

Kaffe

Kaffe & Helse
Tenk nytt! s. 14

BRASIL
Bli med på kaffeinnkjøp s. 30

Kaffekurs-suksess
W.B. Samson s. 40

UTGITT I SAMARBEID MED NORSK KAFFEINFORMASJON

WWW.KAFFE.NO

GRATIS!
TA BLADET
MED HJEM

INTERNASJONAL KAFFEDOMMER JOHN STUBBERUD

– NORSKE BARISTAER, VÅKN OPP! s. 6–11



VERDENS BESTE KAFFETRAKTER

Nei vi tar ikke munnen for full. Vi tok den halvfull av utsøkt traktekaffe og rett og slett konstaterte. Presisjon er toppmodellen og den andre trakteren i SVART-serien, laget i samarbeid med baristaverdensmester Tim Wendelboe. I motsetning til andre traktere, sørger Presisjon for jevn vannfordeling og riktig temperatur fra første til siste dråpe.

Med rent vann fordi det fylles i den avtagbare vannbeholderen og ikke via en skitten kolbe. Derfor, og av mange flere grunner vi ikke skal gå inn på her, sier vi det gjerne igjen: Verdens beste traktekaffe lages med Presisjon. SVART Presisjon.



Scan denne koden med telefonen din for å se filmen om Svart Presisjon.



product design award 2013



TIM WENDELBOE

ANSVARLIG UTGIVER:
Cox Oslo as
Storgaten 33 b
0184 OSLO
22 86 73 00
✉ oslo@cox.no

FAGLIG SAMARBEIDS-
PARTNER:
Norsk Kaffeinformasjon
Niels Juels gate 16
0272 OSLO
23 13 18 50
✉ info@kaffe.no

REDAKTØR:
Robin Stenersen, Cox

BIDRAGSYTERE DENNE
UTGAVE:
Marit Lynes, Henrik Pryser
Libell, Robin Stenersen, Dag
S. Thelle, Werner Anderson
og Ole Sønstebo.

GRAFISK DESIGN:
Amund Hesbøl
Cox Oslo as

TRYKK:
Scanner Grafisk

ANNONSESALG:
Cox Oslo as

innhold **Nr. 8**



20

«Cupping skal både være litt samba og en faglig seanse. Det skal være morsomt, livlig og litt show!»

Bernt Tveitsme,
innkjøpsdirektør Kaffehuset Friele

Kaffe og helse	14
Nettverkselskapet Zinzino	26
Kaffeinnkjøp i Brasil	30
NM i kaffebrenning	46



06

Kaffefest: Til stor publikumsjubel ble det kamp til siste dråpe under NM i Kaffekunst i Drammen i april.

Bakeri- og konditorkjeden W.B.Samson sendte i 2012 alle butikksjefer på kaffekurs hos Norsk Kaffeinformasjon.

40

Kaffe på vent:
En italiensk kaffe-tradisjon som ble verdenskjent etter finanskrisen har kommet til Oslo denne våren.

42



HAR DU NOE PÅ HJERTET?

Mange mener noe om kaffe. Vi har alle våre favoritter og egne måter å traktere den på. De fleste drikker den, noen spiser den, og de kreative bruker den til mye annet. **HAR DU GODE TIPS** om hva og hvordan kaffe kan brukes i tradisjonelle og utradisjonelle sammenhenger? Da synes vi at du bør dele dine tanker og finurligheter med oss.

Send inn dine historier, opplevelser og kuriositeter til:

✉ Robin.stenersen@cox.no

Forfør meg!

Hvorfor er det så mange restauranter og serveringssteder som bare serverer «Kaffe»? Altså uten å gi meg noen forventninger til hva jeg skal få servert? Hvorfor ser ikke flere norske serveringssteder verdien av å skape gode øyeblikk og fornøyde kunder som faktisk setter pris på det de får i koppen!

Jeg innrømmer at jeg villig kan la meg forføre. Ja, faktisk så ønsker jeg vel, og nærmest forventer, at det er det de gjør når servitører malerisk forklarer om både jordsmonn, klimatisk gunstige forhold og bondens kjærlighet til råvarer som nennsomt er fraktet og tilberedt etter alle kunstens regler før det havner på min tallerken.

Har du tenkt igjennom hvor mange i Norge som egentlig går ut på et serveringssted bare fordi vi er så sultne eller så kaffetørste? Nei, – vi søker de gode opplevelsene, vi vil kulinarisk forføres, – og for det er vi også villige til å betale!

Men etter et spennende måltid, så sitter vi der da, ved bordet og stemningen er kanskje både god og høy før det selvsagte finale-spørsmålet; «Vil dere ha kaffe?» Ja, selvsagt vil vi ha kaffe! (Over 80 prosent av Norges befolkning er jo tross alt kaffedrikkere). Men om du forsiktig spør hva slags kaffe de har, er dessverre ofte svaret «Vi har alt». Og akkurat det er kanskje det siste svaret jeg ønsker meg... For hvis jeg da spør om de har min favoritt kaffe fra Etiopia eller Kenya, eller for den saks skyld en spennende Panama-kaffe, ser som regel servitøren ut som et spørsmålsteegn. Ok, tenker jeg – og spør hva slags svart kaffe de har. Med skyldtungt blick blir svaret at de tror posen er rød, eller var det gul...eller? Vet du,– jeg kan gå å sjekke!

Ja, for all del kjære matglade serveringssteder, hoteller med historisk sus og kulinariske stjerner. Gjør meg den lille tjenesten og sjekk hvor kaffen din kommer fra! Spør leverandøren din om hva du kan gjøre for å optimalisere kaffen du skal servere meg og alle dine gjester!



La kaffen bli en siste forførende varm og svart liten djevel som er ren som en engel og søt som kjærligheten. Da blir det en god avslutning og jeg kommer gjerne tilbake!

Marit Lynes, daglig leder i Norsk Kaffeinformasjon

..gjør meg den lille tjenesten og sjekk hvor kaffen din kommer fra!

Alt-i-ett-leverandør av kaffeemballasje



Hver dag opplever kaffeelskere over hele verden et sannhetens emballasjeøyeblikk når de nyter aromaen av sin første kaffekopp, som er fanget opp og bevart i emballasjen vi leverer. Amcor Flexibles er en global alt-i-ett-leverandør som har spesialisert seg på kaffeemballasje. Hos oss finner du det mest omfattende produktutvalget som finnes i bransjen i dag. Vårt dyktige team tar godt vare på deg, og på produktene dine. Vi leverer høykvalitetslaminater som bevarer kaffen optimalt frem til sluttbrukeren. I tillegg er pakningene funksjonelle og praktiske. Hvis du har behov for fleksible emballaseløsninger som er både innovative og miljøoptimaliserte, kan du kontakte oss på tel: + 45 70 13 14 00.



www.amcor.com
Creating a new world of packaging





Hoveddommer John Stubberud og dommerpanelet følger nøye med barista-finalistene under NM i Drammen.

Norske baristaer: –Våkne opp!

Den norske kaffescenen har alt, men norske baristaer må våkne opp og øve mer dersom vi skal gjøre oss mer gjeldende internasjonalt som i barista-VM, sier den internasjonale baristadommeren John Stubberud.

NMs hoveddommer mener nivået på årets barista-finalister i Drammen var svært bra sammenlignet med andre nasjonale finalister i Europa i år.

– Baristaene i Norden begynner å leke bedre med utvalget av riktig gode råbønner for sin konkurransekaffe, og siden fjoråret har de fleste blitt riktig flinke teknisk med blanke maskiner og flekkfrie overflater, sier Stubberud.

Han har vært NM-dommer siden 2008, har dømt i nasjonale baristafinaler i en rekke land, og er sertifisert VM-dommer samt i Cup of Excellence. I dag driver han også kaffehus i Østerrike.

Hva var det i ferdighetene som imponerte deg og dommerne mest under NM?

– Det er tydelig at årets deltagere samlet står sterkere teknisk. Her er jentene merkbart flinkere enn gutta. Det shines og holdes orden på rutiner ved oppstart, underveis og ved avslutning. Sensorisk mangler det fortsatt litt, som et bevisst valg av kaffe, presentasjon og tilberedelse av denne. Presentasjonene har også vært veldig «norske»: Det er lavmælt og koselig, men ikke helt «der oppe». Her må baristaene vise mer at de virkelig vil, sier han.

Hvor er det rom for forbedringer?

– Gjennomgående påpekte dommerne at baristaene i sine presentasjoner beskriver noe de ikke helt klarer å levere. I Norge er det de beste forholdene for å få hendene i den beste råkaffen, og våre kaffebrennere er på toppnivå. Her brennes espressoen til perfeksjon. Men det er ikke konkurransemaskinene det var noe feil på. Espressoene som ble servert i år var ikke ekstrahert i den øvre enden av poengskalaen, og ofte matchet ikke beskrivelsen - som det legges veldig vekt på. Her må baristaene øve mer med konkurransekaffen med rom for forskjellige parametre på forskjellige maskiner.

Hva skal til for å bli en barista-mester på internasjonalt nivå?

En overbevisende kaffelidenskap. Man bør være en god rollemo-
dell for baristayrket, ha god kaffekunnskap, perfeksjonerte teknikker og en dyp forståelse for kaffesensorikk.

Hva er det som «teller» mer i barista-VM enn på nasjonalt nivå?

NM-vinner Rasmus Helgebostad må nok hente inn åtti mot nitti poeng for å komme til VM-finalen i Melbourne; poengsummen

nå fra NM er ikke langt fra poengsummen som ga ham 21. plassen i Wien-VM i fjor. Internasjonale dommere ser etter en rollefigur, en inspirator for baristayrket, en kundevennlig og serviceorientert proff som leverer en presentasjon som lyser av engasjement for spesialitetskaffe. I VM teller profesjonalisme og fremføring mye.

Det er noen år siden Norge tok en VM-tittel. Hvorfor?

Det er ni år siden nå, og Tim Wendelboes stjerne skinner fremdeles! Vi må huske på at kaffemiljøet i Norge er lite, og mulig er utvekslingen av ferdigheter og kunnskap beskjedent og statisk? Utstyr og råvarer er på topp og ressursene er åpenbare, men er rekrutteringen god nok? Den britiske VM-vinner fra 2007 James Hoffmann har på sin populære blogg JimSeven de siste årene spådd at de nordiske landene kommer tilbake i toppen i VM. Men vi leverer ikke ennå. Norges prestasjoner i WBC har de siste årene vært midt på treet. Jeg dømte selv fjorårets VM-vinner i Wien, og han var et stjerneskudd av entusiasme, oppfinnsomhet - og til stor inspirasjon. Norske baristi må kanskje våkne litt opp og søke inspirasjon.



Hoveddommer i barista-NM, John Stubberud.

Foto: Privat

Hvor står norsk barista-kunst i dag?

Jeg tror norske baristaer ikke aner

hvor bortskjemt hele kaffescenen her hjemme er. Det er tross alt ikke Starbucks eller andre store aktører som dominerer. I Kaffebrenneriets kaffebarer finner man opptil åtte ulike Cup of Excellence-kaffer til enhver tid, og flere brennerier kjøper enestående råkaffer og distribuerer til kaffebarer og -utsalg fra Svalbard til Lindesnes, i Tokyo, Berlin og Salzburg, samt på restaurantfronten i Norden. Se på S&Hs konseptbutikk på Mathallen, der Norge tar milesteg! Men spør du meg om baristaene i landets kaffehus, så tror jeg flere er blaserte og ikke forstår hvor bra kaffescenen faktisk er. Cuppe mer, dele mer, favne om flere og spre kaffeglede. Og cuppe enda mere, samt bli kjent med det middelmådige også. Mye har vært sagt om arroganse i Oslos kaffebarer, og mye sies om stress og mas, men denne ukulturen gir mer lyd enn den kred noen utvalgte innehar. Smilet og baristastoltheten viker for en tretthet ovenfor kunder, noe som også kan synes i kaffemesterskapene, dessverre. Vi har alt, nå må bare baristaene våkne opp!



