikten er å male de hele kaffebønnene til riktig størrelse før brygging. Det finnes rimelige kverner for hjemmemarkedet og dyrere kverner for det profesjonelle markedet. Det finnes manuelle og elektriske. Noen har faste innstillinger i forhold til malingsgrad, andre er trinnløse. Prinsippet er at hele bønner føres mellom et par roterende kniver, enten av stål eller keramikk. Knivene kan være flate eller koniske. «Flat Burr» referer til knivsettet på en kaffekvern.

Det finnes dessverre en del kverner av dårlig kvalitet for hjemmemarkedet. De «tygger» bønnene istedenfor å kutte dem, og mange utvikler mye varme. Resultatet blir mindre konsistent kverning.

Kverner må vedlikeholdes. I profesjonell sammenheng må knivene slipes med jevne mellomrom og de må holdes rene og fri for kafferester og uønskede fremmedelementer.

MED TIM WENDELBOE PÅ LAGET

Tim Wendelboe er med når Wilfa utvikle produkter i Svart-serien. 20. desember 2018 var det forhånds lansering av Svart Uniform i brenneriet i Tøyengata i Oslo. 200 hadde meldt seg på, og lokalet var stappfullt. 160 kverner ble solgt første dagen.

Stor interesse for denne norskutviklede kvernen altså, og nå er Svart Uniform å finne hos Elkjøp.

Den er enkel, ser flott ut og er smart. Formen er rundt og fargen er selvsagt svart. Det er definitivt et produkt som ser annerledes ut.

Knivene er viktigst, og i Svart Uniform benyttes 58 mm flat burr fra italienske Mazzer.

- Knivsettet har fine gjenger noe som gir stabilitet og muligheter for fininnstilling, sier Tim.

Tim argumenterer for valget av flate kniver, ikke koniske. Rett og slett fordi han mener resultatet gir jevnere kornstørrelse, noe som i neste omgang gir jevnere ekstraksjon og bedre resultat i koppen.

Dette er en kvern utviklet for hjemmemarkedet, ikke det profesjonelle. Kverna kan stilles i små trinn fra 1 - 42, men det er ikke brukt symboler, så en titt i bruksanvisningen er nok lurt. Her finnes anbefalinger i forhold til hvilken bryggemetode man ønsker å benytte.

Wilfa SVART Uni kjøkkenvekt er inkludert. Den fungerer som lokk og er nøyaktig ned til 0,1 gram. Den kan kobles til smart-telefonen via Bluetooth og man kan laste ned en egen app kalt Wilfa Svart.

Tim er opptatt av appen. - Her kan man eksempelvis stille inn mengde vann, og appen forteller deg for hvor mye kaffe du skal kverne i forhold til hva slags styrke du ønsker; «mild, nordic eller intense». Velger du «nordic» kommer anbefalingen på 60 gram.

Tim har lyst til å gå lenger og lage en variant som tar hensyn til at kaffe fra ulike land og regioner er ulike. - En kaffe fra Brasil vil kanskje ha behov for andre innstillinger enn en kaffe fra Kenya.

Tim understreker også at alle kverner endrer seg over tid, og at man må teste bryggene og kanskje foreta endringer i innstillingene. Det samme gjelder om man kjøper mange ulike kaffer. Om den kjennes bitter og tørr, kvern grovere. Om den kjennes svak og vannaktig, kvern finere!

- Det skal ikke være nødvendig å justere mengden kaffe, kun innstille kvernen riktig for å få det beste resultatet, forklarer Tim.



” Nøkkelen til god kaffe ligger i kverningen. ”

Ungdom lærer kaffe

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Liv-Yuan Reinsviki



FOLKEHØYSKOLE MED BARISTALINJE

Hva gjør en folkehøyskole som ønsker å skape noe nytt? Noe i tiden, noe som peker framover men samtidig er innenfor et område man kan noe om. Jo, man setter kaffe på timeplanen!

Utsikten er formidabel. Hedmarktoppen Folkehøyskole, eller Toppen som aller sier, ligger befriende høyt og herlig til med utsikt over Mjøsa og Hamar rett nedenfor. Linjen «Kreativ – Barista» ble lansert i 2015, og søkerne meldte seg med en gang. Med 14 timer kreative fag og fire timer kaffe i uka, har skolen tatt sitt ansvar for å spre det glade kaffebudskap til nysgjerrige og lærevillige unge mennesker.

EN POPULÆR SKOLE

Skolen lette også etter fag som kunne bidra til et godt miljø og det har de lykkes godt med. Klasserommet fungerer som en kaffebar for hele skolen. En virkelig oase, med hyggelig interiør, behagelige stoler og sofaer, mulighet til å ta en prat og nyte en god kopp kaffe. Kaffebarens

fremste kjennetegn blir ivaretatt til glede for både elever og lærere.

Hedmarktoppen er en populær skole. Pågangen er stor og rektor Geir Byberg greier ikke å få plass til alle som søker. Om det er fordi elevene kan fordype seg i kaffebryggingens edle kunst vites ikke, men i kombinasjon med kreative fag som tegning, maling og design, har i hvert fall denne linjen et unikt tilbud til kreative mennesker med kaffeinteresse.

I kafferommet er det yrende liv. Vi er så langt unna tradisjonell klasseromsundervisning som det går an å komme. En gjeng med elever fra fotolinja bidrar til den livlige stemningen. Micah Salvaggio fra Bonanza Coffee, et profilert brenneri med to kaffebarer i Berlin, er på besøk.

Melkesteaming er ikke det enkleste, og Micah viser noen triks til elevene som flokker seg rundt.

David Dale brygger kaffe på en Hario V60 og diskuterer med Geir. David tok en sterk fjerdeplass i årets NM i Brewing i Trondheim, og fortsetter å trene. Geir var med som dommer og har også undervisningsansvaret for denne Baristalinjen.

– Vi har fire timer kaffefordypning i uka, sier Geir. Det cuppes, brygges og diskuteres. Elevene leter etter smaker og eksperimenterer med ulike teknikker. Mesteparten av kaffen kommer fra Jacu i Ålesund, men elevene tester kaffe fra mange ulike brennerier.



Geir Byberg





David Sekkelsten Dale, ung og uredt fra Fredrikstad, stilte opp i Brewers Cup i NM og tok en overraskende sterk 4. plass. Han fortsetter å finslipe teknikken, og pushe grensene for hva man kan få ut av kaffen. Det har han blant annet lært hos Tim Wendelboe, hvor han var så heldig å få praksisplass en periode.



Veslemøy Auberg (22) kommer fra Greåker utenfor Fredrikstad. Hun er her på andre året, nå som hjelpelærer. Liker alle slags kunstfag, sort kaffe og drømmer om å komme inn på Kunsthøyskolen.



Linn Byberg har ansvar for de kreative fagene



Hele skolen var på langtur i vår og elevene på Kreativ Barista fikk blant annet besøke en kaffeplantasje på Hawaii. Her får David studere kaffeplanter på nært hold.

GEIR OG LINN

Uten Geir Byberg og kona Linn hadde nok ikke dette tilbudet blitt etablert. Begge har vært lærere her i mange år, Linn med ansvar for de kreative fagene. På si har hun drevet Larsen, en kombinert kafe og butikk med klær, interiørvarer, litteratur og andre produkter. Geir har drevet kaffebaren Professo ved siden av undervisningsjobben. Han er såkalt AST, Authorized SCA Trainer, og kan undervise både håndbrygging og tradisjonell barista.

Som mange andre folkehøyskoler, er reiser til andre land en del av opplegget. Elevene har vært i Amsterdam og Barcelona, New York, Jamaica og Hawaii. Mens fotoelevene jakter på gode motiver, jakter kaffe-elevene på kaffe. På Jamaica er skolen involvert i et bistandsprosjekt og på Hawaii besøker de en kaffeplantasje.

MAIA

Maia Emilie Greiner (19) kommer fra Hamar, men har bodd fem år i Canada hvor resten av familien har slått seg til. Kaffeinteressen ble vakt tidlig og Maia jobbet som barista ved siden av skolen.

– Nivået var ikke så veldig høyt, og jeg ville lærer mer. Jeg er interessert i kreative fag som maling og keramikk, og når dette kunne kombineres med kaffe, var ikke veien lang til Hedmarktoppen.

Personlig foretrekker Maia filterkaffe, gjerne håndbrygg med den rene klare smaken. – Melk i kaffen blir klitt tungt, smiler Maia.

Hedmarktoppen er en kristen folkehøyskole, men Maia understreker at det ikke er noe press, og det er overraskende mange som ikke er kristne, sier hun.

– Her er det åpent og fritt og alle kan finne seg til rette. Bare gode mennesker og hyggelige lærere.



Liv-Yuan Reinsviki kommer fra Ødland i Telemark. Hun går på KREATIV - FOTO og har tatt bildene til denne reportasjen.



Foto: Robert Magnussen

MØT ÅRETS NORGESMESTERE

HVA MÅ EGENTLIG TIL FOR Å LYKKES I VM?

Adrian Berg ble norsk Barista Champion 2019. Erlend Wessel-Berg vant Brewers Cup. Begge jobber hos Dromedar i Trondheim. Vi inviterte de to «treningskameratene» til en prat med Odd Steinar Tøllefsen før VM i Boston.

Adrian Berg (29) jobber i Dromedar som driftsansvarlig for Trondheim. Sin aller første kaffejobb hadde han som «barback» eller løpegutt for Workshop Coffee Co i London. Han er fra Ålesund men har bodd i Trondheim i 7 år og deltatt i NM seks ganger. Tidligere daglig leder hos Jacobsen og Svart, skiftleder hos Godt Brød og barista for Dromedar.

Adrian har begynt å få rutine og han definerer seg selv som en «karierebarista», altså ikke student med baristajobb på si. Under NM overbeviste han dommerne, sjarmerte publikum og ble Barista Champion 2019. Det hører med til historien at han brant sin egen kaffe til konkurransen.

Erlend (21) jobber deltid på Dromedar ved siden av fysikkstudier på NTNU.

Han har deltatt i ett NM tidligere men gikk rett til topps i årets Brewers Cup med god margin. Imponerende innsats.

Det var Dromedar sitt år i år. Adrian og Erlend har trent sammen hele vinteren i Dromedar sitt øvingslokale. Hvor mange timer har ingen av dem tall på. For er det en ting som er helt sikkert; skal du vinne må du forberede deg. Veldig godt.

En som vet hva som skal til er Odd Steinar Tøllefsen. Han vant World Brewers Cup i Gøteborg i 2015 og er vår siste verdensmester. Vi inviterte til et møte etter NM med Odd Steinar, som til daglig er å finne hos Supreme Roastworks i Oslo..

Hva venter disse gutta?

– Alt er i en helt annen skala, sier Odd

Steinar. Mye større, langt mere folk enn under NM. Mange av deltakerne har et helt kobbelt av hjelpere og coacher rundt seg.

Første gang Odd Steinar deltok var i VM i 2014 i Rimini. Da måtte han klare seg alene, men det gikk over all forventning. Han tok en fjerdeplass og overrasket mange.

Noen tips?

– Man må holde seg til planen, være ute i god tid og rigge seg til. Få etablert en basecamp som fungerer. Finne roen, ikke stresse eller finn på ting i siste liten. Er du trygg har du ingen ting å være redd for, sier han.

Erlend vurderte å ta med flere typer bryggeutstyr, men ble advart..



Erlend Wessel-Berg får gode råd fra Odd Steinar Tøllefsen før VM



Erlend og Adrian på besøk hos Supreme Roastworks



– Ta med V60. Alle som vinner bruker det. Unngå kaos og hold deg til planen. Ikke la deg affisere av at folk løper rundt og stresser, smiler Odd Steinar.

Hva må til?

– Du må formidle den pasjonen du har, at dette er noe du brenner for. Det smitter over på dommerne. Selvfølelsen og den positive selvtilliten. Ikke stress med å skille deg ut.

Hva med dommerne?

Lag kaffen så god den kan bli og ikke undervurder dommerne. De har sine preferanser, og det er alltid noen trender som gjør seg gjeldende. Man håper jo at de skal være objektive, men veldig få er upåvirket.

– De siste årene har stikkordet vært intensitet, sier Odd Steinar. Kaffen skal smake mye, så ikke vær redd for å ha fruktig kaffe med masse syre.

Har det blitt vanskeligere å hevde seg?

Brewing-konkurransen har utviklet seg. Nå er det snart 50 nasjoner med, og bare i Kina er det kanskje 40-50 regionale mesterskap. Det er klart det blir vanskeligere og vanskeligere. I tillegg til god kaffe, må den delen som omhandler «customer service» fungere optimalt. Alt skal være perfekt og innøvd, men samtidig skal man by på seg selv.

Hvordan forbereder man seg?

– Mengdetrening kommer det kontant fra Odd Steinar. I det øyeblikket jeg kom på 4. plass i VM første gangen, startet forberedelsene til neste års konkurranse.

Jeg stod på dag og natt både på jobb og hjemme. Jeg gikk gjennom alt hundrevis av ganger. Jeg ville ikke ha manus, alt skulle sitte i hodet, og jeg rakk tre presentasjoner mens jeg syklet til jobben. Når alt er repetert til det kjedsommelige og alt sitter både i fingre og hode kan man virkelig kose seg når man står på scenen.

Hva skjer om man vinner?

Effekten første året er stor. Man blir invitert over alt, får mange tilbud, blir bedt om å gjøre ting for produsenter, delta på messer og events. Det er veldig inspirerende, alle hører på hva du sier, ser hva du gjør og tror at du sitter med fasiten.

NM i Kaffe 2019

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Frida Helgerud

Adrian Berg under NM



Erlend Wessel-Berg under NM



World Barista Championship

Deltakerne i klassisk barista skal lage to espresso, to melkedrikker og to signatordrikker. En signatordrikk er en egenkomponert drikk med minimum en shot espresso. Kaffesmaken skal være tydelig og drikken kan ikke inneholde alkohol eller sirup. Signatordrikken kan serveres varm eller kald. Deltakerne får totalt 30 minutter som inkluderer forberedelse, brygging, fremføring og opprydding. Fremføringen kan inneholde en beskrivelse av art, opprinnelse og en personlig begrunnelse for hvorfor man har valgt å servere denne spesifikke kaffen.



World Brewers Cup

Konkurransen går ut på å lage best mulig håndbrygget kaffe. Aeropress, V60, presskanne, Chemex osv. er tillatt. Deltakerne kan bruke egen vannkoker og kvern. De skal gjennom to serveringer; en såkalt «Compulsory», hvor alle får tildelt samme kaffe, og en «Open» med valgfri kaffe. «Compulsory» er en anonym servering slik at dommerne ikke kan identifisere deltaker, og her skal det ikke avholdes noen fremføring. Under «Open» skal det holdes en fremføring som kan inneholde en beskrivelse av art, opphav og en personlig begrunnelse for valg av kaffe og bryggemetode. Det skal lages tre individuelle brygg samtidig, ett til hver av smaksdommerne. Deltakerne får fem minutter til forberedelse og ti minutter til brygging og servering.

ERFARINGENE ETTER NM

Adrian og Erlend har deltatt i VM og har høstet nyttige erfaringer. Resultatmessig havnet de et stykke ned på listene, men begge er klare for nye konkurranser under NM 2020. Det foregår på SMAK-messen og blir en stor begivenhet. Nå er våre to Norgesmestere vel hjemme i Trondheim, fulle av opplevelser og klar for full innsats inn mot neste NM.

Hva er den viktigste erfaringen fra oppholdet i Boston?

ADRIAN:

Det stemte på en prikk at VM var noe helt annet. Størrelsen, profesjonaliteten og alvorlighetsgraden var på et annet nivå. Men samtidig så var det mye som føltes likt. Samholdet og det kameratslige på bakrommet var akkurat slik jeg husket det fra NM. Folk snakker sammen og deler råd og ønsker hverandre lykke til. Ingen vet hva resultatet blir og de som endte opp med å vinne var veldig ydmyke før det braket løs.

Det vi tok mest til oss av rådene fra Odd-Steinar var nettopp den biten om å sette i gang med forberedelsene til neste år så snart VM er gjennomført. Vi skal konkurrere igjen og vi har ambisjoner om å stille med både kaffe og presentasjon som er på nivå med det beste vi så i Boston.

For min del sitter jeg igjen med et inntrykk at man ikke skal slå seg til ro med at noe er «bra nok» i forberedelse til et

VM. Man bør alltid stille seg spørsmålet, «kan dette bli bedre?» og jobbe mot at det man serverer på scenen er den beste kaffen og kundeopplevelsen det er mulig å gi. Jeg var veldig fornøyd selv med prestasjonen min i Boston, men jeg ser også at nivået på de som gikk videre til semi-finale og finale var veldig mye høyere.

Vi begynner så smått å tenke fremover og planlegger hvordan vi skal kunne komme oss til VM i Melbourne i 2020.

ERLEND:

Må si meg enig med Adrian. Alle er mye mer seriøse, men samtidig er stemningen på bakrommet fantastisk. Alle hjelper alle, folk går rundt med kaffen sin og spør om man vil smake, og man deler ideer i hytt og pine. Forskjellen fra NM er at det er 10+ ganger så mange folk, så man føler seg aldri alene. Går man ut på området er det flere tusen og alle snakker om kaffe. For en nerd som meg er det julaften.

Det var par ting som gikk galt under presentasjonen min. Det er bittert og jeg har veldig lyst til å komme tilbake for å gjøre opp. Har allerede begynt å legge planer og øve til neste år. Håper de nye vennene vi fikk under VM kan hjelpe oss framover også!

BRENNEMESTEREN SIMO KRISTIDHI

I 2012, under World of Coffee i Wien, deltok 13 anerkjente brennere fra alle kontinenter i verdens aller første prøve VM. Simo Kristidhi representerte Norge og vant hele konkurransen.

I 2015 ble tidligere kollega fra Solberg & Hansen, Audun Sørbotten, verdensmester i Gøteborg. Nå har Simo tatt sitt tredje NM-gull, deltatt i to offisielle VM og begynner å forstå hva dette dreier seg om. Det er ikke til å stikke under en stol at han begynner å nærme seg favorittsjiktet.

Å bli verdensmester betyr mye. Først og fremst en anerkjennelse for at man er mester faget. Men det betyr også at man får anledning til å videreutvikle seg selv og bidra til å utvikle kaffemiljøet både lokalt og internasjonalt.

VANSKELIG KONKURRANSE

– Konkurransene er både komplekse og kompliserte, sier Simo. Det handler om å evaluere råvaren og bruke de tekniske spesifikasjonene til å optimalisere brenneprofilen. Det handler om å kunne smake, prøvebrenne og spikre en smaksforventning som blir gjenkjennelig for dommerpanelet. Så skal man brenne riktig, treffe flere tekniske parametere og til slutt få en kaffe som smaker best.

Forberedelsene til VM på Taiwan i november er i full gang. Simo smaker masse forskjellig kaffe, tester og er bevisst på hva som kan gi høy score. Han øver på en Giesen brennemaskin, som er den offisielle brenneren i VM. Å mestre utstyret under en stressende konkurranse er viktig.

– Jeg ønsker ikke at for mange skal påvirke min tankegang i forhold til hvordan jeg skal brenne kaffen. Jeg må stole på egen erfaring. Men jeg trenger fagfolk som kan hjelpe med å profilere, smake, evaluere grønne bønner og bistå i å ta gode strategiske valg. Jeg har mange gode medhjelpere

Tekniske ferdigheter og erfaring har veldig mye å si. – Man ikke vet hva slags råvarer som skal benyttes i konkurransen. Denne informasjonen kommer kun timer i forveien, og ofte skal disse råvarene brennes på ukjente maskiner ... under tidspress.

DOMMEREN KAN BY PÅ UTFORDRINGER

– Om man skal vinne NM må man ha en god plan, følge den 100% og være fokusert. Dommerpanelet kan imidlertid være en utfordring. De kommer fra ulike verdensdeler og har forskjellige smakspreferanser. Det handler om å ta strategiske valg. En del av disse valgene er å levere et produkt som kan få gjennomslag hos flertallet av dommerne. I Norge er det noe lettere å konkurrere og strategien er enkel; den beste kaffen skal vinne! I Norge har man klare forventninger og vi er ganske godt kalibrerte på hva en god kaffe er, hva god sødme eller god syre er.

STOR DELTAKELSE I ÅRETS NM

Antall brennerier har doblet seg de siste årene, og interessen for kaffebrennerfaget er upåklagelig. I 2019 konkurrerte hele 27 kaffebrennere om de seks gjeve plassene under selve Norgesmesterskapet, som ble arrangert på Langøra Kaffe-brenneri i februar.

– Årets NM var som en drøm som ble oppfylt. En drøm som startet i 2013 under det første NM. Målet var å fremme kaffebrenneryrket og inkludere flest mulig brennere i nasjonale mesterskap. For å lære av hverandre og dele med hverandre. Årets rekordhøye deltagelse er bare helt fantastisk, sier Simo, og gir æren til SCA Norge og Norsk Kaffebrennerlaug.

INGENIØREN FRA HELLAS

Simo kom fra Hellas til Oslo i 2003 og hadde ikke noe forhold til kaffe bortsett fra at han gjerne tok en kopp med litt melk eller sukker. På den tiden var ikke «spesialkaffe» i Hellas særlig utbredt, i motsetning til i dag, hvor landet begynner å gjøre seg gjeldende internasjonalt. Simo er utdannet som ingeniør i industriell automasjon og hans inntreden i kaffebransjen var helt tilfeldig. Han fikk jobb som brennerimedarbeider på Solberg & Hansen, fikk jobbe med noen av verdens dyktigste kaffefolk og endte selv opp som kaffebrenner i verdenstoppen.

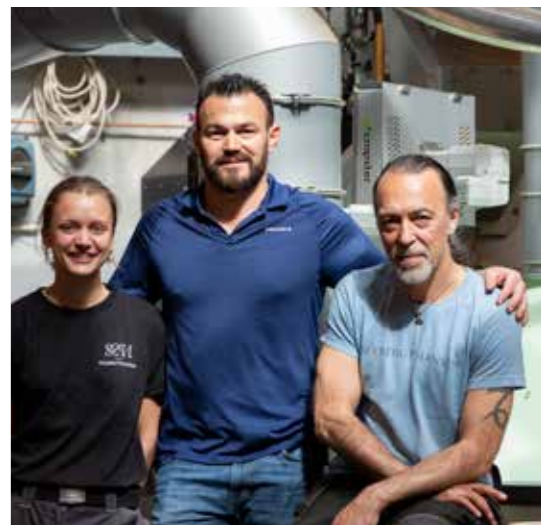


– Solberg & Hansen har alltid vært en institusjon og har vært flaggskipet i Norges spesialkaffemiljø, sier Simo. Tydelig stolt over arbeidsplassen sin.

– Tidligere kollega Morten Wenersgård anser jeg som min mentor. Han stolte på meg og hans veiledning og tillit bidro til at jeg ble mer og mer interessert i faget. Denne interessen utviklet seg til lidenskap, en lidenskap jeg har kunnet dyrke sammen med flere dyktige kollegaer på Solberg & Hansen i alle de årene jeg har jobbet der.

Simo skal representere Norge i VM i Kaffebrenning i Taipei Taiwan. Han har masse erfaring fra tidligere deltagelser samt 16 års erfaring med kaffebrenning i et av verdens mest krevende kaffemiljøer. – Med lit ekstra innsats og trening håper jeg på et godt resultat i november, smiler Simo. Målet er å vinne, men å lære er det som driver meg til å delta!

