

Kaffe

UTGITT AV NORSK KAFFEINFORMASJON ■ JUNI 2015 NUMMER 12

WWW.KAFFE.NO



4 **ANBUD DER SMAKEN AVGJØR**
Velg riktig kontorkaffeløsning

28 **BEDRE HOTELLOPPLEVELSER**
Kaffe som konkurransefortrinn

38 **SØTE KAFFEFRISTELSER**
Lær konditormestrenes triks!

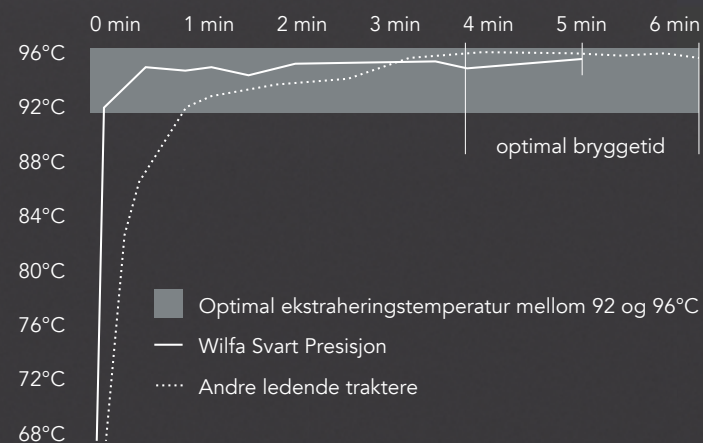


VERDENS BESTE KAFFETRAKTER

Mørk som tjære eller lys som te. Krutt eller fløyel. Med eller uten sukker, melk, fløte eller sirup for den saks skyld. Smak kan ikke diskuteres, så det gjør vi heller ikke. Vi konstaterer bare vitenskapelige fakta rundt det å trakte kaffe riktig. En bryggeprosess bør ikke ta for lang tid, 4-6 minutter er optimalt. 70 % av kaffens smak og aroma blir til under den første tredjedelen av traktingen, så riktig temperatur er avgjørende fra første dråpe for å få frem de gode smaksstoffene. Mellom 92 og 96 grader for å være nøyaktig. Når det gjelder råvarer, velger du jo kaffen selv, men rent vann er noe trakteren kan påvirke. SVART Presisjon har en avtagbar vannbeholder. Ved å fylle vann direkte i denne og ikke via en skitten kolbe, unngår man gamle kafferester i systemet. Enkelt men viktig.

Som det går frem av diagrammet, bruker de fleste andre ledende traktere lengre tid på å komme opp i riktig temperatur. Det resulterer i at mindre foretrukne smaksstoffer kommer frem i kaffen.

God trakterkaffe lages med Presisjon. SVART Presisjon.



SIGNERT

Magasinet KAFFE har i de siste utgaver besøkt både restauranter og arbeidsplasser for å se hvordan kaffen håndteres. Noen er riktig flinke og de trekker vi fram i lyset. Andre gjemmer seg bak vissheten om at kaffen sjelden blir sendt tilbake igjen og at forventningene ikke er så høye.

Nå er vi på jakt etter hoteller som gjør noe ut av kaffen og som garanterer gjestene god kaffe. Vi har besøkt Scandic Nidelven i Trondheim, som ni år på rad har vunnet den årlige frokostkåringen på norske hotell. De tar kaffeservering til et nytt nivå og gjør kaffen til et konkurransefortrinn. Kanskje flere burde prøve?

Flere blir unnvikende når vi spør hvordan de håndterer kaffen? Skal vi begynne å bekymre oss om dette også, nå da? Som om vi ikke har nok annet å tenke på.

Andre er mer direkte. Kriminalomsorgen pålegger de ansatte å drikke den billigste kaffen, og de ansatte reagerer med frustrasjon. Kaffe er kaffe, sier

direktøren ifølge fagbladet FriFagbevegelse, og er stolt over den nye rammeavtalen som gir stordriftsfordeler.

Restauranter som leter etter et konkurransefortrinn kan ta tak i kaffen. Det samme gjelder for hoteller. Og ikke minst arbeidsplasser. Både gjester, kunder og ansatte setter pris på god kaffe.

Kaffe er en spennende drikk med stor kompleksitet når det gjelder smak og aroma. Det gir stort spillerom for alle som ønsker å eksperimentere og uttrykke sin personlige stil eller identitet. Om du gjør noe eksepsjonelt øker sjansen for at du blir lagt merke til.

Om du tilbyr gjester og ansatte god kaffe, da har du skaffet deg et fortrinn. Om du i tillegg tør å si det høyt og gjør det til en forpliktelse, da har du tatt et strategisk valg som vil stå seg godt i konkurransen.

Lykke til!

Bjørn Grydeland



Kaffe 12 • 2015

REDAKTØR OG REDAKSJON: Robin Stenersen og Bjørn Grydeland, Marit Toverud, Marit Lynes, Nina Malmberg. FORSIDEFOTO: ØVIND GANESH EKNES

UTGIVER: Norsk Kaffeinformasjon
☞ kaffe.no

REDAKSJON OG DESIGN: Oktan Oslo as
☞ oktanoslo.no

PRODUKSJON: Lundebý
☞ www.lundebý.no

INNHold



S.10 KAFFEBAR-KONSEPT

Drømmer er bra men kunnskap er avgjørende.



S.16 NORGES FØRSTE KAFFEUTDANNING

Drikkefagskolen Beverage Academy har inkludert kaffefaget i utdanningen.



S.42 HIGH-END MASKINUTVIKLING

Hemmeligheten bak innovative kaffemaskiner finnes i Värmland.

Jobbkaffe

Tekst og foto: **Robin Stenørsen**

Dronefoto: **Globus media/Statsbygg**



For maskinfører Arne Sollie og gutta på anleggsbrakkka på tomte til det nye Nasjonalmuseet er det sort traktekaffe som gjelder.



INGEN ARBEIDSDAG UTEN SORT MORGENKAFFE

For maskinfører Arne Sollie og anleggsarbeiderne på den gamle vestbanetomta i Oslo holdes tradisjonene i hevd.

Gravingen av tomte til det nye Nasjonal-museet for kunst er godt i gang, med anleggsaktiviteter fra sju om morgenen til sju på kvelden. Som rutinen er på norske byggeplasser, starter arbeids-dagen alltid med en grytidlig kopp kaffe.

– Fagarbeiderne møtes ved halv sjutiden på anleggsbrakkka for en kopp kaffe før vi går i gang. Det er fast tradisjon., forteller Arne Sollie. Inne på mannskapsriggen står en Moccamaster klar med nytraktet sort kaffe, og som utgjør fagarbeidernes kaffeløsning.

– Det finnes mange gode kaffedrikker, men på morgenen er det kun sort traktekaffe fra Evergood som gjelder, sier gutta mens koppene fylles. Også lunsj og middag avsluttes med trakte-kaffe.

I Statsbyggs funksjonærbrakkve ved siden av utgjør en Chaqwa bedriftsløs-ning kontorkaffen. Den består av en helautomatisk espressomaskin med et utvalg kaffedrikker, samt en automatisk trakter med kapasitet for møter.

– Dette er en kontorkaffeløsning som ligger i Statsbygg-systemet og tilpasset vårt behov, forteller Jarle Gehrken i Statsbyggs byggherreavdeling.

Ute på anlegget nyter maskinfører Sollie gjerne også en kaffekopp i gravemaskinen under dagen.

– Jeg var 17 år da jeg begynte i jobb og likte egentlig ikke kaffe. Men på anlegg som dette er tradisjonen så tilstede at kaffe er noe av det første en lærer å like, smiler han.



«Anbud på kaffeløsninger kan kreve mer tid og arbeid enn ordinære anbudskonkurranser.»

Hilde Hordvik, Landbruksdirektoratet

ANBUDSRÅD KONTORKAFFE:

1. Etabler et smakspanel av kaffeinteressert ansatte
2. Utarbeid en detaljert løsningsbeskrivelse, blant annet med kriterier for pris, smak, produkt/maskin osv.
3. Lær dere grunnleggende kunnskap om kaffe og typer, tilberedningsmetoder, renhold og krav til drift og service.
4. Oppsøk tilbydere og smak på kaffen.
5. En anbudsprosess tar tid, start gjerne et halvt år før avtalen skal på plass.
6. Sørg for at noen på jobben har det daglige ansvar for maskindrift og renhold.

Hilde Hordvik, seksjonssjef Landbruksdirektoratet

ANBUD DER SMAKEN AVGJØR

Godt forarbeid, dedikerte medarbeidere og tilstrekkelige tidsressurser er ofte avgjørende for å definere og velge riktig anbudsløsning for kontorkaffen.

– Både kaffe i seg selv og ulike tekniske kaffeløsninger kan fort oppleves som et komplisert og uoversiktlig område. Da gjelder det å være ekstra omhyggelig når en utarbeider og innhenter anbude- ne, understreker seksjonssjef Hilde Hordvik i Landbruksdirektoratets Service- og dokumentasjonssenter.

Seksjonen er ansvarlig for drift av etatens bygninger og fasiliteter. Ikke minst den viktige kontorkaffen, som bidrar både til trivsel og produktivitet blant etatens rundt 200 ansatte. I avdelingens fire etasjer i Oslo står nå nyinstallerte kaffemaskiner – etter en arbeidskrevende, men fruktbar og lærerik anbudsrunde i vinter.

– Kaffe betyr mye for folk og ansatte. Den skaper et betydelig engasjement og har en sosial samlingsfunksjon i arbeidshverdagen. Å tilegne seg grunnleggende kaffekunnskap er derfor viktig før en går til innkjøp av ny kaffeløsning, sier Hordvik.

GODE KRAVSPESIFIKASJONER

Så da den gamle kaffeavtalen skulle utløpe, var det i høst tid for lovpålagt anbudsrunde for en ny rammeavtale med leie av fire frittstående kaffemaski- ner og kjøp av råvarer tilpasset maskine- ne, inkludert serviceavtale i tre år. – Å utarbeide nøyaktige kravspesifikasjo- ner står sentralt i arbeidet vårt med innhenting av anbud. Men en ny kaffeløs-

ning – der også smakselementet står sentralt – kan fort være mer utfordrende enn innkjøp av kopimaskiner eller annen kontorrekvisita.

Vurdringskriterier for blant annet pris, smak og maskin/produkt – og vekting av disse kriteriene – er derfor spesielt viktig å utarbeide når en starter anbuds- arbeidet.

– Ellers risikerer en å innhente tilbud basert på ulike premisser. Det blir som å sammenlikne epler med pærer – og det funker som kjent ikke så bra, smiler Hordvik.

INVOLVÉR ANSATTE

Å ta med de ansatte er også avgjørende for å identifisere en kaffeløsning jobbkol- legiet skal bli fornøyd med.

– Vi rekrutterte et smakspanel av fem ansatte med ulik alder og kjønn, og som er opptatt av kaffe. Disse var med på en smaksrunde hos de enkelte leveran- dører.

Vi så det som viktig å besøke alle leverandørene som var kvalifisert til å delta i anbudskonkurransen. Selv om en kan lese mye nyttig om maskinenes funksjonalitet fra leverandørenes produktbeskrivelser, bør en ta seg tid til å oppleve kaffemaskinene i bruk og ikke minst smake på sluttproduktet – selve kaffen.

– Vi reiste rundt (i minibuss) til sju utvalgte leverandører. Det var nyttig, og ga panelet nødvendige forutsetninger

for selv og uavhengig kunne poenggi både kaffesmak, maskinens støynivå og funksjonalitet.

Paneldeltakernes umiddelbare poeng- givning ble nedfelt i vurderingsskjema, som ble systematisert i regneark. Smakspoengene ble så lagt sammen med poengene for de andre kriteriene. Den kaffemaskin-leverandøren med sammenlagt høyest poengsum gikk seirende ut av anbudskonkurransen.

SUKSESSKRITERIER

De nye kaffemaskinene leverer alt fra svart kaffe, til espresso, melkebaserte kaffedrikker samt kakao. Valg av hele bønner fra to separate kamre for ulik brennegrad, hører med til den tidsriktige løsningen.

– Hos oss går det mest i «vanlig», svart kaffe. Da var det naturlig å vektlegge denne mer til fordel for andre kaffedrik-

ker ved poenggivningen. At maskinene var brukervennlige, hadde lavt støynivå og egen kannefunksjon for kaffe til våre møter, var også sentrale kriterier for oss.

Og så må noen ha det daglige vedlikehol- det av kaffemaskinene og innkjøp av råvarer. Dette gjøres av etatens kantine- leverandør.

– Selv om det er mulig å vurdere løsningsbeskrivelser ut fra tilbudene og vi leste mye om kaffe på forhånd, så lærte vi enda mer både om maskinene og kaffene ved å reise ut å smake. Det er et avgjørende suksesskriterium at løsningen tilbyr god kvalitet på kaffen.

– Vi skal følge opp med brukerundersø- kelse blant de ansatte om hva de synes. Så langt er responsen gjennomgående positiv...!

FOKUSER PÅ SLUTTBRUKEREN

Anbud på kaffeløsninger bør i større grad fokusere på selve kaffeproduktet og den kvaliteten en ønsker tilby de ansatte, ifølge leverandøren KaffeKnappen.

Å innhente anbud på kontorkaffe er noe ganske annerledes enn innkjøp av stoler, bord og annet som behøves på arbeidsplassen.

– Kaffe er ferskvare og må i en anbudsrunde håndteres på en helt annen måte enn ved andre innkjøp, sier administrerende direktør Karl Haukelidsæter i KaffeKnappen Norge, som leverer kontorkaffe til en rekke foretak.

Anbud på kontorkaffe kan være en ny opplevelse for en del mennesker som skal utarbeide disse.

– Som leverandør ser vi at anbudsfore-spørslene gjerne vektlegger spørsmål som

ikke er så relevante for selve produktet en skal kjøpe. Ofte vektlegges pris mer til fordel for kvalitet og produkt. Hvordan vektlegge kvalitet kan også være en utfordring, ifølge Haukelidsæter, som har 20 års bransjeerfaring.

Når pris fortsatt er viktigst for mange foretak, gir det lite handlingsrom, ifølge leverandøren.