Kaffekamp og publikumsfest

Som NM-vinner fikk Simon fra Kaffebrenneriet ekstra grunn til å juble etter sin innsats i grenen Latte Art.

Til stor publikumsjubel ble det kamp til siste dråpe da norgesmesterskapet i Kaffekunst ble arrangert under Kaffefest 2013 i Drammen.

Union Scene var i april arena for den årlige kaffefesten med landets kaffeelite tilstede for å konkurrere i kaffekunst. Over tre dager og med publikum «ringside» kjempet vinnere fra de regionale mesterskap om å bli landets beste barista, kaffebartender, kaffe-smaker og håndbrygger - og om hvem som skal forsvare Norges ære i årets internasjonale kaffekonurranser.

SPENNING I LUFTEN

Spenning og forventning preger konkurranse-lokalene når deltakerne i klassisk baristakunst «går på» for å lage og servere dommerne sine 12 kaffedrikker på 15 minutter.

– Å delta i mesterskap som dette er en fin måte å fordype seg i baristafaget på, og kunne oppleve at en blir bedre. Selve NM-opplevelsen er også morsom å ha med seg, forteller Vegard Fiskum (22) fra Dromedar kaffebar i Trondheim, som deltar i NM-finalen for første gang.

– Jeg har nesten ikke sovnet i natt! Barista-finalist Lise Marie Rømo fra Java kaffebar klokker inn 10 sekunder innen tidsfristen og puster ut etter sin «forestilling». Hun har jobbet fire år som barista og er også i finalen for første gang.

Fire smaksdommere, to tekniske dommere samt hoveddommer John Arild Stubberud følger nøye med baristaenes fremføringer, smaker på kaffedrikkene og noterer sine poeng.

– Jeg er med for å lære mer. I konkurranser som dette må en tenke annerledes rundt kaffe, det er ofte små, gjerne tekniske elementer som spiller en avgjørende rolle, forteller hun. – Det er mest gøy, og omtrent som å servere kundene på jobb, men selv-sagt med mer nerver og prestisje involvert, sier Rømo.

GJØR DET VANSKELIG

Drama og nerve er det også under cupping-finalene der finalistene på kortest mulig tid skal identifisere et visst antall kopper kaffe,



Lise Marie Rømo fra Java kaffebar har jobbet fire år som barista og deltar i NM for første gang.



Tyrkisk kaffe ble også servert på Kaffefest 2013

og der deltakerne «slås ut» underveis.

– Jeg gjør det vanskelig for dem, forteller dommer og administrator Alf Kramer fra NM-arrangøren Speciality Coffee Association of Europe (SCAE). I finalen er det gjerne kaffer fra nabo-farmer som skal smakes og identifiseres fra hverandre, og det stiller krav til deltakerne, smiler han.

I finalen er Nikolai Aunebak fra Solberg & Hansen avd. Mathallen raskest ferdig av de fire finalistene og avdekker de åtte «ulike» kaffekopper på 4.44 minutter – uten feil. Det gir ham NM-seier og deltakelse i VM-finalen i Nice i juni.

– Jeg brukte litt tid på en av koppene, men ellers gikk det greit. Dette var veldig artig!

KAFFEFEST FOR ALLE

Imens strømmer det interesserte publikum til de mange begivenheter under Kaffefest 2013: Verdensmester i baristakunst Tim Wendelboe demonstrerer det siste innen håndbrygging av svart



TIM WENDELBOE:

– Ville ikke vunnet i dag

Jeg tror ikke jeg ville vunnet om jeg hadde deltatt i barista-VM i år, sier Tim Wendelboe som i 2004 ble Norges andre og hittil siste verdensmester.

I dag driver han kaffebar og –brenneri på Grünerløkka i Oslo og er høyt respektert innen verdens kaffemiljø. – Formatet er det samme nå som da jeg vant, men nivået er høyere. De beste har vært gjennom en forberedelsesprosess som gjerne har tatt over ett år. Alt ned til minste detalj må tenkes og terpes på i det uendelige, sier han til Aftenposten. Trening og detaljer betyr likevel ikke alt. – Har du ikke talent for kaffe, vinner du aldri. Men i og med at det er så mange baristaer som er gode, og drikkene som serveres av de aller beste er på et så høyt nivå, må det virkelige sprudle av deltakeren på scenen. De må ha x-faktoren i tillegg til å servere eksepsjonelt god kaffe, sier Wendelboe.

kaffe. Norsk Kaffeinformasjon arrangerer cupping med gevinster. Det serveres tyrkisk og bosnisk kaffe, det er utstilling og ikke minst spennende kaffeopplevelser.

Kaffesten og NM i kaffekunst er både for bransjen og for folk flest, forteller hovedansvarlig Kari Janne (Kaffekari) Andersen fra SCAE Norge.

– Vi skal vise at det finnes et levende kaffemiljø der en kan få inspirasjon og der bransjen kan synliggjøre hva en driver med. Dette skal både være for den ferske barista og for folk flest, og etter tilbakemeldingene å dømme har vi greid det, sier Andersen.

Hun gir all honnør til Kaffefest-ansvarlig Solveig Røine og ansatte på Jovialen kaffebar i Drammen for et flott arrangement. Dette ga mersmak, mener Røine selv:

– Dette gikk knallbra og over all forventning. Vi har bare fått positive tilbakemeldinger, både fra bransje og publikum. Nå vurderer vi søke om å arrangere neste års Kaffefest, smiler hun.



Norges beste – igjen

Rasmus Helgebostad (31) fra Oslo-kaffebarene Java og Mocca gikk for andre år på rad av med NM-seieren i klassisk baristakunst, og er klar for VM i Australia.

– Det er naturlig nok viktig å servere god kaffe. Dessuten må en kunne beskrive hva det smaker. Det hele er en form for spill eller forestilling der det også gjelder ha timing for prat og stillhet underveis, sier han etter NM-seieren i Drammen.

Med espresso av bærtørket og vasket kaffe fra henholdsvis Etiopia og Honduras, og med en signatordrikk basert på egg, rømme, safran og appelsin – kombinert med innøvd håndverk og engasjert presentasjon – fikk han høyeste dommer-score og er dermed landets beste barista.

– Det er kjekt det. Men nå er det tiden fram til VM som gjelder, og det er alltid bra med erfaring i bønn, sier Helgebostad er som

veteran i barista-NM og deltok for tiende år på rad. Helgebostad har jobbet innen kaffe siden han begynte på Dromedar kaffebar i Bergen i 2003. Han flyttet til Oslo for to år siden og jobber nå på Java/Mocca.

– Å delta i NM er en fin mate å oppdatere og utvikle seg som barista. Det er viktig å være på tå hev i bransjen. Vi har et godt team der jeg jobber som gjør at vi får trent og gjort gjennomkjøringer før en konkurranse.

For det ligger en god del timer trening bak, bedyrer han. Fram til VM regner han med det går med 100 timer til gjennomkjøringer.

– Norge tok VM-titler i 2000 med Robert Thoresen og i 2004 med Tim Wendelboe, men siden den gang har ikke plasseringene vært like gode. Hvorfor?



VM I BARISTAKUNST

World Barista Championship (WBC) er en årlig konkurranse i baristakunst som ble startet i 2000. Eies og organiseres i samarbeid mellom Speciality Coffee Association of America (SCAA) og Speciality Coffee Association of Europe (SCAE). Årets VM arrangeres 26.mai i Melbourne, Australia.

Mesterskapet går ut på å servere 12 kaffedrikker (4 espresso, 4 cappuccino og 4 egenkomponerte signaturdrikker) i løpet av 15 minutter. Drikkene blir vurdert av 4 dommere ut ifra smak, presentasjon, renhold, kreativitet og teknisk arbeid.

Norge har vunnet to VM titler: I 2000 med Robert Thoresen som i dag driver Oslo-kaffebarene Java og Mocca, og i 2004 med Tim Wendelboe som driver kaffebar og –brenneri på Grünerløkka i Oslo.

Les mer på www.worldbaristachampionship.com

ÅRETS NM-VINNERE OG LANDSLAG I KAFFEKUNST 2013

- Klassisk baristakunst: **Rasmus Helgebostad, Java/Mocca**
- Cupping: **Nikolai Aunebak, Solberg & Hansen avd. Mathallen**
- Latte Art: **Simon Nilsson Alteblad, Kaffebrenneriet**
- Brewers: **Alexander Hansen, Java/Mocca**
- Coffe In Good Spirits: **Madelene Solheim Johnsen, Kaffebrenneriet**
- Ibrik: **Carolín, Kaffebrenneriet**
- Ibrik: **Carolín Nivin Azar, Kaffebrenneriet**



Rasmus Helgebostad i aksjon under barista-NM i Drammen. Nå skal han forsvare Norges ære under barista-VM 23.-26.mai i Melbourne, Australia.

– Norge var sentral under oppstarten av VM og vi «knakk vinnerkoden» tidlig. Men etter hvert holder nå stadig flere nasjoner et jevnt høyt nivå. Norge satset tidlig, men i dag gjør «alle» det, ikke minst USA. I dag ligger også alt på internett, der en kan se hvordan baristakunsten utøves på høyeste nivå.

Under barista-VM i Wien i fjor endte han på 21. plass av totalt 54 deltakere. Nå håper nordmannen å bli blant de seks beste som kommer til VM-finalen.

– Framføringen må engasjere dommerne, der en framstår med ekte lidenskap for faget, understreker han.

LES OGSÅ OM NM I KAFFEBRENNING, SIDE 34

**BRAVILOR
BONAMAT**

ESPRESSO

Espresso, slik som bare Baristaen kan lage den!

Bravilor Bonamat kan med stolthet presentere sin nye espresso-maskin, Esprecious. Oppdag Baristaen i deg selv! Lag en perfekt espresso eller velg en av de andre kaffespesialitetene.

Den kompakte maskinen er utstyrt med en eller to kverner og en høykvalitets brygger i metall. Med sitt moderne design, berøringsskjerm og justerbar bakgrunnsbelysning, passer Esprecious til hvilket som helst miljø og interiør.

Oppdag Baristaen i deg selv med Esprecious fra Bravilor Bonamat!

info.no@bonamat.com | www.bonamat.no



Smaken av kvalitet over hele verden

NYHETER FRA COOP KAFFE!



Endelig kan du nyte Coop kaffe fra din Tassimo- eller Senseo-kaffemaskin! Om du foretrekker å kverne selv, kan du prøve den nye kaffen i Coop Smak forskjellen, Colombia hele bønner.



Alle finner en de liker



DET ER BEDRE Å DYRKE KUNNSKAP.

Kaffehuset Friele ønsker å tilby kaffe som er produsert på en kvalitativ, miljøvennlig og sosialt ansvarlig måte. Kaffehuset Friele kjøper kaffe som er sertifisert gjennom Utz Certified, og andelen sertifisert kaffe øker stadig.

Hos Utz begynner alt med bedre jordbruk. Med bedre jordbruk er det mye som blir bedre i kaffeindustrien: Innhøstingen forbedres, inntektene blir større og miljøet ivaretas. Takket være bedre metoder vil kaffebonden få mer ut av farmen og egen arbeidskraft. Kaffebonden Alberto vet for eksempel at kaffetrær med sterke røtter gir større avling og er sterkere rustet til å bekjempe sykdommer.

Lær mer om Utz Certified på friele.no/samfunnsansvar

www.utzcertified.org

Vi leverer alt innen servering og storkjøkken

– spør oss om komplette interiørløsninger.



AURELIA T3

T3 står for 3 elektroniske temperaturmålere opp mot hver gruppe. Dette sørger for en fantastisk stabilitet i gruppehodet og et verktøy for baristaen – helt i særklasse.

nuova **SIMONELLI**
espresso coffee machines



HIGHSPEED OVN

Høyteknologi og design kombinert med markedets raskeste steketid gir alltid perfekt resultat.