Simo med gode kollegaer på Solberg & Hansen; Vilde Lützov-Holm og Rene Segura



World Coffee Roasting Championship

Kaffebrennerne er de som forvandler råkaffe til brente bønner, og her kreves både kunnskap om råvaren og evne til å lage en brenneprofil som får det beste ut av bønnene. Konkurransen går over tre dager og deltakerne skal brenne totalt fire ulike kaffer, én single origin og tre ulike kaffer til en blend. Første del kalles «Pre-Roasting». Råkaffen prøvebrennes og analyseres med hensyn til fuktighetsnivå, tetthet og størrelse. Deretter utarbeides en brenneprofil som er grunnlaget for produksjonsbrenning dagen etter. Siste dag evaluerer dommerne resultatet.

Ludvik brenner kaffe hos Fuglen i Oslo



Ludvik under NM i Trondheim



World Cup Tasters Championship

I Cup Tasting stilles deltagerne framfor et bord med 8 x 3 kopper filterkaffe. De tre koppene blir stilt opp i triangler, hvor hver triangel består av to kopper som er like og en ulik. Deltakerne skal ved hjelp av smak og luktesans identifisere flest mulig ulike. Om flere klarer å identifisere like mange, vinner den som har best tid. Konkurransen blir arrangert med innledende runde, semifinaler og finale.

NORGES RASKESTE

Ludvik Bonna Hopstock hadde 7 av 8 rette i finalen og gjennomførte på rekordraske 2, 01 minutter. I semifinalen skjedde det samme. Flaks eller bare utrolig god nese og beslutningsdyktighet?

Vi møter Ludvik på Fuglen i Gamlebyen. Et utrolig hyggelig sted med kaffebar og kaffebrenneri i et og samme lokale. Her kan folke nyte en kopp kaffe og følge med når kaffen brennes og pakkes.

Ludvik er bare 21 år, men startet tidlig med kaffe. Hjemme i Tønsberg, på familiens Rancilio Silvia, begynte han å brygge espresso som 11-åring. Året etter begynte han å jobbe i serveringsbransjen, dels sammen med broren som ble leder for en restaurant. Ludvik lærte masse om både kaffe, mat og annen drikke ved siden av skolen og begynte selvsagt å drikke kaffe. Først litt barnevennlig iskaffe, men ganske snart ble det sort kaffe som andre voksne folk!

– Frem til jeg var 19 lærte jeg mye av det som kreves i serveringsbransjen, smiler Ludvik. Oppvask, servering, hovmester, barista og bartender. Kanskje gikk han litt under radaren til Arbeidstilsynet de første årene, men det er slik man lærer.

Temaet i Ludviks sluttteksamen på Steinerskolen var kaffe – med Tim Wendelboe som sensor. Etter videregå-

ende ville han reise og lære mer. Gjennom Jacu i Ålesund fikk han kontakter i Rwanda og reiste dit. Deretter fikk han nye kontakter i Costa Rica hvor han fikk bli med å drive SCA-laben. Der ble han i mange måneder og lærte om jordsmonn, om hvorfor ting smaker som de gjør, han brant kaffe, cuppet, jobbet med Cup of Excellence, og dømte i kaffekonkurranser.

Tilbake i Norge begynte han hos Fuglen i Pilestredet som kaffeansvarlig. Da brenneri og kaffebar skulle etableres i Gamlebyen, ble han med dit som ansvarlig for kaffebaren og brenningen – Head Roaster og Head Barista på godt norsk. Her står Tim Wendelboes gamle brenner, og mye av kaffen eksporteres. Ikke til Fuglen Japan, som brenner selv, men til andre spennende kunder, blant annet i Dubai. Fuglen har jo blitt et internasjonalt fenomen, ikke bare for kaffen men for hele konseptet med design, vintagemøbler, cocktailbar etc.

Nå er han altså Norgesmester i Cup Tasting, og vi spør hva som gjorde at han vant og hvordan han forberedte seg.

– Jeg har forsøkt å finne ut hva som er effektivt når det gjelder «multiple choice»-oppgaver. Det er ofte det første man tar som er det riktige.

Å bruke lang tid er ingen garanti. Jeg stoler på det umiddelbare, og s afer ikke. Blir jeg usikker prøver jeg selvsagt en gang til, men jeg begynner ikke å rote. Da tar jeg en beslutning, holder fast ved den og går videre, sier Ludvik.

” Jeg begynte å brygge espresso som 11-åring. ”

Bærekraft lønner seg

I 2010 tar Arvid Nordquist en strategisk beslutning om å satse på bærekraft. Nå er all kaffen som brennes på Solna i Stockholm sertifisert, og brenneriet er hundre prosent fossilfritt. Ikke bare kommer det kaffeprodusenter og miljøet til gode, satsingen har vært lønnsom for selskapet. Produksjonen har økt fra 9 000 til 16 000 tonn i året.

” Uten god kaffe er vi sjanseløse. ”

Vi ankommer Solna rett utenfor Stockholm en dag i april og finner et typisk industri- og kontorbygg fra tidlig 60-tall. Assosiasjonene går til kaffebrenneriene på Filipstad i Oslo - ikke særlig spennende fra utsiden, men med mye industriell sjarm på innsiden.

Ikke bare industriell sjarm. I resepsjonen føler vi oss hensatt til en elegant hotellfoajé fra svundne tider. Her er salonger, dype stoler og en flott personalrestaurant. Det summer i ulike språk og stemningen er god.

- Det er mange gjester her i dag, sier Ina Bråsäter. Hun er Nordic Brand Manager og vår vert for dagen.

Mikael Johnson viser oss rundt i fabrikk. Han er ansvarlig for utdanning og mye annet, og har jobbet med kaffe i snart 20 år. Han kan det meste. Flere containere med kaffe ankommer Solna hver dag og akkurat nå tømmes en 20 tons sekk med Peaberry fra Brasil. Brenneriet styres fra kontrollrommet og alt overvåkes på store skjermer. Pakkeriet ekspederer 60 000 poser i timen som pakkes direkte på paller og sendes ut til kaffetørste konsumenter i hele Norden.

NY GENERASJON

Wilhelm Nordquist er 29 år og 4. generasjon i det familieeide selskapet. Han overtok for noen måneder siden

stillingen som innkjøpsdirektør for kaffe etter Phillippe Barreca, og skal bære en stolt tradisjon videre. Det er hans far Anders Nordquist som leder selskapet. Nå klatrer kaffeproduktene til Arvid Nordquist oppover på salgslistene og yngste generasjon har grunn til å smile.

Wilhelm slurper mye kaffe sammen med kollega Jean-Charles Mattei og de andre i teamet. I cuppingrommet cuppes det 180 kopper to ganger daglig. Kvaliteten skal sjekkes både før og etter ankomst og selvsagt fortløpende under produksjonen.

- Jeg har hengt rundt i lokalene sidene jeg var guttunge sier 29-åringen. Wilhelm har jobbet her i fire år og fordypet seg ett år hos Bernhard Rothfos, et stort tysk handelshus innen kaffe. Et halvt år på hovedkontoret i Tyskland, deretter et halvt år i Costa Rica og Nicaragua. Han har ellers reist masse og har skaffet seg nødvendig innsikt for å kunne håndtere et utfordrende marked.

- Prisene er rekordlave og det byr på problemer. Kaffe er ikke bare enkelt, klimamessige og politiske forhold kan sette lokal produksjon i fare. Enkelte land kan ha problemer og vi må lete andre steder. Vi får den kvaliteten vi ønsker, men vi må selvsagt betale for den, sier Wilhelm. Med vårt krav til

sertifisert kaffe har også antall land vi kjøper fra økt. Nå er vi oppe i 20 land.

Arvid Nordquist har et godt renommé og kvalitet står sentralt.

- Uten god kaffe er vi sjanseløse, understreker Wilhelm. I kampen mot de store må vi stikke oss fram på et vis, så kanskje vi kan gjøre en forskjell på kvalitet. Vi må være harde og ikke kompromisse på den kaffen vi tar inn.

Her kjøpes kun arabica, og uviljen mot robusta ligger dypt forankret. Han er selvsagt klar over at det skjer ting på robustafronten og at det finnes kvaliteter som kan være bra. Men at dette blir noe tema på en stund har han ikke noe tro på. Han legger til at de kun brenner sin egen kaffe og ikke har noen «private label»-produksjon.

- Vi er kanskje litt konservative, men dette ligger i ryggmargen vår, smiler han.

Wilhelm har smakt det meste og har stor sans for alt det spennende som skjer både innenfor spesialkaffe og kaffebrygging generelt. Men han innrømmer at det går mest i vanlig «bryggkaffe» fra egne merker i hverdagen.

MØRKERE BRENNING

Vi fikk kaffe da vi kom og det ble mange kopper gjennom dagen. Svenskene



Wilhelm Nordquist, innkjøpsdirektør og 4. generasjon i det familieeide selskapet





” I 2010 startet ”
arbeidet med bærekraft for alvor og nå er all kaffen sertifisert.



drikker mye kaffe, og mange foretrekker den sort som oss. Kaffekulturen er sterk og her er «fika», den svenske kaffepausen, bortimot hellig. Men kaffen brennes mørkere her i Sverige, det er slik de vil ha den. Der skiller vi lag, selv om vi nok aner at andelen mørkbrent kaffe øker i Norge.

I Sverige er det store ulikheter når det kommer til vannkvalitet, og mange områder har hardt vann. Mykt vann, som vi har mest av i Norge, er gunstig for kaffebrygging og vår lyse brenningsgrad egner seg godt. Et hardere, mer kalkrikt vann, binder smaks- og aromastoffer og fører gjerne til en mørkere brenningsgrad. Kanskje er det noe av forklaringen på Sveriges brennetradisjoner?

Det er fire kaffemerker som dominerer i Sverige; Zoégas, Gevalia, Løfbergs og Arvid Nordquist. De to sistnevnte er fremdeles familiebedrifter, Zoégas er eid av Nestlé mens Gevalia er eid av Jacobs Douwe Egbert. Verdens største kaffeselskaper er altså i høyeste grad tilstede i dette markedet.

I Norge har vi standard malingsgrader, men det finnes ikke i Sverige bortsett

fra på «automatmalt». Generelt er den svenske kaffen finere malt enn den norske, og hvert kaffebrenneri gjør det på sin måte.

BÆREKRAFT OG INNOVASJON

Alle snakker om miljø og bærekraft, og Ina er stolt over den kulturen hun møtte da hun startet i selskapet for et drøyt år siden. Vi forstår at det gjennomsyrrer virksomheten og at det kommer fra toppen.

– I 2010 startet arbeidet med bærekraft for alvor og nå er all kaffen sertifisert, sier Ina Bråsäter. Hun er også begeistret over den sterke entreprenørånden som fremdeles eksisterer, til tross for at selskapet har blitt ganske stort.

– Vi er på mange måter en konservativ virksomhet, men det er noe magisk ved viljen til innovasjon og evnen til å lage produkter som treffer i markedet. Merkeloyaliteten har økt md 19%, og Arvid Nordquist rangeres høyest blant kaffevaremerkene på Sustainable Brand Index. Kaffen er vel ansett blant forbrukerne og volumet er fordoblet siden 2014. Det er en formidabel utvikling.

I 2011 begynte de å klimakompensere. Produksjonen går på biogass og er fosilfri og Arvid Nordquist brenner utelukkende kaffe som er sertifisert av enten Fairtrade, UTZ eller Rainforest Alliance. De har en stor andel økologisk sertifisert kaffe. Varemerket er markedsledende innenfor det økologiske kaffesegmentet i svensk dagligvarehandel.

At bærekraft står på dagsorden i alle slags virksomheter, både offentlige og private, fører til at etterspørselen etter sertifiserte produkter øker. Nå lanseres World Coffee Project, en ny serie produkter beregnet på dette markedet. Her begrenser man seg ikke til sertifiseringer, men gir direkte støtte til ulike prosjekter – til bedre forutsetninger for dyr, natur og mennesker. Kahawa Tembo er et ledd i støtten til de som arbeider med å redde elefanter i Afrika, mens Señorás støtter kvinnelige kaffebønder.

– De som sover i timen nå får svi, sier Ina. Dette har blitt en hygienefaktor og det går bare en vei.

FAKTA:

Arvid Nordquist HAB er en svensk familiebedrift med en omsetning på om lag 3 milliarder kroner og har 285 ansatte i Norden. I tillegg til egen kaffe er selskapet ansvarlig for salg, markedsføring og distribusjon av en rekke store internasjonale merkevarer som HiPP barnemat, Sun Maid rosiner, Kelloggs, Pringles, Kikkoman, Tabasco og Ariel i tillegg til en bred vinportefølje.



Arvid Nordquist i Norge

Arvid Nordquist er en nordisk aktør med salgskontor i Sverige, Norge, Danmark og Finland. Det norske kontoret finner vi på Lysaker rett utenfor Oslo med salgs- og markedsaktiviteter rettet mot dagligvare og proff-markedet. Her arbeider 23 ansatte samt noen salgsgenter som jobber mot Ho-Re-Ka.

Arvid Nordquist har delt produktene i fire kategorier; kaffe, vin og øl, dagligvare og non-food (teknisk- kjemisk og vaske-midler). Selskapet er distributør for mange kjente internasjonale merkevarer som blant annet Sun Maid rosiner, HiPP barnemat, Schär glutenfritt og Ariel vaskemiddel.

– Det er vanskelig å få plass i de norske kaffehyllene i dagligvare, sier Bjørn Kåsin. Han er salgssjef for det store Out of Home-markedet, og konsentrerer seg om å selge til de såkalte proff-kundene, både bedrifter og horeca.

Kaffen Arvid Nordquist selger i det norske markedet går gjennom grossist-leddet eller ulike forhandlere av totaløsninger for kaffe og utstyr. Arvid Nordquist samarbeider også med maskinleverandører som Bonamat og Crem. Mens enkelte aktører leverer både kaffe, utstyr og serviceavtaler, nøyer Arvid Nordquist seg med kaffen.

Det virker heller ikke som den litt mørkere svenske brenningsgraden er en ulempe, selv om det selvsagt er mange bedrifter som sverger til vår lysbrente kaffe. Som svenskene er vi tradisjonelle når det kommer til kaffevaner, men tendensen går i retning mørkere brenning, enten man liker det eller ei.

Bjørn Kåsin forteller at de har hatt klar fordel av Arvid Nordquist sin satsing på sertifiserte produkter. Med den oppmerksomheten bærekraft og miljø har fått, er det en klar fordel at selskapet har en tydelig miljøprofil.

Oda Gomnes er produktansvarlig for kaffe i tillegg til HiPP, verdens største produsent av økologiske barnematprodukter. Hun bekrefter at selskapets miljøprofil gir troverdighet i markedet.

Salget går bra og Arvid Nordquist har opplevd en kraftig vekst de siste årene. Det norske selskapet omsetter for om lag 300 mill kroner med positivt resultat.

– Dette er en familiebedrift med sterkt samhold, sier Bjørn Kåsin. Vi opplever godt arbeidsmiljø og en god kultur internt. I tillegg drives det effektivt med velutviklede støttefunksjoner. Vi har mange spennende produkter, og vi får stadig fler. Det er uttrykk for tillit!

Kaffegrut

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Julianne Leikanger

Østerssopp dyrket på kaffegrut

I to store containere på Vollebekk Fabrikker i Oslo dyrkes østerssopp. «Grutendama» har tatt hobbydyrkingen til et nytt nivå, selv om produksjonsfasilitetene er av det enkle slaget.

Hun gir seg ikke, Siri Mittet. Med kreativitet og pågangsmot setter hun, og det lille selskapet *Gruten*, i gang nye prosjekter med utgangspunkt i Norges nasjonaldrikk, kaffe.

Gruten ble etablert i 2014 og har fått mye oppmerksomhet. Mange vil lære om alt det nyttige som kaffegrut kan brukes til, og Siri har holdt utallige kurs og foredrag rundt omkring. Nå er det ikke bare Grutensåpa og Grutenskrubben som vekker interesse. I en stund har Gruten tilbudt dyrkingssett for østerssopp fra gruten.no, men i 2018 ble en litt større farm etablert på Vollebekk Fabrikker i Oslo.

To lange containere huser østersfarmen. Her finner vi Konrad Sachman i full sving.

Denne uken har Konrad og Siri høstet 20 kg nydelig sopp som er levert til hoteller og restauranter i Oslo.

– Vi starter i det små, men ved full kapasitet kan vi forvandle opp mot 1,5 - 2 tonn kaffegrut til produksjon av 200-300 kg østerssopp i måneden, sier Siri. Hun beklager at det ser litt shabby ut, men det er det siste vi bryr oss om.

Kaffegrut, chaff, kalk, mycel og litt vann has i en sementblander. Når blandingen er ferdig fylles det i spann med hull og tape på. Deretter inn i inkubasjonskammeret i 3-4 uker. Konrad holder øye med prosessen. Til slutt tas det over i fruktingskammeret, og nå går det fort. På under en uke vokser soppen frem og kan høstes.

– Containere er smart, sier Siri. Veggene tåler høy fuktighet, renholdet er enkelt og de kan flyttes om nødvendig.

Det er ikke bare i Norge man dyrker østerssopp på kaffegrut. Søsterbedriftene Beyond Coffee i København og Helsienei i Helsinki driver ganske likt, selv om Beyond Coffee benytter store sekker til dyrkingen.

– Vi dyrker i plastspann. De kan gjenbrukes. Det er litt mere jobb, men vi får hjelp av Hotell 33 rett nede i veien til rengjøring av spannene.

Trenger man hjelp, så spør man. Siri må være av typen som ikke ser hindringer, bare utfordringer. Mange bedrifter har et miljøengasjement som kommer slike





Siri Mittet og Konrad Sachman



Ida Karolin Rommen Jakobsen på Arakataka



Har du lurt på hva umami, den «femte» smaken, faktisk smaker? Prøv dette!

” Ved full kapasitet kan vi produsere 200-300 kg østerssopp i måneden. ”

initiativ til gode. Allikevel er dette arbeidsintensivt, og ikke noe man blir rik av. For at Gruten skal gå rundt må det skapes inntekter på flere felter og Siri bruker mye tid på kursvirksomhet. Ikke bare soppdyrking, men også kompostering og hvordan man kan lage såpe og skrubb av kaffegrut.

Det er mange som dyrker østerssopp, men relativt få bruker kaffegrut. Mesteparten skjer ute på bygda. Der er det ikke så lett å få nok fersk kaffe-

grut, så halm, strå eller andre substrat må benyttes

– Mange ønsker å levere kaffegrut til oss. Vi greier ikke å ta imot 10 prosent en gang. Kanskje vi skal innføre et slags medlemskap hvor bedriftene bidrar med noen kroner, tenker Siri høyt.

Det er ikke bare kaffegruten som kommer til nytte, også chaffet. Denne papirlignende hinnen rundt de grønne kaffebønnene brister under brenningen og

må håndteres som avfall. Med mindre Konrad har vært innom. Han har tidligere i dag hentet flere sekker fra Kaffebrenneriet.

Gruten setter ikke kaffesmak på soppen. – Det forsvinner helt, mycelet spiser det opp, smiler Siri. Hun er begeistret over mycelets evne til å rense opp og forteller at det kan være effektivt både til å rense opp oljeavfall og radioaktivt avfall. Miljøengasjementet er en drivkraft i arbeidet.

HØY KVALITET PÅ SOPPEN

– Tilbakemelding fra kokkene er at konsistensen og teksturen er noe helt annet enn den østerssoppen de kan importere fra utlandet, sier Siri. For det første dyrker vi ikke ekstremt intensivt. Vi pusher ikke for at det skal vokse raskest mulig. Resultatet blir en sopp som ikke inneholder alt for mye vann og dermed bare forsvinner på panna når du steker den.

Vi stikker innom Arakataka i Oslo. Restauranten i Mariboegate har levert toppmat i 17 år, og har i det siste hatt østerssopp fra Gruten på menyen. Fem kg østerssopp har nylig ankommet fra Vollebekk og Ida Karolin Rommen Jakobsen er i full gang med å forberede kvelden.

Først confiterer hun soppen i marg og røkt soya. Deretter grilles og serveres

den med brent løkkrem og en buljong av sopp, løk og fjellgress. Med breiflabb smaker det himmelsk.

– Østerssopp låter ikke særlig sexy. Mesteparten av det som selges kommer fra Nederland, og er ofte en tørr og smakløs historie, sier kjøkkensjef Jonathan Janhed. Det er veldig kult at Gruten har lyktes med dette prosjektet. Soppen er fersk, den har fortsatt sin aroma i behold og er veldig fin til å ta opp i seg flere smaker. I tillegg er den kortreist. Initiativet er fantastisk, jeg vil gjerne se flere sånne ting avslutter Jonathan

Bedre attest kan ikke Gruten få. Og høres det spennende ut kan du prøve selv. Gruten tilbyr både kurs og startpakker.

Les mer på www.gruten.no

MYCEL, eller **MYCELIUM** (av gresk mykes = sopp), er den vegetative delen hos sopp, bestående av et mangegrenet nettverk av trådlige hyfer som vokser under jorden eller inni en annen substans (for eksempel i treverk). Soppens velkjente fruktlegeme er bare den reproduktive, sporebærende delen av soppen. Den består også av hyfer, men betraktes som adskilt fra mycelet.

Sopper absorberer næringsstoffer gjennom mycelet. Først utsondres hyfene enzymer over næringskilden og disse bryter ned polymer til monomer; for eksempel brytes cellulose ned til glukose.

Et enkeltindivid av sopp kan ha myceler som dekker flere km² jordsmonn, og kan således sies å være jordens største levende organisme.

Mycelet er oftest flerårig, og kan hos enkelte sopparter bli svært gammelt.

Wikipedia

Vollebekk Fabrikken

er et midlertidig sted for utvikling og inkubasjon av løsninger innen gjenbruk, reparasjon og grønn produksjon. De tilbyr både produksjonslokaler og kontorer til en rimelig leie, og gjør det mulig for beboere, virksomheter og entreprenører å utvikle, teste og demonstrere sine løsninger.

www.vollebekkfabrikker.no

Slik gjøres det

Østerssopp er en rasktvoksende sopp som egner seg godt til dyrking i kaffegrut. Årsaken er at mycelet, eller nettverket av soppsporer, greier å utnytte næringen i kaffegruten på en god måte.

Substratet er materialet soppen vokser i. Gruten benytter kaffegrut som substrat, blandet med soppmycel. Kaffegruten må være fersk, maks 3-4 døgn etter kaffen er brygget, ved oppbevaring i kjøleskap. Hygiene er viktig slik at man unngår forurensing av kaffegruten. Soppmycelet er dyrket på korn og importeres fra Nederland. Den kompakte gruten blandes med litt kalk, chaff, og vann for å skape gode vekstvilkår.

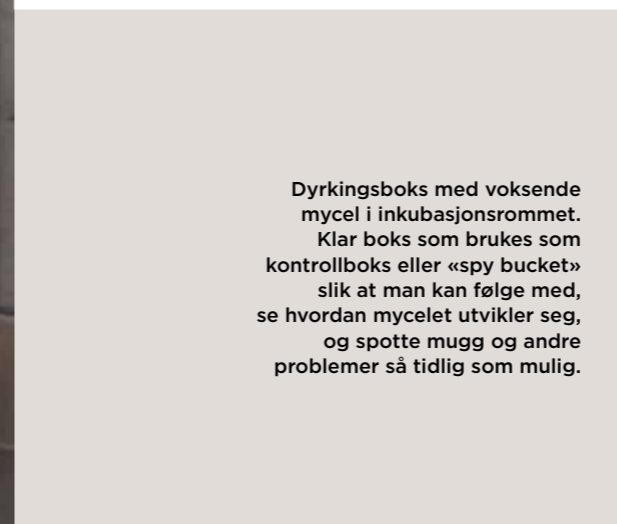
Blandingens has i hvite plastspann med hull. Det er pustende tape foran hullene slik at uønskede muggsporer holdes ute. Spannet merkes, forsegles og står tørt og mørkt i romtemperatur i 3-4 uker. Inne i spannet utvikler mycelnettverket seg. Så fremt mycelet får gode vekstforhold, vil den ta over substratet før muggsoppen får muligheten. 1 kilo soppsporer er nok til å produsere ca 12 kilo substrat. Dette er nok til å produsere rundt 20% av vekten i østerssopp.