– Da er det bare å legge seg lavest, og produktet risikerer å komme i andre rekke. Med større fokus på produkt er en bedre sikret å få den kaffekvaliteten en ønsker. Dette er en læringskurve som vi ser at stadig flere begynner å forstå, sier han.

Kontorkaffe er også gjerne en relativt stor investering, både i kostnad og i de ansattes trivsel og arbeidshverdag. Nøkkelen til et ønsket kaffeprodukt ligger også i å forstå at kaffe er en ferskvare og et jordbruksprodukt

– Dette er gjerne avtaler som inngås for tre-fire år, men den kaffen en får på prøvesmakingen forblir jo ikke uendret i fire år. Da bør en sikte seg inn mot stabile og levende leverandører som leverer høy kaffekvalitet hele veien.

KaffeKnappen vant Landsbruksdirektoratets anbudsrunde om kaffeløsning.

NY INNKJØPSVEILEDNING FRA NKI

En ny innkjøpsveiledning fra Norsk Kaffeinformasjon skal forenkle arbeidet med å hente inn anbud og valg av kontorkaffeløsning.

Veiledningen inneholder beskrivelse av de ulike løsningene som tilbys i markedet og god hjelp til den som skal utarbeide konkurransegrunnlag når kaffeløsningen skal ut på anbud.

Innkjøpsveiledningen kan bestilles hos Norsk Kaffeinformasjon eller lastes ned på kaffe.no.



Ta ansvar for kaffen!

Det går med ca 5000 kaffebønner for å få en kilo kaffe. Ofte er de håndplukket. Så skal de vaskes, tørkes, renses, pakkes og sendes til Norge. Her skal de brennes, eventuelt kvernes, pakkes og distribueres.

Så skal kaffen traktes...

En kaffemaskin fra House of Coffee garanterer at kaffen blir så bra som den kan være.

Det fortjener kaffen. Og det fortjener gjesten.

Vi har lang erfaring innen hotell og restaurant, og kan hjelpe med rett utstyr til alle serveringssteder.



– houseofcoffee.no | E: post@houseofcoffee.no | T: 815 KAFFE (52333)

Kaffebar-konsept

Tekst: Robin Stenersen Foto: Werner Anderson

MYE Å TENKE PÅ

Norsk Kaffeinformasjon får av og til henvendelser fra folk som har lyst til å åpne kaffebar. Drømmer er bra men kunnskap hjelper, og det å lytte til erfarne folk fra bransjen kan være lurt.

Hardt arbeide og lange dager må påregnes, men har du laget deg en god forretningsplan, nok kapital til etableringen og tilstrekkelig buffer til å håndtere uforutsette utgifter er det bare å brette opp ermene. Her er noen kafferåd på veien.

Er det kaffe du satser på, og ikke alt mulig annet, bør du først og fremst skaffe deg en flink kaffeleverandør. Finn en du har lyst til å jobbe med og en som har lyst til å jobbe med deg. Da har du din beste allierte som kan gi deg mange råd underveis. Om du ikke allerede har kaffe-kunnskap, bør du delta i cupping, gå på kurs og lære alt om både tilberedning og krav til utstyr.

Lær deg mest mulig om kaffe. Kaffeplan-ten, kaffesorter, foredlingsprosesser, land og regioner. Øv deg på tilbered-ningsmetoder. Les alt du kommer over, heng rundt, spør og grav. Du skal tilberede og selge kaffe med troverdig-het, da må du bli en ekspert. Og du skal lære opp ansatte og vikarer slik at de kan holde et nivå som kundene er fornøyd med.

Hvor skal du legge deg prismessig? Gjør deg kjent med prisnivået til andre kaffebarer. Kjøper du dyr kaffe og tilbereder den riktig kan du i prinsippet ta deg bedre betalt enn en som kjøper billigere kaffe og slurver. Men kunden bestemmer. Serverer du noe ekspesjonelt, vil kundene komme igjen.

Hva kan du fortelle om smak, jordsmonn, klima og prosessering?

Ikke undervurder alt det praktiske rundt økonomi og leieavtaler og hør hva utstyrleverandørene har å si. De har gjort det før. Men først og fremst; tenk nøye gjennom hva du skal være for hvem. Da faller mye på plass av seg selv.

Norsk Kaffeinformasjon



LEGG ROMANTIKKEN TIL SIDE

Å skape og drive kaffebar kan være forlokkende, men er først og fremst et godt stykke arbeide.

Drømmen om å skape noe unikt, å drive sitt eget sted og lage den perfekte koppen med kaffe til alles glede! En romantisk tanke som både kaffe Gründere, entreprenørspirer og andre trolig kjenner igjen – og som derfor ofte behøves å foredles noe for å kunne bære frukter.

– Flere starter gjerne med noen løse ideer om hvor kult stedet skal være, hva de skal servere og hvilket miljø de ønsker. Det er vel og bra, men ikke nok, ifølge rådgiver/prosjektseiger Christian Rieder i Foodtech Gruppen, som leverer serveringsløsninger til store og små virksomheter.

Men hva skal egentlig til for å realisere en kaffebar? Der de fleste tenker innpakning først og løsning deretter, bør en heller starte med løsninger og logistikk – både foran og bak bardisken. Ikke tenk hvor kult kan det bli – tenk heller hvor godt kan det virke.

MANGE KOMPONENTER

– Å skape tilgjengelighet i utformingen av lokalet er avgjørende. Både for at personale skal kunne jobbe effektivt og for at kundene skal oppleve en naturlig handlevei – som igjen skaper mersalg, understreker Rieder.

Det er mye å ta hensyn til når en bygger og utformer slike lokaler. Tilgang til eksempelvis vann, strøm samt avfall-håndtering er det også svært viktig å ha en god plan for.

– Med ofte mindre lokaler til rådighet og med en rekke komponenter som skal på plass, er utfordringen desto mer krevende. Å plassere kaffekvernen på galt sted i lokalet kan svekke både drift og trivsel.

GOD KUNDETILGANG

Rieder er også tidligere kaffebar-gründer. Den som går svanger med tanken om å starte selv, bør aller tidligst tenke på lokasjon, mener han.

– En suksessfaktor er å finne et lokale med god kundetilgang. Det bør ligge i et strøk med beboere i umiddelbar nærhet eller med mye passerende mennesker. Et sted og punkt det er naturlig for mennesker å stoppe opp, for eksempel ved buss eller T-bane. Det er en nødt til for å kunne drive bra.

Riktig og godkjent utstyr, opplæring, drift og regelverk er også sentrale momenter som en må ha forsvarlige planverk for.

– Det er en rekke regelverk en må kjenne til og forholde seg til. Når Mattilsynet kommer på befaring, er det ofte ikke så mye hjelp å få dersom en får en påpakning med frist for utbedring spesielt med tanke på oppvask og kjøling.

Å kontakte fagfolk kan med fordel være smart. Man må søke etter krysspunktet mellom optimal logistikk og optimal presentasjon. En løsning med god ergonomi og logistikk skaper trivsel, og trivsel ser man på omsetning og mindre fravær. Korrekt logistikk kan også bety forskjell på et ok resultat og et bra resultat – en halvstilling mindre kan representere hele overskuddet.

KAFFEBAR SJEKKLISTE

- Logistikk/løsning
- Lokasjon
- Miljø
- Konsept
- Økonomi
- IK Mat/Mattilsynet/HMS
- Utstyr
- Opplæring

AUTENTISK OG NATURLIG

Norø, nordisk kaffe og blingsebar
Hasle, Oslo

«Vi ønsker at folk skal oppleve kaffebaren vår som en forlengelse av kaffebrenneriet. At det synes at vi er opptatt av å gjøre noe annerledes og at den tiden vi bruker på å finne noe av verdens beste kaffebønner, og den gleden vi har av å drive med dette, er synlig for de fleste som besøker oss. Så er vi opptatt av at baksten også blir ivaretatt, med det i bakhodet brenner vi kaffe som både er noe mørkere og fyldigere, som passer fint til søtbakst og til hverdags, ved siden av de særere og fruktigere variantene for oss kaffenerder.»

«I inngangen fronter vi jo både espresso-maskinen og kvernen vi har valgt. Deretter gjør vi jo med interiøret som med maten, vi finner det så lokalt vi klarer. Spiler fra gamle eikefat funnet på området fra aquevitproduksjonen har blitt brukt til å lage deler av frontene på diskene, stålplater fra et gammelt tårn ute i Vestby er brukt mye rundt her, treverket i benkene er resirkulert fra en låve oppi dalen osv. Det ekte og autentiske og naturlige er viktig for oss.»

**Joakim Strand, daglig leder,
eierselskapet Østkantgutta**





GOD KAFFE PÅ EN HYGGELIG MÅTE

Stockfleths Munchmuseum
Tøyen, Oslo

«Vi er en kvalitetsdrevet kaffebarkjede der en kan nyte en god kopp kaffe på en hyggelig måte. Avdeling Munchmuseum er oftest vår travleste og til andre tider vår roligste avdeling, avhengig av hva som skjer i museet. Avdelingen er derfor utformet for å kunne håndtere store volum både av kaffe og mat, og med mange ansatte på jobb samtidig.»

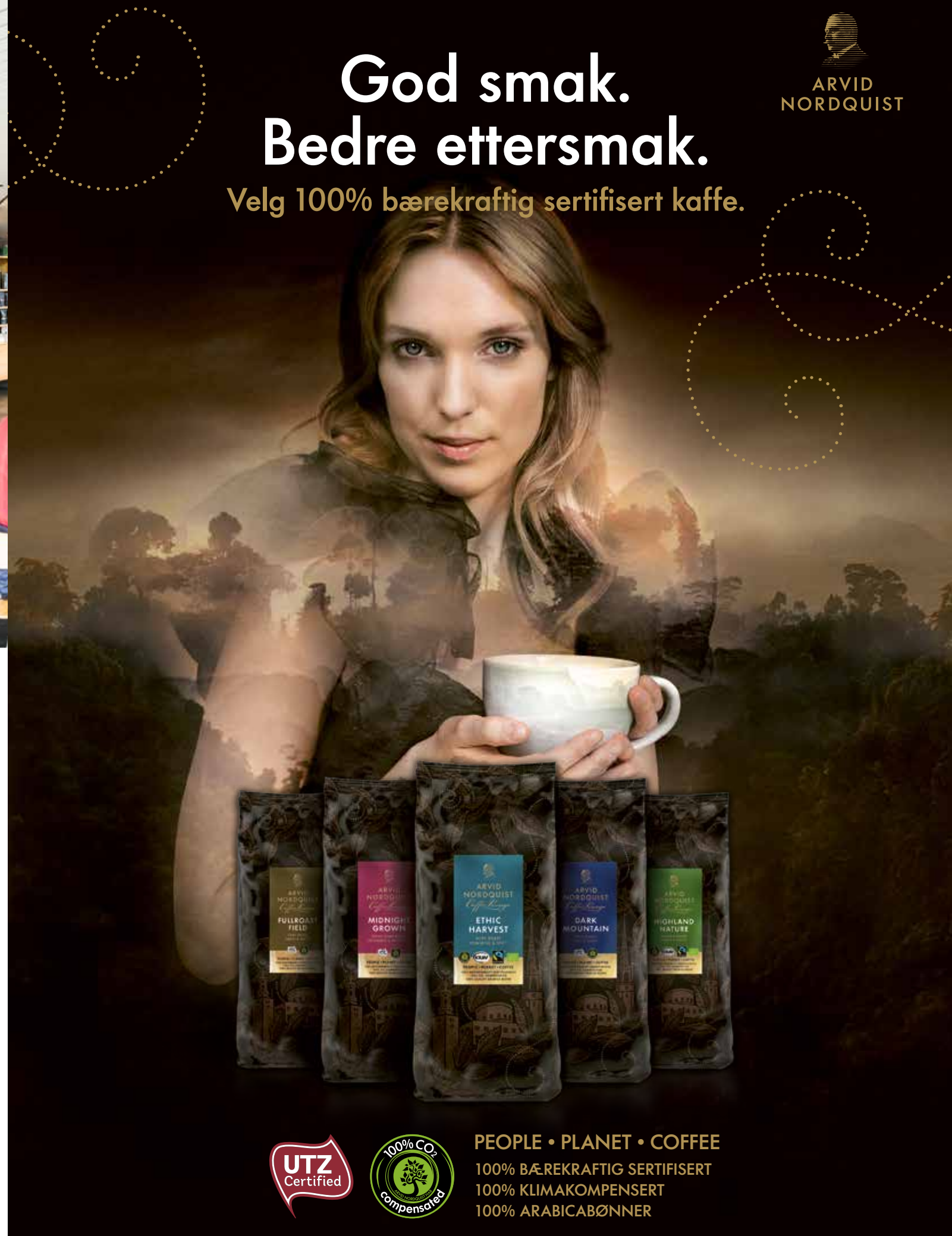
«Materialer og uttrykk ved våre kaffebarer er forankret i et fast konsept som skal reflektere hvem vi er. Men kaffebarene er også tilpasset sted og kontekst. Mens noen har barstoler, tar gjesten ved Munchmuseum seg gjerne lunsj som nytes ved bordene. Våre kaffebarer har ofte mange faste kunder som kjenner oss og vi kjenner dem.

Også Munchmuseum har faste kunder fra Tøyen og Carl Berner, men i tillegg kommer også en rekke nye kunder innom, som møter oss helt uten forventninger. Derfor gjelder det å være ekstra tydelige på hvem vi er.»

**Håkon Kinn, kvalitetsansvarlig
Stockfleths Kaff og Te**

God smak. Bedre ettersmak.

Velg 100% bærekraftig sertifisert kaffe.



PEOPLE • PLANET • COFFEE
100% BÆREKRAFTIG CERTIFISERT
100% KLIMAKOMPENSERT
100% ARABICABØNNER



NORGES FØRSTE KAFFEUTDANNING

Drikkefagskolen Beverage Academy har inkludert fagområdet kaffe i undervisningen og tilbyr nå landets første komplette drikkevarefaglige utdanning.

Beverage Academy (tidligere Norsk Vinfagskole) er Norges eneste offentlig godkjente fagskole for drikkevarer, og tilbyr fagutdanning innen fagområdene vin, øl og brennevin. Fra i år omfatter tilbudet også kaffefaget.

– Vi tar kaffe like alvorlig som de andre spesialdrikkene, og det er både gledelig og helt på sin plass, sier daglig leder Kai Wahl ved Beverage Academy.