TURBOCHEF THE Sota™

FOODTECH

Interiør og Storkjøkken

Christian Rieder, tlf. 815 68 968 www.foodtech.no



På tide å tenke nytt



Kaffe har ikke hatt noe godt rykte fra helsevesenets side, men nyere studier indikerer på at vårt syn på kaffe og helse bør kunne revurderes.



Artikkelforfatter Dag S. Thelle er seniorprofessor i epidemiologi og NKIs ekspert innen kaffe og helse. Foto: Gunnar F. Lothe, UiO

Kaffen har vært kjent som drikk i Norge siden 1600-tallet. I likhet med de fleste ettertraktede varer har kaffe vekslet mellom å være et høyt aktet skatteobjekt, og dermed mulig smuglervare, til å bli demonisert som en farlig og skadelig uvane.

KAFFE I STEDET FOR ALKOHOL

En virkelig folkelig drikk med utbredelse til alle samfunnslag fikk den rundt 1830-tallet i Norge. På den tiden hadde Norge sitt hittil høyeste registrert forbruk av alkohol, med 12 liter ren alkohol i form av brennevin for hver voksen innbygger. Til sammenlikning drikker nordmenn i gjennomsnitt noe over åtte liter ren alkohol i året, hvorav vel to liter i form av brennevin. Kaffen kom som et alternativ til brennevin på 1830-tallet. Alkoholforbruket gikk ned, dermed fikk utbredelsen av kaffe store konsekvenser for den alminnelige helsetilstanden.

TIDLIGE FORESTILLINGER

Likevel har ikke kaffe hatt noe godt rykte fra helsevesenets side. Tidlige forestillinger om kaffens helse-skadelige effekter handlet om at kaffe hindret veksten, forårsaket kreft og økte risikoen for hjerte-sykdommer. Omkring 1650 klaget engelske kvinner på at kaffe gjorde deres menn «unfruitful as the deserts where the unhappy berry is said to be bought», men ble møtt med at «coffee is a speedier cure for all disease» og at man kunne se med forventning fram til nettene om man bare drakk kaffe. I Europa for øvrig spredte kaféer seg i løpet av det syttende århundre, og konkurrerte med øl- og vinstuer. Motstanden var stor, men 1685 tok den franske legen Sylvestre Dufour kaffen nærmere i øyesyn. Han konkluderte med at kaffe kurerer hypokondere, fyllesjuke, og menstruasjonssmerter. Dessuten var kaffe gunstig for nyrene, forhindret kopper og gikt. Men så svingte synet igjen, og kaffen kom som nevnt i miskreditt.

I denne sammenheng må undertegnede påta seg litt av ansvaret. For tretti år siden viste vår forsknings-

gruppe i Tromsø hvordan kaffe, og spesielt kokekaffe førte til et høyere kolesterol-nivå i blodserum. Dermed trakk man konklusjonen at kaffe var skadelig og økte risikoen for hjerte- og kar-sykdommer. Dette fikk ytterligere styrke da man noen år senere viste at kaffe økte nivået av en svovelholdig aminosyre, homocystein, som også er en kjent risikofaktor for slike sykdommer. Samtidig hadde også kreftforskerne kaffe på sin liste over mistenkelige kreftfremkallende substanser. Nå lå kaffen dårlig an.

DAGENS SYN PÅ KAFFE OG HELSE-EFFEKTER

Fra 1983 til i dag har det blitt publisert nesten 2000 vitenskapelige artikler om kaffedrikkingens betydning for ulike sykdomsgrupper. Det utgjør 90 prosent av alle offentliggjorte artikler om temaet. Kunnskapen om kaffe og helse er med andre ord relativt ung.

I denne artikkelen tar jeg opp kaffens betydning for noen av de viktigste akutte og kroniske sykdommene i vår del av verden: hjerte- og karsykdommer, kreft, diabetes, nevrologiske og psykiske lidelser. Blant de par tusen artiklene som tar for seg kaffe og helse, har mer enn seks hundre studert kreftsykdommer, et par hundre hjerte- og karsykdommer og et tilsvarende antall for diabetes. Et femtitalls artikler omfatter ledd- og muskelsykdommer og like mange dreier seg om nevrologiske og psykiatriske forhold, spesielt depresjoner. I tillegg kommer et stort antall arbeider som undersøker de fysiologiske virkningene av kaffe.

Når man skal forsøke å studere langtidseffekter av kaffe, og de sykdommene som er nevnt ovenfor utvikles over lang tid, så ville man helst hatt store kontrollerte forsøk der individene tilfeldig ble fordelt til kaffe eller ikke over en lengre tid, kanskje 10-15 år, og der de som skulle drikke kaffe fikk ulike mengder per dag. Det er åpenbart at et slikt forsøk ikke kan gjennomføres, verken av etiske og praktiske årsaker. Dermed må vi klare oss med såkalte observasjonsstudier der deltagerne forteller hva de gjør, eventuelt at man måler ulike faktorer som reflekterer forskjellige kost- og levevaner. Problemet med slike studier er at mange faktorer opptrer samtidig og det kan være vanskelig å skille ut betydningen av en faktor i forhold til en annen. Et typisk eksempel på dette hadde man da røykingen var mer utbredt. Kaffe og røyk var en vanlig kombinasjon, og i dag er vi ganske sikre på at en del av de effektene vi mente å se av kaffe i virkeligheten var et resultat av røykingen.

KAFFE OG HJERTE- OG KARSYKDOMMER

Under denne overskriften kommer også sykdommer i hjernens blodårer, hjerneslag eller «stroke». Som nevnt ovenfor skulle man vente at kaffe var knyttet til høyere risiko for sykdommer i arterier, hjerte og hjerne, men de fleste store observasjonsstudiene kan ikke bekrefte dette. Det er et par unntak, blant annet viste en norsk studie fra midten av 1990-tallet en økt risiko for død av hjerteinfarkt. Senere studier har snarere antydnet en tendens til beskyttende virkning. Tilsvarende funn har man når det gjelder hjerneslag. Denne tilsynelatende motsetning mellom kaffens fysiologiske effekter og manglende betydning som sykdomsårsak forklares i dag ved at kaffe også inneholder anti-oksidanter og



Kaffeplanten har både vært høyt aktet og demonisert gjennom tidene.

Illustrasjon: Boka Kaffe



Illustrasjon: Boka Kaffe

Kaffe synes å ha en beskyttende virkning mot både Alzheimer's sykdom og Parkinsonisme. Årsakene til disse nevrologiske sykdommene omfatter kosthold, miljøfaktorer og genetisk disposisjon. Sammenhengen med en beskyttende effekt av kaffe, og mest trolig koffein er vist både hos mennesker og dyre-eksperimenter, men fortsatt er dette usikker kunnskap og noen sikre konklusjoner kan man ikke gi.

Gravide advares mot å drikke kaffe, spesielt de første tre månedene av svangerskapet. Årsaken til dette er at man ser en økt tendens til spontanabort i sammenheng med kaffe tidlig i graviditeten. Det har også vært rapport at kaffe under svangerskapet kan føre til lav fødselsvekt, men det er få studier, og stor usikkerhet rundt disse forholdene.

Kreftsykdommene rammer en stor del av oss, men ofte noe senere i livet enn de sykdommene vi har omtalt ovenfor. Det er en mer mangfoldig sykdomsgruppe enn hjerte- og karsykdommene selv om de har flere årsaker til felles. De viktigste studiene om kaffe og kreft omfatter kreft i munn, svelg, spiserør, magesekk og tykktarm. De viser kort fortalt at kaffeforbruk opp til fire-seks



lunde



Leverandør: Norsk Kaffeinformasjon Handel AS, Niels Juels gt 16, 0272 Oslo



Kaffeconnoisseuren



Jeg lar meg fort begeistre. Og det er lett med kaffe, et levende produkt som nærmest alle har et forhold til og en mening om, sier smaksleder Bernt Tveitsme.

Det er med god kaffe som med det gode livet, en må ha sansen for det! Bernt Tveitsme har sans for det raffinerte, og har cuppet fram kvalitet fra første dag siden han startet innen kaffe.

BERNT ATLE TVEITSMES

Alder: 58

Sivil status: Gift

Utdanning: Ingeniør

– Cupping skal både være litt samba og en faglig seanse. Det skal være morsomt, livlig og litt show! Smaksleder og råkaffeinnkjøper Bernt Tveitsme ivrer av entusiasme når han snuser og slurper inn de mange kaffetyper hos Kaffehuset Friele på Midtun i Bergen.

– Det er viktig med begeistring og følelse for dette fantastiske produktet. En må være med, da får en resultater.

Det er gått 28 år siden Tveitsme begynte som

produksjonssjef hos kaffehuset i vest. – Det har vært en spennende tid, og er det fremdeles. Jeg har cuppet fra første dag her. Jeg begynte med Herman Friele, junior og senior. Der gikk jeg en veldig god skole, vi smakte og snakket kaffe nærmest hele tiden.

Som leder for Kaffehuset Frieles smakspanel er Tveitsme en av firmaets sentrale brikker. Hver arbeidsdag klokken 11.30 samles han og de andre i panelet til dagens cupping. Kaffehusets største varemerke Friele Frokost består av sju ulike

typer kaffe fra forskjellige land, som varierer på smak fra sesong til sesong, og som til enhver tid skal blandes og smakes til en stabil og jevn smak.

DRIKKES I STORE MENGDER

– Da må vi velge ut og sette til de riktige doser med ulike kaffetyper til vi oppnår den foretrukne smaken til en blanding: Den skal være rundfyldig drikkevennlig. Den skal kunne drikkes i bølter og spann, smiler Tveitsme.

Som kaffekokk må jeg vite hvordan ulike smaker fungerer sammen. Smak kan læres, men både smakssans og andre forutsetninger må være på plass, sier han.

– En behøver gode smaksølker, evne til å kombinere smaker inn i en blanding, og dessuten trenges et godt smaksminne. Uansett er det ikke gjort over natten å få plass i Frieles smakspanel. Ingen besitter de nødvendige kunnskapene etter en uke eller to. Det handler gjerne om år før smakslederen kan gi nykomlinger grønt lys. Og bakgrunnen for det er like vanskelig som den kan synes selvsagt: Ethvert menneske har et ulikt antall smaksølker på tungen. Da sier det seg selv at ikke alle har de samme forutsetningene for å kunne uttrykke det samme, nemlig smak.

– Noen tar dette kvikt, andre lærer det aldri, sier han. Men selv med erfaring gjelder det å være ydmyk i denne jobben,

og heller ikke jeg er like god hver dag. Smaken endres også jo eldre en blir, sier han.

USNOBBETE LIVSNYTER

Bernt Tveitsme har tilgang på mye god kaffe fra hele verden, og setter selv pris på en spesialkaffe som er tilpasset måltidets øvrige smaker.

– Jeg synes bransjen gjerne kan bli flinkere til å formidle hva ulike kaffesmaker og typer kan brukes til, og i større grad bidra til å finne den rette kaffen tilpasset de ulike måltider, sier han.

Gode vin- og matopplevelser hører også med hos Tveitsme.



Bernt Tveitsme har sans for motoriserte dingser, her i bilen The Rural Willys, en gave til Kaffehuset Friele fra kaffemegleren Wolthers & Associates i Brasil.



– Her er det velsmurte maskineriet, smiler Tveitsme på rundturen gjennom Kaffehuset Frieles produksjonslokaler i Bergen.



Hver arbeidsdag kl. 11.30 samles Tveitsme og kaffehusets smakspanel til dagens cupping.



Bernt Tveitsme (f.v.) sammen med adm.dir. Olav Munch og styreleder Herman Friele i Kaffehuset Friele.
Foto: Kaffehuset Friele

– Jeg er ingen vinekspert, men jeg er god til å smake på vin. Kall meg gjerne en livsnyter, men da på en usnobbete måte. Jeg setter pris på det gode livet og de gode opplevelser, uten å støte andre.

OM Å SE INN I GLASSKULEN
Som råkaffeinnkjøper er han flere ganger i året på reise i kaffeproduserende land. I norsk volum er Friele stor på import av kaffe fra blant annet Brasil, og Tveitsme besøker produsentlandet gjerne flere ganger årlig, samt andre kaffeproduserende land.