Pose med østerssoppmycel (pleurotus osteratus). Mycelet Gruten bruker produserer sporeløs østerssopp, noe som er av stor helsemessig gevinst. Uten sporeløst mycel ville man måtte bære maske i fruktingsrommet. Østerssopp er nemlig en sopp som produserer enormt mye sporer. Gruten kjøper hybridriden SPOPPO fra Sylvan i Nederland som har patent på denne varianten. Soppen har helt like egenskaper som vanlig blågrå østerssopp (pleurotus osteratus).



Dyrkeboks (fullstendig) kolonisert med mycel. Klar til frukting.



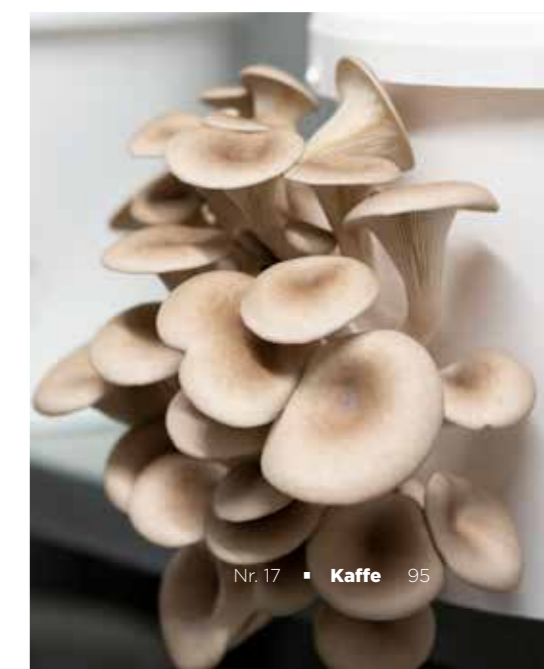
Dyrkingsboks med voksende mycel i inkubasjonsrommet. Klar boks som brukes som kontrollboks eller «spy bucket» slik at man kan følge med, og spotte mugg og andre problemer så tidlig som mulig.



Mycel i hvit dyrkingsboks.



Dyrkingspann på hyllen i inkubasjonsrommet.



Wilfa SVART

uniform

Wilfa har utviklet markedets mest fullkomne kaffekvern. Alt for at du skal få en perfekt kaffeopplevelse.

KAFFEN SMAKER BEDRE
MED RENT UTSTYR.



Anbefales av norske kaffeprodusenter.



www.cleandrop.no

Ekstremt jevn og presis kverning, med 41 nivåer fra kokmalt til filtermalt, og helt til espresso



wilfa svart

Uni kjøkkenvekt er inkludert med kvernen. Nøyaktig ned til 0,1g.



58 mm brede flat-burr kniver i kvalitets stål, produsert i Italia.



wilfa.no

Kristiansand

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Kjersti Vatne Johannessen



GELATO OG KAFFE I KRISTIANSAND

Gelato er iskrem laget på Italiensk vis. Mange mener det er verdens beste. I Kristiansand får du hjemmelaget gelato med kaffe fra noen av Norges beste brennerier i tillegg.

– Vi bruker kun ekte, rene råvarer, sier Nora Prebensen. Helst lokale når vi får tak i det. I juni 2018 åpnet hun en av Norges få gelatobarer, og responsen har ikke uteblitt. Bare positive omtaler på Facebook og Tripadvisor, og mange påstår at gelatoen hos Sval er vel så god som den man kan kjøpe i Italia.

Sval har sentral beliggenhet i Markens, byen travle hovedgate. Når sola skinner og alle sommergjestene ankommer Kristiansand, er vi inne i toppsesongen. Men Sval er åpent hele året og serverer

også lunsjmeny og god sjokolade om det skulle friste. I tillegg kaffe fra norske toppbrennerier som Jacu, Jakobsen & Svart, Pala, Supreme Rostworks, Tim Wendelboe og Koko. Utstyret er topp, kaffen er fersk og dyktige baristaer lager akkurat den kaffen du måtte ønske deg.

– Jeg hadde en drøm om å skape helhetsopplevelse av høy kvalitet med de beste råvarer. Rene gode smaker og en atmosfære hvor gjestene kan ha «den gode samtalen», sier Nora.





Nora Prebensen



Hva med en affogato?

Design og interiør spiller opp til navnet. – Det skal være behagelig, lyst og rent, svalt i ordets rette forstand. Her finner vi treinteriør fra Aanesland Fabrikker og vakre lamper fra Kovac Family. Og espressomaskinen, en Black Eagle fra Nuova Simonelli, er rene designikonet, sier Nora stolt.

Nora forlot en lang karriere i næringslivet og etablerte en kaffevaskestasjon i Rwanda for noen år siden. Det ble en spennende periode hvor hun lærte mye om dyrking, høsting og foredling av kaffe, men også om utfordringer med å drive forretninger i Afrika.

– Vi ble utsatt for et «hostile takeover», eller fiendtlig overtakelse på norsk, forteller Nora. Interessen for

kaffe var imidlertid kommet for å bli, og nå er drømmen om en egen kafé realisert. Det har gått helt etter forventningene, nordmenn elsker både kaffe og is, og stadig nye kunder finner veien til Sval i Markens.

Det er flere som lager gelato i Norge, eksempelvis Dario i Drammen, Smelt på Gjøvik og Lillis i Lillesand, men det sterke fokuset på kaffe er Sval alene om.

Gelato har mindre sukker, mindre fett og mindre luft enn vanlig iskrem. – Den er kremaktig men forholdsvis kompakt. Smaksopplevelsen er rik, man trenger ikke så store mengder, og den norske melken er utrolig velsmakende og godt egnet, legger Nora til.

” Gelato har mindre sukker, mindre fett og mindre luft enn vanlig iskrem. ”





FORVALTER AV EN STOLT ARV

Stockfleths. Omtalt som en vakker gammel tante. Kaffebarene som har preget Oslos kaffescene siden 90-tallet, har en lang historie. En historie med et visst sus. Forpliktelser om å levere kvalitet til folk som er opptatt av god kaffe. Slik har det vært i snart 125 år, og slik vil det fortsette å være i uoverskuelig framtid

Flere av Stockfleths-filialene ligger i sentrum, der folk stort sett er for å jobbe eller handle. Om man nyter en kaffe en morgentime på Tinghuset eller i Prinsen gate, der hvor Corner Herreekvipering tidligere holdt til, kan man observere en strø strøm av travle mennesker på vei til jobb. De stikker innom og tar med seg en kopp kaffe før de haster videre. Her er mange faste kunder som vet hva de kan forvente og som setter pris på hva den smilende baristaen kan trylle fram på kort tid.



Kristiania, den lille provinsielle hovedstaden i ytterkanten av Europa, opplevde en sterk økonomisk fremgang på 1870-tallet. Folk strømmet til byen og den endret karakter. Gammel trehusbebyggelse ble skiftet ut med store fem etasjes bygårder. I første etasje var det gjerne forretninger, og handelen blomstret. Spesialforretninger kunne tilby en stadig større kjøpesterk gruppe borgere all slags varer.

I 1895 åpnet «Den Danske Kaffeforretning» utsalg i Arbeidergata i Oslo sentrum. Astri Stockfleth, som den gang het Steensen, overtok driften i 1913, og fikk fart i sakene. Hun åpnet nye filialer og drev den fram til å bli en ledende spesialforretning for kaffe og te utover på 1920- og 30-tallet. Da ble også navnet endret til Astri Stocfleth.

På 60-tallet ble Svein Stoesen, firmaets PR-mann, tatt opp som partner, og han ble senere eneeier. Under Stoesens ledelse vokste firmaet, og i 1973 ble det gjort om til aksjeselskap under navnet Stockfleths A/S Kaffe og Te.

FRA SPESIALFORRETNING TIL KAFFEBAR

Kaffebarene kom til Norge på 90-tallet. Mange av byen spesialforretninger hadde gitt tapt i konkurransen mot dagligvarekjedene og store kjøpesentre. I Stockfleths så man mulighetene.

Lille Grensen er den eldste og originale Stockflethsforretningen. Den ble opprinnelig etablert i Arbeidergata men flyttet like rundt hjørnet til Lille Grensen på 1970-tallet. På 90-tallet ble den til Stockfleths første kaffebar og det lille og sjar-

merende lokalet ble raskt et populært sted. Her har noen av Norges beste fremtredende kaffepersonligheter brygget kaffe, ikke minst Tim Wendelboe og Einar Kleppe Holthe. Tim etablerte etter hvert eget brenneri og kaffebar, mens Einar overtok Kaffefuglen i Pilestredet og i 2006 ansvaret for hele Stockfleths. Han var sjef helt fram til 2012 og har siden da konsentrert seg om Fuglen, både i Norge og Japan, og en lang rekke prosjekter.

VEKST OG PROFESJONALISERING

Eirik Stene er dagens sjef. Han overtok etter Kleppe Holthe og har hatt en annen inngang til kaffebransjen enn sine forgjengere.

– Det var tilfeldighetene som førte meg til Stockfleths, mens mine forgjengere

har lært seg faget og bransjen ved å starte som barista. Men selv om inngangen til kaffe er forskjellig, er visjonen den samme, nemlig fokus på opplevd kvalitet og om å bli anerkjent, for å ha den beste kaffen. Jeg er ikke barista, selv om jeg innrømmer at jeg iherdig forsøker å lage en god cappuccino, smiler Stene. Jeg er for gammel, har ikke tempoet i kroppen, men så er heller ikke kaffebrygging min fremste oppgave. Det handler mer om å få oss til å vokse på riktig måte, hvor gode kundemøter tuftet på kvalitet i kopp alltid skal stå i sentrum.

Stockfleths vokser, og den lille administrasjonen har mer enn nok å henge fingrene i. Man må rett og slett være knallgod på drift og man må vite hva man vil når man etablerer en ny kaffebar.

Det gjør Eirik Stene tydeligvis.

– Vi etablerer en til to kaffebarer i året. Mere enn det er ikke forsvarlig for oss om vi skal opprettholde en ambisjon om å levere kvalitet, sier Eirik.

Administrasjonen består av seks personer. Håkon Kinn, Norgesmester i baristakunst fra 2010 har ansvar for kvalitet og nyetableringer. Han var på vei inn i fulltids arkitektstudier, men Eirik greide å beholde ham i deltidsstilling. Hans Olav Vikan er ansvarlig for opplæring og HMS. Nyansatte drilles i en egen Kaffelab i kjelleren i Prinsens gate. I tillegg finnes ansvarlige for drift, innkjøp og marked.

Stockfleths har blitt vesentlig større de siste årene. Det har gått fra å være en semi-profesjonell virksomhet med stor

dynamikk og smidighet, hvor alle kjenner hverandre, til å bli mer «voksen».

– Vi er nok mer strukturorientert og firkantet, sier Eirik. Skal vi vokse og samtidig opprettholde jevnt og høyt nivå må vi ha fokus på detaljer og rutiner. Kunden forventer, og vi etterstreber, samme kvalitet på Ski som i Lille Grensen.

– De beste stedene er knallharde på rutiner. Vi vurderer kontinuerlig kaffebarene våre. Vi må være nøye på hvordan vi gjennomfører ting og har stramme rammer på hvordan vi skal forberede og gjennomføre et kundemøte. Samtidig må vi la våre dyktige avdelingsledere få være ledere og selv føle at de har handlingsrom for å være nettopp det. Det er for eksempel ikke



Foto: Den Danske Kaffeforretning

tilfeldig hvilken vei hanken peker når koppen settes framfor kunden, sier Eirik. Detaljene er viktige, men det er ikke enkelt. Dette må repeteres i det uendelige.

NORGES MEST PROFESJONELLE KAFFEMILJØ

I sfæren rundt Joh. Johannson og Norgesgruppen finnes Norges største og mest kompetente kaffemiljø. Her finner vi Joh Johannson Kaffe, Solberg & Hansen, Kaffebrenneriet, Dromedar og Stockfleths. Eierne av Stockfleths er Solberg & Hansen og Fourxp med 50 prosent hver. Fourxp eies av Thomas Pulpan og Steinar Paulsrud som driver Kaffebrenneriet. Dette sikrer kompetanse rundt strategier og utvikling av virksomheten. Kaffebrenneriet er Norges nest største kaffebarkjede og vet hvordan man driver kaffebarer. Solberg & Hansen har vært drivkraften innen

utvikling av spesialkaffe i Norge og er desidert størst innen sitt segment.

STORE FORVENTNINGER

Kaffebrenneriet er nesten tre ganger så store og har en bredere profil. En litt annen tilnærming, kanskje oppfattes Stockfleths litt dyrere og mer eksklusivt. Eirik er imidlertid ikke bare opptatt av høy kvalitet på kaffen.

– Det skal være hyggelig og avslappet, folk kan sitte så lenge de vil. Kundebehandlingen er utrolig viktig.

Eirik er opptatt av kundens forventninger. Fantastisk kaffe uten forsinkelser, en barista som er glad for å se deg, som gir deg akkurat det du vil ha uansett hvem du er. En slik rolle må baristaen spille hver eneste dag, uansett hva som skjedde kvelden før eller om formen ikke er på topp.

– Kundemøtet og innholdet er av avgjørende betydning. Baristaen bærer Stockfleths på sine skuldre. Scenen er hans, eller hennes, der og da. Når en som aldri har vært på Stockfleths før møter verdens beste barista, da blir Stockfleths verdens beste kaffebær. Med verdens beste kaffe. Sånn er det!

SMARTE LØSNINGER

Eirik må ha blikket fremover. Han må følge med å hva som skjer og lete etter forbedringer. Han ser positivt på alle endringer som gjør arbeidet lettere og kaffebryggingen mer konsis. Men han innrømmer at det ikke er så enkelt.

– Kaffebrygging er et håndverk, og forestillingen fra alle oss som er ekstra glad i kaffe er at de manuelle stegene ikke skal tukles med. Da tar man bort noe av det som gjør det til et ærverdig håndverk. Det vil ofte ligge



Å tre inn i Stockfleths for hundre år siden må ha vært en særdeles eksotisk og velduftende opplevelse. Nybrent kaffe og te fra koloniene fylte hyllene og de som hadde råd kunne kjøpe kaffe med hjem og servere gjestene den stadig mer populære drikken. Å tre inn i Stockfleths i dag innebærer også en viss forventning. Om god kaffe og god service. Om profesjonelle baristaer med respekt for faget og virksomhetens ærerike historie.



” Baristaen bærer Stockfleths på sine skuldre. ”

Eirik Stene



Eirik Stene



en ubevisst motstand mot automatisering, og det er helt forståelig, men verden går fremover også innen denne bransjen og nye, gode løsninger kommer til. Vi innførte

Puqpress i fjor, og har bare gode erfaringer. Verdens første helautomatiske tamper har gjort hverdagen enklere for baristaene, samtidig som forutsetningene for å lage god espresso endres til det litt mer kontrollerbare, noe som gjør at også resultatet har blitt jevnere. Hva det neste steget blir er ikke godt å si, det finnes mange gode løsninger tilgjengelig, som letter hverdagen for en barista og som samtidig frigjør mer tid til å kommunisere med kunden. Men det gjelder å ta det gradvis og å føle seg litt frem. Ikke all automatisering er nødvendigvis fremskritt, om man har fokus på kvalitet.

Automatiske eller helautomatiske espressomaskiner ser derimot ikke Eirik for seg hos Stockfleths, men er den første til å anbefale dette til kafeer eller bakeriutsalg som ikke har kaffe som hovedprodukt. Og «clean desk» med bryggestasjonen under disken er han ikke interessert i.

– Den skinnende og majestetiske espressomaskinen er hjertet i kaffebaren og skal bli stående. Den er en del av interiøret, det viktigste møbelet, og er selvsagt fredet, smiler Eirik.

DESIGN OG INTERIØR

Stockfleths åpnet kaffebær i Arkaden sommeren 2018, et lite kjøpesenter fra 80-tallet midt i Oslo sentrum. Stilen er inspirert av bygningen den befinner seg i, Karl Johans gate 7 blir ofte trukket fram som eksempel på postmodernistisk arkitektur i Norge. Kaffebaren ser ikke helt ut som andre Stockfleths-utsalg, med sine glade farger og lysere stil.

– Vi trer ikke ett interiørkonsept ned over alle kaffebarene våre, sier Eirik. Vi tilpasser oss stilen og arkitekturen i bygget, men har noen flater som er umiskjennelig Stockfleths.

Aldersgruppen er mellom 30 – 50, og andelen kvinner er noe høyere enn menn. Det er ikke ungdommen Stockfleths i første rekke henvender seg til og stilen skal være moderne med kvalitetspreg.

FREMtiden

Ting endrer seg kontinuerlig. Eirik forteller at sort kaffe har vært mest populært de siste årene, men espressodrikker øker igjen. Håndbrygg har ikke like stort fokus som tidligere selv om det tilbys. Det er tidkrevende og krever trening om resultatet skal bli godt. Moderne kaffetraktere brygger riktig god kaffe.

Han er optimistisk på bransjens vegne, og følger godt med på utviklingen, både innen teknologi og hvordan bransjeglidning og fremtidens kjøpesentere vil skape nye konsepter. Det er plass til flere kaffebarer, vi har ennå ikke nådd toppen, samtidig som det er vanskelig for mange. Kundegrnlaget er ofte for dårlig og man kan ikke leve av kaffe alene. Man må møte fremtiden med åpent sinn, men Eirik Stene er klar på ett punkt:

– Vi konsentrerer oss om kjerneproduktet som er kaffe, den strategien endrer vi ikke. Vi blir ikke cocktailbar om kvelden, avslutter Eirik.

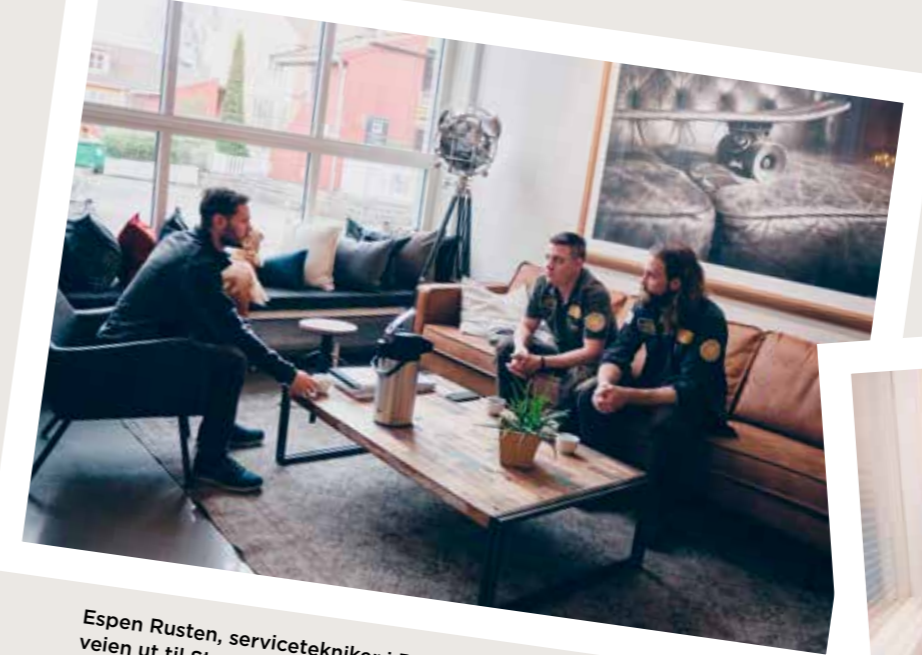
Med servicetekniker på jobb

Tekst og foto: Anette Eveline Jonassen

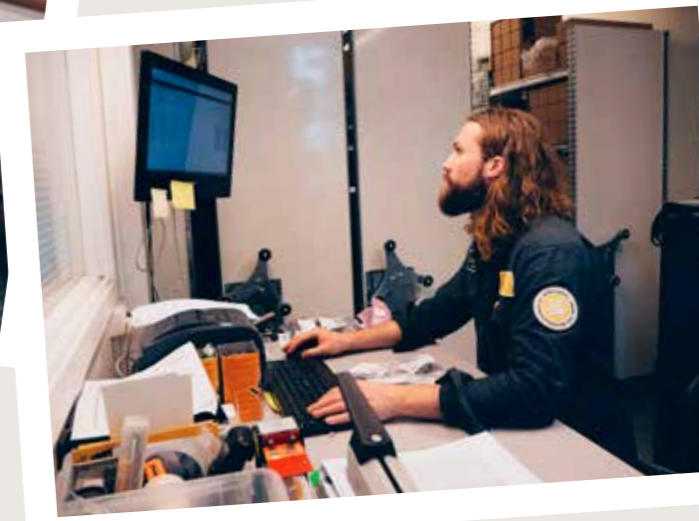


Kaffehetter

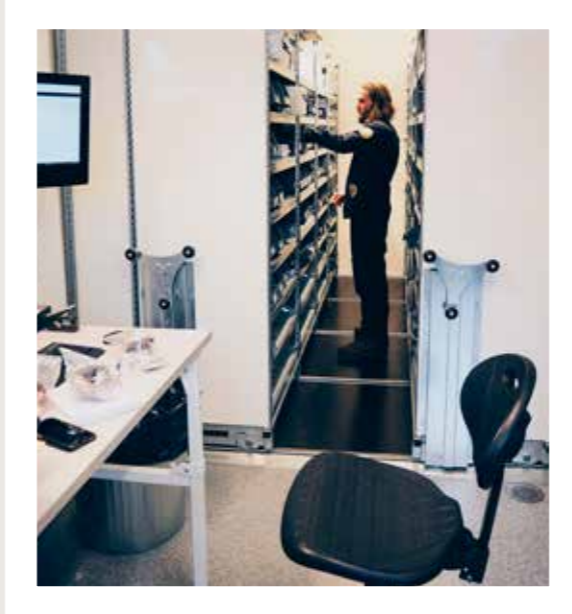
Å være servicetekniker på espressomaskiner og kaffeutstyr sier kanskje ikke alle like mye, men jobben betyr mer enn vi dødelige aner. For hva ville verden vært uten maskiner som produserer det som for mange av oss betyr en deilig start på dagen? Det er det jobben til serviceteknikere går ut på, å sørge for at alle maskiner der ute skal fortsette å produsere den kaffen vi så sårt trenger, slik at vi i lang tid fremover kan fortsette å nyte den sorte oljen som virkelig setter prikken over i-en. For mange av oss er de kanskje definisjonen på en kaffe helt.



Espen Rusten, servicetekniker i Barista Service skal ut på oppdrag. Hele veien ut til Strømmen, for der står det en espressomaskin som trenger litt ekstra kjærlighet. Men først så skal morgenkaffen konsumeres.



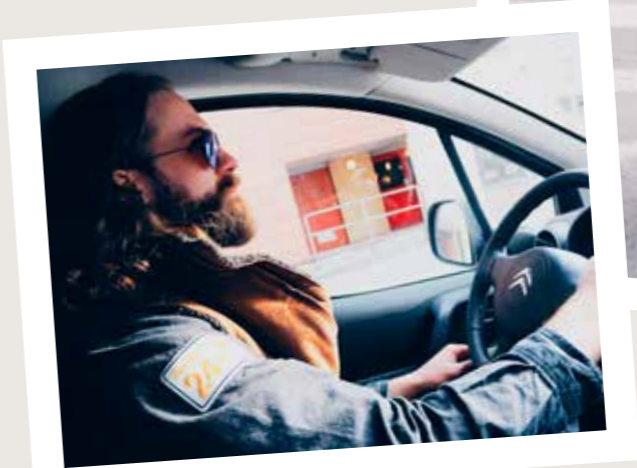
Før teknikeren pakker verktøykassa og reiser ut på jobb skal rapporten fra forrige service gjennomgås. En viktig del av jobben er at espressomaskinene er konsekvente og at det ikke er for store variabler. I rapporten har de en oversikt over hvilke deler som ble byttet og hva som ble gjort under forrige service, noe som gir dem en liten pekepinn på hva de skal ta for seg under den kommende servicen.