Utdanningsprogrammet er todelt og gir etterspurt kompetanse både innen tilvirkning og tilberedning av kaffe. Spesialkompetansen gir yrkestittelen Coffee Sommelier eller kaffekelner.

FORSTÅELSE OG FERDIGHETER

Kaffeutdanningen inngår også i fagskolens komplette drikkevarefaglige utdanning – Beverage Diploma, og som omfatter alle de fire fagområde vin, øl, brennevin og kaffe. En Diploma gir dermed alle fire yrkestitlene Sommelier (vinkelner), Beer Sommelier (økelner), Coffee Sommelier (kaffekelner) og Bartender.

– Med vår Beverage Diploma-utdanning kan ingen sette spørsmålstegn ved din faglighet innen drikkevarer, og legger til rette for å bli en ettertraktet arbeidskraft for en rekke jobber innenfor serverings- og drikkevarebransjen, sier Wahl.

Undervisningsformen er nettbaserte forelesninger med interaktive øvingsoppgaver, og samlinger ved Beverage Academy. Faglærere med spesialkompetanse og lengre erfaring innen hver drikkegren er faglig ansvarlige for undervisningen.

Selv om Diploma-studiet i første rekke er rettet mot en profesjonell fagkompetanse, vil også andre kunne ha både nytte og glede av fagstudiene.

– Kursene er også rettet mot ihuga hobbyfolk og de med glødende interesse for kaffe, vin eller øl. Om en elsker kaffe eller utelukkende ønsker jobbe med



COFFEE SOMMELIER

Utdanningen som er utarbeidet i samarbeid med Norsk Kaffeinformasjon, gir grundig kaffefaglig kompetanse.

Utdanningen gir undervisning via web-TV, interaktive oppgaver og samlinger hvor man får studert kaffebrenning på nært hold, cuppet, diskutert og ikke minst lært de ulike metoder for kaffebrygging.

BEVERAGE DIPLOMA

En Diploma betyr at du tar alle de 4 drikkevarefaglige utdanningene ved Beverage Academy under ett.

DU BLIR:

Sommelier
Ølkelner / Beer Sommelier
Coffee Sommelier (inkl Barista)
Bartender

Omfanget er cirka 1 årsenhet, og utdanningen kan gjennomføres på ett eller to år.

ERFARNE FAGLÆRERE MED KOMPETANSE

Kaffe: Marit Lynes, Bjørn Grydeland, og Ole Sønnebø (NKI)
Vin: Cathinca Dege og Magnus Egerdahl Nørsett
Øl: Amund Polden Arnesen
Brennevin: Halvor Heuch og Steinar Jensen

Les mer på beverageacademy.no

dette, er vårt kaffekelner-studium midt i blinken. Her kan en velge selv ut fra hva en ønsker, forklarer fagskolens leder.

- TERROIR-PREG

Det norske kaffekonsumet er i verdens-toppa, kaffeinteressen og fokuset er økende, samtidig er selve bransjen i framgang blant annet representert med tilveksten av kaffebarer.

Behovet for spesialkompetanse innen kaffeproduktet er derfor akkurat like stor som for eksempel øl og vin, understreker Wahl.

– Kaffe har terroir-preg (karaktertrekk fra opprinnelsesstedet, red.anm.) som vin. Det er et stort mangfold av produsenter, kaffesorter, og en stor variasjon i tilberedelsesmetoder. Kaffe er også unik ved at den til forskjell fra andre drikkevarer tilberedes på stedet der den serveres.

Den kaffefaglige utdanningsdelen er utarbeidet i samarbeid med Norsk Kaffeinformasjon (NKI), som har det faglige ansvaret.



**MED DEDIKASJON TIL BRYGGEUTSTYR, KAFFEKUNNSKAP OG
SMARTE VEDLIKEHOLDSLØSNINGER, STILLER VI OSS VED DIN SIDE.**

VI ER HER FOR Å OPPFYLLE DINE BØNNER

46 96 96 96

ETT NUMMER – TRE KAFFETJENESTER



barista
SCHOOL

@baristaschoolno
www.baristaschool.no
post@baristaschool.no



barista
SERVICE

@barista_service
www.baristaservice.no
post@baristaservice.no



espresso
SPESIALISTEN

@espressospesialisten
www.espressospesialisten.no
post@espressospesialisten.no



TRØNDER OG NM-TOER

Lise Marie Rømo
Barista ved Java/Mocca kaffebar i Oslo

Lise er en blid trønder en til daglig finner bak baren på Java eller Mocca i Oslo. Hun har jobbet som barista de siste seks årene og har også konkurrert i det norske baristamesterskapet de siste fem. I 2015 kom hun på førsteplass i Oslo-mesterskapet og tok andreplassen i klassisk baristakunst under NM i kaffekunst i februar.



KB Cafeshop

PARISISKE KAFFE- OPPLEVELSER

Paris er en by kjent for sine flotte restauranter, fine vinbarer og koselige fortauskafeer. De store kaffeopplevelsene har det vært langt mellom, men de siste årene har det dukket opp flere kaffebarer med fokus på gode råvarer og godt håndverk.

KB CAFESHOP
«Ikke noe jål, bare deilig kaffe»
53 Avenue Trudaine
[facebook.com/CafeShopSouthPigalle](https://www.facebook.com/CafeShopSouthPigalle)

Ingen parisertur er komplett før du har spist makroner på Montmartre. Men når du kommer ned fra høyden og krysser Pigalle kommer du til et hyggelig torg

og der ligger KB Cafe. Dette er en typisk nabolagskafe hvor klientellet varierer fra småbarnsmødre til hipstere med laptop og venninner som deler bakst. Vi bestilte espresso og brygg og satte oss utenfor. Her brygget de kaffe fra TheBarn, Berlin. Dette var et av de beste bryggene jeg fikk på hele turen. Ikke noe jål, bare deilig kaffe i hyggelige omgivelser.



BELLEVILLE BRÛLERIE

«Lørdagsåpent, spennende brenneri»

10 Rue Pradier
cafesbelleville.com

Belleville Brûlerie er som navnet tilsier et kaffebrenneri fra Belleville, nord i Paris.



Det ble etablert i 2013 og holder til i et bittelite, men utrolig fint lokale. Her har de brenner, showroom og lager på knappe 30 kvadrat. Hver lørdag holder de åpent for publikum, med smakinger, kaffesalg og noe servering. Har man tid en lørdag, anbefaler jeg å ta turen



innom. Det er dyktige fagfolk som gjerne vil diskutere det de brenner for, gjerne over et chemex-brygg. Om du vil være med å cuppe, er det lurt å melde seg på på forhånd, da det fort blir fullt. Dette er et brenneri jeg er veldig spent på å følge i årene fremover.

TÉLESCOPE

«Har definitivt it-status»

5 Rue Villedo
telescopecafe.com

Dette er nok den kaffebaren i byen med best renommé og har definitivt it-status - Og det er fullt forståelig. Et lite lokale med rundt 15 sitteplasser. Innredet i hvitt, lyseblått og med masse pyntegler rundt omkring. Telescope ligger

i en travel del av byen, her står det folk i baren med en espresso og slår av en prat før de fortsetter dagen. På espressokvernen er det kaffe fra det britiske brenneriet HasBean. Bestiller du sort kaffe brygges den på aeropress og da varierer den mellom skandinaviske brennerier som DropCoffee, Coffee-Collective og Tim Wendelboe. Er du kaffeturist er også sannsynligheten stor for at du kommer til å møte kjentfolk.



TEN BELLES

«Man føler seg velkommen og sett»

10 Rue de la Grange aux Belles
tenbelles.com

Som mange av byens kaffebarer er Ten Belles et lite «hull i veggen»-sted. Med to



små etasjer fulle av folk som koser seg med en kaffe og noe av de deilige smårettene de lager på stedet. Ten Belles er et av stedene de serverer kaffe fra et parisisk brenneri, nemlig Belleville Brûlerie. De gjør espressobaserte drikker, filterkaffe og håndbrygg.



Betjeningen her elsker det de gjør! Det kommer tydelig frem i espressoene vi fikk og den utrolig hyggelige servicen. En flott bar man føler seg velkommen og sett.

KJENN DIN KAFFE



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

AKTUELLE KAFFEPRODUKTER

TERMOKANNER

Praktiske termokanner fra Maxitermo på 6 eller 9 liter som holder på temperaturen i opptil 10 timer. Ideell til servering av større mengder varme eller kalde drikker.

- Transportvennlige med et stort håndtak
- Står stødig på tre ben som felles ut/inn under kannen
- Stor åpning på toppen gjør fylling av kannen enkel
- Tappekran med skrufunksjon

6 liter: Pris: 495 på kaffe.no

9 liter: Pris: 520 på kaffe.no



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.

Pris: 349 på kaffe.no



VIKTIG MED RENT UTSTYR! BESTILL NÅ PÅ KAFFE.NO

CLEAN DROP

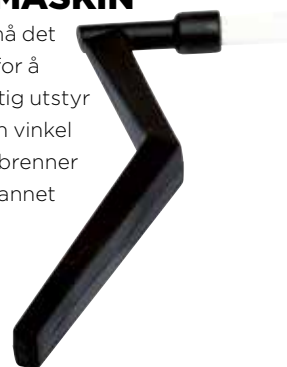
Mye god kaffe ødelegges av dårlig rengjort kaffeutstyr. Se etter Clean Drop i kaffehyllen i dagligvarebutikken, i de store elektrokjedene eller bestill det direkte i vår nettbutikk.



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.

Pris: 45 på kaffe.no



GODKJENT!

Alle modeller fra Moccamaster er godkjent i henhold til de strenge normene til European Coffee Brewing Centre. Dette er en forutsetning for god kaffe. Velg den du liker best, sølv, sort eller en av våre flotte farger.

Les mer og bli inspirert på www.moccamaster.com
Med Moccamaster vet du at de strengeste kravene er oppfylt – alltid.





JORDEN RUNDT PÅ 12 SMAKER

VELKOMMEN TIL EN VERDEN AV FANTASTISKE SMAKSOPPLEVELSER. I Coffee of the World-serien har vi hentet et utvalg av de mest ettertraktede kaffebønnene fra alle verdens hjørner. Her kan du velge blant de mest spennende smakene og aromaene fra kaffens verden. God fornøyelse!



Scan QR-koden for å laste ned Coffee of the World-appen til din mobil. Bli kjent med alle variantene og lær om opphav, smak, historie, tilberedning og terminologi.

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



Selected Coffees



Pea Berry, eller perlebønner, er de fineste bønnene fra kaffelandet Brasil og sorteres ut for sin velutviklede fylldighet. For å få fram en topp espresso velger vi å blande Pea Berry med andre høytvoksende kaffetyper som gir litt ekstra kraft.



Mount Kenya har en bra body, søtsyrlige toner av solbær og karamell, med aromaer av sjokolade og krydder. En balansert kaffe med ren og søt ettersmak.



Kaffen har den litt typiske Java-karakteren – bra body og nyanserte aromaer – samtidig som den oppleves frisk og fruktig, med en elegant ettersmak.



Kaffe med en robust, noe vill, men fortsatt søt og myk sherry-liknende karakter med aromaer av svart te og kanel. Drikkes gjerne som ren espresso eller i melkebaserte kaffedrikker som cappuccino og caffè latte.



Kaffen har en typisk "Island Coffee"-karakter. Man kan ane en smak av karamell, med en myk og behagelig syrlighet og ristede mandler i ettersmaken.



En fylldig og rund kaffe, med forsiktig syrlighet og en spennende, myk og røkaktig avslutning.



Kaffe med ren smak og god body. Den er ikke like syrlig som andre kaffetyper fra Mellom-Amerika. En elegant kaffe med en rustikk fruktighet og god balanse.



Kaffe fra Rwanda har ofte karakter av solmoden grapefrukt, brente mandler og krydder. Denne kaffen har god body, lett og ren syrlighet, med en lang og delikat ettersmak.



Denne kaffen fra den Etiopiske regionen Kaffa har en honningaktig sødme, med smak av aprikos og fersken, samt et lett sitruspreg.



Kaffen fra Papua New Guineas Hidden Valley er fruktig, med en behagelig sødme, renhet og en fylldig body.



Baba Budan er en myk og balansert kaffe, med forsiktig syrlighet og smaksnyanser av nøtter og mørk sjokolade.



Monsooned Malabar oppleves som en kraftig kaffe og har en krydret smak med tretoner, en kort ettersmak, og nesten ingen syrlighet.

FOR DE BESTE GJESTEOPPLEVELSENE

Ved Scandic Nidelven i Trondheim skal et raffinert kaffetilbud bidra til at gjesteopplevelsene når nye høyder.

«Scandic Nidelven bruker kaffen som en sentral detalj i sin totale pakke til gjestene»

**Tony Jacobsen,
Jacobsen & Svart Kaffebrenneri**



Scandic Nidelvens kaffemeny står lett tilgjengelig på alle gjestebord.

Håndbrygg fra Aeropress og V60 samt forfriskende iskaffe, er foreløpig siste på kaffebarmenyen.



Baristaene Kenneth Robertsen og Jeanette Nilsen i hotellets kaffebar.



– Alt vi gjør er med gjesten i fokus, forteller Axel Holan som er Food & Beverage Manager. Med vår fokus på matkultur og god service vil vi tilby gjestene det de har lyst på. Gode juicer og et utvidet kaffetilbud hører selvsagt med.

I hele ni år på rad har hotellet – tidligere som Rica Nidelven – vunnet den årlige frokostkåringen blant norske hotell. For tre år siden bestemte de seg for å utvikle gjestetilbudene ytterligere, blant annet med spesialkaffe i kaffebaren.

– Vi begynte med én kaffebar og vi så at det «traff» så godt at vi etter hvert har åpnet to. For å øke vår kaffekompetanse har vi hatt Tim Wendelboe som kursholder et par ganger årlig, sier Holan.

Fortsatt utgjør den svarte kolbetraktede kaffen – levert fra Friele – hotellets mest velbenyttede kaffetilbud. Men fra tidlig frokosttid og utover dagen er også hotellets kaffebarer i sving. En egen kaffemeny på bordene frister gjestene med alt fra svart håndbrygg til melkebaserte espressodrikker.