– Det er viktig å opprettholde god kjennskap og kontakt med eksportører og produsenter. De må ha en «Friele-smaksprofil» der

de hele tiden med letthet skjønner hva vi ønsker. Slik sikrer vi kvaliteten, fastslår han. Kaffepriene på New York- og Londonbørsene følges også daglig, og de har betydning for prisfastsettelsen når kontrakter for nye kaffepartier skal inngås og gjøres opp.

Tørke eller frost i større produsentland som Brasil påvirker kaffepriene. Det samme gjør internasjonale fond som investerer i kaffe. Også makrobildet i verden påvirker utviklingen.

– Børsutviklingen er omtrent som å se inn i den berømte glasskulen, en vet aldri med sikkerhet. Men det gjelder å følge med på hvilket nivå vi fikser våre kontrakter på. Vi har våre regler for innkjøp som følges, vi er

opptatt av forholdene hos farmerne vi handler med, og vi samarbeider med organisasjoner innen bærekraftig kaffeproduksjon, som for eksempel Fairtrade og Utz Certified.

Mens en i Brasil gjennomgående har gode forhold for de som arbeider med kaffe, kan det i land som for eksempel Guatemala og Honduras være annerledes. – Dette varierer fra land til land, der enkelte krever mer fokus og oppfølging. Det gjelder å ha respekt for de som produserer for oss, sier Tveitsme.

INTERNASJONAL DOMMER
Som kaffesmaker er Tveitsme kjent både i inn- og utenlandsk kaffebransje. I flere år

var han internasjonal jurydommer i non-profit organisasjonen Cup of Excellence, som arbeider for å økt kvalitetsfokus på kaffe som råvare. I de senere år har han vært et sentralt medlem i Fagutvalget for Norsk Kaffeinformasjon.

– Jeg er heldig som får være med i fagutvalget. Der diskuterer vi saker som er felles og viktige for den norske bransjen, som malingsgrader, anbefalte doseringer og standarder både for privat- og proffmarkedet. Jeg har dessuten blitt kjent med flere gode bransjekolleger gjennom NKI, sier Tveitsme.

Den norske kaffebransjens gode rykte internasjonalt kommer blant annet av en

vedvarende fokus på kvalitet, mener han. – Vi begynte tidlig med kaffe i Norge, og god kvalitet gjør at en kan drikke mye. Vårt kalde og rufsete klima har nok gjort det ekstra godt med noe varmt i koppen. Dessuten blir en kvikkere av kaffe, det er nok et fortrinn som har bidratt til å holde kaffen viktig for oss.

Tveitsmes egen favoritt er og blir den sorte varianten, aller helst tilberedt med filtermetoden. – Jeg vender alltid tilbake til Friele Frokostkaffe. Før jobb lager jeg gjerne en liter til meg og min kone på morgenen, og det går med. Så smakes det kaffe gjennom dagen på jobb. Etter arbeid avsluttes dagen gjerne med en mørkbrent Cafe Noir!

Beskytter kaffens aroma



Dagens kaffeposer skal ha de rette barriereegenskapene og samtidig en bæreevne som sikrer en hensiktsmessig distribusjon av varene fram til forbruker.

Effektiv emballasje skal sikre best mulig produktkvalitet til forbruker, og kaffe er i så måte blant de mest krevende næringsmidler.

Når en heller varmt vann over kaffen for å brygge en god kopp, er det kaffens aromastoffer som ekstraheres ut og utgjør den gode kaffesmaken. Men luft og lys utgjør trusler som kan ødelegge aromastoffene og den velsmakende kaffen.

– Kaffeemballasjen er en beskyttende barriere mot oksygenet i luften og lys, forteller utviklingssjef beverage Erik Olsen ved den multinasjonale emballasjелеverandøren Amcor. Amcor leverer emballasjemateriale til kaffeprodusenter i Europa og Russland, samt til den norske kaffebransjen.

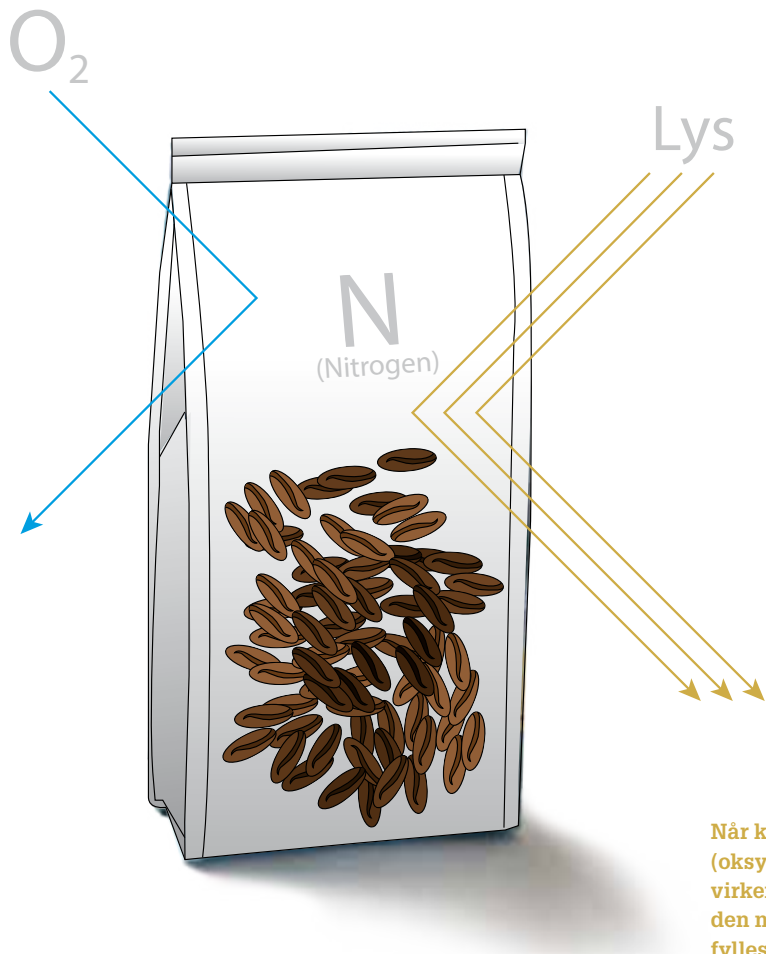
ETT ÅRS HOLDBARHET

Dagligvarehandelen stiller også krav til ytteremballasjens bæreevne for å sikre en hensiktsmessig distribusjon av varene.

– Kaffeposen skal være så robust at den tåler transporten fram til butikk. I Norge foregår dette oftest med lastebil fra sør til nord. Den skal også tåle å falle i gulvet uten at den går i stykker. Og den skal produseres til en konkurransedyktig pris.

I dag skjer pakking oftest maskinelt, i et tempo ofte opp mot 100-130 kaffeposer per minutt hos større produsenter. Pakket kaffe i lys- og lufttette poser har i Norge en holdbarhet fra et halvt til ett år i uåpnet tilstand, i andre land som Italia opptil to år.

– Kaffe er et av de mest krevende næringsmidler når det gjelder holdbarhet. Mens mel, salt og andre produkter kan holde sin opp-



Når kaffe kommer i kontakt med luft skjer det en reaksjon (oksydering) som gradvis ødelegger kaffens smaksstoffer. Lys virker som en katalysator for enhver reaksjon og vil aksellerere den negative effekten på kaffens aromastoffer. Under pakking fylles den lys- og lufttette kaffeposen med nitrogen som fortrenger oksygenet.

SLIK OPPBEVARER DU KAFFE:

Oppbevar kaffen i kaffeposen fra butikken
Oppbevar åpnet kaffepose i en tett boks
Åpnet kaffepose bør brukes i løpet av 2-3 uker

LEVERANDØRER AV EMBALLERINGSPRODUKTER

Amcor www.amcor.com
Desom www.desom.no
Glomma Papp www.glommapapp.no
Peterson Emballasje www.peterson.no
Smurfit Kappa Norpapp AS
www.smurfitkappa.no

rinnelige kvalitet i årevis, vil kaffe i en åpnet pose miste aroma-en mye raskere og bør derfor brukes i løpet av to-tre uker.

PLAST OG ALUMINIUM

Dagens kaffeposer består hovedsakelig av plast og aluminium som utgjør en type metallisert plastfolie. Under pakking helles kaffen i posen, hvorpå en blåser nitrogen ned i posen for å trenge vekk oksygenet, såkalt nitrogen- eller gass-flushing. Deretter sveises posen sammen slik at den blir helt tett.

– Dette er den beste metode for emballering. Nitrogen-gass reagerer ikke med noe og påvirker ikke smak. Gass-flushing brukes i dag både til kaffe og andre næringsmidler, forteller Olsen.

KAPSEL-FORSKNING

Forskning på den optimale kaffeemballasje skjer fortsatt, i dag

hovedsaklig innen kapsel-markedet der den største økningen forventes.

– Nespresso som er store innen single serve-markedet bruker ren aluminium i sine kapsler, mens andre produsenter anvender plast-kapsler. Kapsel-markedet prøver ut stadig nye kombinasjoner av kaffedrikker, noe som også påvirker emballasje-utviklingen.

Tørrkaffe eller instant coffee tåler mer oksygen enn fersk kaffe, men er svært følsom for fukt. I Norden emballeres denne på glass, med en membran på toppen som sikrer et friskt produkt, mens en i Øst- og Sør-Europa bruker mer aluminium.

Kaffebransjens Tupperware-party

Det norsk-gründete direktesalgsfirmaet Zinzino selger kaffe-kapsler og espressomas-
kiner i Norge, Norden og Baltikum gjennom et nettverk av moderne «dør-selgere» i
stedet for butikk. – Til gagn for kunder og selger, mener selskapet. – Pyramidespill-
struktur, mener kritikere. Men selve kaffen er det belgiske kongehusets favoritt.

– *Shine bright like a diamond!*

Det er lørdag kveld og stemningen står i
taket på en lederskapstrening i direkte-
salgs-nettverket Zinzino, som selger
espresso-maskiner og kapsler etter såkalte
«nettverksmetoden».

Åtte Zinzino-medlemmer er på vei opp sin
røde løper for å få ære og heder fra salen
for at å ha jobbet seg helt til å bli
«Diamond», en egen selgergrad i Zinzino-
systemet. Graden din viser til hvor mye
kaffe du har solgt og hvor mange nye
selgere du har rekruttert til å selge mer.
Den skinnende tittelen mottas til over-
døvende applaus fra et publikum på over
700 personer. Deretter følger fem selgere
fra neste selgernivå, «Executive», akkom-
pagnert av like høyt trøkk fra Rocky-film-
tittelsporet «Eye of a Tiger».

ESPRESSO-RELIGION

Men det er ikke popstjerner som dyrkes på

scenen denne kvelden. Det er rett og slett
espresso-kaffe - og salget av den.
Zinzino er et selskap grunnlagt i Sverige
av en nordmann, og med virksomhet i det
meste av Norden. Selskapet er et nettverk
av frittstående selgere som selger mat og
drikke, i første rekke kaffen fra det fransk-
belgiske kaffehuset Rombouts-Malongo.
Salget skjer fra person til person i stedet
for at det gjøres gjennom butikker og
grossister.

Direktesalg eller «multi-level-marketing»
kan kanskje beskrives som et konsern av
en-mannsbedrifter.

Til hverdag selger de kaffe på hver sin
kant, men på ledertreninger som denne på
Kjeller kommer de for å klappe hverandre
på skulderen og bli «gira». På samlingene
får de som har skaffet flest kunder og flest
nye selgere utdelt fete bonus-sjekker for

sitt salg og mottar sine nye graderinger.

TRE MÅNEDER PÅ Å BLI RIK

– Når du har nådd diamond-nivå, kan du
begynne å leve av salget, og ikke bare ha
det som bi-jobb, forklarer Zinzino-partner
Ketil Berg fra Oslo. Han er frilans spille-
films-og reklamefilmfotograf, og har vært
med i Zinzino-systemet siden 2010, og er
også i salen denne lørdagen.