Så var det tid for å pakke den berømte verktøykassen. Inne på lageret har de alt de trenger av reservedeler, og nå gjelder det å pakke med seg de delene som skal byttes. Nye steamrør, pakninger, siler og andre nødvendigheter skal med, slik at de er best mulig forberedt til dagens servicejobb.



Da bærer det av gårde til dagens første kaffebar. Det er Kaffebrenneriet på Strømmen Storsenter som står for tur.





Vel inne på Kaffebrenneriet er Espen i gang med servicen på deres La Marzocco FB80. Maskinen skal sjekkes fra a til å, og her gjelder det å ha kontroll på hva man gjør. Det å være servicetekniker krever kunnskap og kompetanse innenfor det tekniske, så vel som innenfor kaffe. Med fagbrev i serviceelektronikk så er det å skru noe Espen har god forståelse for. Han har også vært på flere kurs hos espressomaskinleverandører slik at han vet nøyaktig hva som forventes av han når han er ute på servicebesøk hos kaffebarene.

” Teknikeren må være god på kaffe! ”

Når maskinen har fått den kjærligheten den trenger, er det kvernen som står for tur. Uten en optimal kvern er det vanskelig å få en god espresso. Knivbladene byttes, kvernen renses og til slutt så blir den kalibrert, slik at den kverner espressoen slik den skal. Og når Espen, i samarbeid med kaffebaren, har oppnådd perfekt malingsgrad på espressoen, da skal kaffen testes. For det handler ikke bare om å gjøre service på maskinen, det handler like mye om at espressoen skal oppfylle de kravene som kaffebaren setter. Derfor legger Espen mye tid i å få laget en god og nærmest perfekt espresso før han avslutter arbeidet. Det smakes, kvernes og shottes gjerne flere ganger før man har kommet til det punktet hvor kaffen smaker optimalt. Og dette gjøres gjerne sammen med baristaene som er på jobb, slik at resultatet er best mulig. I Barista Service legger de ned mye tid i å trene teknikerne til å bli gode på kaffe og forstå prinsippene rundt det å lage en god kopp espresso, da dette er en viktig del av jobben.



De fleste av jobbene Barista Service drar på foregår i åpningstidene til kaffebarene. Som barista er det ikke en selvfølge at man vet hva som blir gjort av teknikeren, så Espen forklarer gjerne hva han gjør underveis, slik får han spredd den viktige jobben de gjør på espressomaskinen og økt bevisstheten til baristaen.

Når espressoen oppfører seg slik den skal, etter de standardene som er satt av Kaffebrenneriet, kan Espen og gjengen bak espressomaskinen si seg fornøyd med dagens service. Når vi spør Espen hva det beste ved jobben hans er, så svarer han:
- Det må være all den gode kaffen, og ikke minst folkene som lager den!





Som et av Europas største kaffebrennerier, er det viktig for oss å ta vare på kloden. Fra og med 2019 er all kaffen Paulig kjøper 100% verifisert bærekraftig.



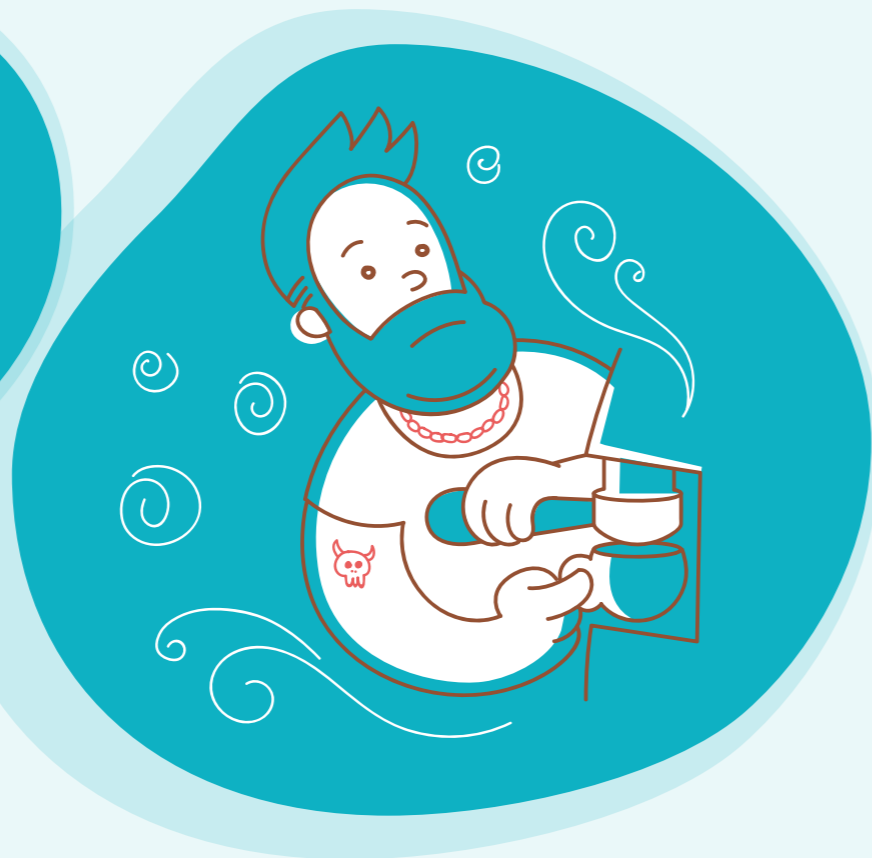
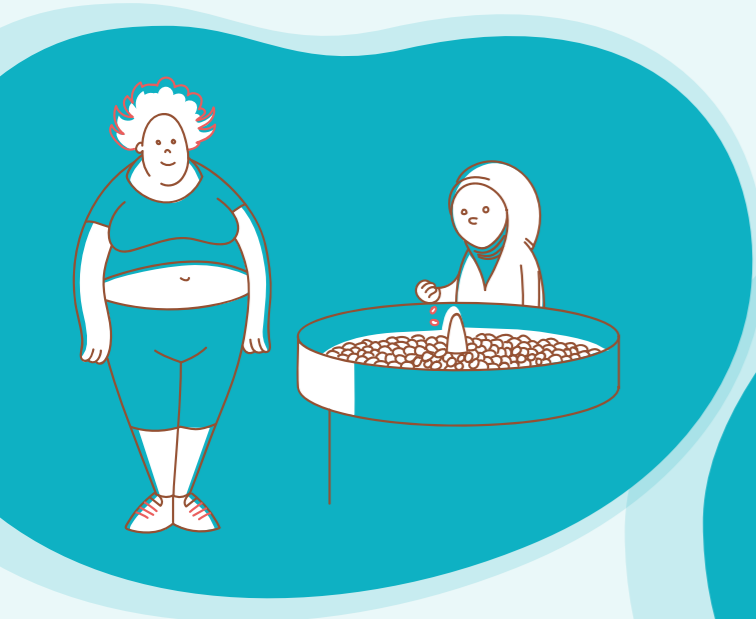
les mer på: paulig.no
eller ta kontakt med oss på mail:
professional.no@paulig.com



Røverkaffe

**- FRA VANEKRIMINELL TIL
BRENNEMESTER OG BARISTA**

For ikke mange år siden kunne hverdagen dreie seg om bil- og helikopterjakt, trusler og vold i det kriminelle MC-miljøet og stadige arrestasjoner og fengslinger for Christian Birkeland (31). – Jeg har blitt fengslet på glattcelle 78 ganger, forteller den unge gutten med tidsriktige hipsterbriller og skjegg. Nå venter en annen hverdag og en annen hete rundt bena hans. Sammen med en 15 kilos Gibli Coffee tech.

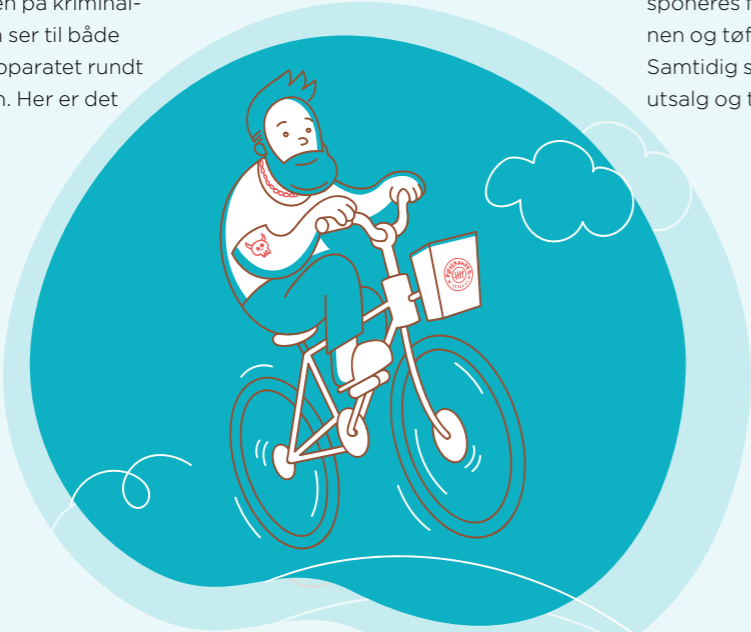


Jacu brant 200 kg Røverkaffe i 2018 som en liten forsmak på det som skulle komme.

Nettverk etter soning, er et tilbud i Røde Kors som dreier seg om å hjelpe de som vil ut av et liv med kriminalitet og rus. Etter 15 år med dette arbeidet, har det oppstått mange arbeidsrettede tiltak som sykkelverkstedene Red Bike, Kafe Tandem og nå vil straks kaffebrenneriet Røverkaffe se dagens lys. Faktisk snakker vi om to brennerier, et innenfor murene i Indre Østfold Fengsel, (fortsatt Trøgstad fengsel på folkemunne) og et i Fredrikstad sentrum

– Norge ligger helt i toppen på kriminalomsorgfeltet. Hele verden ser til både norske fengsler og oss i apparatet rundt som jobber med ettervern. Her er det

mye å hente, spesielt på gruppen som vender tilbake til fengsel om og om igjen. Disse har som regel langt høyere tilbakefall og svært sjelden noe meningsfylt tilværelse å komme ut til. Nå skal de få begynne dette sosiale entreprenørskapet inne i fengsel, etter soningen skal de kunne fortsette med samme konsept, uttaler prosjektleder Pål Breivik i Østfold Røde Kors. Sammen med et lag med frivillige, innsatte, løslatte og mennesker som soner i åpnere former som lenkesoning og samfunnsstraff.



ØVERSTE HYLLE

– Røverkaffe har flere hovedmål. Vi skal skape en vellykket merkevare, som skal gi bedrifter mulighet til å ta sosialt ansvar ved å abonnere på kvalitetskaffe. Hver 14 dag får bedriften Røverkaffe levert på døra av en røver. Ikke nødvendigvis en straffedømt, men en frivillig i Røde Kors, eller en tidligere kriminell som faktisk sårt trenger å snakke om andre ting enn kriminalitet og rusrelaterte tema. Kaffe er noe alle har et forhold til, og «vanlige mennesker» trenger også å eksponeres for de som har hatt en litt annen og tøffere fortid, legger Breivik til. Samtidig skal vi ha et attraktivt brenneri, utsalg og take-awaysted i Fredrikstad

sentrum. Prosjektet er støttet av Sparebankstiftelsen DNB og Arbeid- og velferdsdirektoratet økonomisk. Det er også et tydelig mål at vi skal jobbe som hunder for at dette skal bære seg selv økonomisk. Vi går for høy kvalitet og henter de beste talentene vi finner for å klare dette så godt vi kan.

Røverkaffe har et tett samarbeid med brenneriet Jacu i Ålesund. Prosjektgruppen på 12 har fått opplæring og hjelp til å velge passende plantasjoner og grønne bønner til å begynne med. Brennemester Christian Birkeland uttaler at selv om vi skal klare å komme godt inn i kaffefaget,

må vi ha assistanse på å navigere i råvarer og kvalitetsvalg. I tillegg har både Austerått brenneri, Kaffemisjonen, Kaffa og Espressospesialisten bidratt med drahjelp og kompetanse. – Ingen skal kjøpe vår kaffe fordi det er synd på oss, de skal velge oss fordi det er et bra produkt som gir en bra effekt på samfunnet. – Jeg kjenner flere som allerede hadde vært tilbake i rus og kriminalitet, dersom vi ikke hadde fått vært med på denne sinnsykt spennende

sjansen. Jeg gleder meg, og skal gjøre dette så bra som det går an, avslutter Birkeland.

Ønsker du å vite hvordan din bedrift kan støtte Røde Kors sitt arbeid med tilbakeføring fra fengsel og kriminalitet? Samtidig som de ansatte og bedriften får en kriminelt god kaffe? Ta kontakt med Pål Breivik på pal.breivik@redcross.no



Brenneri i Storgata i Fredrikstad

På kurs hos Norsk Kaffeinformasjon

Mobil kaffebar

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Espresso Mobile



Eirik Sand Johnsen, Arild Johnsen og en gjeng profesjonelle baristaer skaper kaffeopplevelser der du minst venter det.



TRENGER DU EN KAFFEBAR?

En gårdbruker på Hurum skulle arrangere Odd Nordstoga-konsert i 2005. Hun var kaffeentusiast og ville ha kaffebar i fjøset.

Ute på tunet sang Nordstoga om grisen som stod og hylte. Inne i det illeluktende fjøset hadde Arild Johnsen bygget en liten kaffebar av oppstabilede paller og kaffesekker med en rød La Marzocco på toppen.

Bålkaffe i vinterkulde med Toyota. Kaffebar på datamesse i Oslo Spektrum. Eller NM i Slappa for Norsk Kaffeinformasjon. Den tidligere snekker og reklamemann Arild Johnsen etablerte for 14 år siden Espresso Mobile med den geniale idé å tilby kaffebarer hvor som helst og når som helst. Med seg hadde han sønnen Eirik Sand Johnsen, som ble Norgesmester i baristakunst i 2003.

GOD KAFFE GIR MERVERDI

Arild drev med messer og events i Retail Factory. Da det ble populært med sisteleddsmarkedsføring og store store kaffe-torg inne i dagligvarebutikkene, begynte Arild i Bates som hadde Joh. Johannson på kundelista.

Veien fra kaffeopplevelser i butikk til kaffebarløsninger var ikke lang. Kaffebarbølgen var inne i rivende utvikling og interessen for kaffe var i fri fart oppover.

Forretningsideen er bygget opp rundt en enkel men riktig tankegang: Det er ikke likegyldig hvordan kaffen smaker. God kaffe bidrar positivt til totalopplevelsen.

– Når folk får noe mer enn forventet, så kommer de i modus for å motta annen informasjon. De er mer velvillige og de bruker mer tid. En god kaffebar på en messe bidrar til at publikum blir mer fornøyd med alt det andre, sier Arild.

For et par år siden sa Eirik opp jobben hos vinimportøren Mostue for å gå for fullt inn i den lille familiebedriften. Med sans for det gode liv, råvarer og gode opplevelser driver han bloggen *enotria.no*, og er nettredaktør i Vinforum. Så tar han en del spesialcatering med gourmetmat på oppdrag når han får tid.

TRAVLE DAGER

– Vi lager små kaféløsninger eller bygger store kaffebarer. Vi stiller med proffe baristaer og god kaffe og skaper en opplevelse, sier Arild.

Vi finner han på itSMF-messen på Clarion Hotell på Gardermoen.

Tre baristaer er i sving fra tidlig om morgenen. Steria sponser kaffebaren under konferansen og har hyret inn Espresso Mobile.

Det er travle dager. I løpet av en uke har de rigget kaffebar på Norges største messe for lyd og lys i Telenor Arena og betjent tre kaffebarer under konferansen Women in Gastronomy på Nationaltheatret. I tillegg hjulpet Tine med stand på Trondheim Kaffe-festival. Mellom slagene forberedes et større arrangement for alle Toyota-forhandlerne i Norge. Der brukes kaffe som et sosialt samlingspunkt.

– I går var vi forresten på Rikstoto, legger Arild til. De skulle lansere ny nettside og Eirik og Julie dro opp og ordnet kaffebar på kontoret. Julie er søsteren som hjelper til når det trengs. Hun har jobbet som barista i Kaffebrønneriet og kan faget.

Det er langt fra fjøset på Hurum til Javazone i Oslo Spektrum med nærmere 4000 mennesker. Espresso Mobile har virkelig skapt seg en nisje med god kaffe i sentrum for opplevelsen. Vel verd å prøve!



la marzocco
HOME

Født av en klassiker



Bildet viser Omni S som er godkjent av Norsk Kaffeinformasjon.



KOMPLETTE KAFFELØSNINGER FOR ETHVERT BEHOV



Jacobs Douwe Egberts (JDE) i Norge har en historie som strekker seg helt tilbake til 1799, da det som senere ble til Kaffehuset Friele ble grunnlagt. Vi kan kaffe! Vi er Norges eldste kaffehus, og kaffen vår produseres fortsatt på Midtun i Bergen av våre erfarne fagfolk. Men visste du at vi også kan levere alt av kaffemaskiner, og kan tilby landsdekkende service? Vi tilbyr kaffemaskiner fra ledende kvalitetsprodusenter som Franke, Jura og Wittenborg, og kan hjelpe dere med gode løsninger på ethvert kaffebehov deres bedrift eller serveringssted måtte ha.

Ta kontakt for et tilbud, eller les mer på JDEprofessional.no
T: 815 52 333 | E: NO-Professional@JDEcoffee.com

JDE | PROFESSIONAL



**ESPRESSO
SPECIALISTEN**

ESPRESSOSPECIALISTEN AS
TROMSØGATA 5B
0565 OSLO, NORGE
+47.46.96.96.96
POST@ESPRESSOSPECIALISTEN.NO
WWW.ESPRESSOSPECIALISTEN.NO
ORG.NR.891395752MVA

Pulverkaffe

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Nestlé S.A, Axel Heiberg-Andersen



HVA ER EGENTLIG PULVERKAFFE?

Instant-kaffe eller pulverkaffe. Den enkleste måten å få seg en kopp kaffe på. For det er kaffe vi snakker om, selv om enkelte ikke tror det. En undersøkelse fra noen år tilbake viste at to av tre norske konsumenter ikke vet hva instant-kaffe er laget av, og nesten en av tre tror ikke den består av 100 prosent ren kaffe.

Selskapet Nestlé ble startet i 1867 av den tyske farmasøyten Henri Nestlé, som allerede på dette tidspunktet hadde emigrert til Sveits. På midten av 1800-tallet var barnedødeligheten i Europa høy, og for å bidra til å bøte på problemet utviklet Nestlé en barnegrøt basert på kondensert melk, mel og sukker, som reddet flere barneliv. Gjennom innovasjoner og sammenslåinger med andre selskaper ble Nestlé i løpet av siste halvdel av 1800-tallet en betydelig global aktør innen kondensert melk og sjokolade.

På slutten av 1920-tallet fikk Nestlé en henvendelse fra brasilianske myndigheter om selskapet kunne hjelpe til med å finne et bruksområde for det store kaffeoverskuddet i landet, som hadde oppstått etter børskrakket på

Wall Street. Allerede rundt år 1900 hadde det blitt utviklet ulike former for pulverkaffe, men Nestlé tok utfordringen med å raffinere og industrialisere produktet, og utover på 1930-tallet jobbet forskere i selskapet med å utvikle en helt ny kaffe i pulverform, som kun skulle blandes ut med varmt vann for å kunne drikkes. Utviklingen tok syv år, og 1. april 1938 ble Nescafé lansert – en sammenslåing av «Nestlé» og «café».

– Nescafé ble en umiddelbar salgssuksess i Sveits, og i løpet av tre år var kaffen tilgjengelig over store deler av verden, både takket være store leveranser til den amerikanske hæren og kløktige reklamekampanjer. På 1960-tallet ble produktet lansert i Norge. Den nye prosessen førte til store endringer i kaffebransjen, da den tillot

produksjon i industriell skala og dermed sørget for at store avlinger med kaffe-bønner ikke lenger gikk til spille, forteller Angelika Rosenberg, kategoriansvarlig for kaffe i Nestlé Norge.



Angelika Rosenberg



TILVIRKINGSPROSESSEN

Det var Nestlé-forskeren Max Morgenthaler som ledet arbeidet med utviklingen av Nescafé. Han oppdaget at ekstraksjon ved høyt trykk og temperatur ga mer varig aroma og smak på kaffen. Dette skulle vise seg å være en nøkkel til suksess. Morgenthaler fulgte så opp med spraytørring av kaffen, og etter flere år med forskning var verdensnyheten et faktum.

– Utgangspunktet for all instant-kaffe, eller pulverkaffe fra Nestlé, er kaffebønner av høy kvalitet – først og fremst Arabica, men også Robusta. Her i Norge foretrekker vi stort sett den rundere og mer eksklusive Arabica, sier Rosenberg.

Kaffebønnene håndplukkes av bønder i store deler av den kaffedyrkende

verden, først og fremst Sør- og Mellom-Amerika for den Nescafé Gull som vi drikker her i Norge. Deretter fjernes skallet, og råkaffen tørkes i solen. Så transporteres den på skip til Europa. Den største Nescafé-fabrikken i Europa ligger i Girona i det nord-østlige Spania og her brennes og bearbeides 85 000 tonn med grønn kaffe årlig.

Når kaffen ankommer fabrikken, brennes den før bønnene finmales. Neste skritt er å ekstrahere ut løselige og flyktige bestanddeler, ved å utsette de brente kaffebønnene for vann, damp og høyt trykk. Deretter frysetørres den.

MYTER

Til tross for at instant-kaffe fortsatt er svært populært, er det ikke til å legge skjul på at det eksisterer både fordom-

mer og myter om produktet.

– Ettersom kaffen forlater sin opprinnelige form under produksjonsprosessen, er det nok endel som tror at det ikke er «ordentlig» kaffe, men det er selvfølgelig helt feil. Tar man Nescafé Gull som eksempel, består produktet av 100 prosent kvalitetsbønner, og kun det. Så fins det selvfølgelig en rekke varianter, de såkalte «mix'ene», med for eksempel Cappuccino og Cafe Latte, der vi tilsetter noe sukker, melkepulver og så videre, sier Rosenberg.

UTVIKLING AV SMAK OG AROMA

– Som markedsleder har vi et ansvar for å utvikle kategorien med nye produkter og smaker. I fjor gjorde vi den største renovasjonen av Nescafé Gold noensinne, da vi blant annet tilsatte litt mikromalt filterkaffe, for økt smak og aroma.

PULVERKAFFE

Pulverkaffe er 100% kaffe, fremstilt ved at brent kaffe blir tørket inn til pulver. Dette skjer enten ved frysetørring eller ved spraytørring. Slikt kaffepulver holder seg bedre under lagring enn malte kaffebønner. Når pulveret løses opp i en kopp med kokende vann, får man en kopp med kaffe på 1-2-3. Pulverkaffen ble oppfunnet i 1901, men ble ikke kjent og tatt alminnelig i bruk før bedriften Nestlé lanserte Nescafé i 1938.

FRYSETØRNING

Frysetørring går ut på å fryse kaffen under særdeles lav temperatur og deretter å fjerne vannet (isen) ved hjelp av sublimasjon i vakuum.