POPULÆRT

I matsalen er baristaene Kenneth Robertsen og Jeanette Nilsen i full gang med å servere dagens gjester. Tilbudet er populært, gjerne med kø av gjester som ønsker sin barista-tilberedte kaffe som de kan nyte «to go» eller ved bordet.

– Gjestene blir stadig mer bevisste i forhold til hva de vil ha, og vi opplever at dette inspirerer til å prøve ulike kaffer og smaker: Ikke sjelden skjer det at en gjest gjerne kommer tilbake med hele selskapet neste dag som ønsker smake det samme. Det er inspirerende, forteller Robertsen.

- EN SENTRAL DETALJ

I kaffebaren tilbys to espresso varianter, to kaffer brent og levert fra Tim Wendelboe i Oslo og én fra lokal leverandør Jacobsen & Svart Kaffe-brenneri i Trondheim. Slik er hotellet sikret ferskbrent kaffe ukentlig.

– Det som gjøres her på Scandic er interessant og artig. De bruker kaffen som en sentral detalj i sin totale pakke

til gjestene. Istedenfor å vurdere kaffe som en utgiftspost, ser en på den merverdien den representerer, som med andre gode råvarer, forteller leverandør Tony Jacobsen.

Holan legger til: – Vi valgte å starte i «det små», men med vekt på å gjøre tingene ordentlig fra starten av. Å satse på én god råvare som en blir trygg på, kan være smart. Med interesse, god opplæring og interesserte medarbeidere, kommer også den faglige stoltheten.

- SKILLE OSS UT

Under kveldens middag serveres kaffen ved bordene etter desserten, og med Petit four som avpasset tilbehør. Hotellets kaffeopplærte servitører kan fortelle om brennetyper, opprinnelse osv.

– Samlet gjør alt dette at gjesten lettere husker den koppen de fikk servert og historien bak. Dette er også en måte å skille oss litt ut fra øvrige hoteller. Det handler om å skape gode gjesteopplevelser. Da kommer også de gode økonomiske resultatene, smiler Holan.

OPPDAGET KAFFE-PASJONEN

Ekstrahjelp Kenneth Robertsen fikk prøve seg på espressomaskinen i hotellets kaffebar. I dag er han Scandics førstebarista og med fjerdeplass i årets barista-NM.

Mye har skjedd siden han for rundt tre år siden nærmest hoppet inn som barista på hotellgjesters forespørsel.

– Jeg hadde ingen større kaffeinteresse, men kunne håndtere en espressomaskins sentrale funksjoner. Etter å ha studert en mengde YouTube-videoer om tilberedningsmetoder kunne jeg snart fokusere mer på smak, og det hele ble etter hvert virkelig moro.

Kenneth reiste utenlands en periode, blant annet til Kina, Australia, New Zealand, han var innom kaffebarer i Los Angeles i USA, og besøkte kaffeplantasje i Costa Rica der han var med på både innhøsting og foredling av kaffe.

– Dette bare økte interessen min for kaffe som produkt. Hadde aldri tenkt at dette kunne være så fascinerende. Siden har min pasjon for dette bare utviklet seg, og underveis har jeg lært mye av både Tony og Tim, forteller Kenneth.

Nå har han en nøkkelrolle i hotellets kaffesatsing, blant annet som ansvarlig for videreutvikling av hotellets kaffekonsepter, intern opplæring og kursing. Nylig tok interessen ham til nye høyder med en fjerdeplass under årets barista-NM i Oslo.

Men det stopper ikke der. Nå vil han lære mer, og en ny utenlandreise er under planlegging. Før neste års NM i kaffekunst lokker.

NÅR KAFFEN BLIR ET KONKURRANSEFORTRINN



Hotell er ikke bare hotell. Det finnes boutique-hotell, konferansehotell, charterhotell, familiehottell og budget-hotell. Det finnes hotell med seks rom og det finnes hoteller med 600 rom. Noen er gamle og nedslitte, andre er nye og moderne med alle fasiliteter. Felles for dem alle er at de tilbyr en seng å sove i samt noen nødvendige tjenester i tillegg.

Kaffe er ikke bare kaffe. Kaffe kan være vasket, soltørket, mørkbrent, lysbrent, finmalt eller hele bønner. Kaffe kan være brygget på trakter, for hånd, i en espressomaskin eller i en helautomatisk kaffemaskin. Kaffe kan være godt eller vondt eller noe midt i mellom. Det eneste som forener dem er at brygget er tilberedt fra en brent bønne fra et eller annet kaffetre.

KAFFE MÅ TILBYS

Det er umulig å tenke seg en situasjon hvor et hotell ikke tilbyr kaffe til gjestene. Det samme gjelder for kurs og konferanser. Man kan jo forsøke å starte et frokostmøte med en håndfull morgen-trøtte tilhørere som ikke har fått kaffe.

Eller ikke tilby kaffe til tre hundre seminardeltakere som strømmer ut fra et auditorium etter en times intens konsentrasjon. Det går bare ikke.

Kaffe drikkes over alt og er verdens nest største handelsvare. Selv i land vi oppfatter som te-nasjoner er kaffe-konsumet økende.

Nordmenn elsker kaffe og vi drikker mye. Vi er i verdenstoppen og vi vet en del om våre kaffevaner. Blant annet at 66 prosent av kaffebefolkningen drikker kaffe til frokost eller om morgenen. At morgenkaffen og pausekaffen er de viktigste kaffekoppene til folk flest. Og videre at et solid flertall drikker kaffen svart. Vi har også svært høy kvalitet på råvarene her til lands og norske kaffedrikkere kan få tak i all verdens kaffe om de ønsker.

Kaffe har en funksjon utover smak og nytelse. Kaffe er stimulerende og oppkvikkende. Denne dobbeltfunksjonen er trolig årsaken til at vi kan drikke kaffe på

tross av at den har stått lenge på kolben, begynner å bli kald eller rett og slett er av dårlig kvalitet. Vi bare MÅ ha det!

Således kan man slippe unna med dårlig kaffe. Folk drikker den allikevel. Og forventningene er lave på jobb eller når man er på farten. Vi trykker på en knapp, får en kopp og svelger unna.

Sånn er det kanskje også på hotellet. Dessverre. Den er der, gratis eller ei. Og man er ikke alltid så godt vant.

Muligheten for å lage kaffe på hotellrommet har vi blitt vant til. I det minste en vannkoker med et rør instantkaffe. Kanskje en kapselmaskin. Når man våkner litt groggy om morgenen eller sjekker inn etter en lang reise kan dette være positivt. Men det oppleves nok ikke lenger som noe genuint. Dessuten smaker vannet klor i mange land og utstyret ser så sjabert og skittent ut at man heller stårover.



Fritz Storm, verdensmester i baristakunst fra 2002, har bistått den internasjonale hotellkjeden La Meridien til å nå nye høyder innen kaffetilberedning.



ET KONKURRANSEFORTRINN

Man kan prøve å vri seg unna. Håpe at gjestene ikke merker det, at kaffe «bare» er kaffe, og at det ikke er det første de klager over.

Det er trolig en dårlig strategi. Folk har blitt mer krevende. Gjестene vil ha kvalitet. I følge Hotels.com kommer kaffe blant de ti godene vi ønsker oss på hotell. Gratis kaffe og te i lobbyen setter vi pris på.

Hotellet blir nok ikke vurdert ut fra om det har en enkel kaffeløsning på rommene. En smartere tilnærming vil trolig være å tilby kaffe av høy kvalitet et eller annet sted i etablissementet. Som et alternativ til alle de som forlater hotellet og finner en kaffebar for å få seg en skikkelig kopp. Eller rett og slett gå i kompaniskap med den lokale kaffebaren rett rundt hjørnet og lage en avtale for hotellets gjester.

For større hoteller kan det være i restauranten eller i kafeen. Eller hvorfor

ikke etablere en egen kaffebar, ansette en barista og sørge for kaffe av ypperste kvalitet?

Noen gjør det. KAFFE har besøkt Scandic Nidelven i Trondheim. De har høstet betydelig anerkjennelse for sin frokost. Og kaffen tilberedes og serveres av den dyktig baristaen Kenneth Robertsen som tok en fjerdeplass i årets NM i Kaffekunst. Her er kaffen en del av konseptet og definitivt et konkurransefortrinn overfor kresne hotellgjester.

Også den internasjonale hotellkjeden Le Méridien gjør det. Selskapet etablerte en gruppe av kulturelle innovatører og kunstnere som definerer og beriker gjesteopplevelsen på hotellene. Gruppen kalles LM100 og består av en rekke globale visjonære mennesker, fra malere til fotografer, musikere til designere, kokker til arkitekter. I seks år var Fritz Storm, dansk baristaverdensmester, en del av LM100. Han deltok i ulike events og hjalp hotellkjeden til å nå nye høyder innen kaffetilberedning.

Ikke bare nordmenn er avhengige av sin morgenkaffe. Amerikanerne er også et kaffedrikkende folk, og Business Insider har kåret «The Best Hotel Coffee Bars in America». Media elsker kåringer og det er ikke få terningkast som er delt ut til kaffe og kaffemaskiner i årenes løp. Kanskje vi får en tilsvarende kåring i Norge.

Norsk Kaffeinformasjon er opptatt av god kaffekultur. Dette gjelder både hjemme og i det profesjonelle markedet. Vi har satt søkelys på kontorkaffe og restaurantkaffe. Nå er tiden inne for å gå hotellene nærmere i sømmene.

Det ligger et betydelig potensiale i å tilby gjester god kaffe. Ikke bare er kaffe noe av det mest lønnsomme du kan drive med. Det er like lett å brygge god kaffe som vond kaffe. Det er kun et sett med enkle tilberedningsregler som gjelder. Og et bevisst valg på hva man selv vil servere.

Bjørn Grydeland, NKI

Stiftelsesmøte

Norsk Brennerlaug

Det finnes mer enn 30 kaffebrennerier i Norge. Kaffebrennerne representerer erfaring og tradisjoner som er viktige å ta vare på. Bransjen er imidlertid ikke så stor og kaffebrennerne er spredt over hele landet.

Norske kaffebrennere mangler et forum som kan ivareta felles interesser og stimulere til faglig utvikling.

Ideen om å etablere et brennerlaug har eksistert lenge, men nå er tiden inne. Jobber du som profesjonell kaffebrenner er du herved invitert på stiftelsesmøte i september.

Invitasjon med program vil bli sendt til alle norske kaffebrennerier, men sett i første omgang av datoen.

Møtet avholdes i lokalene til Norsk Kaffeinformasjon

Niels Juels gt. 16, 0272 Oslo

Fredag 18. september
kl 12.00

DaVinci
GOURMET

DET ER MYE Å GLEDE
SEG TIL

om høsten

Forbrukerne ser i økende grad etter utradisjonelle drikker utenfor hjemmet, og te byr på store muligheter for innovasjon.*



DaVinci Gourmets siruper kan brukes både i iste og varm te, og lar deg tilby en ny opplevelse hver gang. Du kan ganske enkelt blande dem med vann, eller tilsette sirupen i dine eksisterende blandinger.

TE ER KATEGORIEN FOR VARM DRIKKE SOM
VOKSER HURTIGST PÅ GLOBAL BASIS**

Krydret
EPLPUNSJ

INGREDIENSER 360ml
DaVinci Gourmet Spiced Chai Syrup 3 trykk
DaVinci Gourmet Fruit Innovations
Green Apple Syrup 3 trykk
Varmt vann fyll koppen

FREMANGSMÅTE
TILSETT sirupene først i koppen
HELL kokende vann over
PYNT med en
kanelstang og fruktskiver

FOR INSPIRASJON, TA EN TITT PÅ VÅRE
OPPSKRIFTSVIDEOER PÅ NETTET PÅ
WWW.DAVINCI-GOURMET.COM

TRE INN i en VERDEN
AV SMAKER
på www.davinci-gourmet.com @DaVinci_Gourmet

Distributed by: Solberg & Hansen
E: post@sh.no T: (+47) 23 03 68 20

*Allergo Project Café 15 **Zenith International Global Drinks Report, 2014



Ekteparet
Tabita og
Terje Hals

MOBIL KAFFEBAR I SANDEFJORD

I mai kunne ekteparet bak Håndverkeren kaffebrenneri rulle ut sin spesialbygde kaffe-truck «Bønna» i bygatene.

– Responsen har vært overveldende. Vi har fått tommer opp, og folk klapper når vi kjører forbi, forteller en entusiastisk Tabita Hals, daglig leder ved Håndverkeren kaffebrenneri i Sandefjord.

Håndverkeren er byens eget lille kaffe-brenneri med kaffebaren og utsalg i løsvekt. Med den nye mobile kaffebaren «Bønna» – blant annet utstyrt med gass- og strømdrevet espressomaskin om bord – kan Tabita og ektemannen Terje nå også bringe Håndverkerens kaffe ut til folk der de er.

Drømmen om en egen kaffe-truck har ekteparet hatt lenge.
– Vi har hatt lyst til å gjøre dette i mange

år. Til slutt tok vi avgjørelsen og kjøpte «Bønna» i Frankrike. Den er ombygget etter våre tegninger og av et spesialfirma i England. Et ikke helt enkelt prosjekt, ifølge Tabita.

– Dette er jo gamle biler der ikke mange går på veien lengre. Det er heller ikke så mange firmaer som restaurerer slike biler. Så det tok en del tid før alt falt på plass slik at vi kunne gjennomføre dette.

SÅ POTENSIALET

Det mobile kaffeutsalget er en ombygget Citroën High Van fra 1967. En biltype Terje fant på nettet.

– Det var som å oppdage en ny leke. Vi nærmest forelsket oss i denne biltypen

med en gang, og så hvilket potensiale det er bare vi fikk den innredet riktig og finne en bil i god stand, forteller Håndverkerens brennerimester.

Nå er ekteparet ute og kjører et par-tre ganger ukentlig, og turene legges ut på sosiale medier.

– Vi har fast base i byen, og så kjører vi innom flere bedrifter utenfor sentrum utover dagen. «Bønna» gir fantastiske muligheter for oss til å få nærhet til kundene, der de er, smiler ekteparet.



Brødrene (f.v.) Trond og Sverre Tangen Simonsen lærer seg opp til å bli gode cuppere for å kunne teste ulike innstillinger på prototypene.