En Zinzino-selger ved navn Tommy er
blant de åtte på scenen som har gradert
seg. I en appell til publikum nærmest
roper han ut at alle i salen kan komme dit
han er kommet:

– Tenk deg at du kan tjene 50-60-70 000
kroner i måneden og likevel få en bonus
på 200 000 kroner når du gjør en god jobb.
Skjer det på en vanlig jobb? Nei! roper
han.
Selv klarte han å bli Diamond på to
måneder.



Høy stemning på lederskapstrening i direktesalgsgnettverket Zinzano.

– Tre egentlig. Jeg var to turer i Nordsjøen
samtidig, sier han, og slutter av med en
oppfordring;
– Gi gass, det er alt jeg har å si!

BEDRIFT PÅ KJØKKENET

Mange av selgerne starter kaffe-salget som
en bi-geskjeft, og noen av går til slutt over
på fulltid. Ifølge selskapets egen info-
brosjyre «Smaken av det gode liv» er inn-
gangsbilletten til firmaet på mellom 4500
og 7500 kroner, litt avhengig av hvilken
«startpakke» med kaffemaskiner og
kapsler man velger. Det inkluderer kjøp av
to maskiner. I tillegg kjøper man et års-
abonnement til seg selv. Tilsammen blir
det rundt ti tusen kroner.

– Du blir per definisjon bedriftseier når
du går inn. Ved å kjøpe en kaffemaskin,
har du kjøpt en bedrift, forklarer Berg.
Belønningen for de som lykkes godt kom-
mer i tre former: «cash bonus», der du

tjener penger på antallet kunder du får,
«team bonus», der du tjener pengene på
antallet samarbeidspartnere og «royalty»,
der du tjener penger på omsetningen til
både kundene og de du samarbeider med.
Grunn-idéen bak direktesalget som virk-
somhetsform er å man skjærer vekk kost-
nadene til markedsføring, distribusjon og
butikkledd. I stedet går gevinsten da til
kundene og selgerne selv, i form av billige-
re eller bedre produkter, - og mer lønn til
selgeren selv.

PYRAMIDESPILL

En av dem som har lyktes aller best i Zinzi-
no til nå er Finn Olav Nenseth (43) fra San-
defjord. Denne kvelden på Kjeller entrer
han podiet til Michael Jackson-låta «Beat
it». Belønningen for å lede et stort team av
selgere som lykkes, er to «one-time-sjekker»
fra Zinzino på tilsammen 75 000 euro og
nok en overdøvende applaus fra salen.

– Fantastisk, så moro for ham, hvisker
noen i salen.
Men den hviskende beundring til tross er
Zinzinos og direkteselgernes forretnings-

FAKTA OM ZINZINO

Internasjonalt selskap organisert som
nettverksorganisasjon. Selger kaffe-
kapsler i direktesalg.

Hovedkontor: Gøteborg

Grunnlagt: 2005, børsnotert i Sverige
2010

Ansatte: Ca 50

Grunnlegger: Ørjan Sæle

Omsetning:(2010): 100 millioner NOK

Firmaet er representert i Norge, Sverige,
Danmark, Finland, Island, Estland,
Latvia og Litauen.



modell kontroversiell. Mange mener såkalt multi-level-marketing har mye til felles med en pyramide og at inntektene ikke er store nok til å betjene hele nettverket, - bare toppen av det.

En av dem som har uttalt seg kritisk er stipendiat ved Handelshøyskolen Ingebjørg Vamråk, som varslet om investerings-pyramiden The Five Percent Community (T5PC) som ble avslørt og slått konkurs i 2004.

I 2009 sa hun til avisen Bergens Tidende at selskapet er bygget opp etter «et såkalt binaært system».

SKYHØY VEKST

Zinzino skal ifølge børsinformasjonen om selskapet ha vokst med 73 prosent ifjor, og omsetter for over 160 millioner kroner.

Tom Hole sier at Zinzino-gründer Ørjan Sæle fikk idéen til å direkte selge kaffe i nettverket da han så en hjemme-espresso-maskin i Sveits tidlig på 2000-tallet. Da var Sæle allerede erfaren innen direkte salg, blant annet fra mobiltelefoner.

Idéen ser så langt ut til å ha lyktes. I 2008 ble selskapet registrert på børsen i Sverige. I 2010 omsatte selskapet for 100 millioner norske kroner. I 2012 omsatte selskapet for 175 millioner svenske kroner. En tredel av omsetningen skjedde i Norge.

I 2011 kåret Direktesalgsforbundet i Norge Zin-
zino som landets raskest voksende medlems-

- Dette gir store inntekter til de som sitter på toppen, men bonusplanene må endres når det kommer mange inn i selskapet fordi alle presses nedover i pyramiden. Det vil si at dersom ikke opplegget er basert på salg av varer og tjenester som folk stadig trenger, kollapser det, sa Vamråk til BT.
- Det er neppe mulig for mange i samme distrikt å bli rike på å selge kaffe til folk, sa Vamråk.

Hvis Vamråk har rett, er det mange som satser på at hun tar feil.

forening, i konkurranse med blant annet Herbalife og Oriflame. Da hadde veksten vært på 50 prosent. Ifjor var Zinzinos totale vekst på 73 prosent. – Og i år slår vi det tallet i støvla og kommer til å nå 150 prosents vekst, sier Hole.

Husmøter og bukselommer

Zinzino mener man likevel bare er i starten av et «hjemme-espresso-eventyr», både i Norden og nye markeder. Ifølge selskapets brosjyre er det bare 10 prosent av dem som vil ha maskin som har fått, uten å sitere noen kilde.

Selskapets daglige leder Dag Pedersen uttalte på et arrangement i Direktesalgforbundet i fjor at planen er å vokse med minst 50 prosent hvert år frem til 2020.

- Vi har også sagt at vi skal ha en million

Daniel Laquian, som er på nivå
Ambassador, leder Zinzinos samling på
Kjeller denne lørdagen.

En av dem er var blant kvinnen som fikk selvertittelen Crown på Kjeller.

- Jeg har iallefall lært meg to ting de siste månedene, sa hun;
- Det ene er at Zinzino har gjort meg i stand til å prioritere det som er i hjertet mitt, drømmen min. Det andre er at man ikke må ha for mange mennesker av gangen på husmøter!

NESPRESSO-ESPRESSO

Ifølge Wikipedias behandling av nettverkssalg forekommer det ofte at produktene overprises, gjerne med henvisning til at produktet er unikt, og derfor fortjener høy pris.

– Er det også tilfellet med Zinzino?
– På ingen måte, svarer Tom Hole, som er partner i Zinzino og har vært med siden 2005. Den gangen var ikke kapsler og espressomaskiner til hjemmemarkedet

kunder i 20 land i 2020. Dette er unormalt ambisiøse mål. Vi må derfor være både realistiske og tydelige og ha en uttalt strategi alle involverte kjenner som sin egen bukselomme, sa Dag Pedersen.



A man with grey hair and a beard, wearing a purple button-down shirt, is seated at a dark table. He is looking directly at the camera with a neutral expression. His hands are clasped together on the table. In front of him is a white card with a small circular object on it. The background is a dimly lit restaurant or bar with a wooden ceiling and a staircase visible on the left.

Tom Hole er den i Zinzino med flest egne kunder.

godt kjent i Norge, men det har endret seg;

– Både Nespresso og Dolce Gusto er i dag store merker på kaffe-kapsler og hjemme-espresso-markedet i Norge. Det er bare en fordel for oss. Før måtte vi forklare kundene hva en kapsel er. Nå kan vi begynne med å spørre hvilken kaffe man liker når man er ute, sier han.

DIREKTESALG

Direktesalg betyr at man selger «ansikt-til-ansikt» istedet for gjennom butikk og nettbutikk. Nettverksmarkedsføring omsetter ifølge verden for 125 milliarder dollar og involverer 63 millioner mennesker, ifølge Direktesalgsforbundet. Medlemmene av Direktesalgsforbundet omsatte for rundt 1.2 milliarder kroner i 2010. Wikipedi-artikkelen om direktesalg MLM anslår at 80.000 -90.000 nordmenn driver med nettverks salg.

Både bransjen og Zinzino har vært utsatt for kritikk for at distribusjonen er konstruert som en pyramide, og at derfor bare få på toppen kan tjene godt på dem. Noen mener direktelsalg-selskaper er skalleskjul for rene pyramide-spill, som er forbudt i Norge.

Hole presiserer også at kapslene fra Zinzi-
no koster rundt fire kroner.

– Det er helt på nivå med Nespresso, men vi slår dem på kvalitet. Dette er ikke «rask produsert og raskt ut på markedet». Her er det kvalitet i hvert ledd. De maskinene våre brukere har i hjemmet er de samme som den franske stjernekokken Alain Ducasse har i sine restauranter med til-
sammen 21 Michelin-stjerner, sier han.

LEVE AV KAFFESALG ALENE

– Er det ikke litt mye tillit? Har kundene noen rettigheter hvis de vil klage, når de ikke har kjøpt produktet i butikk?

– Kunden får vanlig kvittering tilsendt i post etterpå. Vanlig norsk lov med 14 dager angrerett og to års reklamasjonsrett gjelder også. Zinzino gir livstidsgaranti på ny maskin uansett grunn så lenge kunden har aktivt abonnement, svarer Hole.

– Men kan alle selgerne leve av dette? Må du ikke ha ekstremt mange kunder for å leve av andres kaffedrikking?

– Det trengs ikke mange kunder, faktisk. Man skal starte med fire kunder. Det klarer de fleste. Alle kjenner noen som liker god kaffe. Hvis man har rundt 25-30 kunder, da får du de beste bonusene, sier han.

- Men hvis de kundene man alt har vervet sier opp sine abonnementer, kan man miste bonuser?

– Jeg har ikke sett noen gjøre det. I teorien kan du det, men 80 prosent av alle kundene fortsetter hos oss. Og skulle det skje at mange kunder slutter, så får du støtte av andre i nettverket til å hente inn nye. Her i Zinzino er man ikke bruk-og-kast-ansatt. Her jobber man sammen, svarer Tom Hole.

Selv var Hole 16 år i skoleverket, som yrkesfaglærer på snekkerlinja på Ås videregående før han for ti år siden startet et eget selskap som formidlet snekkerlæringer til virksomheter. Mens han gjorde dette ble han involvert i Zinzino. Først i 2010 gikk han over til å drive med Zinzino fulltid. I dag er han den selger hele Zinzino – internasjonalt – som har flest egne kunder, tilsammen over 200.

SELGER TRADISJONELL KAFFE PÅ NYTT VIS

Kaffehuset Malongo-Rombouts er et selskap med røtter tilbake til 1896. Selskabet er blant annet kongelig hoffleverandør til det belgiske kongehuset og til det franske presidentpalasset i Paris, og ifølge Zinzi nos selv brukes Malongo-kapsler og Malongo-maskiner på eksklusive restauranter langs hele rivieraen, blant annet landemerket Cafe Paris i Monaco.

Denne kaffen hentes inn fra rundt to tusen utvalgte kaffeplantasjer verden over, som kaffehuset har testet leverer kvalitet, og innsalg skjer utenfor kaffebørsene og i samarbeid med Max Havelaar.

– Det er heller ingen sprøytemidler i dyrkingsprosessen, og kapslene lages i miljøplast, ikke i aluminium, presiserer Ketil Berg.

Men det var ingen heldig direkte salg som kapret kongefamilien i Belgia. I Frankrike er det ikke direkte salg av Malongo. Der skjer distribusjonen av Malongo gjennom restaurant- og kafe- og butikk-apparatet på tradisjonelt vis. Det er kun i Nord-Europa at Malongo-kaffe selges etter «tupperware-modellen», samt i stadig nye land som åpnes for Zinzino. USA og Polen er de to neste markedene Zinzino nå entrer.