- Kaffeeekstraktet fryses raskt og brytes opp i små granulat.
- Granulatene siktes og sorteres etter størrelse.
- Frosne kaffekorn plasseres i tørkekammeret.
- Det skapes vakuum i kammeret. Styrken er kritisk i forhold til hastigheten på tørringen og dermed kvaliteten på produktet.
- Tørkekammeret varmes opp, vanligvis ved stråling.
- Kondensering - det tidligere frosne vannet i kaffekornet utvides til ti ganger det opprinnelige volumet.
- De frysetørkede granulatenes fjernes fra kammeret og pakkes.

SPRAYTØRNING

Spraytørring foretrekkes framfor frysetørring i noen tilfeller, fordi det tillater kostnadseffektiv produksjon i stor skala, kortere tørketider, og fordi det produserer fine avrundede partikler.

Kaffeeekstraktet sprøytes inn i en strøm av varm luft på toppen av et høyt sylindrisk tårn. Når dråpene faller, tørker de og blir et fint pulver når de når bunnen. Pulveret kan deretter bli teksturert til korn for å lette dosering og oppløsning. Kvaliteten på aromaen og smaken er bevare takket være den meget hurtige tørringen i løpet av denne prosessen. Instant-kaffen som selges i Norge er først og fremst frysetørket.

Året før lanserte vi Nescafé Azera, en instant-kaffe for en yngre målgruppe, som også liker å lage melkebaserte kaffedrikker. I år har vi lansert Nescafé Gold Origins, med bønner og smaker fra spennende kafferegioner. En annen variant som har kommet de siste årene er Nescafé Gull Rund – spesielt tilpasset norske gæner, sier Rosenberg.

– Mens den originale Nescafé ble spraytørket, har Nescafé Gull blitt frysetørket siden dag én. Dette er en mer kostbar og tidkrevende prosess, men gir også et mer raffinert resultat, forteller Rosenberg.

Nescafé anno 1938



Norges mest solgte pulverkaffe – markedsleder siden 1963

Trieste

En gang senter for politikk, litteratur, musikk og kunst.
Italias viktigste kaffeby er en undervurdert perle.
Vakker, romantisk og full av sjarm.
Vel verdt et besøk.



Trieste er Italias kaffeby *numero Uno*.

Alt i byen ser ut til å ha med den populære svarte drikken å gjøre. Kaféenes menyer er en alen lange og kjente navn på italienske kaffedrikker som espresso, cappuccino, caffelatte, heter noe helt annet i Trieste.

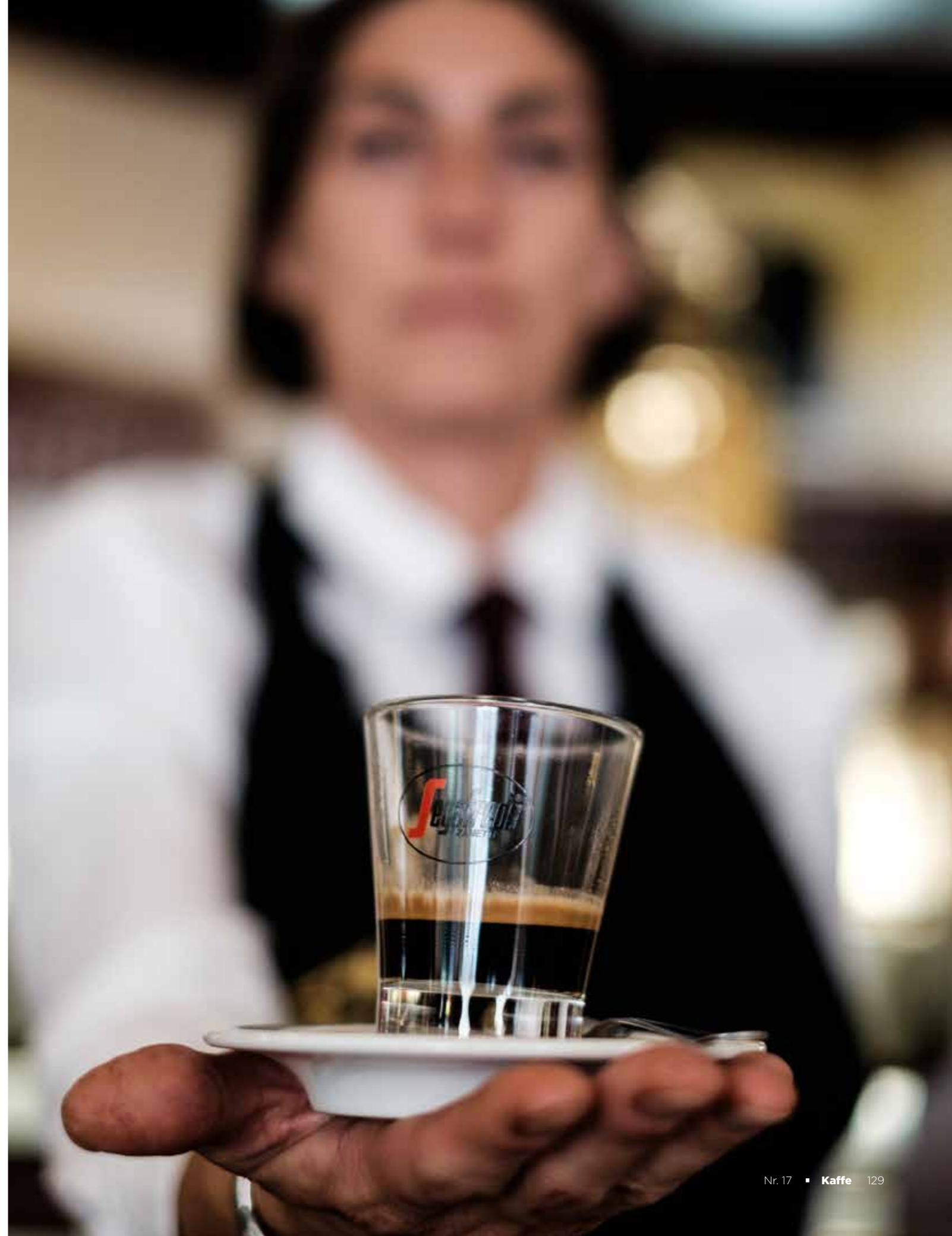
Og så har vi ikke minst byens historiske kafeer, små kaffetempler spekket med atmosfære og historie. I et forsøk på å finne Triestes sanne kaffesjel, har Jesper Storgaard Jensen, dansk frilansjournalist bosatt i Roma, kikket dypt ned i kaffekoppene på byens berømte historiske kafeer. Dette viste seg å bli en reise som tok oss rundt 185 år tilbake i tid.

– Hvis du tror at det er tilstrekkelig å be en barista i Trieste om en espresso – eller om *un caffè*, som det heter andre steder i Italia – for deretter å få servert en kopp rykende espresso, så må du tro om igjen. I Trieste heter en espresso *un nero*. Vil

man derimot nyte en cappuccino, skal man be om *un caffèlatte in tazza grande* (en latte i en stor kopp). Men man kan også be om *un capo*, som er en espresso med melk i. Denne kan visstnok varieres på opp til tyve forskjellige måter avhengig av hvor mye melk som tilsettes, og hvilken konsistens og fylde skummet har. I tillegg kan man be om høye eller lave kopper eller glass (ja, kanskje sågar et glass som er lett oppvarmet), kald, lunken, varm eller dampende het, *korri-gert*, hvilket vil si tilsatt en skvett grappa eller anis, med en sprut kakao over, shaked osv. Og hver eneste kombinasjon har sitt eget navn.

Jeg sitter på Cafè San Marco i Trieste og snakker med stedets eier, Eugenia Fenzi. Hun er omkring tredve år og triestiner, og hun morer seg åpenlyst over at min forvirring vedrørende de lokale kaffegloser er så godt som total. Kort etter beroliger hun meg med at det er helt naturlig. For Trieste er Italias kaffeby *numero uno*. Her synes alt – eller i hvert fall mye – å ha med kaffe og med byens mange historiske kafeer å gjøre, hvilket også er grunnen til at jeg befinner meg i Trieste.

For i Trieste er kaffe ikke bare kaffe. Her er den også historie – og historier ... om svundne tider, om drabelige oppgjør mellom den østerriksk-ungarske



” Trieste har en kaffekultur som overgår alle andre byer i Italia. ”

besetelsesmakt på den ene siden, og de lokale Italia-elskere på den andre. Og ikke minst, om berømte forfattere, som gjennom tidene har brukt byens historiske kafeer som et intellektuelt fristed, hvor de kom for å lese, reflektere og skrive. Dem – både forfatterne og de historiske kafeene – kommer vi tilbake til.

Det store utbudet av kaffe, og den smaksindividualitet som den enkelte kaffedrikk uttrykker gjennom sitt kaffevalg, er på sitt vis en glimrende metafor for en by, som har like som mye å by på historisk, etnisk, kulturelt og turistmessig som kafeenes kaffemenyer er lange.

– Når du snakker med folk fra Trieste, vil du raskt oppdage at langt de fleste av oss har det som man vil kunne kalle en blandet bakgrunn. Folk har familierøtter fra alle mulige steder – fra Istria, Serbia, Slovenia, Hellas, Østerrike-Ungarn og flere andre slaviske land. Og da snakker vi kun om geografi. I tillegg kommer alle de religioner som alltid har levd skulder ved skulder her i Trieste uten å skape problemer. Trieste er ekstremt tolerant og samtidig en vaskeekte melting pot av folkeslag og religioner, sier Eugenia.

I GRENSELANDET

Trieste hørte tidligere inn under det østerriksk-ungarske rike og byens arkitektoniske eleganse - dvs. de mange liberty og nyklassisistiske bygninger - kan reelt føres tilbake til byens østerrikske periode. Under det østerriksk-ungarske rike ble Trieste betraktet som et slags «lille Wien», som vendte ut mot havet,

og byen var det habsburgske rikets tredje viktigste handelsby etter Praha og Wien. Mange triestiner, som med skepsis og daglig hoderisting betrakter all den politiske dårskap og ballade fra Roma, føler fremdeles sterke bånd til Østerrike. Den tidligere østerrikske keiserinne Maria Teresa (1717-1780) er fortsatt populær. Det samme er den tidligere prinsesse Elisabeth (kalt Sissi, 1837-1888). I hennes families regjeringstid opplevde Trieste frisinns, velstand og stor toleranse blant byens forskjellige religiøse samfunn, og i dag troner hennes statue i Triestes sentrum ... side om side med det italienske flagg og svaiende EU-vimpler på byens offisielle bygninger. Men det er nettopp en av Triestes styrker ... det er plass til alle, og til alle holdninger i denne tolerante byen.

Merkelig nok er Trieste, i Italia, nok mest av alt kjent for en pussighet fra naturens side: bora-vinden, som særlig blåser i vinterhalvåret. Når den for alvor tar fatt, kommer vindkastene opp på omkring 150 km/t. I de lokale guidebøker gis det sågar råd om hvilke forholdsregler man skal ta, når den for alvor blåser, og hvilke gater og plasser man bør unngå. La Bora er faktisk et så kjent fenomen at den har fått sitt eget museum i Trieste - *il Museo della Bora*.

Utover blåsende vinder er Trieste først og fremst Italias viktigste kaffeby. Både tidligere og i dag. De aller første kaffesekker, som kom fra Midt Østen, ble slept i land omkring det 15. århundre, og slik har det fortsatt siden den gang. I dag blir en tredjedel av all kaffen som konsumeres

i Italia, bragt inn i landet via Triestes havn.

Byen har fremdeles en rekke kaffeforretninger, her ligger et kaffeuniversitet, Triestes Kaffeforbund har vært aktivt siden 1890 og adskillige velkjente produsenter - først og fremst Illy - er fra Trieste. Derfor er det heller ikke rart at triestinerne har en kaffekultur som overgår alle andre byer i Italia. I tillegg er Trieste også den byen i Italia som kan fremvise det største antall såkalte historiske kafeer. De er fulle av atmosfære, historie og beretninger om berømte forfattere, som kom hit for å lese, skrive og tenke viktige tanker. Især de to lokale bokkoryfeer, Umberto Saba (1883-1957) og Italo Svevo (1861-1928) samt ikke minst irske James Joyce (1882-1941), som bodde 15 år i Trieste, var ivrige kafégjengere, og på flere av kafeene kan nåtidens eiere utpeke deres tidligere stamplapper.

Når man i dag beveger seg rundt på byens gater og streder kan man stadig møte de tre herrer - Saba, Svevo og Joyce - i form av statuer i naturlig størrelse, og så kan man ellers møte deres ånd på kafeene. Men pass på! Moderniteten ligger på lur, og gjennom det siste tiåret har flere tidligere kjente historiske steder bukket under. Så hvis du ønsker å ta en tur i Triestes tidsmaskin med en rykende kopp kaffe i hånden, er det på tide å komme seg avsted i en fart. **Magasinet KAFFE** har gjort forarbeidet og bringer her en guide hvor historie, kaffe og kaféliv flettes sammen.





CAFFÈ TOMMASEO - 1830

Rive Tre Novembre 5
www.caffetommaseo.it

Det kunne trolig skrives et mindre leksikon om Caffè Tommaseo, Triestes eldste kafé som slo dørene opp i 1830, flere tiår før Italias samling. Når man trår inn i den gamle kaféen, som har en sofistisert og elegant atmosfære, litt som de tradisjonelle kafeene i Wien, kan man nesten merke hvordan historiens vinder virvler rundt en i en slags imaginær reise tilbake i tiden. I dag kan man fremdeles beundre noen av de originale speilene, som ble sendt fra en belgisk fabrikant til Trieste forut for kafeens åpning, og i kafeen kan man fremdeles se et pendelur fra 1839. Under det ungarsk-østerrikske rike, ble kafeen brukt av italienske *dissidenti*, dvs. motstandere av den fremmede besettelsesmakt, til å holde hemmelige møter hvor det ble planlagt opprørsaksjoner. Minneplaten for de italienske nasjonalistenes aksjoner henger i dag på kafeens fasade. Og senere - i 1861, da Italia ble samlet - runget ropet «Leve Italia», ned gjennom kafeens elegante stuer. Gjennom tidene har Tommaseo vært et yndet tilholdssted for en lang rekke

forfattere og intellektuelle, bl.a. James Joyce, Svevo og Saba, hvis minneplate man kan se utenfor cafeen. Saba kom hit faktisk som gutt for å smake på en nyskaping, som senere skulle gå sin seiersgang over hele verden; is. Også i nyere tid har kafeen vært å betrakte som en slags dagligstue for byens bedre borgerskap, dvs. for politikere, virksomhetsledere, det velbeslåtte borgerskap samt store deler av den lokale intelligentsia. Blant annet sies det at den kjente nålevende forfatteren Claudio Magris har skrevet store deler av sin kanskje mest kjente bok, Danubio, her på kafeen. Siden 1954 har kafeen hatt status som «Historisk og kunstnerisk monument», som betyr at det er bevaringsverdig. Allikevel legger den nåværende bestyrer, Gianluca Tobacco, ikke skjul på, at kafelivet ikke alltid er en dans på roser.

- Selv om vi har status som «historisk sted» og bevaringsverdig, så mottar vi ikke så mye som en euro fra det offentlige. Kafeen er å betrakte som en normal virksomhet, som opererer under samme markedsvilkår som alle andre. Da jeg overtok for fire år siden, var det nødvendig å iverksette en redningsak-

sjon av Tommaseo. Ingen kan leve av den kaffen som serveres over disken i Italia. Til det er prisen på kaffe simpelthen for lav. Så vi har måttet tilføre en restaurantdel som satser på kvalitet, og det har inntil videre reddet oss, sier han med et ettertenksomt ansiktsuttrykk.

Jeg befinner meg på kafeen ved frokosttid og kan da også se en del spisende gjester.

- Mange av våre spisende gjester er utenlandske turister, og en del av dem kommer, når de store cruiseskipene legger til her i Trieste, sier han. Menyen er stor og varierer naturligvis med årstidene. I tillegg kan Tommaseo tilby et vinkart utover det vanlige. Vinene velges ut i samarbeid med det triestinske vinhus Bischoff, som ble grunnlagt i 1777. - Det er moro å observere førstegangsbesøkende, især amerikanere. De går rundt med åpen munn og polypper og ved ikke hva de skal si, forteller Gianluca. Og det forstår man. Min egen reaksjon var litt den samme.



KONDITORI LA BOMBONIERA - 1853

Via 30 Ottobre 3, Trieste
www.pasticceriaalbomboniera.com

- Har du *la Bomboniera* med på din liste? blir jeg spurt av en av mine kafé-kontakter. Nei, det hadde jeg faktisk ikke, for i min research hadde jeg ganske enkelt ikke støtt på dette historiske konditoriet. Så dagen etter går jeg forbi ... bare for å sjekke om stedet gjør seg fortjent til denne guide. Da jeg trer innenfor mister jeg nesten pusten, for med ett har jeg en følelse av å befinne meg i en tidsmaskin, som virvler meg 150 år tilbake i tiden. Med fuktige øyne og gåsehud kikker jeg meg omkring. Dette stedet er ganske enkelt fantastisk! Faktisk så fantastisk at jeg kort tid etter har stedets bestyrer, Milena La Porta, på tomandshånd.

- La Bomboniera åpnet i 1853, og det meste av vårt interiør har vært med helt fra starten, sier hun og løfter opp en

uttrukket, eldgammel treplate, som fungerer som adgangspassasje til laboratoriet. Konditoriet har et minibord, hvor det er plass til to kaffenyttende personer, og i en annen krok av butikken er det likeledes plass til to sittende personer. Trangt men helt igjennom sjarmerende. - Det var den jødiske Eppinger-familien som startet konditoriet her i Trieste for 160 år siden. Flere generasjoner av familien har drevet stedet gjennom tidene, men da raselovene ble innført i Italia i 1938, stakk familien av til Argentina ... og de kom aldri tilbake, forteller Milena. Stedet har alltid vært frekventert av Triestes borgerskap og tidligere var det for eksempel en tradisjon at kirkegjengerne dukket opp etter gudstjenesten i den nærliggende Sant' Antonio Nuovo-kirken. I la Bombonieras glassmontre står alle de lekre kakene og gjør seg til, bl.a. spesialiteter som Dobos, Sacher og Rigojansci, som alle tilhører den østerriksk-ungarske konditoritradisjon. Utenfor, på gågaten, er det mulighet for å konsumere både kaffe og kaker,

mens man tilbakelent kikker på folk, som slentrer forbi.

- Triestes konditoritradisjon er ikke overraskende østerriksk-ungarsk, og mange av våre kakeoppskrifter er uendret siden midten av det 19. århundre. Ettersom min far, som er vår sjefskonditor, og jeg, kommer fra Palermo, har vi også tilført noen sicilianske konditorispesialiteter, forteller Milena, som inviterer meg ut i laboratoriet. - Vi er det eneste stedet i Trieste - ja muligens i hele Italia - som bruker en vedovn fra det 19. århundre, sier hun stolt og viser meg vidunderet. Ikke rart at man utenfor la Bomboniera kan se den ettertraktede gullplate, som bevitner at akkurat her er historien blitt bevart på den best mulige måte.





CAFFÈ SAN MARCO - 1914

Via Cesare Battisti 18

www.caffesanmarcotrieste.eu

De fleste som for første gang trer inn på Caffè San Marco, vil formodentlig bemerke det med det samme. Dette stedet har en Ånd ... med stor Å. Men også en sjel og en historie, som tilsammen har gjort San Marco til Triestes mest berømte kafé. Her befinner vi oss i den absolutte eliten av Italias historiske kafeer - dvs. på samme nivå som Caffè Florian (Venezia), Gilli (Firenze), Bicerin (Torino) og Caffè Greco (Roma). San Marco åpnet i 1914, og har i perioder hatt en stormfull fortid, eksempelvis året etter åpningen, hvor en gruppe Italia-elskere med løsrivelsestendenser hadde valgt San Marco som sitt faste møtested. Her diskuterte de politikk og løsrivelsesstrategier, samtidig som man på bakrommet fabrikerte falske pass. Således kunne de triestiner som betraktet det østerriksk-ungarske imperium som en besettelsesmakt, stikke av til Italia. Det fant det østerrikske politiet ut av, og i 1915 ble kafeen rasert fra ende til anden. Senere ble den gjenoppbygget, Triestes Sjakk-klubb valgte stedet som

sitt offisielle sete, og flere berømte forfattere - først og fremst Joyce, Svevo og Saba - kom hit hyppig. Men også den nålevende Claudio Magris, kjent triestinsk forfatter som har skrevet et omtalt - og svært forståelig - essay om Caffè San Marco, formodentlig mens hans befant seg på sin faste plass.

- Joyce kom hit ofte for å lese, skrive og tenke, og i dag kommer Magris ofte. Han skriver i hånden og har en fast plass rett der borte, sier Eugenia Fence og peker i retning av et bord ved siden av stedets klaver. Sammen med sin italiensk-greske partner Alexandros Delihanasis overtok hun kafeen for få år siden. - Den hadde store økonomiske problemer og dens eksistens var truet. En stengning ville vært forferdelig, når man tenker på hvor mye historie som finnes mellom disse veggene, sier hun og slår ut med den ene armen. Også Magris var bestyrtet og skrev et åpent brev til myndighetene, som ble publisert i Corriere della Sera. En redningsplan ble iverksatt og heldigvis for det, for San Marco er et utrolig sted, hvor historie, ånd, sjel og litterær vingesus danser hen over det hundre år gamle

parkettgulvet og rundt om de gamle marmorbord med støpejernsføtter i takt til tonene fra den myke jazzen som fyller den L-formede kafé. - Det kommer mange turister som spør hvor Joyce satt, men etter sigende hadde han ikke noen fast plass, sier Eugenia. Joyce og Co. er da også årsaken til at dette er Triestes mest litterære og intellektuelle kafé. Her kommer unge triestiner med sin laptop for å studere og skrive, unge intellektuelle med lesebriller og tykke bøker som drikker hvitvin, forstadsfruer som sipper kaffe og diskuterer og så alle turistene som kikker seg engstelig omkring. Var det kanskje her, at Italo Svevos berømte romanfigur Zeno Cosini, som led av hypokondri og kjærlighetssmerter, ble til? Joyce, Svevo, Saba og Magris kan man også møte i den del av kafeen som Eugenia og Alexandros har omdannet til en dedikert kvalitetsbokhandel. Kaffe om morgenen, lette frokostretter litt senere, dernest cocktails og til sist, når lysene i kafeen har blitt dempet, en lett, raffinert og velsmakende meny. San Marco kan det hele. Og la oss håpe at de holder på i minst hundre år til.

TORREFAZIONE LA TRIESTINA - 1948

Via di Cavana 2

www.torrefazione.latriestina.it/index.php

- I det gamle Trieste hadde kvinnene ofte den vanen, at de etter sine innkjøp på markedsplassen, skulle ha en kopp espresso innen turen gikk tilbake til huspliktene. Ofte kom de hit for å drikke kaffe, sludre om stort og smått og velge en kaffeblend til hjemmekonsum. Ariella Doz er triestiner og i en årrekke har hun sammen med sin bror drevet Triestes mest kjente *torrefazione*, kaffeforretning, hvor de også brenner kaffe. Stedet åpnet rett etter krigen, i 1948, og det gamle butikkvinduet er uten tvil litt av en magnet for de av oss som er kaffetørste og -inter-

esserte. Det er fargerikt og fullt av produkter fra kaffen og teens verden.

- Vi brenner kaffen selv, du kan smake her i butikken, men loven har satt et tak for hvor mye vi får brenne. Ofte kommer det turister hit som nærmest blir trukket inn av duften av nybrent kaffe. Så kan jeg se, at de står med lukkede øyne og innånder duften og virker svært nytelsesfulle. Det er særlig amerikanerne som blir trollbundet. Prøv engang å lukke øynene og trekk pusten dypt. Kan du merke det? sier hun med en begeistret insistering. Ariella forteller, at hennes avdøde mann var særdeles lidenskapelig opptatt av kaffe, og at det var ham som oppfant stedets ikonprodukt, la Triestina-kaffen. - Hva er det for en type blend? spør jeg. - Nei, det kan du ikke få vite. Det er *top*

secret. Jeg kan kun avsløre, at den kommer fra Sentral Amerika, men mere kan jeg altså ikke fortelle deg, sier hun med bestemt mine. Jeg tar dette lille verbale slag over fingrene som en belæring om, og erkjennelse av, at det i Trieste er med kaffeoppskrifter som med en kvinnes alder: det er ikke noe man spør om!