Foto: Privat



BRØDRE UTVIKLER PRØVEBRENNER

De siste par årene har Trond og Sverre Tangen Simonsen fra Kristiansund utviklet prototypen for en prøvebrenner de planlegger å søke patent på.

Prototypen er rettet mot profesjonelle importører og kaffebrenneri. En rekke kaffeeksperter har ifølge brødrene gitt svært gode tilbakemeldinger på prøvebrenneren når de har fått den demonstrert.

– Vi er egentlig bare svært interessert i kaffe, produktutvikling og entreprenørskap. Vi liker å sikte høyt, og det har vi helt klart gjort med dette produktet. Målet er å supplere med andre produkter etter hvert.

Prosjektet startet som en masteroppgave der planen var å lage en kaffebrenner

for hjemmemarkedet. Etter en demonstrasjon med Tim Wendelboe og Morten Wennersgaard høsten 2013 gikk diskusjonen over på prøvebrennere hvor det hadde skjedd lite utvikling de siste 50 årene.

Litt senere på kvelden hadde Sverre tegnet en grov produktskisse. Et halv år senere sikret de etablererstøtte gjennom Innovasjon Norge og fikk produsert prototype 1.

– Det er samme prinsippet som nå ligger til grunn for prototype 3 som skal produseres i disse dager.

En patentbarhetsvurdering er også oversendt patentstyret, forteller guttene.

Sverre og Trond, henholdsvis sivilingeniør og siviløkonom, deltar begge i utvikling og testing av produktet, som foregår etter jobb og i helgene. I sitt nye selskap er Sverre produktutvikler, mens Trond tar seg av resten. Trond sier at selv om han nå er offisielt sjefen til lillebroren er det fremdeles en utfordring å ha full kontroll.

NORWEGIAN ROAST

Norwegian Roast-serien rommer mange av våre klassiske spesialkaffevarianter. I tillegg inneholder den lysere brent kaffe, som fantastiske Pitalito fra Colombia.

PITALITO, FRA HUILA I COLOMBIA

Kaffebønnene er produsert av et kooperativ i den lille fjellandsbyen Pitalito. Kaffen er lyst brent, og har en ren smak med nyanser av røde bær og blomster. Den er syrlig, og har god fylde.

Huila-regionen er kjent for sin særlig høye kaffekvalitet, og det er derfor med stolthet vi tilbyr denne ettertraktede kaffen.

HELE BØNNER 500 G
Frieles varenr: 52312
EPD-NR: 4092151
12 poser per kartong



● EMBU KENYA *

Leskende, fruktig og med smak av solbær og te. Frisk syrlighet med innslag av sitrus

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52412
EPD-NR: 4092177
12 poser per kartong

● IPANEMA BOURBON BRASIL *

Brasiliansk kaffe med lav syrlighet. Gode smaker av nøtter og sjokolade. Kaffen er fyldig, søt og med lav bitterhet

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52512
EPD-NR: 4092193
12 poser per kartong

● BLUE JAVA INDONESIA

Elegant kaffe med smaker av grønne urter. Lav syrlighet og bitterhet. Avslutningen er fyldig og krydderaktig

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52112
EPD-NR: 4092128
12 poser per kartong

● ESPRESSO 1799 *

Velbalansert, brasiliansk espresso med aroma av mørk sjokolade og kakao. Fyldig og rund smak.

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 54212
EPD-NR: 4092243
12 poser per kartong

● MALABAR MONSOONED INDIA

Særpreget indisk kaffe med lav syrlighet. Fyldige aromaer av karamelliserte nøtter og varme krydder

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52612
EPD-NR: 4092201
12 poser per kartong

● FAIRTRADE GUATEMALA **

Fyldig og frisk kaffe med kraftig smak av grønne urter. Smak med tydelige innslag av nøtter og sitronblad

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52212
EPD-NR: 4092136
12 poser per kartong

● FRENCH ROAST *

En frisk, mørkbrent kaffe med smaker av plomme, lakris og marsipan. Sødme mot karamell og en dempet bitterhet.

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52712
EPD-NR: 4092219
12 poser per kartong

● FRIELE ESPRESSO UTZ *

En mørkbrent og fyldig, brasiliansk espresso med lav syrlighet.

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 54112
EPD-NR: 4092235
12 poser per kartong

FRIELE

– friele.no



Kaffe som ingrediens

Tekst: **Robin Stenersen** Foto: **Robin Stenersen** og **Kaffebrenneriet**



KONDITORMESTRENE SØTE KAFFE-FRISTELSER

Søte godsaker med en fortreffelig kaffesmak kan godt lages hjemme med litt ekstra nøyaktighet, forsikrer konditormestrene Patrick Dufaud og Grégory Becel – som her viser deg triksene.

Kaffe er som kjent ikke bare kaffe, men et produkt med en mengde spennende typer og smaksnyanser å velge blant – også ved bruk som ingrediens i spiselige retter.

– Så dropp kaffearoma og frysetørret kaffe som ingrediens, og bruk heller ekte, fersk og nymalt kaffe. Da blir smaken så mye bedre, anbefaler Patrick Dufaud og Grégory Becel som vet hva de snakker om.

De er begge norgesmestere i konditor-kunst, med lidenskap for håndlagede fristelser og gode smaker som de kreerer ved Kaffebakeriet i Oslo. Patrick som daglig leder, Grégory som konditorsjef.

– Er det spesielle brenne- eller smakstyper som gjør enkelte kaffer bedre egnet

enn andre som ingrediens i spiselige retter?

– Nei, både lyst- og mørkbrent kan fungere. Både brennetype og kaffens smakprofil velges ut fra hvordan en ønsker sluttproduktet skal smake.

UTFORDRENDE

En god og avstemt kaffesmak som vil gjøre susen i søte fristelser – blant annet sammen med sjokolade, karamell, vanilje og ulike frukttyper. Men kaffe kan være en utfordrende ingrediens å håndtere, så det gjelder å være litt nøyaktig når en setter i gang.

– For å overføre kaffesmaken til sluttproduktet behøves en god teknikk for å ekstrahere kaffen. Normalt skjer dette med oppvarmet vann, men med

desserter, kaker og søte fristelser gjøres dette gjerne i fløten eller melken. Det er i denne fasen mulighetene ligger for å leke seg fram til de beste smaksopplevelsene av kaffe, ifølge konditorene ved Kaffebakeriet, Kaffebrenneriets egne bakeri.

Selv bruker de en fersk, presskannemalt kaffe som ekstraheres (eller trekker) 10 minutter i melken eller fløten som gis et oppkok. Når væsken så siles fra kaffegruten har man det perfekte utgangspunktet der de øvrige ingrediensene som smør, sukker osv. kan tilsettes.

Dette er en anvendelig teknikk både for kakebunner, is, konfekt, geler eller syltetøy der den gode kaffesmaken skal frem.

Se oppskrifter neste side...



KONDITORMESTRENES FAVORITTER



Gregory og Patrick smaker på godsakene.

Kaffen ekstraheres i melken eller fløten. Her kan en prøve seg fram til den kaffesmaken man ønsker. Sil deretter godt av kaffegruten. Så tilsettes de øvrige ingrediensene i kaffemelken.

Kaffemelken med fløten kjøres i ismaskin. En ismaskin til hjemmebruk kan også brukes.



KONFEKT MED CHINGA FRA KENYA

INGREDIENSER:

- 155 gr H-melk
- 20 gr presskannemalt Chinga (kaffe)
- Fløte
- 23 gr glukose
- 75 gr smør
- 115 gr god mørk kvalitetssjokolade, gjerne 70 %
- 320 gr god melkesjokolade av god kvalitet, gjerne 40%
- God kvalitetssjokolade til dypping

FREMANGSMÅTE:

- Kok opp melken, trekk den til side og tilsett den presskannemalte kaffen. La kaffen trekke i melken i 10 minutter. Sil deretter godt av kaffegruten.
- Vei opp den ferdige kaffemelken. Tilsett så mye fløte man trenger for å få 155 gr totalt.
- Kok opp kaffemelken/fløten igjen.
- Tilsett smeltet smør og bland godt.
- Smelt sjokoladen over vannbad og tilsett denne tilslutt i blandingen. Bland det hele godt til det blir en smidig og blank masse.
- Pensle et bakepapir med litt smeltet sjokolade. Legg bakepapiret i en form, f.eks. en langpanne. Hell blandingen i enform. La denne stå kjølig til dagen etter eller til massen er stiv nok til å dele den opp i passe store firkanter.
- Dypp sjokoladebitene i riktige temperert mørk sjokolade.

CAPPUCCINO ISKREM

INGREDIENSER VANILJEIS:

- 805 gr H-melk
- 58 gr skummet melkepulver (kan sløyfes, men konsistensen på isen vil da bli litt løsere)
- 178 gr sukker
- 80 gr tørr glukose
- 231 gr fløte
- 114 gr eggeplomme
- 1 vaniljestang

INGREDIENSER KAFFEPASTA:

- 40 gr espressomalt
- Kaffebrenneriets Husets Espresso eller annen espressokaffe
- 60 gr solsikke eller rapsolje
- 10 gr smeltet kakaosmør

FREMANGSMÅTE KAFFEPASTA:

- Bland espressokaffe, olje og kakaosmør og kjø det hele sammen med en stavmikser.

FREMANGSMÅTE VANILJEIS:

- Bland melk, skummet melkepulver, sukker, tørr glukose og vaniljen.
- Varm blandingen opp til ca. 30 grader og tilsett deretter fløten og eggeplommen. Bland godt.
- Kok opp blandingen til 85 grader igjen. Sett deretter blandingen på kjøll til dagen etter. Dette utvikler smaken videre.
- Del blandingen i to like deler. Tilsett 75 gr kaffepastaen i den ene delen og bland godt med en stavmikser.
- Kjør deretter ut vaniljeblanding og deretter kaffeblanding ut på en ismaskin. Bland de to iskremene sammen slik at man får en fin marmorering i isen. Pynt med litt striper med kaffepasta på toppen.

ISKREM MED NOMBRE DE DIOS FRA EL SALVADOR

INGREDIENSER:

- 840 gr H-melk
- 60 gr skummet melkepulver (kan sløyfes, men konsistensen på isen vil da bli litt løsere)
- 183 gr sukker
- 75 gr tørr glukose
- 183 gr fløte
- 80 gr presskannemalt
- Nombre de Dios (kaffe)

FREMANGSMÅTE:

- Kok opp melk. Trekk den til siden og tilsett den presskannemalte kaffen. La kaffen trekke i melken i 10 minutter. Sil deretter godt av kaffegruten.
- Vei opp den ferdige kaffemelken. Tilsett så mye melk man trenger for å få 840 gr totalt.
- Varm opp kaffemelken igjen og tilsett skummet melkepulver, sukker og tørrglukose og bland godt.
- Når blandingen er 30 grader tilsett fløten og kok opp blandingen.
- La gjerne blandingen stå en natt på kjøll før man deretter kjører denne en ismaskin. Dette bidrar til at smaken utvikler seg videre.



HIGH END-UTVIKLERNE I VÄRMLAND

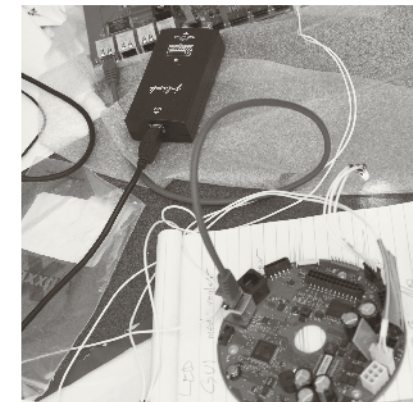
Blant Värmlands innsjøer og skoger – like ved norskegrensen – utvikles og produseres kaffemaskiner med fremtidsrettet teknologi og design for det nordiske og internasjonale marked.



High-end utviklerne (f.v.) Johan/Patrik: Henrik Bergstrøm, Anders Nilsson, Johan Aglen, Patrik Stridsberg, Anders Eriksson, Ulf Sjøberg (Jarl Nilson var ikke tilstede da bildet ble tatt).



3Temp's Hipster skal utfordre markedet.



– Det har vært utviklet og bygget maskiner i distriktet her i generasjoner, forteller teknisk programmerer Anders Eriksson i selskapet 3Temp AB i Arvika. – I området her finnes tradisjoner for genuint håndarbeid og industri – der tekniske varmestyringssystemer av vann står sentralt. Dette er Sveriges «Seattle», smiler Eriksson med referanse til USAs «kaffehovedstad».

Bare en 20 minutters kjøretur unna gjennom skog og innsjøer, i Åmotsfors ligger kaffemaskinprodusenten Crem International, med tradisjoner flere tiår tilbake.

Med bakgrunn fra Crem International etablerte kollegene Patrik Stridsberg og Jarl Nilson sitt eget selskap i 2013. 2014 kom Anders Eriksson med og i dag produserer og markedsfører

3Temp high-end kaffemaskiner for proffmarkedet.

– Dette er en stor fabrikk – i et lite format, smiler administrerende direktør Patrik Stridsberg.

– UNIK SATSING

Arvika-distriktet er ifølge gründertrioen utmerket strategisk plassert for å drive konkurransekraftig maskinproduksjon innen kaffebransjen. Selve Arvika er stasjonsby midt mellom Oslo og Stockholm og velplassert nært grensen.

Etter måneder med planlegging og forberedelser, er 3Temp i gang med produksjonen.

– Vi er en nokså unik satsing. I en tid da tendensen i mange industrier er å outsource, gjør vi det motsatte. Alle

våre underleverandører er fra Norden eller andre europeiske land. Vi anser Norden som vårt hjemmemarked, og vi har etablert vår fabrikk i Sverige, forteller nordmannen Johan Aglen som er markedsdirektør.

Og i februar kunne utviklerne smile. Da ble deres egenutviklede filterbrygger Hipster godkjent av European Coffee Brewing Centre (ECBC) i Oslo.

– FILTERMASKIN FOR BARISTAEN

– Hipsteren er en filtermaskin for baristaen, blant annet både med manuelle funksjoner en kan kontrollere selv, samt full automatisk styring. Den fyller et hull i markedet som ikke er realisert i tilsvarende maskiner, forteller Patrik Stidsberg entusiastisk.

I vår har markedsdirektør Aglen og teamet fartet rundt på messer for å vise fram nyvinningen som er utviklet i samarbeid med det svenske baristalandslagets trener Alexander Ruas. Responsen har vært svært positiv og 3Temp har allerede startet leveranser av maskiner.