– Malongo elsker oss. De kommer ofte og holder taler på våre seminarer og er glad for salgsmetoden, forklarer ZInzino-partner Tom Hole.

- Kaffe er et ypperlig produkt for nettverksmarkedsføring. Metoden får prisen ned, og det er ingen som slår oss på smaken, sier han.
- Tradisjonell salgstruktur, også for kaffe, gjør at produktet blir dyrt. Da har man leddene eksportør, importør, grossist, detaljist, samt kostnader til markedsføring, før det kommer til forbruker. Hos oss går det rett fra produsenten til forbrukeren gjennom selgerne. Vi bruker ikke en krone på avis-eller tv-reklame. Salget baserer seg på en fornøyd kunde som anbefaler produktet videre, forklarer Hole.

Bli med på kaffeinnkjøp!

Brasil er verdens største kaffeeksportør, kaffemarkene strekker seg så langt øyet rekker. Her fra farmen Ipanema.

Brorparten av kaffen som selges på det norske markedet kommer fra verdens største kaffeeksportør Brasil.

Brasil er verdensledende innen produksjon av grønn kaffe eller råkaffe – og hit reiser representanter for norske kaffehus for å sikre optimal kaffe i norske kopper.

– Brasils innland har perfekte forhold for kaffe og en rekke andre landbruksvarer. Her er et unikt, næringsrikt jordsmonn og et tørt klima med 25-26 grader varmt om dagen og litt under 20 på natten i vekst sesongen, forteller innkjøpsdirektør Roger Wilhelmsen i Joh. Johannson Kaffe.

Et av hovedområdene ligger i innlandet i delstaten Minas Gerais i den sørøstlige regionen av Brasil. Både farmere, kooperativer, agenter, og eksportselskap i regionen besøkes for å danne seg en best mulig oversikt over avling og leveranser.

– Direkte kontaktmøter med alle som følger tett på selve produksjonen er viktig for oss, sier Wilhelmsen. Da kan de selv vise oss sine avlinger, vi oppnår gjensidig forståelse for hva slags kaffe og kvalitet vi ønsker, og jeg kan selv teste råvarene.

STØRRE PRODUSENTER

I mars er kaffebærene ennå grønne i Brasil, og det er en gunstig periode for innkjøpere å reise for sjekke ut årets volum av kommende avlinger.

– Avlingene varierer fra år til år. Så det er avgjørende å være tilstede årlig for å smake og prøve, samt forklare hva og hvorfor vi ønsker akkurat den kaffeprofilen. Dessuten får en prate direkte med produsentene, vi orienterer om våre etiske retningslinjer



Salgsleder André Peres ved kooperativet Expocaccer viser og drøfter kaffeprøver med Joh. Johannson Kaffes innkjøpsdirektør Roger Wilhelmsen.

og de kan fortelle om utfordringer de måtte stå overfor, forteller innkjøpslederen.

Brasil er et av landene som har kommet langt i en industrialisering av kaffeproduksjonen, og det drives stort. På en innkjøpsreise besøkes blant annet større produsenter som familiefarmene Alto Cafezal, kooperativet Expocaccer med kapasitet på over 750 000 sekker i året, samt familieselskapet Veloso med til sammen 8000 hektar kaffemark. Veloso har egen innsjø for å vanne de store kaffemarkene.

– Kultur, skikk og bruk er også viktig. I Brasil tar en gjerne seg tid og blir kjent, hører hvordan det står til, snakker om land og politikk og eventuelle endringer som kan påvirke produksjonen. Alt dette skjer gjerne før vi snakker forretning, men er like viktig.

KAFFENS KJEMI

Joh. Johannson Kaffes mest kjente merkevare Evergood er en såkalt blend som består av fem ulike kaffesorter fra forskjellige land.



Ved å «brekke kaffen» kommer aromaen fram og en kan fort avdekke eventuelle defekter eller avvik i kvaliteten.

FAKTA OM KAFFEPRODUKSJON:

- 5000 kaffebær gir en kilo kaffe
- Kaffeplanten (“Coffea» på latin) trives best ved temperaturer mellom 19-25°C.
- Med over 14 millioner kilo import til Norge i 2012, er Brasil største leverandør til norske kaffehus, Colombia er nest størst med ca seks millioner kilo.



I Brasil blomstrer kaffetrærne mens det er høst i Norge. I mars har bærene vokst seg store og grønne og modnes videre til de er røde i mai/juni. Innhøstingen skjer som regel i juni, juli og august.



Den nederlandske kaffetraderen Tom Douque (t.v.) har jobbet med kaffe i over 50 år, er medlem av Norsk Kaffeinformasjon og selger kaffe til flere norske kaffehus. Her på cupping sammen med sønnen Thomas, i midten salgsmedarbeider Vanduir Caixeta fra farmen Alto Cafezal.

– Til denne merkevaren trenger våre leverandører å vite at kaffen deres skal inngå i en blanding (blend). De må forstå hvordan deres produkt vil smake sammen med de andre kaffeprofilene – som varierer fra år til år. Å etablere et godt leverandørforhold kan derfor ta år, der vi møter hverandre igjen og igjen for å cuppe og drøfte oss fram til hva Joh. Johannson Kaffe er ute etter.

Med over 12 års erfaring vet Wilhelmsen hvordan finne de gode, passende kaffetyperne. Den hollandske kaffetraderen Tom Douque er også med. Han har 50 års erfaring innen kaffe og selger til flere norske kaffehus.

– Tom er en av Europas mest sentrale kaffetradere – ikke minst innen Fair Trade- og økologisk kaffe - og hans vurderinger av

kvaliteter, profiler, kommende innhøsting og priser, er nyttige.

INTERNASJONAL VARE

Kaffe er verdens nest største handelsvare (etter olje), og råvare-prisene på New York- og London-børsen følges daglig. Kaffehandel internasjonalt gjøres opp i dollars, og valutakursene blir også en sentral faktor å vurdere.

– Det er også viktig å se hvilket volum og eventuelle problemer Brasil måtte ha i forhold til kommende avling. Det som skjer i Brasil kan være utslagsgivende for prisen på New York-kaffebørsen.

Under Brasil-reisen cupper og kjøper Wilhelmsen også allerede leveringsklare partier med grønn kaffe. Etter hjemkomst sender



Brasil-kaffe levert og på lager i Oslo hos Joh. Johannson Kaffe, klar til produksjon.



Når kaffen mottas i Oslo blir den straks sjekket og cuppet for å sikre at smaken og kvaliteten er i samsvar med skipnings-prøven fra Brasil.

Brasil-produsenten en skipningsprøve av denne til Joh. Johannson Kaffe i Oslo. Her blir den brent, vurdert og cuppet for å sjekke at profilen er som ønsket.

– Når prøven er godkjent kontakter vi produsenten, som frakter leveransen til den brasilianske utskipningshavnen Santos. Båttransporten til Norge tar ca tre uker, og for å unngå fukt-skader kles containerne innvendig med papp og kaffen fraktes i jutesekker.

Når kaffeleveransen mottas blir sekkene straks sjekket for fukt-skader, det tas stikkprøver som brennes og cuppes for å finne ut om smaken er lik skipningsprøven. Når kaffepartiet er endelig godkjent, starter produksjonen av den ferdige kaffen. En måned senere er kaffeposene på plass i butikkhyllene.

Første norgesmester i kaffebrenning



Vinner Jan Ove Thorbjørnsen fra Stord intervjues av en japansk journalist etter NM-seieren
Foto: Solberg & Hansen



Brent kaffe som kjøles ned i cooling tray.
Foto: Solberg & Hansen

I det første norgesmesterskapet for kaffebrennere gikk Jan Ove Thorbjørnsen fra Stord av med seieren. Han er nå i full gang med å forberede seg til VM i Nice i slutten av juni.

Til sammen 11 kaffebrennere møttes for å utveksle erfaring og for å konkurrere om mesterskapstittelen under norgesmesterskapet i Coffee Roaster 26-28. april i Oslo.

NM ble arrangert i samarbeid med Speciality Coffee Association of Europe (SCAE) og avholdt hos Solberg & Hansen. I løpet av tre dager skulle de 11 påmeldte demonstrere at de mestret sitt fag og sitt håndverk ved hjelp av kunnskaper og ferdigheter.

Dommere var erfarne Cup of Excellence-cuppere og årets norgesmester i Cup Tasting. Det ble benyttet Cup of Excellence-skjema, og de gode prestasjonene gjorde det tett i toppen. Det ble delt 3. plass, og det var bare 2,5 poeng som skilte mellom 1. og 3. plass.



Arrangør av NM og regjerende verdensmester i brenning, Simo Christidi fra Solberg & Hansen
Foto: Solberg & Hansen



- RESULTATER NM FOR KAFFEBRENNERE 2013**
- 1) Jan Ove Thorbjørnsen 351,50 (Svart Fløyel, Stord)
 - 2) Audun Sørbotten 349,00 (Solberg & Hansen, Oslo)
 - 3) Thore Andre Thorsen 348,00 (Torungen Fyr, Arendal)

Aktuelle kaffeprodukter

I vår nettbutikk på kaffe.no finner du mer informasjon om disse produktene.



MÅLESKJE

Norsk kaffeinformasjon anbefaler å bruke en måleskje for å dosere riktig mengde kaffe. 60-70 gram per liter gir en god og fyldig kaffe. Måleskje skal du finne i alle landets dagligvarebutikker, men du kan også få en ved å henvende deg til info@kaffe.no



Kaffespillet

Kaffespillet er brettspillet for de kaffeinteresserte. Spillet er en kombinasjon mellom monopol og kunnskapspill som setter ditt kunnskapsnivå om kaffe på prøve, samtidig som du besitter alt fra kaffeplantasjer, brennerier, maskinleverandører eller den lokale kaffebaren. **Pris: 499,-**

RASKT SKUM

Melkeskummeren fra Acceds lager både kaldt og varmt skum til din cafe latte eller iskaffe. Den er laget i rustfritt stål og enkel å rengjøre. **Pris: 375,-**



TIL DIN ESPRESSOMASKIN

MÅLEGLASS

Nyttig for å blant annet stille inn mengden på en espresso-maskin. Glasset viser både ml og oz. **Pris: 40,-**



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. **Pris: 45,-**

TAMPER ANGULAR

Denne tamperen eller «stapperen» finnes i tre størrelser; 55mm, 57mm og 58 mm. Med den gode vektbalansen er den både god og enkel å holde i hånden. **Pris: 445,-**



TAMPER MATTE

Den runde støtmatten gir et mykt underlag når kaffen til en espresso tapses (presses), slik at man unngår merker i benken eller å skade filterholderen. **Pris: 95,-**

HELE BØNNER



EVERGOOD Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

Joh. Johannson
– kjent for god kaffe siden 1866
• www.evergood.no

Bransjenytt

Tekst: Robin Stenersen

God app-etitt!

Finns den beste kaffen med en kaffe-app! Flere kaffeleverandører har lansert gratis mobilapper med nyttige tjenester, tilgjengelig i Apple App Store. Her et utvalg på norsk.



Kaffebrenneriet

Bryggeguide med timer for presskanne, trakter, aeropress, drypp, espressomaskin og espressokanne, en kan finne nærmeste kaffebar, se utvalg av kaffe-bønner samt anbefalte malingsgrader. Lansert for iPhone des 2012, for Android april 2013. Ca 2000 nedlastinger.



Solberg & Hansen

Kaffe & Te-appen lar deg blant annet samle klippekort til dine favoritt kaffebarer, viser deg hvor du kan kjøpe din favorittkaffe, varsler stamkunder om tilbud, events, aktiviteter samt når sesongens kaffe og te er ute i butikk. Lansert for iPhone og iPad i mars 2012.



Nespresso

App i flere språkvarianter der Nespresso-medlemmer kan bestille produkter og levering, maskiner og tilbehør, finne nærmeste butikk, forhandler eller innsamlingspunkt for kapsler, samt finne den siste Nespresso-kaffen. Siste versjon for iPhone og iPad lansert okt 2012.