- Som du kan se, har vi vært her siden 1948. Vi har kunder her fra byen, som forteller, at de kom hit som barn sammen med sine foreldre. Siden som unge og nå som voksne mennesker. Sånn er Trieste, sier Ariella. Jeg bestiller en Triestina-kaffe i en erkjennelse av, at hvis jeg ikke kan få oppskriften på blandingen, så kan jeg i det minste få en nytelsesfull smaksprøve. Og jo ... den var naturligvis god!



CAFFÈ DEGLI SPECCHI - 1839

Caffè degli Specchi
Piazza Unità d'Italia 7

Konkurransen om å kalle seg «byens mest kjente historiske kafé» er bitter. Flere av de lokale vil sikkert peke på Caffè degli Specchi, og naturligvis ikke uten grunn. Kaféens beliggenhet er utenom det vanlige, idet den ligger på Triestes mest kjente piazza, Piazza Unità d'Italia. Blant plasser som ligger direkte ut mot havet, er dette Italias, og kanskje Europas, største. Stedet åpnet i 1839 og har gjennom tidene vært å betrakte som en nobel, tilbaketrukket og elegant dagligstue for byens bedre borgerskap. Navnet *Caffè degli Specchi*, Speilkafeen, ble til fordi den tidligere eieren hadde latt inngrave viktige historiske begivenheter på mange av kafeens speil. Av disse gamle speilene er det stadig tre igjen som har holdt ut helt siden 1839. I tillegg ville speilene reflektere lyset fra solnedgangen og således forlenge den tiden det var lys i kafeen. Det ville holde på

kundene og samtidig gi en besparelse i bruken av oljelamper. Under 2. verdenskrig ble kafeen brukt på en noe alternativ måte, idet engelskmennene gjorde den til sitt hovedkvarter og omdannet den til losji for egne soldater, våpendepot og sågar stall.

Den britiske tilstedeværelsen var merkbar i Trieste og på Caffè degli Specchi. Fra 1945 og fram til 1954, hvor Trieste igjen ble overdratt til Italia, kunne den menige triestiner kun få adgang til kafeen, såfremt vedkommende var i selskap med en engelsk soldat. I dag fremstår den fremdeles som en elegant blanding av kafé, salong og dagligstue, og har godt grep om både de triestinerne som ikke er helt unge lenger, og turistene. Hva angår turistene får jeg opplyst at hvis man legger alle personalets språkkunnskaper sammen, ender man på 15 ulike språk. De unge kelneres fasongsyde uniformer minner meg om to andre historiske kafeer av lignende kaliber - Giubbe Rosse i Firenze og Caffè

Florian i Venedig -, og det er helt tydelig at disse arbeidsuniformene blir båret med rak rygg og en markant stolthet. Flere av verdenslitteraturens store navn, som vi allerede har beskjeftiget oss en del med - les: Joyce og Svevo - har naturligvis lest, skrevet og formulert store universelle tanker her på Specchi, og det samme har Kafka. For ikke så mange år siden var den gamle kafeen truet av gjeld og ruin. Men så trådte Giuseppe Faggiotto, en kjent sjokolade-produsent til, og reddet både mus og menn. Den fine sjokoladen har således gjort sitt inntog i kafeen, og når man bestiller en kaffe, får man således en liten kopp varm flytende sjokolade først. - Den klargjør halsen, og baner veien for den riktige kaffesmaken, sier de på Specchi. Tilbake står så spørsmålet, om du har drukket din kaffe på Trieste mest kjente kafé. Kanskje? Kanskje ikke? Speilkafeen får under alle omstendigheter kamp til streken av Tommaseo og San Marco.



CAFFÈ STELLA POLARE - 1867

Caffè Stella Polare
Via Dante 14

- Stella Polare har alltid blitt betraktet som triestinernes kafé. Jeg kjenner mange familier som gjennom generasjoner har kommet hit. Besteforeldregenerasjonen, deretter deres barn og så barnebarn. Og så ligger vi jo i et multireligiøst område. Prøv å se her, sier Stella Polares bestyrer Massimiliano Memmi og trekker meg med utenfor kafeen. - Der ser du Sant' Antonio Nuovo-kirken som er katolsk, og her ved siden av ligger den serbisk-ortodokse San Spiridione-kirken. Og litt lenger nede i gaten hører de ortodokse grekere til, sier han. Kaféens åpning fant sted i 1867 og stilen er utpreget habsburgsk med store speil og stukkaturnamenter. Blant Triestes historiske kafeer er det nok denne som har opplev-

de de største omveltningene. Gjennom årene har kafeen blitt restaurert tre ganger. I 1900 ble hele bygningen ganske enkelt jevnet med jorden. De etterfølgende fire år ble bygningen gjenoppbygget med en ekstra etasje. For ikke å miste sine mange trofaste kunder i denne fireårige periode, holdt Stella Polare til i en hastig oppført trepaviljong, foran Sant' Antonio Nuovo-kirken. I sin storhetsperiode dekket kafeen et temmelig stort gulvareal, hvor det ble drukket kaffe, diskutert politikk, presentert bøker og holdt opplesninger. Historiebøkene forteller dessuten om et helt spesielt kapittel i kafeens lange liv. - Det var under krigen. De amerikanske soldatene hadde gjort kafeen til sitt møtested og de hadde laget en ballsal, som tiltrakk mange triestinske *mule* (piker på triestinsk dialekt, red.) På den måten oppstod mange romantiske allianser. Sannheten er at amerikanerne

lagde en farlig ballade. Engang oppstod det faktisk en brann inne i kafeen, men den ble heldigvis slukket i tide, sier Memmi og sukker høylytt. På kafeens yttermur kan man se minneplater som viser at både Joyce og Italo Svevo er kommet på kafeen, likeså et annet stort lokalt forfatternavn, Giani Stuparich. - Og Claudio Magris kommer hit stadig vekk. Han har sin faste plass inne i salen her ved siden av, sier Memmi og reiser seg ennå en gang for å vise forfatterstolen. Kaffe kan man naturligvis få i bøttevis, men Stella Polare er også et populært aperitif-sted, og kommer man forbi ved 19-tiden, vil de dominerende farger være orange (spritz) og rød (campari). Stella Polare forsøker stadig å holde kulturfanen høyt, og det blir stadig arrangert både bokpresentasjoner og fotografiutstillinger.

KAFFEPRODUKTER FRA **KAFFE.NO**

BARISTAUTSTYR



TAMPER MATTE



GRUTBOKS



MÅLEGLASS



TAMPER AGULAR



MELKEKANNER

DEN NORSKE KAFFESJELA

Lukten av kaffe. Finnes det noe bedre? Enten du drikker kaffe eller ikke, så har du et forhold til denne drikken. DEN NORSKE KAFFESJELA - fra svartkopp til cortado, tar for seg alt vi nordmenn forbinder med kaffe.



VIKTIG MED RENT UTSTYR! BESTILL NÅ PÅ KAFFE.NO

CLEAN DROP

Mye god kaffe ødelegges av dårlig rengjort kaffeutstyr. Se etter Clean Drop i kaffehyllen i dagligvarebutikken, i de store elektrokjedene eller bestill det direkte i vår nettbutikk.



BØRSTE TIL ESPRESSOMASKIN

For å få god kaffe må det rengjøres godt, og for å rengjøre godt er riktig utstyr viktig. Børsen har en vinkel som gjør at du ikke brenner deg på det varme vannet fra maskinen.



ILOU

“GOD OG BALANSERT SMAK.”

ILOU Premium kaffetrakter er godkjent av ECBC og anbefalt av Norsk Kaffeinformasjon. Kombinasjonen av perfekt traktetid, optimert vanntemperatur, stilig design og utførelse i kvalitetsmaterialer gir deg den beste kaffeopplevelsen.

Den avtakbare vanntanken gjør påfylling enkelt, og du sikrer at vannet alltid er rent og friskt, uten rester av kaffe.



Anbefalt av
TV2 hjelper deg
- Januar 2019*



*ILOU kom på en sterk andreplass og ble anbefalt i test av kaffetraktere hos TV2 Hjelper deg - Januar 2019

ELKJØP



Skandinavisk kaffe til hele verden

Onsdag kom 600 kilo kaffe med lastebil til den gamle Melkefabrikken i Sarpsborg og pakkingen kan starte. 1400 abonnenter i 49 land venter på kaffe fra Skandinavias beste brennerier. Torsdag går det ut med posten.

– Kaffe er ferskvare og vi står klare ved samlebåndet når kaffen ankommer. Det er fem meter langt og kjøpt på finn.no. Tempoet er til å leve med. En mann åpner eskene med kaffeposer, en annen legger på båndet, Tyler Olson selv setter på klistrelapper med Kaffebox-logo og sistemann stabler i kasser. Ferdig produserte esker og kort med beskrivelse av kaffen venter. I løpet av fem-seks timer er alt pakket og klart i containere.

HVILKEN GENIAL IDÉ!

Tyler velger ut brennerier, mens brenneriene velger ut kaffe. Kundene må ta det de får. Hvor mye trenger du? 4,3,2 eller 1 pose. Du bestemmer mengden, Tyler bestemmer resten.

– Brenneriene kan mer om kaffe enn meg. De velger ut de synes er bra, noe de er stolte av og kan stå inne for, sier Tyler.

Mange brennerier tar kontakt med Tyler, men det motsatte skjer også. Brennerier han gjerne vil ha med, rett og slett fordi både kvaliteten og anseelsen er høy.

– Kundene er spente på hva som kommer, her ligger kanskje noe av hemmeligheten i konseptet. Kvaliteten er alltid bra, og du får stifte bekjentskap med brennerier du kanskje ikke har hørt om. Det er sjelden eller aldri klager, heller positive tilbakemeldinger av typen «dette er den beste kaffen jeg har smakt i år».

Tyler hadde stor suksess med julekalenderen i 2018. Hver kalender bestod av 24 «rør» fordelt på tre forsendelser. God, fersk kaffe i 50 grams poser hver dag i desember fram til julaften. Slike påfunn skaper engasjement hos kundene.

OVER HELE VERDEN

Kunder fra nærmere 50 land, er det mulig? Hvordan han får markedsført dette konseptet? Tyler er beskjeden, ikke den typiske markeds mannen med store ord og fakter. Men han har en innebygget kreativitet og han har evnen til å gjøre det meste selv. Så spiller han på kanaler som funker, blant annet Instagram.



1400 abonnenter i 49 land
venter på kaffe.



– Jeg har 11500 følgere og har publisert godt over 1100 innlegg. Nye følgere henger seg på hver dag.

Bildene er fine selvsagt, Tyler er jo egentlig fotograf. Han understreker imidlertid at han reposter mange bilder som kundene har tatt. Uansett så sprer det seg, og skandinaviske brennerier har en god posisjon blant kaffeinteresserte verden over.

KAN MAN LEVE AV DETTE?

Som for alle gründere, var det tøft i starten? Tyler kunne ikke ta ut lønn de første

tre årene, og jobbet som fotograf ved siden av. De siste to årene har det vært mulig å leve av dette, og fotostudioet i den nedlagte Melkefabrikken blir mindre og mindre brukt. I 2018 omsatte Kaffebox for 4,1 mill, og utviklingen er positiv.

Tyler brygger kaffe på en V60 men det står selvsagt en espressomaskin i de sjarmende lokalene til Melkefabrikken.

– Jeg har adoptert norske kaffevaner selv om jeg egentlig foretrekker espresso og cappuccino, smiler Tyler.

CANADA

Tyler er canadisk med norske forfedre, nærmere bestemt fra Karmøy. Bestemor snakket norsk, mens foreldrene lot seg «amerikanisere». Han vokste opp i Saskatchewan, men havnet i Norge i 2004. Her gikk han på folkehøgskole, jobbet på Evita Kaffebar i Smalgangen i Oslo og stiftet etter hvert familie. Nå koser han seg med sitt vellykede prosjekt i Sarpsborg og pønsker ut nye ideer, etter at siste container er sendt til Bring.



COFFEE FOR YOU.

Another awkward Tinder date happening at your café? Great coffee can make even the worst date taste a bit better. We can provide you with high quality coffee and the best service, so that you can focus on giving all of your customers the best experience.

Coca-Cola
Honest | CHAQWA
Organic

Kjeldsberg

— ORDENTLIG KAFFE —



- Rettferdig kaffe -

Som eneste norske kaffe produsent i storskala produserer vi utelukkende sertifisert kaffe. Vi bryr oss nemlig om både kaffebonden, kloden og deg.

Foto: Norsk Maritimt Museum



Handel

Tekst: Terje Tranberg

KAFFETRANSPORT PÅ 1800 TALLET

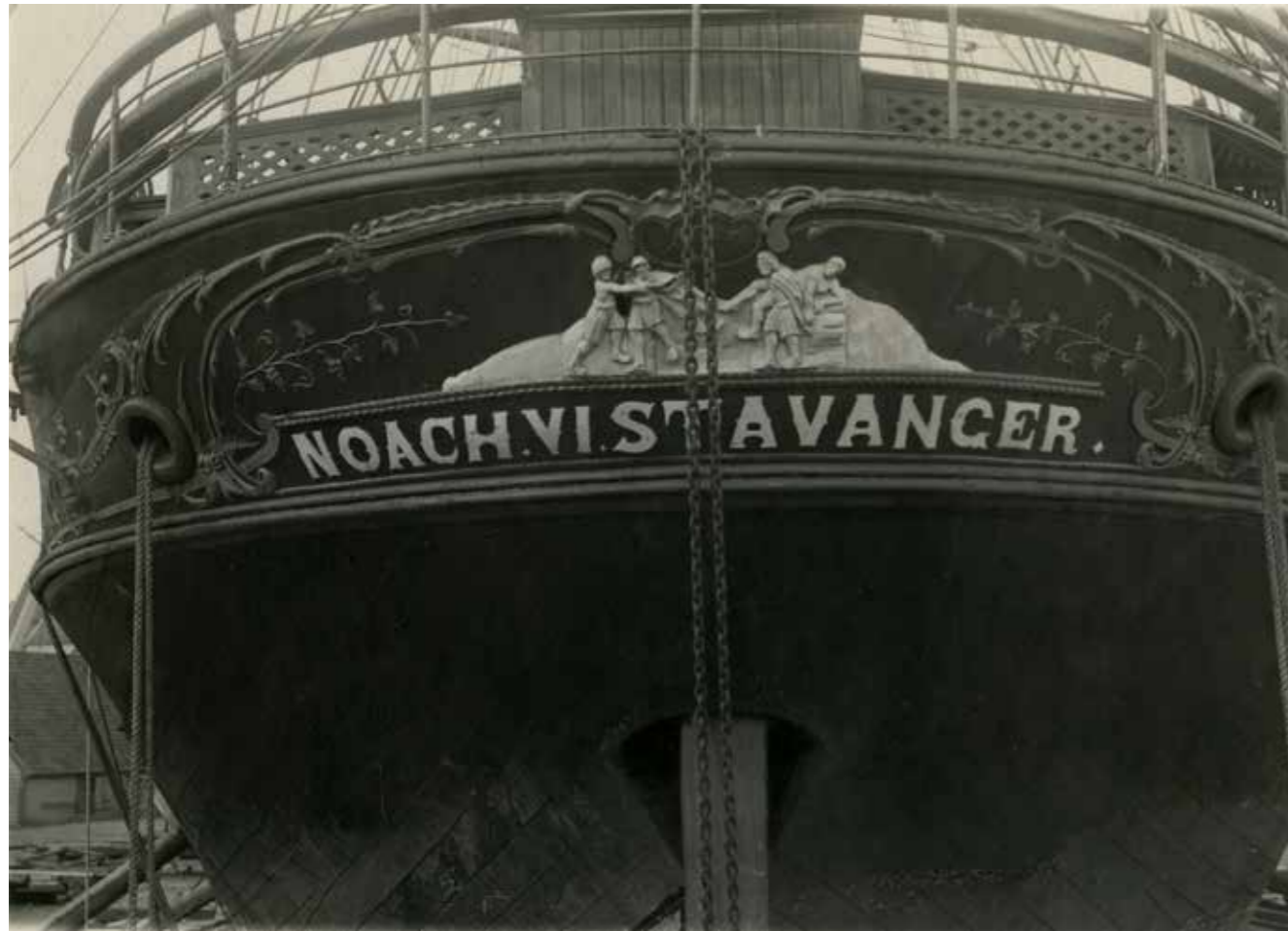
En spesialfart som nordmennene gjorde det godt i var kaffetransporten fra Java på slutten av 1800 tallet. Utreisen gikk vanligvis til Australia for så å seile til Java i ballast for kaffelasting. Treskip ble foretrukket av kaffekjøperne da det var større tilbøyelighet til kondens i jernskipene. Og kaffereisen burde helst vare minst tre måneder for å få best mulig «aroma» på kaffen. Tok reisen lenger tid gjorde ikke det noe, for jo mørkere og finere ble kaffen. Det var den gang!

Det eneste kriteriet som måtte oppfylles var at skuta var spuns tett. Det hendte også at kaffelasten skiftet eier flere ganger i løpet av reisen. Certepartiene (lastedokumentene) hadde alltid en klausul om gratiale til skipperen som ble

fastsatt etter kaffens kvalitet ved ankomst. Dette var en stor fordel for sørlandsrederne som var gjenstridige og satt og satt på en stor seilskipsflåte av tre, mens andre norske rederier, og særlig utlendingene, hadde gått over

til stålseilskip eller dampskip.

Batavia, Samarang, Padang og Surabaya var hovedhavnene for kaffelastingen. At lukene ble skallket før avgang slik at det ikke kom «luft» ned i lasterommet



Barken Noach var bygd i Holland i 1879 og innkjøpt av George T. Monsen
Foto: Norsk Maritimt Museum

gjorde at skroget lett fikk tørråte, men det var som regel gode frakter i kaffe-transporten som kompenserte for skipets forkortede levetid. Seilskip fra Arendal, Grimstad og Lillesand var ofte å se på Java.

Kaffehøsten på Java foregikk i november og desember, og kaffen ble lastet i «grønn» tilstand.

For lastning ble skipsbunnen bygget opp for å hindre fuktighet, og skutetidene ble kledd med sivmatten og rotting som isolasjon. Barken «Freidig» ble bygd i Vikkilen 1897 for Trannevolds rederi i Grimstad. Etter tre år i langfart, hoved-

sakelig i kaffefarten fra Batavia og Padang til New York, hadde skipet tjent inn byggesummen på 60 000 kroner da skipet kom tilbake til hjembyen i 1900.

I 1891 lastet barken «Noach VI» full kaffelast i Padang for New York til 31 000 pund brutto. Barken var bygd i Holland i 1879 og innkjøpt av George T. Monsen i 1890 for 5500 pund. Tvedestrandrederen Fritz Smith hadde også to skip i kaffefarten fra Padang til New York for 35 shilling tonnet. I 1885 kom Arendalskipet «Leto» fra New York via Australia til Java og lastet kaffe for New York. I tillegg til frakten fikk skipet 1 shilling tonnet ekstra for vel utført oppdrag, men for

Thommesen & Smith ble det en engangsforeteelse. Skipsreder T.A. Mørland i Arendal bygde derimot ved sitt eget skipsverft, «Padang», et skip som seilte i kaffetraden til siste slutt i 1914.

«Padang» kom inn til New York 1. juledag 1914. etter fem måneders seilas fra Java. Sammen med «Bonanza» til O. P. Knudsen i Lillesand ble seilskipstrafikken med kaffe fra Java avsluttet og Dampskipene overtok.



TERJE TRANBERG

Terje Tranberg ble født i Oslo 1942 og reiste til sjøs som messegutt og «kaffekoker» høsten 1959 etter kokkeskole i Kristiansand og stuertskole i Oslo

Terje seilte som kokk, stuert og intendant hos Fred. Olsen & Co., både i koffardiskip - lasteskip med 12 passasjerer og rene passasjerskip. Han gikk i land i 1970 og fikk jobb som konsulent i Den Norske Komite for Kaffeopplysning (dagens NKI). Det var 36 søkere til stillingen, og jobben skulle primært være å reise rundt i Norge og forbedre kvaliteten på den ferdige kaffedrikk. Manglende kunnskap ble kompensert med god opplæring hos medlemmene - den gang ca. 60 kaffebrennerier og et 20 talls kaffeagenter. I 1972 arrangerte de et stort kaffeseminar i Oslo med tittelen «Kvalitet nøkkelen til suksess» og gjesteforeleseren var Mr. Kenneth Burgess, sjefen For Pan American

Coffee Bureau i New York. Her hadde man opprettet Coffee Brewing Centre hvor man testet kaffekvaliteter og godkjente kaffeutstyr både til den private husholdning og catering markedet.

Tranberg ble invitert av Mr. Burgess til ytterligere opplæring hos ham og hans stab på Manhattan. Her var alt omkring kaffe representert; forskning, statistikk, publikasjoner, godkjenning av kaffeutstyr og arrangement av store internasjonale kongresser. Da Tranberg kom hjem i 1973 anbefalte han i en rapport til styret i Den Norske komiteen for Kaffeopplysning å etablere et tilsvarende senter i Norge, dog i mindre omfang enn i New York. Dette ble vedtatt og i 1974 ble Kaffe Tilberednings Senteret åpnet i Oslo sentrum. Det ble lagt opp til et godkjennelsesprogram for kaffeutstyr både til den private og profesjonelle del av markedet. Og ikke aller minst et mye

nærmere samarbeide med produsenter av utstyr og deres representanter i Norge. Senteret er i dag kjent som European Coffee Brewing Centre, og drives av Norsk Kaffeinformasjon.

I 1979 sluttet Tranberg i NKI og flyttet til Sverige. Han ble medansvarlig for et mindre kaffebrenneri, bidro til opprettelsen Det Svenske Kaffeinstituttet og jobbet for et større kaffebrenneri i Helsingborg. Etter det gikk ferden til International Coffee Organization (ICO) i London. Ideen var å bygge opp et Nordic Coffee Centre med plassering i Oslo. Et kaffesenter som skulle være en resurs for de fem nordiske land. Dette ble overført til Norsk Kaffeinformasjon i 1991. Tranberg så ansatt hos Joh. Johannson som prosjektansvarlig for all kaffe og varmdrikk, senere som produktutvikler, før han i 2005 gikk av som pensjonist.

Handel

Tekst: Bjørn Grydeland



Kjeldsberg har hatt suksess med sin «4 for 75»-kampanje og vokste hele 54 % i 2018.

Kaffesalget i dagligvarehandelen 2018

Stadig flere kaffeprodukter finner veien til kaffehyllene, og det ble solgt om lag 21 000 tonn brenn kaffe gjennom dagligvarehandelen i 2018. Salget opplever allikevel en svak nedgang år for år - 3,3% i 2017 og 1,6% i 2018. Ikke så høye tall, men det antyder en trend som det skal bli spennende å følge.

Dagligvarehandelen opererer med følgende segmenter innen kategorien «brenn kaffe»; filtermalt, kokemalt, presskanne, puter/kapsler, espresso og smakstilsatt kaffe. Instantkaffe er definert som en egen kategori.

78,3 % av kaffen er filtermalt. Kokemalt og presskannemalt kaffe faller begge mer enn markedet. Puter og kapsler fortsetter å falle, men i noe lavere grad enn fjoråret.

Stadig flere kverner kaffe hjemme. I et fallende marked steg hele bønner med hele 5,5% og en volumandel på 7,5%.