– 80 prosent av kaffekonsumet i Norden er svart kaffe. Er det et marked for avanserte espressomaskiner, er det definitivt et marked for Hipsteren, sier han. Vi ønsker å tilby vårt hjemmemarked Norden et komplett produktprogram og har også den amerikanske espressomaskinen Slayer og El Molino kaffekverner i produktporteføljen. I dette programmet inngår naturligvis service og support.

STARTER MED EN SERVIETT

I tillegg til erfaring innen maskinproduksjon har 3Temp-teamet på sju nøkkelkompetanse innen support, kvalitetssikring, salg – samt forskning og utvikling.

– Produktidéer starter ofte i hodet og skisses gjerne på en serviett, forteller Patrik. Egne kaffeopplevelser gir også inspirasjon.

– Dersom man bestiller et håndbrygg på kaffebar får en ofte vente lenge og den smaker aldri det samme. Dette har vi forsøkt løse i Hipsteren ved at baristaen styrer vannflyt, temperatur og ekstraksjonstid på en slik måte at man optimerer smak i hver kaffetype man jobber med men overlater resten til maskinen, ifølge Anders. Optimal smak hver gang, uansett kaffe-

type altså. Med sluttkunden og kaffeopplevelsen i fokus. For å få dette til, ligger en rekke styringssystemer og avansert elektronikk «under panseret». Det hele pakketert i et innovativt design.

– Design er viktig og designen på maskinen har blitt meget godt mottatt både av bransjen og av sluttkunder. Den signaliserer noe nytt og tilbyr nye muligheter. Med muligheter for fargevalg kan den tilpasses og gjerne plasseres fremst på kaffedisken. Den er minst like kul som enhver espressomaskin, ifølge Patrik.

High end-utviklerne er i støtet. Med egenutviklet innovativ maskinvare ønsker man å utfordre og tilby noe nytt. De kjenner hverandre godt, ønsker å skape resultater og har troen på at de kan.

SOLID TRADISJON OG GLOBAL SATSING

Vårt selskap bygger på en over tretti år lang tradisjon, som naturlig nok har formet oss til det vi er i dag, sier administrende direktør Johan Ekström ved Crem International AB i Åmotfors.

Rundt 330 ansatte globalt i konsernet, ved Crems produksjonsanlegg i Åmotfors i Sverige samt ved deres anlegg i Gandia i Spania og Shanghai i Kina, besørger tilvirkning og salg av kaffe- og espressomaskiner til markeder både i Europa, Asia og Nordamerika.

Selskapets tradisjon med mange år i bransjen har spilt en betydelig rolle for Crem Internationals posisjon i dag, ifølge Ekström.

– Crem International ble grunnlagt i 2008 i forbindelse med sammenslåingen av Coffee Queen og Expobar. Coffee Queen har sine røtter i Värmland som strekker seg mer enn tretti år tilbake, og der den värmlandske tradisjonen for utvikling av kaffemaskiner naturlig nok har formet oss til det vi er i dag. Sentralt i denne arven står fortsatt forbedring ved at vi stadig setter oss nye mål.

– Fra et internasjonalt perspektiv har denne tradisjonen lagt linjen for hvordan en god kopp svart kaffe skal smake. Den har vi brakt ut i verden etter hvert som vi har vokst utenfor Norden. Det var med glede og stolthet vi i fjor passerte et salg på 500 millioner på verdensbasis. Med en vekst på over 30 prosent så langt i år er vi på vei mot en ny rekord.

ER DET UTFORDRINGER MED Å DRIVE MASKINPRODUKSJON UTENFOR DE STORE SENTRA?

– Vi vurderer plasseringen av vår fabrikk i Åmotfors som en stor fordel. Den ligger jo midt i Norden, og mellom Oslo og Stockholm. De fleste av våre ansatte har vært med oss i mange år, og kompetansen som er bygget opp over tid er verdifull og en av våre største konkurransefortrinn.

– Den eneste ulempen er vel at noen av oss må reise litt lenger, men på en annen side er reisen ut i Europa og Asia lang uansett enten den begynner i Åmotfors eller en annen skandinavisk by.

HVA ER «HEMMELIGHETEN» BAK EN VELUTVIKLET KAFFEMASKIN?

– Det er å identifisere hva markedet ønsker og at vi kan dekke dette behovet med et enestående produkt – fra Crem. Både teknologi, vann og varmestyring, hurtighet og design er viktig. Til syvende og sist handler det om hvordan de ulike egenskapene samhandler med hverandre.

– «Kvalitet» er også avgjørende. En velutviklet kaffemaskin er bare begynnelsen i å møte markedets behov. Kaffemaskinen skal produseres etter

prosesser som sikrer at maskin nummer 100 er lik den aller første. Og den skal servere kopp etter kopp etter kopp med et minimumsbehov av tilsyn.

HVILKE NYE TRENDER VIL VI SE INNEN KAFFEMASKINER?

– Vi etterstreber alltid å se oss selv fra våre kunders øyne, og tar alltid utgangspunkt i hvordan og hvor kaffemaskinen skal brukes. Kravene til fremtidige kaffemaskiner er formet av hva sluttbrukerne – du og jeg – spør etter.

– Miljøbevissthet i vår bransje har økt de siste årene, og vi er sikre på at dette vil bli stadig mer viktig og forme fremtiden for kaffemaskiner.

– Mest sannsynlig kommer også kaffemaskiner til å bli en del av det som populært kalles «Internet of Things», som kort sagt betyr en type tilkobling eller kommunikasjon mellom kjøleskap, mikrobølgeovner, tablets, telefoner og kaffemaskiner.

Crem International selger traktere og kaffeautomater under varemerket Coffee Queen og espressomaskiner under varemerket Expobar.



Traktere, kaffeautomater og espressomaskiner utgjør Crems produktportefølje.

– Vi liker konkurranse, det har skapt vårt selskap og driver oss framover, sier administrerende direktør Johan Ekström.



NÅR DE STORE ENGASJERER SEG

Rettferdig handel, bærekraft og sertifiseringsordninger er begreper på den internasjonale dagsorden. Og når de store gigantene engasjerer seg, kan hundretusener av kaffebønder bli berørt – ikke minst kvinnene.

Velger større selskap å sette i gang prosjekter i utvalgte land eller regioner, representerer dette viktige tiltak som både bidrar til at kaffebonden får bedre betalt og at miljøhensyn ivaretas.

Nestlé er verdens største næringsmiddelkonsern og samtidig verdens største kaffekjøper. Hele 870 000 tonn kaffe kjøpes årlig inn til Nestlés produkter.

Med initiativet Nescafé Plan har Nestlé satt fokus på bærekraftig kaffedyrking, produksjonspraksis og forbruk. Dette er et omfattende globalt initiativ. Nestlé investerer rundt 3,7 milliarder kroner i perioden 2010 og 2020 i opplæring av kaffebønder, i ansvarlig og produktiv dyrking og distribusjon av nye og mer

klimarobuste kaffeplanter. Siden 2010 har 376 500 kaffebønder fått opplæring og teknisk bistand i samarbeid med Rainforest Alliance og 4C Association, og 220 millioner nye kaffeplanter gis bort.

Nå skal Nescafé Plan introduseres i Norge, forteller Angelika Rosenberg, kategorisjef for kaffe i Nestlé Norge.

– Her i Norge vil vi bruke den tradisjonsrike Nescafé Gull for å fortelle forbrukerne om hvordan vi jobber med bærekraft, og etablere en incentivordning der også norske forbrukere kan bidra til prosjektet.

– Vi ønsker å bruke vår innflytelse på en bærekraftig måte, og sikre at det produ-

seres kaffe av høy kvalitet. Nescafé Plan handler ikke om samfunnsansvar eller markedsføring, men setter den strategiske retningen for Nestlés kaffeinnkjøp på både kort og lang sikt, ifølge Rosenberg. Om lag 70 land produserer kaffe, og nærmere 100 millioner mennesker i disse landene er sysselsatt i kaffeproduksjon. Bærekraft og miljø har lenge vært på dagsorden og etterspørselen etter sertifisert kaffe øker.

Kaffen skal ikke bare være sertifisert og av god kvalitet. Verden trenger også mer kaffe.

– Dersom vi kan sikre tilgang på kaffe og samtidig sørge for at miljømessige og sosiale forhold blir ivaretatt, har vi skapt en vinn vinn-situasjon, sier Angelika.

SATSER PÅ KVINNENE

Kaffehuset Zoégas har tilbudt svenskene kaffe i 130 år. Som en del av Nescafé Plan-initiativet har de nå etablert et prosjekt for å involvere flere kvinner og unge i kaffedyrking.

I en rekke fattige land er det fortsatt kvinnene som gjør jobbene, uten innflytelse og uten å høste anerkjennelse. Dette er også årsaken til at en rekke hjelpeorganisasjoner kjemper for kvinners rettigheter og har satt i gang egne prosjekter rettet mot kvinner.

– Kvinner satser på familien og en framtid for sine barn. De tenker langsiktig og ønsker å sikre at barna kan drive videre, sier Angelika Rosenberg. Mesteparten av kaffedyrkingen skjer i små familiedrevne bedrifter. Dette gjelder særlig i Afrika. Samtidig forlater mange unge landsbygda og reiser til byene i håp om bedre framtidsutsikter. Kan vi få de unge til å bli, er det bra for verdens kaffeproduksjon og for lokalsamfunnet, forteller hun.

Kvinner investerer også i større grad sine inntekter mer langsiktig og ansvarlig, i følge Zoégas. – Vi sikrer kaffens fremtid ved å involvere flere kvinner og unge i kaffedyrking. 50 prosent av alle som arbeider med kaffe i verden er kvinner, men mindre enn fem prosent har ledende stillinger.

Tradisjonelt er kaffeplantasjer drevet av menn. Både historiske og kulturelle årsaker, gjør at kvinner ikke har tilgang til utdanningsmuligheter i samme grad som menn. – Zoégas har derfor et mål at minst 30 prosent av kaffebønder som får opplæring i prosjektene skal være kvinner.

Kvinnene i Zoégas-prosjektet tilbyr gratis opplæring innen kaffeproduksjon, lederskap i kaffedyrking, kaffe sertifisering, tillitsbygging og selvutvikling.



FAKTA

The 4C Association jobber for å forene hele kaffeindustrien i et felles arbeid for å forbedre de økonomiske, sosiale og miljømessige forholdene knyttet til kaffeproduksjon, for å bygge en sterk og bærekraftig industri for fremtiden.

4C setter, vedlikeholder og drifter 4C Code of Conduct, en standard som definerer globale minimumskrav for kaffeproduksjon, og som har som mål å lede alle aktører inn på bærekraftig produksjon, prosessering og handel i kaffe.

Rainforest Alliance arbeider for å bevare det biologiske mangfoldet og gi levebrød ved å forandre landbruksmetoder, forretningspraksis og forbrukeratferd.

– KAN BLI ET LUKSUSGODE

Mange kaffebønder lever og arbeider under dårlige forhold. Alt for mange sitter igjen med dårlig fortjeneste. Flertallet av verdens kaffebønder er kvinner og møter ekstra utfordringer. Ikke bare det daglige strevet for å få endene til å møtes, men generell kjønnsdiskriminering er utbredt i verdens kafferegioner.

Mens den globale etterspørselen etter kaffe fortsetter å øke, møter kaffemarkedet en rekke utfordringer; svingende priser, minkende avlinger grunnet gamle eller syke trær, klimaendringer, alternative driftsmetoder samt stigende råvarepriser. Vi står overfor en situasjon hvor kaffe kan bli et luksusgode for noen få heldige innen kort tid, og hele bransjen må handle nå, for å sikre kaffe i de kommende tiårene, ifølge Verdensbanken.

TE ELLER KAFFE – ELLER KAFFEBÆR-TE!



Skallet og fruktkjøttet fra kaffebæret fjernes for å få tak i kaffebønne- ne. Oftest går dette til avfall eller kompost, men både i Etiopia og Jemen har kaffebønder brygget drikk av det tørkede skallet i århundrer.

Gjerne tilsatt krydder som kanel, ingefær eller muskat. I Jemen kalles drikken Quishr.

Skallet med litt fruktkjøtt kan altså tørkes og brukes til å lage en slags frukt-urte-te. Drikken kalles Cascara, som på spansk betyr

«skall». På engelsk brukes gjerne betegnelsen Coffee Cherry Tea. Denne kaffebær-teen har ikke slått helt gjennom som eksportprodukt, men nytes i flere kaffeproduserende land, særlig i Bolivia hvor den kalles Sultana.

Ikke så mange utover den engere krets av baristaer eller kaffebrennere har noe forhold til denne drikken. Men i 2008 kunne Square Mile Coffee Roasters i London melde om stor suksess med sin cascara. De hadde også sjekket koffeinnholdet, og funnet ut at det var langt lavere enn hva man kunne forvente.

Cascara ser litt annerledes ut enn te. De små bærbitene er større en teblader og har et litt lær- eller treaktig utseende. Det finnes ingen eksakt beskrivelse av hvordan den perfekte

kopp skal brygges, så her er det rom for å eksperimentere. I takt med økende interesse for te, har cascara begynt å dukke opp på kafeer rundt i verden, men den kan allikevel være vanskelig å finne. Har du ikke tilfeldigvis snublet over denne drikken, er det bare å sjekke litt rundt.

Kaffebrenneriet KAFFA har begynt å ta inn cascara fra Costa Rica og Bjørnar Hafslund kan fortelle at produktet vil være i salg ved kaffebarene Java og Mocca i Oslo samt i kaffabutikk.no i løpet av sommeren.

Smaken beskrives gjerne som søt og kirsebæraktig, men Hafslund mener det minner mer om nype. God cascara har en floral og syrlig smak uten bitterstoffer.

– Det smaker fantastisk godt, sier han. Kan drikkes uten tilsetninger, varm eller kald. Og det finnes mange spennende oppskrifter på drikker hvor cascara inngår.

– Cascara tilberedes omtrent som te, men anbefalingene spriker både når det gjelder vanntemperatur og blandingsforhold. Man kan gjerne starte med 93 grader på vannet, 50 gram cascara per liter vann og en trekketid på mellom 4 og 7 minutter.