Wayne's Coffee

Viser hvor du finner nærmeste Waynes Coffee-kaffebar i det enkelte land og by, gir mulighet for å abonnere på tilbud på kaffe og annen servering. Siste versjon for iPhone og iPad lansert mars 2013. Så langt 2005 nedlastninger og aktive brukere.



Kjeldsberg

Appen Ordentlig kaffe viser hvor du får god kaffe i nærheten av der du er, og du kan selv dele dine kaffeopplevelser med andre gjennom bilder, kommentarer og anmeldelser. Gir også informasjon om ulike kaffedrikker. Ca 3000 nedlastinger og 814 kaffespotter opprettet siden lansering i 2011.



Nordic Coffee

Maskinleverandøren Wilfas app inneholder guide til de beste kaffebarer i de nordiske land, håndplukket og anmeldt av et utvalg kaffeeksperter med barista verdensmester Tim Wendelboe i spissen. Integrasjon mot bloggen Nordic Coffee Culture og Facebook.

Siste versjon for iPhone og iPad i des 2012.



Foto: John Nordahl

«OSLOKAFKE» PÅ VERDENS NEST BESTE RESTAURANT Fra mars i år ble Tim Wendelboe-kaffe servert på restaurant Noma i København.

Noma har tre ganger blitt kåret til verdens beste restaurant, men ble i april skjovet ned til andreplass av spanske El Celler de Can Roca, melder NTB.

Wendelboe mener det er en stor ære at restauranten serverer hans kaffe.

– Det finnes mange gode kaffebrennerier i Norden, så jeg setter stor pris på at de har valgt å samarbeide med meg og mitt team. Jeg vet at vi kan levere kaffe av høyeste kvalitet, og dette motiverer oss til å gjøre en enda bedre jobb både sammen med kaffeprodusentene på farmnivå, så vel som i brenneriet på løkka, sier Wendelboe til Aftenposten.

LANSERER SPORBAR KAFFESERIE

Kaffeprodusenten Pals lanserer ny serie med sporbar spesialkaffe fra ulike land.

Interessen for kaffe øker stadig blant nordmenn, og mange ønsker å vite hvor kaffen kommer fra, smaksprofil og hva kaffen passer til. Kaffe fra Guatemala, Brasil, India, Etiopia og Kenya er med i det nye sortimentet.

– Vi kjøper inn bønner fra spesielt utvalgte gårder, og foredler disse etter strenge kvalitetskrav. Vi følger opp alle ledd i verdikjeden, og tester kaffen nøye for å kunne sikre forbrukeren den beste kaffen», forteller produksjef på kaffe, Lise Haavind.

Dette vil være et levende sortiment, som vil endre seg ut ifra sesong. Enten om man liker syrlig, søt eller fyldig kaffe, vil man finne sin favoritt, ifølge Haavind.

Mer informasjon på www.palskaffe.no



NY KAFFEKOLLEKSJON I

En ny produktkolleksjon fra Kjeldsberg Kaffe skal imøtekomme etterspørselen etter hele bønner, økologisk og fairtradesertifisert kaffe.

– Norge er på verdenstoppen i kaffekonsum. Forbrukerne er blitt mer kresne, og interessen for kvalitetskaffe er økende. Vi har derfor foretatt en ansiktsløfting av vårt sortiment, med fokus på økt kvalitet, sier administrerende direktør Odd Strand i Kjeldsberg Kaffebrenneri.



BRASILIANSCHE DAGER I MAI

Med kaffe som rød tråd arrangerte Brasils ambassade og Norsk Kaffeinformasjon Brasilianske dager i Oslo 21.-24. mai.

Gjennom en rekke arrangementer ble det presentert nye sider ved verdens største kaffeeksportør Brasil og de mangfoldige relasjonene mellom våre to land! På programmet var blant annet cupping av kaffe fra Brasil hos Norsk Kaffeinformasjon, med kjente baristi, servering av fersk morgenkaffe på sentrale knutepunkter i byen samt brasiliansk dans og servering på Egertorget.

PRESS- KANNE- MALT



EVERGOOD Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

Joh. Johannson
– kjent for god kaffe siden 1866
• www.evergood.no



NY MORGENKAFFE

Nespresso har på nyåret ytterligere utvidet sitt Lungo Grand Crusortiment av kapsler, denne gang med en ny morgenkaffe Linizio Lungo, der navnet er omsatt italiensk for begynnelse eller innvielse. Kaffeblandingen består av arabica-bønner fra Sør-Amerika, og den skal gi en rund og myk start på dagen.

KAFFEBRYGGERI ETABLERT

Aquanor AS og Norrøna Storkjøkkens kaffeavdeling slo seg desember 2012 sammen til et selskap, og dannet Kaffebryggeriet Norrøna. I dag fremstår selskapet som en av Norges fremste aktører innen helautomatiske kaffemaskiner og vannrens-dispensere, og har rammeavtaler med større offentlige og private virksomheter. I tillegg leveres kaffemaskiner til hele offshore industrien og Forsvaret via Norrøna Storkjøkken AS.

Les mer på www.kaffebryggeriet.no



DESIGNKRUS

De nederlandske produsentene av HKliving har en rekke stilfulle produkter, også for gode kaffestunder, som disse håndlagde keramikkrusene fra Portugal i retrostil.

Tilgjengelige i Norge via Bess Agentur:

www.bessagentur.no



NY KAFFEKOLLEKSJON II

Joh. Johannson Kaffes nye serie Coffee of the world har hatt en vekst på 30 prosent siden lanseringen i høsten 2012. Serien består av 10 eksklusive smaker, der en henter de aller beste kaffe-bønnene fra alle verdens hjørner, slik at en kan tilberede dem selv, ifølge Joh.-Kaffe.

PRØV MASKINEN SELV

Maskinleverandøren Cortado har utvidet butikken i Oslo til over 200 kvadratmeter, blant annet med en ny avdeling for demonstrasjoner og utprøving av maskiner til bedrifter og kaffebarer. Cortado tilbyr også jevnlig kurs i baristakunst for hjemmemarkedet og tilbyr også opplæring for bedrifter.

VINNER DESIGN-PRISER

Wilfa Svart filtertraktere høster mer jubel for godt og innovativt design. Nylig fikk den automatiske trakteren Svart Presisjon de internasjonale design-prisene Red Dot Award 2013 og iF Award. I 2012 ble den manuelle filtertrakteren Svart Manuell premiert med Merket for god design i Norge.



Kapselkampen drar seg til

Til tross for overhengende fare for juridisk forfølgelse har Kaffehuset Friele lansert sine egne kaffekapsler som er tilpasset Nespressos kapselmaskiner.

250 000 nordmenn har investert i kaffemaskiner som bruker kapsler med sammentrykket kaffe. Etter å ha vært alene på markedet med sine Espresso-kapsler, har Nestlé fått konkurranse fra flere aktører.

I flere land har Nestlé gått til rettssak mot konkurrenter som har startet med kaffekapsler tilpasset Nespresso-maskinen. Det bekymrer ikke markeds-sjef Heine Eliassen i Kaffehuset Friele.

– Det er mange leverandører i flere europeiske land som selger Nespresso-kompatible kapsler, og så langt har Nespresso ikke vunnet frem når de har hevdet at det er lovstridig å tilby kapsler som er compatible med deres maskiner. Vi har gjort en juridisk vurdering og kan ikke se at det skal være grunnlag for å bli saksøkt, sier Eliassen til KAFFE.

Hva er bakgrunnen for Frieles satsing på kapsel-markedet?

– For Friele som markedsleder innen kaffe er det viktig å følge trendene og imøtekomme forbrukerens

behov. Etterspørselen etter énporjonsløsninger er økende, og kundene vil ha løsninger som er hensiktsmessige i ulike situasjoner.

Mens Nespressos kapsler selges på internett og i Nespresso-butikker, selges Friele-kapslene i store deler av dagligvare- og elektrobransjen.

Nespresso har nå sendt saken til selskapets juridiske avdeling i Sveits for en vurdering, ifølge Nordensjef Kristen A. Hovland i Nespresso.

– Vi vil ikke gi kommentarer om andre aktører, men er selvfølgelig klar over at andre har lansert compatible kapsler til vårt system. Vi er pionerer innen porjonsbasert kaffe, og har vært på markedet i 25 år. Konkurranse er ikke noe nytt for oss, og vi føler oss sikre på at kundene fortsatt vil foretrekke vår kaffekvalitet, det brede utvalget og kundeservicen, sier han til Aftenposten.

ELEGANT
AROMA,
RUND OG
FYLDIG

Høytvoksende
Arabica-bønner fra
Etiopia, Kenya,
Guatemala og
Colombia gir deg
en maksimal
smaksopplevelse.



EVERGOOD
Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

Joh. Johannson
– kjent for god kaffe siden 1866
• www.evergood.no

Tekst og foto: Robin Stenersen



Med tilpassede kaffekurs fra Norsk kaffeinformasjon har bakeri- og konditor-kjeden W.B.Samson økt kaffekvaliteten og kundetilfredsheten ved sine 22 bakeri-utsalg i Oslo-området.

- Kaffen vi serverer skal være like fersk som bakervarene våre, sier kjedeleder Carl Fredrik Samson ved bakeri- og konditor-kjeden W.B.Samson. Det handler om vår stolthet til virksomheten, der kaffe er en råvare som vi behandler med tilsvarende respekt som med mel og gjær i våre baker-varer, sier han.

Vi sitter i bakeriutsalget på Egertorget som er selskapets eldste med drift i 119 år! Da som nå strømmer kundene til for å handle bakervarer – oftest fulgt av en kopp kaffe.

– Kaffe har alltid være et sentralt produkt og en naturlig følgesvenn til kaker- og bakervarer, og vi har solgt kaffe helt siden starten, forteller Samson. Mest sort kaffe,

men fra midten av 90-tallet er også espres-soen etterspurt.

OPPDAGET VARIASJONER

Stadig flere virksomheter og kaffeinteres-serte gjennomfører kaffekurs hos Norsk Kaffeinformasjon (NKI) – for å øke kompe-tansen på området. Det ønsket også bakeri-kjeden W.B.Samson, og i 2012 gjennom-gikk alle butikksjefer kaffekurs hos NKI.

– Vi oppdaget litt for store variasjoner i kaffekvaliteten ved våre avdelinger og til ulike tider. Vi er ikke sterkere enn det svakeste leddet, og ville gjøre noe med dette. Den gode opplæringen fra NKI har derfor vært et unikt og nyttig tilbud for oss.



På Samson er kaffen og bakevarene like viktige

«NKIs kaffekurs og kunnskap er utrolig bra, og anbefales alle som bryr seg om kaffe»

Kjedeleder Carl Fredrik Samson, W.B.Samson.

Gjennom kursene er alle Samsons butikk-sjefer og kaffeansvarlige nå internasjonalt sertifisert gjennom SCAE (Speciality Coffee Association of Europe). Selskapet har også opprettet en kaffegruppe som bedrifts-internt har kurset alle ansatte ved bakeri-utsalgene til samme kompetanse-nivå.

– Oppfølgingen i den daglige jobb er viktig, og den ville vi gjøre selv. Gjennom standardisert utstyr og rutiner for brygging, dosering, oppbevaring og vedlikehold leverer alle utsalg nå like god kaffe. Vi ville gjøre det enkelt for våre ansatte å gjøre dette riktig, og det har vi klart, ifølge Samson.

FORVENTER GOD KAFFE

En opplæringsprosess krever litt ekstra tid

og ressurser i startfasen, men investeringe-ne bærer frukter og tjener seg inn over tid.

– Vi merker at våre kunder forventer kaffe på høyde med våre bakervarer, og vi får gode tilbakemeldinger på det vi gjør. Fornøyde kunder kommer tilbake og anbefaler oss gjerne til andre.

Og: Satsingen på økt kaffekvalitet har på ingen måte «forstyrret» selskapets kjerne-virksomhet - som fortsatt skal være bakeri- og konditorvarer.