Instantkaffe er fremdeles en populær drikk blant nordmenn, men hadde en nedgang på 3%.

Joh. Johansson Kaffe er fremdeles størst innen dagligvare, og er representert i markedet med merker som Evergood, ALI Kaffe, Coffee of the World, Farmers og Green World. Kaffe produsenten på Filipstad i Oslo økte markedsandelen til 43,4 % og gjorde det således bedre enn markedet ellers. Veksten var stort sett drevet av Evergood og ALI Kaffe.

Kilde: Nielsen Scantrack

DE MEST POPULÆRE KAFFEMERKENE I NORSK DAGLIGVARE I 2017

| Merke | Volum i tonn | utvikling % |
|------------|--------------|-------------|
| EVERGOOD | 6619,8 | -0,8% |
| FRIELE | 6375,3 | -1,4% |
| COOP | 2521,6 | -12,2% |
| ALI | 1592,4 | 8,5% |
| KJELDSBERG | 989,7 | 54,0% |

Salg av brenn kaffe i tonn.

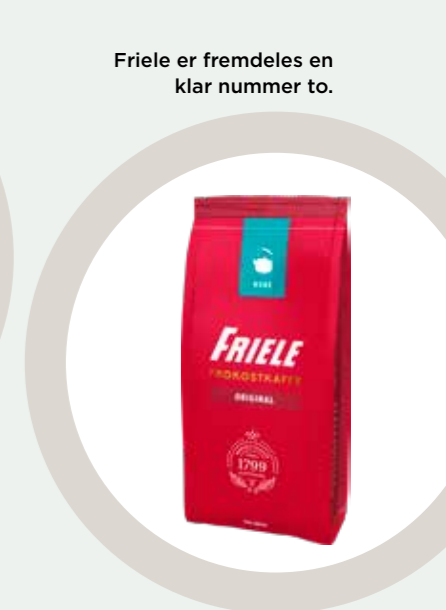
Evergood holder stand som Norges største kaffemerke, og økte sin andel til 31,5 % (+0,2). Friele er nummer 2 med 30,4 %. Coop-kaffen gikk tilbake 12,2%/351 tonn, men er fortsatt Norges tredje største merke.

ALI hadde en vekst på 8,5 %, og økte sin andel til 7,6 %. Kjeldsberg vokste hele 54 %, drevet av faste tilbud i REMA gjennom 2018.

Det ble solgt 1200 tonn instantkaffe i norsk dagligvare i 2018, og Nescafe Gull i ulike varianter og forpakninger står for 398 tonn.



Nescafé Gull er markedsleder innen instantkaffe.



Friele er fremdeles en klar nummer to.



Norges mest solte kaffe!



Salget av hele bønner stiger i et fallende marked.

SALG I VOLUM I DAGLIGVAREHANDELEN 2018

| | VOLUM I TONN | UTVIKLING % |
|---------------------------|----------------|--------------|
| Filtermalt | 16428,7 | -1,3% |
| Kaffebønner | 1695,6 | 5,5% |
| Kokemalt | 1382,3 | -9,0% |
| Puter/kapsler | 890,0 | -2,8% |
| Presskanne | 484,4 | -6,6% |
| Espresso | 77,7 | -1,2% |
| Smakstilsatt laffe | 26,5 | -0,9% |
| Uspesifisert type | 6,6 | -31,4% |
| Brenn kaffe totalt | 20991,9 | -1,6% |
| Instantkaffe | 1200,2 | -3,0% |



Coop holder stand som Norges tredjes største kaffemerke, men opplever en nedgang på 12,2%.

VERDENS KAFFEPRODUKSJON

International Coffee Association (ICO) er den internasjonale organisasjonen for produsent- og konsumentlandene. Hovedoppgaven er å møte de utfordringer verdens kaffesektor står overfor gjennom internasjonalt samarbeid.

ICO produserer en del statistikk, og vi bringer her den siste rapporten som viser verdens kaffeproduksjon fra 2015 til 2018. Som med all statistikk for råvareeksport vil det være usikkerhet knyttet til tallene. Ulike kaffetradere produserer egne rapporter og kaffeproduksjonen kommenteres av en rekke internasjonale eksperter fortløpende. Mens denne tabellen viser kalenderår, opererer kaffebransjen gjerne med «kaffeår» som avviker fra kalenderår.

Om vi ser på verdensdelene, er Sør-Amerika desidert størst, og det er særlig **Brasil** som drar opp – ingen land produserer mer kaffe og produksjonsøkningen siste året har vært formidabel.

61 millioner sekker kaffe ble shippet fra Brasil i 2018, og en øking på 10 millioner sekker fra året før, og representerer 37%.

Vietnam er nummer to blant verdens kaffeprodusenter, og opprettholder nivået med om lag 17 prosent av verdensmarkedet. Landet produserer overveiende Robusta, og eksporten til Norge er relativt sett lavere enn posisjonen ellers skulle tilsi. Importen fra Vietnam til Norge gikk ned med over 50% fra 2016 til 2017 men har steget noe i 2018.. Samtidig har Uganda, en annen stor Robusta-produsent, gått tilbake.

Colombia er verdens største produsent av vasket Arabica og produserer drøye 8 prosent av all verdens kaffe. Norge er stor kjøper, selv om eksporten til Norge sank med 2000 tonn fra 2017 til 2018.

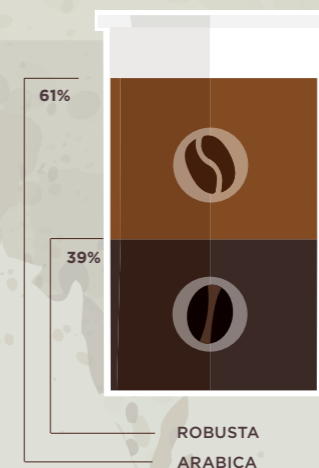
HVOR KJØPER NORGE KAFFE FRA? IMPORT AV RÅKAFFE TIL NORGE I 2018 (TONN)

| | |
|------------------|------------|
| Brasil | 13 856 515 |
| Colombia | 9 221 446 |
| Guatemala | 2 918 327 |
| Kenya | 1 186 994 |
| Costa Rica | 978 591 |
| Peru | 768 643 |
| Vietnam | 567 135 |
| Honduras | 480 202 |
| Nicaragua | 380 928 |
| India | 245 439 |
| Indonesia | 205 734 |
| Etiopia | 162 765 |
| Rwanda | 82 474 |
| El Salvador | 74 716 |
| Papua New-Guinea | 52 864 |
| Mexico | 24 460 |
| Burundi | 8 896 |
| Spania - Spain | 7 112 |
| Tanzania | 4 332 |
| Bolivia | 3 895 |
| Uganda | 3 734 |
| Kina | 3 168 |

TOTAL PRODUKSJON ALLE LAND 2015 - 2018 (I TUSEN KG SEKKER)



| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % endring 2017-2018 |
|---------|---------|---------|--------|---------|---------------------|
| TOTAL | 154 073 | 160 042 | 160 94 | 169 073 | 5,1% |
| Arabica | 88 944 | 102 365 | 97 800 | 103 601 | 5,9% |
| Robusta | 65 129 | 57 677 | 62 994 | 65 462 | 3,9% |

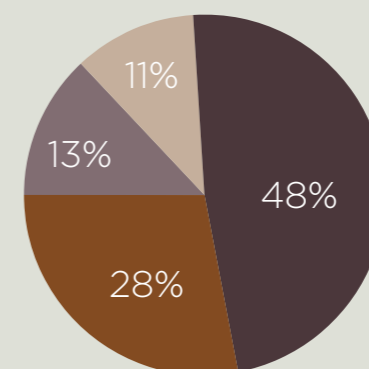


VERDENS KAFFEPRODUKSJON TOTALT 2015 - 2018

| LAND | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| Sør Amerika | 71 443 | 76 923 | 72 130 | 82 355 | 14,2% |
| Asia & Oseania | 49 603 | 45 894 | 49 346 | 47 254 | -4,2% |
| Mexico & Sentral Amerika | 17 234 | 20 465 | 21 825 | 21 717 | -0,5% |
| Afrika | 15 793 | 16 759 | 17 493 | 17 742 | 1,4% |

KAFFEPRODUKSJON FORDELT PÅ VERDENSDELER 2018 (I TUSEN 60 KG SEKKER)

- Sør Amerika (82 355)
- Asia & Oseania (47 254)
- Mexico & Sentral Amerika (21 712)
- Afrika (17 742)



VERDENS KAFFEPRODUKSJON TOTALT 2018 (I TUSEN 60 KG SEKKER)

Tall fra International Coffee Organization.

| LAND | 2018 | % ENDRING 2017-18 |
|--------------------------------|----------------|-------------------|
| Brasil | 62 500 | 18,5% |
| Vietnam | 29 500 | -3,4% |
| Colombia | 14 200 | 2,7% |
| Indonesia | 10 200 | -5,6% |
| Etiopia | 7 500 | 0,6% |
| Honduras | 7 450 | -1,5% |
| India | 5 200 | -10,5% |
| Uganda | 4 900 | 2,2% |
| Mexico | 4 500 | 2,5% |
| Peru | 4 400 | 2,8% |
| Guatemala | 3 900 | 1,1% |
| Nicaragua | 2 500 | -7,6% |
| Costa Rica | 1 595 | 2,2% |
| Elfenbenskysten | 1 600 | 8,6% |
| Papua New Guinea | 950 | 29,4% |
| Tanzania | 800 | 2,1% |
| Kenya | 795 | 0,7% |
| El Salvador | 760 | 0,1% |
| Ecuador | 600 | -3,8% |
| Venezuela | 540 | -1,8% |
| Thailand | 475 | -9,8% |
| Laos | 470 | -2,1% |
| Den Dominikanske Republik | 425 | 3,0% |
| Madagaskar | 415 | 2,0% |
| Kamerun | 380 | 2,8% |
| Haiti | 350 | 2,2% |
| Kongo | 340 | -2,9% |
| Rwanda | 250 | -8,3% |
| Burundi | 200 | 6,2% |
| Guinea | 265 | 1,1% |
| Filippinene | 225 | 10,7% |
| Yemen | 125 | -8,0% |
| Panama | 100 | 0,1% |
| Cuba | 100 | -4,6% |
| Bolivia | 85 | 1,4% |
| Togo | 60 | -47,7% |
| Andre Afrika | 237 | 2,2% |
| Andre Asia & Oseania | 109 | 2,2% |
| Andre Mexico & Sentral Amerika | 32 | 3,7% |
| Andre Sør Amerika | 30 | 0,6% |
| TOTAL | 169 073 | 4,5% |

SLIK DRIKKER NORDMENN KAFFE

Ola og Kari elsker kaffe. Se tallenes tale fra landet som er i verdenstoppen i kaffekonsum.

Mellom
3,7-6
kopper daglig



13 mill.

Totalt kaffekonsum i Norge ligger på mellom 3,7 og 6,2 kopper daglig blant kaffedrikkere. Dette tilsvarer rundt 13 millioner kopper kaffe per dag.



Kjernebrukeren finnes i alderen 45-69 år og blant menn. Der drikkes det mye kaffe både på jobb og hjemme.

84%
av folk over 18 år
drikket kaffe

7 av 10 nordmenn drikker kaffe daglig



Nær
3 av 4 drikker
KAFFEN SVART

3 av 4 drikker svart kaffe. I nord er det flest som drikker kaffen svart mens det blir vanligere med melk i kaffen jo lenger sør og vest i landet man kommer.

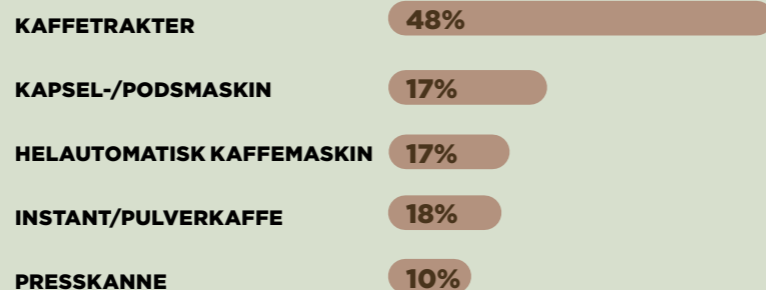
37% av kvinnene

drikket kaffe med melk



Kaffetrakteren er mest utbredt

Kaffetrakter er den viktigste kilden til kaffekonsumet for nordmenn



9
kg.

Hver nordmann forbruker ca 9 kg. råkaffe per år

Kilde: NIKs kaffeundersøkelse 2018, Ipsos MMI

KAFFEBRENNERIER I NORGE



KAFFEBARKJEDENE

Espresso House er fremdeles den mest offensive kjeden med 50 kaffebarer totalt. Noen få er avviklet, men hele 13 nye kaffebarer åpnet siste året.

Kaffebrenneriet er største norskeide kaffebarkjede med 41 utsalg. De ble passert av Espresso House i 2017, men dominerer i Osloområdet. Den siste ble åpnet på Lambertseter i Oslo i mai.

Starbucks har stabilisert seg, og opprettholder nivået på 23 kaffebarer totalt. Solsiden i Trondheim er lagt ned, men det ble åpnet en ny på Strømmen Storsenter i 2018.

Stockfleths er lokalisert i Osloområdet og har en kontrollert og rolig vekst. Med sin siste åpning i Homansbyen i Oslo, er Stockfleths oppe i 13 kaffebarer. Dromedar har omtrent den samme utviklingen med Trondheim som sitt kjerneområde.



Starbucks åpnet sin første kaffebar i Seattle i 1971 og etablerte seg i Norge 2012. Selskapet har ikke strategi for ekspansiv vekst i Norge men vokser organisk, og planene er 2-3 i året. Neste by er Tromsø.

| | |
|--------------------------|---|
| Antall kaffebarer | 23 |
| Omsetning 2018 | 200 mill. |
| Eiere | Starbucks Corporation. Umoe Restaurant Group driver Starbucks i Scandinavia |
| Kaffeleverandør | Starbucks |
| Bakervarer | Starbucks samt lokale bakerier og leverandører |



Nordens største og raskest voksende kaffebarkjede ble etablert i 1996, og har 450 kaffebarer i Sverige, Norge, Finland, Danmark og Tyskland. Er Norges ledende kaffebarkjede i omsetning, antall utsalgssteder og antall gjester.

| | |
|--------------------------|----------------------------|
| Antall kaffebarer | 50 |
| Omsetning 2018 | 318 mill. |
| Eiere | Jab Holding, Tyskland |
| Kaffeleverandør | Eget brenneri |
| Matleverandør | Eget bakeri og Brødbakerne |



Stockfleths ble etablert som spesialforretning for kaffe allerede i 1895, men noe på 1990-tallet omgjort til kaffebarer. Stockfleths åpnet i mai 2019 ny kaffebar i Homansbyen. Kaffekjeden har som visjon å bli verdens beste kaffebrygende kjede og mener at kvalitet på kaffe og i kundemøter er viktige stikkord for å få til nettopp det.

| | |
|--------------------------|-----------------------------|
| Antall kaffebarer | 13 |
| Omsetning 2018 | 52 mill |
| Eiere | Solberg & Hansen, Fourxp AS |
| Kaffeleverandør | Solberg & Hansen |
| Matleverandør | Brødbakerne |



Norsk kaffeforretning etablert i 1994 av Steinar Paulsrud og Thomas Pulpan. Første butikk i Thereses gate i Oslo. Siste butikk åpnet i Rådhusgata. En av verdens største detaljister av Cup of Excellence kaffe og kjøper ellers bønner direkte både i Sør og Sentral Amerika. Datterbedriften Kaffebakeriet lager alt av frokost og lunsjmat, bakervarer, sjokolade og iskremer til butikkene.

| | |
|--------------------------|---|
| Antall kaffebarer | 41 |
| Omsetning 2018 | 262 mill. |
| Eiere | Steinar Paulsrud og Thomas Pulpan og Norgesgruppen Servicehandel AS |
| Kaffeleverandør | Eget brenneri og Solberg & Hansen |
| Matleverandør | Eget bakeri. |



Dromedar ble etablert i Trondheim i 1997 og har kaffebarer i Trondheim, Bergen, Stjørdal og Ålesund. Som Kaffebrenneriet har de etablert et eget bakeri som leverer til alle avdelingene. Dromedarbakeriet holder til i Trondheim og har eget utvalg. Ny kaffebar på Øya åpner sommeren 2019.

| | |
|--------------------------|------------------|
| Antall kaffebarer | 11 |
| Omsetning 2018 | 41 mill |
| Eiere | Solberg & Hansen |
| Kaffeleverandør | Solberg & Hansen |
| Matleverandør | Dromedarbakeriet |

KAFFEBAR- OVERSIKTEN 2019

ØSTFOLD

Coffeelicious - Eidsbergveien, Askim
Mors Café - Sjøgt. 2, Moss
Espresso House - Nygaardsgata 42, Fredrikstad
Kaffebrenneriet - Stortorvet 9, Fredrikstad
Verdensspeilet - Nygaardsgata 23A, Fredrikstad
Tavlov Kaffebær - Helsehuset - Jens Wilhelmsensgt. 1, Fredrikstad
Bryggerhuset Syd - Storgt. 2, Halden
Waynes Coffee Tista Senter - Waltersgate 4, Halden
Kaffedilla - Sigvat Skalds gate 2 A, Sarpsborg
Kaffeliten Te og Kaffebær - Glengsgt. 30, Sarpsborg

AKERSHUS

Haveli Kaffebær - Trekanten, Asker
Kaffebrenneriet - Strøket 8, Asker
Kårner Kaffebær - Torvveien 15, Asker
Espresso House - Lysaker stasjon, Bærum
Espresso House - CC-Vest, Bærum
Espresso House - Sandvika stasjon, Bærum
Espresso House - Sandvika Storsenter, Bærum
Kaffebrenneriet - Fornebu S, Bærum
Kaffebrenneriet Sandvika - Engervannsvæien 39, Bærum
Kaffetid - Rykkin Senter, Munins vei 1, Bærum
Kokeliko Kaffebær - Vøyenengtunet 9, Bærum
Starbucks - Sandvika Storsenter, Bærum
Steam kaffebær - Bekkestua, Bærum
Stockfleth's - Fornebu S, Bærum
Stockfleth's - Sandvika Storsenter, Bærum
Kaffebrenneriet - Jessheim Storsenter, Jessheim
Kaffemakeriet - Jessheim Storsenter, Jessheim
Starbucks - Jessheim Storsenter, Jessheim
Kaffehjørnet - Eidsivagt 7, Eidsvold
La Luna Kaffebær - Nittedals gt. 6, Lillestrøm
Kaffemakeriet - Metro, Bibliotekgt. 30, Lørenskog
Starbucks - Oslo Lufthavn Gardermoen, Utland
Starbucks - Oslo Lufthavn Gardermoen, Ankomst
Kaffebær'n på Kolbotn - Kolbotnveien 6, Kolbotn
Espresso House - Kolbotn Torg, Kolbotn
Espresso House - Ski Storsenter, Ski
Stockfleth's - Ski Storsenter, Ski
Cafe Barista - Strømsveien 61, Strømmen
Kaffebrenneriet - Strømmen Storsenter, Strømmen
Starbucks - Strømmen Storsenter, Strømmen
Waynes Coffee - Rådhusplassen 33, Ås
Guri Malla Is & Kaffebær - Torget 3, Drøbak

OSLO

Baratt Kaffebær - St.Olavsgate 24, Oslo
Café Rouleur - Ullevålsveien 16 A, Oslo

Dock Espresso, Sørengaika 103, Oslo
Espresso House - Aker Brygge, Stranden 1, Oslo
Espresso House - Byporten, Jernbanetorget 6, Oslo
Espresso House - Continental, Olav V's gate 2, Oslo
Espresso House - Oslo S, Jernbanetorget 1, Oslo
Espresso House - Flytogterminalen, Jernbanetorget 1, Oslo
Espresso House - Helgesens gate 18, Oslo
Espresso House - Nordre gate 18, Oslo
Espresso House - Galleriet, Schweigaardsgate 10, Oslo
Espresso House - Gunerius, Storgata 32, Oslo
Espresso House - Glasmagasinet, Stortorvet 9, Oslo
Espresso House - Steen & Strøm, Nedre Slotts gt. 8, Oslo
Espresso House - Bogstadveien 36 A, Oslo
Espresso House - CC-Vest, Lilleakerveien 16, Oslo
Espresso House - Parkveien 27, Oslo
Espresso House - Pilestredet 39 D, Oslo
Espresso House - Solli Plass, Henrik Ibsens gate 90 D, Oslo
Espresso House - Ullevål, Kirkeveien 166, Oslo
Espresso House - Valkyriegata 9, Oslo
Espresso House - Stovner senter 3, Oslo
Espresso House - Vogts gate 46, Oslo
Espresso House - Ekebergveien 28B, Oslo
Espresso House - Karenslyst Allé 7, Oslo
Espresso House - Trelastgt. 3, Oslo
Evita Espresso - Brugt. 17, Oslo
Fuglen - Universitetsgt. 2, Oslo
Fuglen - St. Halvards gate 33H, Oslo
Gram cafe - Stockfleth's gate 60 A, Oslo
Hendrix Ibsen - Vulkan 20, Oslo

Java Espresso & Kaffeforretning - Ullevålsveien 47, Oslo
Javelin - Bøgt. 10, Oslo
Kaffebrenneriet - Akersgata 16, Oslo
Kaffebrenneriet - Akersgata 45, Oslo
Kaffebrenneriet - Bryggetorget 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Fjordalléen 7, Oslo
Kaffebrenneriet - Karl Johans gate 24 - Spikersuppa, Oslo
Kaffebrenneriet - Karl Johans gate 7 - Arkaden, Oslo
Kaffebrenneriet - Rådhusplassen, Oslo
Kaffebrenneriet - Rådhusgt., Oslo
Kaffebrenneriet - Saga kino, Stortingsgata 28, Oslo
Kaffebrenneriet - Storgata 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Universitetsgata 18, Oslo
Kaffebrenneriet - Vestbanen, Brynjulf Bulls plass 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Vikaterassen - Ruseløkkveien 14, Oslo

Kaffebrenneriet - Hegdehaugsveien 31, Oslo
Kaffebrenneriet - Løvenskiolds gate 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Fridtjof Nansens vei 5, Colosseum, Oslo
Kaffebrenneriet - Griniveien 1, Røa, Oslo
Kaffebrenneriet - Karenslyst Allé 22, Oslo
Kaffebrenneriet - Parkveien 25, Oslo
Kaffebrenneriet - Skovveien 8, Oslo
Kaffebrenneriet - Thereses gate 35b, Oslo
Kaffebrenneriet - Ullevålsveien 39, Oslo
Kaffebrenneriet - Dannevigsgate 18, Oslo
Kaffebrenneriet - Grønlandsleiret 32 - Brannstasjonen, Oslo
Kaffebrenneriet - Schweigaardsgt. 17, Oslo
Kaffebrenneriet - Dronning Eufemias gate 11, Bjørvika
Kaffebrenneriet - Markveien 60, Oslo
Kaffebrenneriet - Thorvald Meyers gate 25A - Birkelunden, Oslo
Kaffebrenneriet - Thorvald Meyers gate 55, Oslo
Kaffebrenneriet - Vitaminveien 7 - Storo, Oslo
Kaffebrenneriet - Vogts gate 50, Oslo
Kaffebrenneriet - Colosseum
Kaffebrenneriet - Lørenveien 43, Oslo
Kaffebrenneriet - Nordstrandsveien 42, Oslo
Kaffebrenneriet - Lambertseter Senter, Oslo
Kaffegutta - Vogts gate 58, Oslo
Karabista Kaffebær - Middelthunsgt. 25, Oslo
Kroghs Kaffebær - Youngstorget 2, Oslo
Lille Valkyrien Kaffe og Tehus - Jacob Aalls gate 17, Oslo
Mersmak Kaffebær - Østensjøveien 79, Bryn Senter, Oslo
Mocca Kaffebær - Niels Juels gt. 70B, Oslo
Norø Parken - Forskningsparken Gaustad Alleen 21, Oslo
Norø Helsefy - Strømsveien 96, Oslo
Norø Bjølsen - Bergensgt. 12, Oslo
OsloK - Jacob Aalls gt 54, Oslo
Pust Kaffebær - Slemdalsveien 1, Oslo
Retrolykke Kaffebær - Markveien 35, Oslo
Solberg & Hansen, Mathallen, Vulkan 5, Oslo
Starbucks - Torggata 17 B, Oslo
Starbucks - Oslo City Stenersgata 1 A, Oslo
Starbucks - Oslo S Jernbanetorget 1, Oslo
Starbucks - Bogstadveien 60, Oslo
Starbucks - Skøyen, Karenlyst Alle 11, Oslo
Starbucks - BI Nydalen, Nydalsveien 37, Oslo
Starbucks - Aker Brygge, Stranden 7, Oslo
Starbucks - Grønlandsleiret 1, Oslo
Steam kaffebær - Østbanehallen, Oslo
Steam kaffebær - CC Vest, Oslo
Steam kaffebær Eger - Karl Johans gate 23 B, Oslo
Stockfleth's - Munkegata 2, Oslo
Stockfleth's - Munchmuseet, Tøyengata 53, Oslo
Stockfleth's - Steners gate 1, Oslo
Stockfleth's - Tinghuset C.J Hambros plass 4, Oslo
Stockfleth's - Lille Grensen, Oslo