Vanlig tepotte går bra, men har du en Chemex får du samtidig nyte den flott fargen på brygget. Drikken er rik på vitaminer, oljer og antoksidanter. Og koffeinnholdet angivelig kun 25 prosent av det en finner i en vanlig kopp kaffe.

Unngå å forveksle dette med Cascara Sagrada te, som kommer fra en plante i trollheggfamilien hvis bark er et effektivt avføringsmiddel.



God kaffe er en suksessfaktor, også på bensinstasjoner.
Foto: Per Gunnarsson.



SIMPLY GREAT COFFEE TIL NORD AMERIKA

Statoils nye kaffekonsept rulles ikke bare ut på norske bensinstasjoner. Nå har Alimentation Couche-Tard introdusert dette i flere av sine selskaper, og da blir det volum.

Kanadiske Couche-Tard er et av verdens største selskaper innen drift av bensinstasjoner og storkiosker, med tusenvis av salgssteder over hele verden. De opererer ikke bare under navnet Couche-Tard men også under merkenavnene Mac's, Circle K og On the Run.

Gjennom oppkjøpet av Statoils datterselskap Statoil Fuel & Retail for 15,9 milliarder kroner i 2012 er Couche-Tard største eier av bensinstasjoner i Skandinavia.

Nordmenn elsker kaffe og det selges utrolig mye kaffe på bensinstasjoner. God kaffe er en suksessfaktor, og scorer man dårlig på testene er det bare å brette opp ermene.

Utstyret skal være rent, innstillingene skal være riktig og kaffen skal være av god kvalitet.

Kaffe er også noe av det som gir høyest marginer, noe Couche-Tard har fått erfare. Nå er Statoils konsept «Simply Great Coffee» på full fart inn på det amerikanske kontinent. I Europa ble konseptet lansert på 20 prosent av bensinstasjonene, noe som økte kaffesalget med 10 prosent.

Det er ingen hemmelighet at det er Løfbergs som leverer kaffe til Statoil-stasjonene, og nå reiser International Business Manager, Jon Leirfall Fornes, fram og tilbake til Canada for å sørge for at Simpy Great Coffee etableres på hundrevis av bensinstasjoner.

Kaffen brennes i Karlstad og Løfbergs bruker samme resept i alle land, men lokale tilpasninger må til.

– Her går det i mørkbrent, grovmalt kaffe med lav dosering servert i store pappbeger, sier Fornes. Det er ikke gjort i håndvending å endre nasjonale kaffevaner, men vi får svært god respons på det vi leverer. Nå har vi holdt på et års tid, og ser at dette kan bli veldig stort. Hele bønnere, fersk melk og bedre maskiner skal gi det kanadiske folk bedre kaffe.

Det norske byrået Reactor står bak konsept- og designutvikling på Simply Great Coffee.

MERKET FOR GOD DESIGN TIL FRIELE

Merket for god design er utmerkelse fra Norsk design- og arkitektursenter som hedrer innovative designprosjekter.

Merket er et kvalitetsstempel som viser at et produkt eller en løsning er blant det ypperste innen norsk design.

Konkurransen er åpen for norske bedrifter som har samarbeidet med designere om å utvikle fornyende og vellykkede løsninger. Alle typer masseproduserte produkter evalueres, og man kan søke i syv ulike bransjekategorier: Emballasjedesign, interaksjonsdesign, industrideSIGN, møbeldesign, tekstil- og konfeksjonsdesign, tjenester og visuell kommunikasjon.

STYRKE GJENNOM FORENKLING.

Nye pakkemaskiner for Friele åpnet for omlegging og ny design av kaffeproduktenes emballasje. Selskapet valgte å styrke

produktporteføljen innenfor malt og hel kaffe, og satse på tre distinkte produktserier: Barista, Cafe Noir og Frokostkaffe. Selskapet gikk inn for å gi emballasjen til hver produktserie sitt eget formspråk, som ga dem egen identitet og særpreget.

JURYKJENNELSE:

Smart omlegging. Friele og Neolab by Knowit lykkes med å gi tre kaffeserier egne identiteter rettet mot tre ulike målgrupper. Det vitner om solid brukerinnsikt å etablere flere kategorier som sammen danner et økosystem. Juryen mener dette er et vellykket strategisk grep og at emballasjen spiller en avgjørende faktor. Barista-serien trekkes frem som et særlig godt eksempel på bruk av logo og illustrasjoner, der Friele-navnet er dempet.

Frokostkaffens emballasje ser mer moderne ut enn tidligere, men identiteten til Friele og de historiske signalene er fortsatt godt ivarettatt. Signalene bygger også bro til den kontinentale Café Noir-serien. Den laserkuttede åpnefunksjonen på emballasjen gir god brukervennlighet. Et riktig og gjennomført strategisk grep for Friele.



Kaffehuset Friele og Neolab by Knowit har mottatt Merket for god design 2015 i kategorien Emballasjedesign.

Foto: Barbro Helset



TA ET KAFFEKURS!

Norsk Kaffeinformasjon arrangerer månedlige kurs for kaffeinteresserte mennesker, og tilbyr nå nye kurs med NM-barista Lise Rømø som kursvert.

Lise Rømø jobber til daglig på Mocca/Java Kaffebar, men holder også lærerike kaffekurs ved Norsk Kaffeinformasjon (NKI). Lise har gjort det skarpt i årets NM i Kaffekunst, med sølv både i kategoriene Klassisk Barista og Latte Art. Så her møter kursdeltakere en som virkelig har kaffekompetansen på plass.

En rekke kursdeltakere velger å kombinere grunnkurs kaffe og grunnkurs barista. Dette kan gjøres på én dag, og da får man først en god teoretisk innføring, deretter lærer man de grunnleggende teknikker som trengs for å bli en god barista.

NKI tilbyr også bedriftstilpassede kurs, og flere virksomheter benytter oss til opplæring av egne kunder, både teoretisk og praktisk.

NKI gir 10 prosent rabatt på kurs til medlemmer. Les gjerne mer om kursene våre på kaffe.no eller ta kontakt for nærmere informasjon.



LUTTER GLEDE

Kaffehuset Friele kjøpte House of Coffee i 2011 men 12. desember 2014 ble det ordentlig ekteskap med samlokalisering på Frieles avdelingskontor i Oslo.

House of Coffee vil leve videre som merkevare mot bedriftsmarkedet, men selskapet heter Friele, og alle er ansatt der. Likevel skal ulike kulturer smelte sammen, i tillegg til alle praktiske forhold. Vi tok derfor en tur innom avdelingskontoret på Løren for å høre om alt har gått bra.

Så langt har dette gått kjempebra, sier Elisabeth Christensen og Kristine Wang Knudsen. Begge med lang erfaring fra henholdsvis House of Coffee og Friele. Her på oslokontoret er alle de om lag 50 ansatte under felles tak på Løren med nytt flott showrom.

Vi er godt kjent fra tidligere, har nesten vært naboer og har møttes i mange sammenhenger. Den norske kaffebransjen er ikke så stor, og ikke minst Norsk Kaffeinformasjon har bidratt til en god lagånd, sier Elisabeth Christensen.

Vi er klar over utfordringene, men gjør alt vi kan for å bygge felles kultur. Her er en gjeng med sterke personligheter, med sterkt tro på vår styrke i markedet. Vi har raskt funnet hverandre her på Osloavdelingen, blant annet stilte vårt Team Friele med stor entusiasme i «mix-klassen» i Holmenkollstafetten.

Da er det bare å ønske de glade damer lykke til videre!

INGEN HELSERISIKO

EU-kommisjonen ba European Food Safety Authority (EFSA) å gjennomføre en vurdering av helseeffekter knyttet til koffeinforbruk, og EFSA har nå publisert sin «Scientific Opinion on the safety of caffeine»

Konklusjon:

Daglig inntak av koffein utgjør ingen helserisiko for den alminnelig friske befolkningen.

Dette gjelder koffeininntak, uavhengig av kilde, opp til 400 mg per dag for en voksen person på 70 kg. For gravide kvinner vil et koffeininntak opp til 200 mg per dag generelt ikke gi opphav til sikkerhetsbekymringer for fosteret.

EFSA har også vurdert koffein fra kosttilskudd i kombinasjon med fysisk trening, om mulige farer av å innta koffein sammen med alkohol, koffein og energidrikker, og med p-synephrine, et stoff som i økende grad finnes i kosttilskudd. Det er første gang at risikoen fra koffein fra alle kosttilskuddkilder er vurdert på EU-nivå.

En rekke risikovurderinger gjennomført av nasjonale og andre myndighetsorganer rundt om i verden ble grundig analysert av EFSA arbeidsgruppe. Vurderingen ble avsluttet etter omfattende innspill fra medlemsstatene, forbrukergrupper, industrien og andre interesserte.



EFSA gjør uavhengige, vitenskapelige risikovurderinger og gir råd til EU-kommisjonen, EU-parlamentet og til medlemslandene om forhold knyttet til trygg mat.

THREE SIDES OF PURE PASSION



FILTERBRYGG

Coffee Queen Serveringsstasjonene, som du profilerer med kaffesort, gir mulighet til å servere mange raskt, enkelt og elegant.



ESPRESSO

Expobar Carat er en av markedets mest energieffektive espressomaskiner – uten å gå på kompromiss av smak eller følelse. Turbo steamer gir deg perfekt skummet melk med et trykk.



PREZZO

Coffee Queen Prezzo, som doserer nymalte bønner og vann direkte i kannen, garanterer vi en førsteklasses smaksopplevelse.

Strong brands of Crem International

www.creminternational.com



**BRAVILOR
BONAMAT**



Aurora termostraktere

- Single og Twin modeller
- Trakt 10 liter kaffe på under 8 minutter
- Nøye tilpasset traktetid og temperatur
- Trakt kaffe på et sted, server på et annet
- Varsler om renhold via solcelledrevet nivåavleser
- Godkjent av NKI



Bravilor Bonamat lanserer en helt ny produktserie! Aurora termostraktere passer utmerket på steder hvor folk kommer og går hele dagen og ønsker en “coffee to go”. Flott og tidsriktig design møter det praktiske og brukervennlige i denne trakteren som kommer i fire ulike modeller.

Smaken av kvalitet over hele verden

NKI ØNSKER NYE MEDLEMMER VELKOMMEN

Doctor Coffee AS ble etablert i Norge for to år siden og holder til på Høvik rett utenfor Oslo.

doctorcoffee.com

Kaffepunkt ble etablert i 2011 og holder til i Drammen.

kaffepunkt.no

Kaffebryggeriet Norrøna AS ble etablert i 2006 og holder til i Oslo.

kaffebryggeriet.no

Kaffemann AS ble etablert i 2009 og holder til i Stavern.

kaffemann.no

Caffée Vero Norge AS holder til i Skien, og importerer og leverer kaffe i hele bønner, kaffekapsler, espressopods, filtermalt, istekonsentrat og andre produkter tilknyttet kaffe.

caffevero.no



Kaffe på restaurant

Tekst: **Robin Stenersen** Foto: **Øyvind Ganesh Eknes**

NYE VEIER MED KLARE KAFFEVALG

Bevisste kaffekonsept inngår på lik linje med øvrige kvalitetsopplevelser ved innovative bergensrestauranter.

Restaurantene Bare og Lysverket er to av flere i tilveksten blant Bergens utelivssteder der en går nye veier. Med forskjellige eiere og ulike konsepter har begge kaffen integrert med samme kvalitetsambisjon som maten.

– Kreative smaksopplevelser, tydelighet og enkelhet! Her skal gjesten kunne sitte ned og slippe å tenke på hva en skal ha, forteller gründer Øystein Ellingsen ved franskinspirerte Bare Restaurant, midt i byens hjerte.

For her er smaksopplevelsene allerede tenkt ut gjennom velkomponerte, flerretters menyer etter sesong og råvaretilgang. Fokus på det rene og klassiske – og med én type spesialkaffe på menyen, omhyggelig valgt ut av restaurantens sommelier.

– På denne restauranten er vi ikke så opptatt av å ha flest mulige kaffetyper

på menyen. For tiden har vi valgt en syrefrisk kenyansk kaffe, som smaksmesig avrunder måltidet etter desserten og med Petit four til, forteller Ellingsen, som står bak ytterligere to Bare-konsepter i byen, også disse med tilpassede kaffe-konsepter.

- MÅ KUNNE NOE

Lysverket en spasertur unna består både av restaurant, bar og nattklubb. Her skifter lokaler og konsept karakter utover kveld og natt, fra spisested til bar og nattklubb med DJs i helgene.

– Både bartendere, servitører skal som våre sommelierer kunne noe om kaffen vi serverer, sier Ingrid Solstrand som er administrativ leder ved stedet som siden oppstarten i 2013 har høstet svært hyggelige omtaler fra internasjonal presse.

I restauranten serveres ferdigkomponerte menyer med fokus på sjømat. Baren er

åpen hele veien. Herfra håndteres drikketilbudet – deriblant spesialkaffen.

– Vi skifter gjerne meny daglig. Basert på tilgjengelige råvarer oppfordrer vi våre medarbeidere til å sette sitt preg på serveringstilbudet. Så både vin-, cocktail- og kaffemeny byttes derfor så ofte vi ønsker, sier Solstrand.

INGEN FASTE AVTALER

Lysverket har derfor ingen faste avtaler med kaffeleverandør, med velger fritt spesialkaffer fra blant annet Tim Wendelboe, Bergen Kaffebrenneri og Solberg & Hansen.

De lysbrente og sitruspregede spesialkaffene ferskkvernes i baren og håndbrygges med Aeropress og Hario V60, før presentering ved bordet til dagens gjester.

– En del eldre gjester som smaker vårt

Restaurant Lysverket i Bergen.

Foto: Line Thit Klein



Ann Kristin Fuglum fra Kaffehuset Friele og Øystein Ellingsen fra Bare restaurant i kaffemøte.

Bare Restaurant

Klassisk, franskinspirert
Leverandør: Kaffehuset Friele
Tilberedning: Håndbrygg og presskanne
barerestaurant.no

Ingrid Solstrand og barsjef Stein Berge Berntsen ved Lysverket i Bergen.