– Vi skal ikke nødvendigvis være først ute med de siste produkter innen kaffe, men den kaffen vi tilbyr skal være like bra som en kan få på en kaffebar, avslutter kjede-leder Samson.

STYRKER KURSTEAMET

NKIs kaffekurs er etterspurte både i pri-vat- og proffmarkedet. I 2013 styrkes kurs-teamet med Andrés López, som har bred kaffeerfaring fra inn- og utland.

– NKIs innsats for å fremme kaffe som kvalitetsprodukt er svært viktig, og jeg gleder meg til å bidra i dette arbeidet, sier Andrés López.

Andrés kommer opprinnelig fra Colombia og har verdifull erfaring fra flere virksom-heter innen kaffe. Han har blant annet jobbet som barista og brenner ved det franske anerkjente kaffehuset La Caféothèque de Paris og L'arbre à Café.

Spørsmål vedrørende våre kurs, vennligst kontakt oss på telefon 23131850 eller på mail info@kaffe.no. Kursene holdes i våre lokaler i Niels Juelsgate 16, på Skillebekk i Oslo.



KRAFTIG OG FYLDIG

Utvalgte høyt-voksende Arabica-bønner og en mørkere brenningsgrad gir deg en kaffe med god fylde og kraftig aroma. En smaksopplevelse av de sjeldne uansett om du velger filtermalt, presskannemalt eller hele bønner.



EVERGOOD Dark Roast

– LITT DYRERE, FOR SMAKENS SKYLD

Joh. Johannson
– kjent for god kaffe siden 1866
• www.evergood.no



–Spander kaffe på en du ikke kjenner

En italiensk kaffe-tradisjon fra Napoli som ble verdenskjent etter finanskrisen har kommet til Oslo denne våren. «Kaffe på vent» betyr å spandere en kaffe på kaffebar til en fattig du ikke vet hvem er. Ingen av kjedene har kastet seg på, men det har mange små kaféer landet rundt.

Kjøp deg selv en kaffe – og spander en ekstra på en annen du ikke vet hvem er. En som har behov for det. Det er idéen bak en ny kafé-trend som kalles «Kaffe på vent». En av kaféene i Oslo som var først ut var kaféen Carinas på Tøyen i Oslo.

Vente-ordningen her fungerer slik at man betaler for en ekstra kaffe. Kvitteringen henges på hylla bak disken og løses inn når noen ber om det.
– Hvem som helst?
– Ja. Hvem som helst, svarer kaféieier Karina Castberg. Det fungerer på tillit, om den som spør er trengende.

ARBEIDERBY-TRADISJON

Den solidarisk baserte Kaffe på vent-ordningen har bredt om seg, spesielt Italia og Spania, som for tiden er rammet av en massiv økonomisk krise. Opprinnelig kommer den fra Napoli i Italia, der det kalles «caffè sospeso». Caffè sospeso er en gammel tradisjon fra arbeiderbyen Napoli i Sør-Italia, men den ble kjent utenfor Napoli da forfatteren Luciano De Crescenzo skrev en serie artikler om den.

– I Italia er jo kaffebarene stedet hvor folk møtes. Mange som får kaffen på vent, er arbeidsløse unge og de litt eldre pensjonistene, som nå har mindre å rutte med og derfor ikke kan unne seg luksusen av et kafebesøk, sier Karina Castberg;
– Men med en kaffe på vent kan de få seg en tur ut, og dermed også det sosiale livet som følger med å ha råd til den ene kaffen.

FATTIGE I NORGE

Fordi systemet bygger på at kvitteringen henger synlig trenger man ikke stå «med lua i hånda». Ser man ikke kvitteringen, trenger man ikke spørre.
– Men det er jo ingen krise i Norge?
– Det er sant, men her på Tøyen er det 11 000 sosialboliger. Det er ikke alle som har god råd her, svarer Karina. Kafeen hennes ligger rett ved Tøyen t-bane-stasjon i Oslo, et område kjent for en betydelig innvandrerandel. I følge Castberg kan en del innvandrerkvinner i området være en målgruppe for kaffe som venter. Hun har hatt en del somaliske kvinner som har gått på kafé for første gang på Carinas.
– Somalierne har som regel sine egne kaféer, men de er ofte forbe-

holdt menn. Her har vi en passe lav terskel for å komme inn, med familievennlig lekegruppe, som gjør at det ikke er så vanskelig for noen av de kvinnene som ellers ikke går på kafe. Hente-kaffe kan kanskje senke terskelen enda litt til.

PROVOSERER

Ordningen har imidlertid vakt debatt. I kommentarfeltet på osloby.no skriver leseren Bjørn Holbæk-Hanssen at «dette er bare et nytt påfunn av overflodsstaten og dem som ønsker å profitere på andre folks elendighet. Hvorfor kan ikke kaffehusene selv spandere på de trengende hvis de synes så synd på dem?»
– Hva sier du til at noen mener rett og slett handler om å selge mer kaffe og at om kafeene vil hjelpe til, så kan de vel gi dem bort selv?
– Jeg har ikke tenkt på det slik. Litt av konseptet er jo å vise og føle solidaritet. Joda, vi tjener kanskje på kaffekoppen, men vi gir jo bort plassen og tilbehøret og servicen som følger med kaffe-koppene også. Og man kan sette seg ned og lese våre gratis aviser, bruke lekeplassen og låne bøker, svarer Castberg.



«Kaffe på vent» er en tradisjon som handler om solidaritet, sier kafé-eier Karina Castberg. Nå håper hun det samme skjer på Tøyen i Oslo.

som kan øke rollen til kaféer som viktige institusjoner i sine nabolag.

SPRER SEG PÅ FACEBOOK

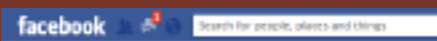
Carinas på Tøyen er en pionerene i noe som kan bli en trend utover sommeren og høsten. Det er særlig på Facebook og sosiale medier at ideen har spredd seg. De to frivillige fra Fattighuset, Helena Tande-Stageberg og Johanna Engen, har laget den første Facebooksiden. Facebooksiden «Ja til Kaffe på vent» har over 2500 likes og er som en oppslagstavle av tallrike eksempler på ventekaffe fra alle byer i landet. Her poster kaféieiere bilder av kvitteringer og kunder spør og kommenterer. Den internasjonale, opprinnelige siden på engelsk, «Suspended Coffee» har over 50 000 likes. Men ingen av kjedene har så langt kastet seg på trenden. Kaffebrenneriet har sagt de ikke er interessert.
– Kaffebildet er komplisert og vi jobber på en litt annen måte. Vår type «kaffe på vent» er å fokusere på kvalitet og driftsgrunnlag for bøndene som produserer kaffen, sa Steinar Paulsrud, gründer og etableringssjef i Kaffebrenneriet til Osloby.no.



TELLER MED KLINKEKULER

Derimot har mange små kaféer adoptert altså den spesielle Napoli-modellen. I Oslo er det foruten Carinas også blant annet Søstrene Conradi på Bislett.

I Trondheim fikk kaféieier Anna Kupper idéen av en venn i Oslo og åpnet ordning på «Annas Kafé» på Bakklundet i Trondheim.
– «I disse tider hvor det snakkes om ensomhet, kulde og klasse-skiller kan dette bidra til å gi litt varme videre til noen du ikke kjenner og som kanskje ikke har råd til å nyte en kopp kaffe på kafé», skriver hun på Facebook-siden sin. Kaffe på vent-ordningen tilbys blant annet i Tromsø, i Skien og i Lillehammer. På Skysstasjonen i Lillehammer bruker de klinkekuler for å holde tellingen på antall forhåndskjøpte kaffekopper.



DEBATTEN RASER PÅ FACEBOOK

Reaksjonene lot ikke vente på seg da Carina Castberg lanserte «Kaffe på Vent» på kafeen Carinas Facebook-side. Her har vi samlet noen eksempler på motpoler i debatten.

NEGATIVE:
Maria Ullsokken Vesterdal Hasund I et land hvor vi er kjent for å være gjerrigknarker er jeg redd dette kommer til å bli utnyttet.

Oddmund Harsvik Hvor rike føler fattige seg når de kommer inn og drar en allmisselapp ned fra tavla; en kopp gratis kaffe. Inviter heller en fattig, vanskeligstilt inn og riv i en kaffe på han/henne. Dette er ren ovenfra og ned-almisse.

Kirsti Grinde Jeg reagerte tvert da jeg leste dette, kvalmt hvor langt bedrifter er villig til å gå i utnyttelse av andre for å berike seg selv.

POSITIVE:
Kathrine Jølstad All ære til kafeer som har disse mulighetene – håper det spres til Trondheim også, jeg vil gjerne kjøpe en kaffe eller et måltid på vent til de som trenger det. :)

Ola Thoresen Selvsagt løser man ikke et fattigdomsproblem med en kopp kaffe, det må løses politisk, men det er i alle fall et sympatisk tiltak som kan gi noen en litt bedre hverdag.

Thierry Morel Dette er veldig bra, men vi kan ikke sammenligne prisen på en kaffe til 2 euro (Italia) med en som ville kostet 40 kroner.

			
			
			
			
			
			
		 Strong brands of Crem International	
			
			

PRIMULATOR

Kaffemaskiner for deg som fokuserer på kvalitet!
KVALITET i koppen - på maskinen - på service

• HELE NORGES LEVERANDØR AV KAFFEMASKINER •

Kioskmarkedet:

ca. 650 utsalg serverer sine kunder kaffe fra WMF kaffemaskiner.



Barista/Café/Restaurant-markedet:

over 150 serveringssteder blir hvert år stolt eier av en Faema espressomaskin fra Primulator.

Arrangør av NM i
baristakunst 2010
med SCAE!



NYHET 2013!
FAEMA TEOREMA

Hotellmarkedet:

Våre maskiner er representert på de aller fleste hotell i Norge. Både WMF høykapasitets filterkaffemaskiner, WMF helautomatiske espressomaskiner og Faema espressomaskiner.



Bensinstasjonsmarkedet:

5 av de 7
bensinstasjonskjedene i
det Norske markedet
bruker våre
WMF kaffemaskiner

«Esso på TV2
hjelper deg!
WMF 1800S»



NYHET 2013!
WMF 8000



Vi i Primulator mener at
den beste kaffen lages
av nykværnet fersk kaffe,
ikke av sirup, pulver eller
kapsler. – KVALITET –

PRIMULATOR

- leverandør av gode opplevelser!

Johan Scharffenbergsvei 95, 0694 Oslo t: 23 03 17 60 m: salg@primulator.no www.primulator.no

FINN DIN FAVORITT



• Midt på pakningen ser du om kaffen er filtermalt, kokmalt, presskannemalt eller består av hele bønner.

• Kort, beskrivende oppsummering av hvilken type kaffe det er.

• Tallet forteller hvor kraftig kaffen er brent på en skala fra 1 til 5, der 5 er svært mørkbrent kaffe eller espresso.

• Diagrammene viser tre viktige egenskaper ved kaffe. Fylde beskriver kaffens innhold av tørrstoff; brenningsgrad hvor mørke kaffebønnene er etter røsting. Syrlighet bestemmes av kvaliteten på de ubrente kaffebønnene; syrlighet følges ofte av en fruktig aroma.



kjeldsberg
ORDENTLIG KAFFE

Kjeldsberg satser på kvalitet og har nok en gang oppgradert kaffeutvalget. Ny design med diagrammer som viser egenskapene til hver enkelt kaffetype gjør det enda enklere å finne sin favoritt. Utforsk den nye serien!



La Dolce...

Maestria

VÆR EN BARISTA I DITT EGET HJEM!



CEPTION MRK WORLDWIDE

Maskinserien *Nespresso Maestria* er en kombinasjon av avansert teknologi og retro-moderne sjarm. Maskinen er av aluminium og har mange lekre detaljer og funksjoner av høyeste kvalitet. Den er meget brukervennlig og du kan enkelt tilberede en perfekt kopp kaffe og utallige melkebaserte kaffedrikker.

Maestria er mer enn en kaffemaskin. Det er en livsstil...

www.nespresso.com

NESPRESSO®