Stockfleth's - Prinsens gate 6, Oslo
Stockfleth's - Josefines gt. 23, Oslo
Stockfleth's - Vestbanen, Brynjulf Bulls plass 2, Oslo
Stockfleth's - Schous plass, Oslo
Stockfleth's - Arkaden, Oslo
Supreme Roastworks - Thorvald Meyersgt. 18, Oslo
Tallor&Jørgen - Youngs gate 9, Oslo
Tim Wendelboe - Grønners gt. 1, Oslo
Waynes Coffee Storgata - Hammersborggata 2, Oslo
Waynes Coffee Hasleveien 10, Oslo

HEDMARK

Frøken Pimpernell - Brugt.6, Brumunddal
Cafe Uno - Torggt. 71, Hamar
Espresso House - CC, Vangsvæien 62, Hamar
Larsen/Professo - Strandgt. 53, Hamar
William's Kaffebær - Jernbanegt. 17, Kongsvinger

OPPLAND

Café Kaffka - Storgata 11, Gjøvik
Krut Espresso - CC, Jernbanesvingen 6, Gjøvik
Granstunet Kaffebær - Smiegt. 17, Gran
Fika - Storgt. 80, Lillehammer

BUSKERUD

Jovialen Kaffebær - Strømsø Torg 1, Drammen
Jovialen Kaffebær - Biblioteket, Grønland 8, Drammen
Kaffekværna - Nedre Storgt. 6, Drammen
Starbucks Magasinet Drammen - Nedre Storgate 6 Drammen
Espresso House - Gulsbogen Senter, Drammen

VESTFOLD

Klovnen Kaffebær - Langgt. 21, Holmestrand
Lille Holmestrand - Langgt. 29, Holmestrand
Kafferiet - Apotekergaten 16, Horten
Stopp! Kaffebær - Strandpromenaden 8, Horten
Traktern Kaffebær - Falsensgt. 11, Horten
Håndverkeren Kaffe og Te - Kongensgate 17, Sandefjord
Espresso House - Hvaltorvet, Sandefjord
Abraham Kaffebær Nedre - Langgt. 25, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær - Øvre Langgt 44, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær Haugar - Gråbrødregt. 17, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær Jernbanen - Jernbanegt. 8, Tønsberg
Espresso House - Farmandstredet, Tønsberg
Verftet Kaffebær - Rambergveien 15, Tønsberg
Tønsberg Kaffe - Foyn Storgaten 30, Tønsberg
WITH Bakst & Kaffe - Halfdan Wilhelmsens Alle 22, Tønsberg
Frue kaffebær, gaver & hobby - Andebu Senter, Andebu
Majas Kaffebær - Amfi, Jegersborggt. 4, Larvik
Espresso House - Nordbyen, Larvik

TELEMARK

Roxy Kaffebær - Bøgata 36, Bø i Telemark
Espresso House - Stortorvet, Kongsberg
Espresso House - Down Town, Storgt 32, Porsgrunn
Kaffe og Thespecialen - Storgata 112, Porsgrunn
Palma Kaffehjørnet - Telemarksgata 6, Skien
Kremen Smoothie og Kaffebær - Ulefossvegen 32, Skien
Stockmand kaffebær & brasserie, Henrik Ibsens gate 10, Skien
Hos Rasmus Spiseri & Kaffebær - Kåsmyra, Drangedal





AUST AGDER

Café Lindvedske Hus - Nedre Tyholmsvei 7b, Arendal
No. 9 - Teaterplassen 3, Arendal
Picasso Kaffebær - Odden 1, Grimstad
TRIO kafé og kaffebær - Torvet 1, Grimstad

VEST AGDER

Parken Kaffebær - Byparken, Farsund
Kaffebørsen & Presterud - Elvegt. 24, Flekkefjord
Camillo Bastrup - Kaffebær Markens gate 53, Kristiansand
Con Amor Kaffebær - Skippergt. 21, Kristiansand
Cuba Life - Tollbodgt. 6, Kristiansand
Mean Bean Kunstmuseet - Skippergt. 24, Kristiansand
Vårt Lille Kaffehus - Sørlandssenteret, Kristiansand
Hjerterom Kaffe & Te - Venneslamoen 16, Vennesla
Vivo Kaffebær - Markensgate 42, Kristiansand
Lykke Interiør & Kaffebær - Amfi Vågsbygd, Kristiansand
Starbucks - Rådhusgt. 10, Kristiansand
Sval - Marken gate 9, Kristiansand

ROGALAND

Mocca Kaffebær - Storgt. 29, Egersund
Espresso House - Amfi Madla, Hafersfjord
Hos Carlos - Strandgt. 70, Haugesund
Totalen Kaffebær - Haraldsgt. 173, Haugesund
Waynes Coffee Amanda - Longhammarvegen 27, Haugesund
Kaffibaren - Hovedgaten 10, Kopervik
Små Øyeblikk Kaffebær - Randabergveien 378, Randaberg
Coffeeberry - Vågsgt. 34, Sandnes
Espresso House - Kvadrat Kjøpesenter, Sandnes
Rostrup Kaffi & litt Te - Langgt. 18, Sandnes
Steam Kaffebær - Kvadrat Kjøpesenter, Sandnes
Starbucks - Kvadrat Kjøpesenter, Sandnes
Coffeeberry - Klubbgt. 3, Stavanger
Espresso House - Jernbaneveien 3, Stavanger
Kaffehuset - Østervåg 14, Stavanger
Kokko Kaffebær & Brenneri - Østervåg 43, Stavanger
Starbucks - Domkirkeplassen, Hospitalgata 6, Stavanger
Starbucks - Arkaden Storsenter, Stavanger
Steam Kaffebær - Arkaden Storsenter, Stavanger
Waynes Coffee Tasta Senter - Tastatunet 1-3, Stavanger
Espressobaren - M44, Jupiterveien 2, Bryne
Coffeeberry - Storgt. 12, Bryne

HORDALAND

Bergen Kaffebrenneri - Kong Christian Frederiks plass 4, Bergen
Blom - Johan Lunds plass 1, Bergen
Det Lille Kaffekompaniet - Nedre Fjellsmauet 2, Bergen
Dromedar Galleriet - Torgallmenningen 8-10, Bergen
Dromedar - Strandgaten 81, Bergen
Dromedar - Vestre Torggaten 1, Bergen
Espresso House - Bergen Storsenter Strømgaten 8, Bergen
Espresso House - Olav Kyrresgate 11, Bergen

Espresso House - Flesland, Bergen
Espresso House - Lagunen Storsenter, Bergen
Espresso House - Torgallmenningen 9, Bergen
Espresso House - Åsane Senter, Bergen
Kaffelade Galleriet - Torgallmenningen 8, Bergen
Kaffelade - Matbørsen, Torgallmenningen 2, Bergen
Kaffemisjonen - Øvre Korskirkealmenningen 5, Bergen
Løvetann Kaffebær - Klosteret 16, Bergen
Smakverket - Rasmus Meyers Allé 3, Bergen
Starbucks - Neumanns gate 25, Bergen
Starbucks Kjøttbasaren - Vetrilidsallmenningen 2, Bergen
Starbucks - Bergen Airport Flesland, Bergen
Waynes Coffee Xhibition - Småstrandgaten 3, Bergen

SOGN OG FJORDANE

Aroma Cafe - Strandgt. 48, Florø
Liljen Kaffibar - Gate 1 nr 126, Måløy
Didriks Kafe & Gaver - Eidsgaten 38, Nordfjordeid
Stryn Kaffebær & Vertshus - Tonningsgata 19, Stryn

MØRE OG ROMSDAL

Madelynn Coffee - Gerhard Voldnes veg 11, Fosnavåg
Liebhaber Kaffebær DA - Veiholmen, Smøla
KaffeBaren - Sjøgt.55, Ulsteinvik
Fugl Fønix Kaffibar - Vikegata 17, Ørsta
Dromedar Moa Amfi - Langlandsveien 25, Ålesund
Dråpe Ålesund Kaffehus - Storgt. 4, Ålesund
Espresso House Moa Amfi - Langlandsveien 25, Ålesund
Nomaden Espressobar - Apotekergt. 10, Ålesund
Racoon Coffee and More - Kongens gate 6, Ålesund
Waynes Coffee - First Hotel Atlantica, Ålesund
Fjellbrent - Vollan 3, Åndalsnes
Bar-e kaffe - Nedre Enggt. 16, Kristiansund
Havnekontoret - Kaibakken 1, Kristiansund
Den Gode Smak - Moldetorget 1, Molde

TRØNDELAG

Oss Tållåst Kaffebær - Nyvegen 3, Oppdal
Café Aksens - Sluppenveien 15, Trondheim
Dromedar - Nedre Bakklandet 3, Trondheim
Dromedar - Nordregate 2, Trondheim
Dromedar Bakke Bru - Nedre Bakklandet 77, Trondheim
Dromedar Moxness - Olav Tryggvassonsgate 14, Trondheim
Dromedar Solsiden - Beddingen 10, Trondheim
Dromedar Torgkvartalet - Stokkmovengen 2, Stjørdal
Espresso House - City Lade, Trondheim
Espresso House - Trondheim Torg, Trondheim
Jacobsen & Svart - Ferjemannsveien 8, Trondheim
Kaffebrenneriet - Dronningens gate 9, Trondheim
Kaffebrenneriet - Nedre Bakklandet 2, Trondheim
Krem Kaffe & Juice - Falkenborgveien 1, Trondheim
LatteLiten Kafe & Bar - Kjøpmannsgt. 48, Trondheim
Starbucks - Solsiden, Beddingen 8, Trondheim

Vårt Lille Kaffehus - Østre Rosten 28-30, Trondheim
Kystpikene - Yrjars gate 12, Brekstad
E@internettkafe - Meieribakken 4, Straumen, Inderøy
Krus Kaffebær - Namsos Storsenter, Namsos
Cafe Madam Brix - Kirkegata 7, Steinkjer
Kaffebaren Hos Oss - Kjøpmannsgt 27, Stjørdal
Starbucks Coffee - Værnes Lufthavn, Stjørdal
Café Hjerterknekten - Kongensgate 32, Steinkjer
Espresso House - Amfi, Steinkjer

NORDLAND

Babel Barista og Hjemmebakst - Torvgt. 6, Bodø
Melkebaren - Storgata 16, Bodø
Java Kaffebær - City Nord, Bodø
Java Kaffebær - Koch, Bodø
Caffe Latte - Kongensgt. 40, Narvik
Miscela kaffebær - Torggt. 23, Sortland
Handelsstedet Forvik - Forvikveien, Vevelstad
Brasil Barista - Amfi, Mo i Rana
Brent Kaffebær - Sentrumsgården Svolvær
Punktum - Det 4. hjørnet, Narvik
Caffe Latte - Kongensgate 40, Narvik

KAFFEBARER PÅ UNIVERSITET OG HØYSKOLER

STUDENTSAMSKIPNADEN I OSLO OG AKERSHUS

Barbras - Høgskolen i Oslo og Akershus, Kjeller
Eric - Domus Medica
Georg - Georg Sverdrups hus
Kaffelars - Høgskolen i Oslo og Akershus, Bislett
Lillefri kaffebær P42, Høgskolen i Oslo og Akershus
Lise - Helga Engs hus
Trygve - Eilert Sundts hus
Valentin - Georg Morgenstiernes hus
Åse - Harald Schjelderups hus

STUDENTSAMSKIPNADEN PÅ VESTLANDET

Kaffebaren UB - Haakon Shetelig's plass 7, Bergen
Muntlig - Parkveien 1, Bergen
Meriono Kaffebær NHH - Helleveien 30, Bergen
Kronstad - Innaldsveien 28, Bergen
Slippen Kaffebær BI - Kong Christian Frederiks plass 5
Kaffebaren, Sørhauggata 100, Haugesund

STUDENTSAMSKIPNADEN I TRONDHEIM

Cafe-sito Dragvoll
Cafe-sito Realfag
Cafe-sito Stripa

TROMS

Kaffemøya Bardufoss Torgsenter - Torgsenteret, Bardufoss
En Kaffe Te' - Storgata 11, Finnsnes
Café Inklusiv - Rådhusgata 4, Storsteinnes
Nomis Kaffebær Kanebogen - Verkstedveien 7, Harstad
Nomis Kaffebær Sjøkanten - Skilleveien 5, Harstad
Kaffebønna - Strandtorget 1, Tromsø
Kaffebønna - Stortorget 3, Tromsø
Kaffebønna - Jekta Storsenter, Tromsø
Kaffebønna - Forskningsparken, Tromsø
Risø Mat og Kaffebær - Strandgt. 32, Tromsø
Helmersen delikatesse - Storgt. 66, Tromsø

FINNMARK

Porten til Finnmark kaffebær - Langfjord Bygdetun, Langfjordbotn
Zero's kaffebær - Rådhusgt 4, Vadsø
Unnis kaffebær - Strandgt. 16, Vardø

STUDENTSAMSKIPNADEN I STAVANGER

Bokkafeen - Kjølv Egelands Hus

STUDENTSAMSKIPNADEN I AGDER

Kafé Kampus - Gimlemoen 25D, Kristiansand

STUDENTSAMSKIPNADEN I INNLANDET

Kaffebær/Studenten - Lillehammer

STUDENTSAMSKIPNADEN I SØRØST-NORGE

Kafé Amfi - Campus Vestfold, Bakkenteigen, Horten
ÅTTE Kaffe & Bar - Kirkegata 8, Kongsberg

STUDENTSAMSKIPNADEN I ÅS

Café Klubben - Studentersamfinnet, Campus, Ås
Hjerterommet - Ur-bygningen, Campus, Ås

STUDENTSAMSKIPNADEN I ØSTFOLD

Cafe Remmen - Halden

NORGES ARKTISKE STUDENTSAMSKIPNAD

Balansen - Handelshøyskolen, Tromsø
Grut - MH Vest
Kaffebaren C8H10N4O2, Campus Huginbakken 22, Tromsø
Panorama - Harstad
Kaffebaren - Alta

STUDENTINORD

Alexandra - Bodø



GODKJENTE KAFFEMASKINER

Gjeldende per 15. mai 2019.
Oppdatert oversikt finner du på kaffe.no

GODKJENTE TRAKTERE FOR HJEMMEMARKEDET

Kitchen Aid:
Kitchen Aid 5KCM0802

Melitta:
Excellent Steel
Excellent Steel Thermo
Aroma Excellent
Aroma Signature
Aroma Signature de luxe
Aroma Elegance
Aroma Elegance de Luxe
Aroma Elegance Therm de Luxe

Moccamaster:
alle modeller

OBH:
Legacy

Severin:
Cafe Caprice
Cafe Caprice Thermo

Wilfa:
Svart Presisjon
Svart Optimal
Classic

Bravilor Bonamat:
Junior by Bravilor Bonamat
Espressions by Bravilor Bonamat
ILOU by Bravilor Bonamat

Russel Hobbs:
Elegance

Sage Precision Brewer:
Modell SDC450 og SDC400

De'Longhi
Clessidra

GODKJENTE TRAKTERE FOR DET PROFESJONELLE MARKED

Bravilor Bonamat:
Mondo
Matic
Matic Twin
TH
THa
Aurora
Aurora Twin

Brewmatic:
Ambassador

BUNN:
Axiom
CWT
CWTF
CWTFa
ICBA
Smartwave
Bunn o matic VP 17
Bunn o matic U3'

Coffee Queen:
Tower
Single Tower
Cater
M2 m/ plast filterholder

Technivorm:
Thermoking
Moccaking
Moccaserve
CD Grand
CD Thermo

3Temp:
Hipster

GODKJENTE FRISKBRYGGERE (EN KOPPS AUTOMATER)

Animo:
Optifresh
Optifresh Touch
Optifresh Bean
Optifresh Bean Touch

Bravilor Bonamat:
Freshground XL 420
Freshground 310
Freshmore 310
Esprecious
SEGO 12

Coffee Queen:
CQube M
CQube L
CQube EVO

Necta:
Kalea ES/FB
Krea Touch
CQube EVO

Rhea:
Cino XS Grande

Spengler:
BTC 50
BTC 25

Veromatic:
Pro Line Ultimate
Pro Star
Vario B2B

Wittenborg:
JDE Omni ES+B2C
JDE Omni ES + FB
JDE Omni S FB
JDE Omni S B2C
Wittenborg 9100 R&G
Wittenborg 9100 B2C
Wittenborg ES/FB 95

WMF:
8000 S
Combination F
WMF 1500 S

PRODUSENTER AV GODKJENTE KAFFETRAKTERE

En godkjent maskin gir garanti for riktig tid og temperatur i tilberedningen.



De'Longhi



Moccamaster



Russel Hobbs



Kitchenaid



Sage



OBH



Melitta



Wilfa



Bravilor Bonamat



Severin



DE'LONGHI MED NY GODKJENT TRAKTER

European Coffee Brewing Centre (ECBC) har godkjent kaffetrakteren Clessidra fra De'Longhi. Nå har den italienske produsenten kastet seg inn i det populære markedet for filterkaffe med en modell som tilfredsstill alle krav til et skikkelig brygg.

De'Longhi har en sterk posisjon innenfor helautomatiske kaffemaskiner og kapselmaskiner, men har ikke vært like kjent for sine kaffetraktere. Nå er altså en ny godkjent trakter tilgjengelig på hjemmemarkedet.

– Kaffetraktere har definitivt ikke gått av moten, og forbrukerne etterspør kvalitet. I store deler av verden drikkes kaffen sort uten tilsetninger, og da kreves utstyr som yter råvaren rettferdighet, sier Ole Sønstebø i European Coffee Brewing

Centre (ECBC). Det er gledelig at de store internasjonale produsentene av kaffeutstyr har fått øynene opp for godkjenningsordningen. Vi samarbeider med Specialty Coffee Association (SCA), som har en tilsvarende ordning for det amerikanske markedet. Interessen for kaffens smak og opprinnelse øker, og da følger interessen for tilberedningsutstyr naturlig med.

– Godkjente kaffetraktere skal garantere riktig temperatur og riktig bryggetid og dermed kunne levere et riktig ekstrahert

kaffe brygg i koppen. Vi vurderer imidlertid ikke brukervennlighet og design. Det overlater vi til andre, understreker Sønstebø.

De'Longhi Clessidra vant forøvrig designprisen RedDot Award 2018. Clessidra betyr timeglass på italiensk, og nettopp timeglassets linjer er inspirasjonen bak kaffemaskinens design.



NYE FRISKBRYGGERE MED ECBC-GODKJENNING

Både Wittenborg, Animo og Bravilor Bonamat har i år fått godkjent nye friskbryggere. Wittenborg har utviklet to modeller for Jacobs Douwe Egberts og lansert sin egen Wittenborg ES/FB 95. Bravilor Bonamat er ute med Sego 12 og Animo har fire modeller i OptiFresh-serien.

Jacobs Douwe Egberts (JDE) har nylig fått sine nyeste OMNI S-modeller godkjent av European Coffee Brewing Centre (ECBC). Godkjenningen innebærer at kaffemaskinene tilfredsstill strenge kvalitetskrav og kan brygge virkelig god kaffe. OMNI S-modellene er lillesøstrene til OMNI, som allerede har denne godkjenningen, og erstatter en gammel klassiker - Wittenborg FB55. De nye modellene er smalere og nettere, men med samme brygger som OMNI, som gir mulighet for sort kaffe og kaffe creme. Det er også mulighet for underskap, integrert kaldt vann og kullsyre-

vann, og kortbetaling dersom ønskelig. Det er også mulighet for underskap for å få integrert kaldt vann og kullsyrevann. OMNI S FB er maskinen for filterkaffe, mens OMNI S B2C bruker hele bønner. Det er Wittenborg som står bak de nye modellene til JDE, og Wittenborg har også lansert sine egne Wittenborg ES/FB 95.

Bravilor Bonamat markedsfører Sego som en helautomatisk espressomaskin, men den er også testet for evnen til å brygge en «vanlig» kopp sort kaffe. Det klarer den utmerket, og vil være en

smart løsning for steder hvor en ordinær trakter blir for liten og en stor profesjonell maskin blir for stor.

Animo er nok en nederlandsk produsent av kaffemaskiner som satser på ECBC-godkjenningen. Hele fire modeller i OptiFresh-serien er nå testet og godkjent.

Listen over godkjente modeller har aldri vært lengre. Nå er det opp til kundene å vise at de verdsetter innsatsen for å sikre god kaffe i det profesjonelle markedet



Medlemmer i Norsk Kaffeinformasjon

| | | | |
|---|---|--|---|
|  - leverandør av gode opplevelser! |  Ordentlig kaffe |  |  |
|  |  THE WATER & COFFEE COMPANY | Heros AS |  |
|  |  | LIPPE |  STEDET FOR GOD KAFFE |
|  |  www.kaffemann.no | kafeko committed to quality |  |
|  | MAGNAT Kaffehus |  NORGE |  FLEXIBLE PACKAGING since 1959 |
|  |  <i>Good Food, Good Life</i> |  KAFFE og TE | |
|  | EVOKA GROUP |  ORIGINAL | |
|  |  Pure Coffee | Bjørn R. Paasche Agentur AS | |
|  | MOCCAMASTER HANDMADE |  |  |

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
|  SMAKEN DU KJENNER |  Black Cat KAFFE & TEHUS www.black-cat.no | EVERGOOD KAFFE | FRIELE |  KAFFE |
|  |  | PALS — 1964 — KAFFE |  CLASSIC® |  Kaffe på smak – best på service |
|  Lunnskap, kvalitet og service for gode kaffeopplevelser |  | Martin Vinje The Martin Vinje Company AS Manufacturers Representative Kenwood – Delonghi |  DET LILLE KAFFEBRENNERIET |  PROFESSIONAL |
|  Fast Food Service Norge |  | cemo ® gourmet |  The Coffee Hunters SPECIALTY COFFEE MERCHANTS |  |
|  |  kitchen intelligence |  | F&H of Scandinavia |  KAFFEHUSET DAG OG LØNE BAKEN |
| MYHRVOLD STORKJØKKEN ® Totalleverandør storkjøkkenutstyr | |  | | |

MOCCAMASTER

HANDMADE



New pastels in limited edition

Available in selected stores and at moccamaster.com