Lysverket

Restaurant, bar og nattklubb
Leverandør: Tim Wendelboe, Bergen Kaffebrenneri, Solberg & Hansen m.fl.
Tilberedning: Kolbetrakter og håndbrygg
lysverket.no

«Chemex håndbrygger er jo ikke så helt ulikt slik min bestemor gjorde kaffen, bare med en litt annen innpakning»

Øystein Ellingsen, Bare restaurant

lysbrente håndbrygg for første gang, sier gjerne dette er den beste kaffen de har smakt, smiler Ingrid. Ved større selskaper i den tilhørende Tårnsalen benyttes kolbetrakter av hensyn til volum.

TILBAKE TIL RENHET

Manuelt brygg og kaffepresentasjon gjelder også ved Bare restaurant, der Chemex håndbrygger i stadig større grad benyttes i stedet for presskanne.

– Vi tar gjerne kaffen ut til gjestene og tilbereder ved bordene. Med Chemex-en blir det hele litt visuelt. Når vi presenterer kaffen blir folk også straks interessert, sier Ellingsen.

Han har Kaffehuset Friele som fast kaffeleverandør og velger fra deres Norwegian Roast-serie med spesialkaffer for den lyse, nordiske brennemåten.

– I serien inngår ni kaffer med ulike opprinnelse og brenneprofil, slik at mangfoldet er tilstede for restauranter og andre som ønsker å tilpasse kaffen etter menyer. Kurs og cupping er inngår også i konseptet, forteller Ann Kristin Fuglum i Friele.

Uansett kaffekonsept er valgene gjennomtenkte. Lysverkets eiere ønsket helt fra start av en egen kaffeprofil på lik linje med interiør, råvarer og smaker, sier Ingrid.

– Her vil vi du skal føle det er din kveld. Alt en opplever og får servert skal være gjennomtenkt!

Eller slik Bare-innehaveren formulerer det:

– Vi har egentlig tatt et steg tilbake, mot den rene smak og enkelhet. Det gjelder både vårt valg av én kaffetype og vår bruk av Chemex håndbrygger; Dette er jo ikke så helt ulikt slik min bestemor gjorde dette, bare med en litt annen innpakning, smiler han.



«I likhet med vår meny bytter vi kaffetyper fritt og så ofte vi ønsker»

Ingrid Solstrand, Lysverket



KAFFE OG BLODFETTER

Flere internasjonale studier – blant annet med koking av verdens største kaffeporsjon – er de senere tiår gjennomført i jakten på kaffens kolesteroløkende effekter.

«Det er olje på kaffen», sa forskningsassistenten da han ga lederen for forskningsgruppen på universitetet i Wageningen en kopp kaffe på morgenvisten. Han holdt kaffekoppen slik at sollyset spilte seg på den svarte overflaten. Da så man hvordan lyset brøt i alle regnbuens farger. Og det var nettopp olje eller fett i kaffen det handlet om denne dagen for over tjue år siden i Nederland (Zock, Katan, Merkus, van Dusseldorp, & Harryvan, 1990). Nå skulle man koke verdens største enkeltporsjon kaffe. 1350 liter kokende vann ble delt opp i 150 liters porsjoner, og kokt opp med 15 kilo kaffe i hver. Og satt til å trekke på vanlig måte. Deretter ble kaffen sentrifugert i en stor melkesentrifuge på et meieri. Den vandige delen av kaffen ble skilt ut og man satt igjen med en fettholdig substans, i alt 4,5 kilo. Denne ble porsjonert ut og gitt til ti frivillige personer i seks uker. Mengden fettsubstans tilsvarte ti kopper kokekaffe per dag. I løpet av den tiden økte kolesterol-

nivået i blodet med 23 prosent. Forsøket var ikke noen tilfeldig hendelse. Det var planlagt nøye etter at man i Tromsø på begynnelsen av 1980-tallet hadde sett at det var en sammenheng mellom kaffedrikking og kolesterol i blodet (Thelle, Arnesen, & Førde, 1983).

KAFFEFORSØKENE I TROMSØ

Undersøkelsen i Tromsø hadde blant annet som formål å studere hva som påvirket variasjonen i risikofaktorer for hjerte- og karsykdommer. Allerede tjue år tidligere hadde man vist hvordan kolesterolnivået i serum var en viktig risikofaktor for hjerteinfarkt i Norge. Den gangen var man klar over at enkelte fettsyrer bidro til høye kolesterolverdier, men at kaffen skulle spille noen rolle var egentlig ikke godt kjent. Jeg sier egentlig, for en allmennpraktiserende lege i Oslo, Adam Egede Nissen skrev et leserbrev til Tidsskrift for Den norske legeforening på 1960-tallet der han sier at «som vi alle vet øker kaffe kolesterolnivået i serum...».

Jeg forsøkte å få vite hvordan han visste dette, men dessverre hadde han glemt da jeg traff ham flere år senere. Funnet fra Tromsø skapte stor interesse, og i løpet av 1980-årene kom det en rekke studier fra andre deler av verden, samtidig som man i Tromsø gjennomførte flere eksperimenter med kaffe (Arnesen, Førde, & Thelle, 1984; Bønaa, Arnesen, Thelle, & Førde, 1988; Thelle, 1991). Også her bekreftet man funnene, at det var en sammenheng mellom antall kopper kaffe man drakk og kolesterolnivået i blodet. Men undersøkelser fra andre verdensdeler var ikke entydige. Flere studier fra USA viste ingen sammenheng, mens undersøkelser i Finland og Israel bekreftet funnene fra Tromsø. Virkningen på kolesterolnivået var så stor at man mente dette kunne ha helsemessige konsekvenser, og siden Norge, sammen med Finland og Sverige lå på kaffetoppen i verden, var dette av stor interesse.



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

NEDERLANDSKE FORSØK

Den store variasjonen mellom ulike deler av verden antydnet at både kaffetype, brenning, blanding og tilberedning kunne ha noe med saken å gjøre. Og nå gikk stafetten til de nederlandske forskerne. Man hadde mistanke om at tilberedningen i Norden, med kokekaffe i spissen, kunne være av betydning. Dette passet blant annet med hvordan kaffen ble tilberedt i Israel der man fant det samme som i Tromsø. I Nederland ble det arrangert et stort forsøk der man ga forsøkspersonene kokekaffe, filterbrygget kaffe eller te, og så sammenliknet man utvikling av kolesterolnivået i blodet (Bak & Grobbee, 1989). Kokekaffen kom ut som den kraftigste kolesteroløkende faktoren, mens den filterbryggete drikken bare viste en svak virkning. Te var nøytralt i denne sammenhengen. Nå begynner man å lete etter de aktive substansene i kaffen som kan påvirke kolesterolmetabolismen, og altså koker opp verdens største kaffeporsjon.

KOLESTEROLØKENDE SUBSTANSER I KAFFE FRA ØST AFRIKA

Substansene som påvirker kolesterolnivået ble identifisert. De tilhører en hovedgruppe som kalles diterpener, og av disse er cafestol og kahweol som påvirker kolesterolnivået (Urgert, Schulz, & Katan, 1995; Weusten-Van der Wouw et al., 1994). Begge frigjøres når det varme vannet kommer i direkte kontakt med de malte kaffebønnene, og blir igjen i den ferdige drikken. Nå ble man også klar over at papirfilteret holdt igjen en stor andel av disse aktive stoffene slik at filtrert kaffe inneholder langt mindre diterpener enn for eksempel kokekaffen (van Dusseldorp, Katan, van Vliet, Demacker, & Stalenhoef, 1991). Forskjellige tilberedningsmetoder i ulike deler av verden kunne med andre ord forklare noe av variasjonen som man så mellom studiene i USA, Nederland, Tyskland Finland og Norge. Kaffe i USA doseres svakere enn i Norge, og kaffen i Sverige kan oppleves bitrere på grunn

av brenning- og malingsgrad. Men kaffe er en mangfoldig plante. For eksempel skiller vi mellom den øst afrikanske Arabica og vest Afrikas Robusta. Og dessuten brenner vi noe ulikt slik at man får fram den smaken som er typisk for de enkelte landene. Av de to kolesteroløkende substansene, cafestol og kahweol er kanskje cafestol den mest virksomme(Mensink et al., 1995). Robustakaffen fra vest Afrika og spesielt Togo, inneholder mer kahweol og mindre cafestol. Kanskje er det noe av årsaken til at det var vanskeligere å påvise noen kolesteroløkende effekt av kaffe i Tyskland. Som gammel kolonimakt i vest Afrika har Tyskland fortsatt å importere mye robustakaffe, og får en større andel av sin kaffe fra robusta enn arabica.

ULIKE KAFFETYPER

Forsøkene i Tromsø, Nederland og Finland gikk alle i samme retning. Det var forskjell på økningen i kolesterol i blodet avhengig av hvordan kaffen ble tilberedt. Dersom kaffen var ufiltrert inneholdt den ferdige drikken omtrent 80 prosent mer av de kolesteroløkende stoffene enn om den hadde passert igjennom et papirfilter først. Dermed advarte vi mot kokekaffen bare for å oppleve at presskannen gjorde sitt inntog. For ikke å snakke om espressovarianter i ulike slag. Presskannen antas å være prinsipp likeverdig med kokekaffen hva angår de kolesteroløkende stoffene, men det har vært gjennomført færre undersøkelser med denne metoden. Også espressokaffen har en kolesteroløkende effekt(Ratnayake, Hollywood, O’Grady, & Stavric, 1993). Men espresso drikkes i mindre mengder og dermed blir betydning deretter.

KOLESTEROL OG HJERTEINFARKT

Kolesterol er en sterol og tilhører en gruppe fettstoffer som inngår i kroppens cellemembraner og er med i oppbyggingen av blant annet kjønnshormonene og andre livsviktige stoffer. Kroppen syntetiserer selv det meste av det

kolesterolet som finnes i kroppen. Som fett er kolesterol ikke oppløselig i vann, og dermed heller ikke i blod, og må knyttes til et protein for å kunne transporteres i kroppen. Det meste av kolesterolet er bundet til et protein som kalles LDL, og LDL-kolesterolet er en meget viktig risikofaktor for hjerteinfarkt. Det er nydannelsen eller syntesen av LDL-kolesterol som påvirkes av de to aktive diterpenene, cafestol og kahweol.

KAFFE OG HJERTEINFARKT

Den kolesteroløkende effekten av kokekaffe, espresso og presskannekaffe – og at det nettopp er LDL-kolesterolet som øker denne – rettet søkelyset på kaffe som en risikofaktor for hjerteinfarkt. Fra Norge har vi en oppfølgingsstudie som viser at kaffe er knyttet til økt risiko for død av hjerteinfarkt, men en rekke studier fra andre deler av verden har ikke bekreftet dette (Crippa, Discacciati, Larsson, Wolk, & Orsini, 2014; de Koning Gans et al., 2010; Saito et al., 2015; Tverdal et al., 1990). Til dels er det nøytrale funn, altså ingen sammenheng, til dels viser de en beskyttende effekt av kaffe på hjertesykdom. Noe av årsaken til slike sprikende resultater ligger i tilberedningsmetoden slik vi har angitt ovenfor. Filterkaffe, som brukes over store deler av verden har betydelig mindre kolesteroløkende effekt enn annen kaffe. Men i tillegg til dette inneholder kaffe antioksidanter og betennelseshemmende substanser som reduserer risiko for hjerteinfarkt.

KONKLUSJON

Kaffe som er laget uten bruk av filter har en tydelig og ganske sterk kolesteroløkende virkning. I hvilken grad dette betyr noe for risikoen for hjerteinfarkt er usikkert, da kaffe også inneholder stoffer som beskytter mot sykdomsproessen. Likevel, om man har fått påvist et høyt kolesterolnivå i blodet, og man kjenner til at man har økt risiko for hjertesykdom så anbefales det at man unngår ufiltrert kaffe.



Kaffe inneholder anitoksidanter og betennelseshemmende substanser som reduserer risiko for hjerteinfarkt.



LITTERATUR *

- Arnesen, E., Førde, O. H., & Thelle, D. S. (1984). Coffee and serum cholesterol. Br Med J (Clin Res Ed), 288(6435), 1960.
- Bak, A. A., & Grobbee, D. E. (1989). The effect on serum cholesterol levels of coffee brewed by filtering or boiling. N Engl J Med, 321(21), 1432-1437. doi: 10.1056/NEJM198911233212103
- Bønaa, K., Arnesen, E., Thelle, D. S., & Førde, O. H. (1988). Coffee and cholesterol: is it all in the brewing? The Tromsø Study. BMJ, 297(6656), 1103-1104.
- Crippa, A., Discacciati, A., Larsson, S. C., Wolk, A., & Orsini, N. (2014). Coffee consumption and mortality from all causes, cardiovascular disease, and cancer: a dose-response meta-analysis. Am J Epidemiol, 180(8), 763-775. doi: 10.1093/aje/kwu194
- de Koning Gans, J. M., Uiterwaal, C. S., van der Schouw, Y. T., Boer, J. M., Grobbee, D. E., Verschuren, W. M., & Beulens, J. W. (2010). Tea and coffee consumption and cardiovascular morbidity and mortality. Arterioscler Thromb Vasc Biol, 30(8), 1665-1671. doi: 10.1161/ATVBAHA.109.201939
- Mensink, R. P., Lebbink, W. J., Lobbezoo, I. E., Weusten-Van der Wouw, M. P., Zock, P. L., & Katan, M. B. (1995). Diterpene composition of oils from Arabica and Robusta coffee beans and their effects on serum lipids in man. J Intern Med, 237(6), 543-550.
- Ratnayake, W. M., Hollywood, R., O’Grady, E., & Stavric, B. (1993). Lipid content and composition of coffee brews prepared by different methods. Food Chem Toxicol, 31(4), 263-269.
- Saito, E., Inoue, M., Sawada, N., Shimazu, T., Yamaji, T., Iwasaki, M., . . . Tsugane, S. (2015). Association of coffee intake with total and cause-specific mortality in a Japanese population: the Japan Public Health Center-based Prospective Study. Am J Clin Nutr, 101(5), 1029-1037. doi: 10.3945/ajcn.114.104273
- Thelle, D. S. (1991). Coffee and cholesterol: what is brewing? J Intern Med, 230(4), 289-291.
- Thelle, D. S., Arnesen, E., & Førde, O. H. (1983). The Tromsø heart study. Does coffee raise serum cholesterol? N Engl J Med, 308(24), 1454-1457. doi: 10.1056/NEJM198306163082405
- Tverdal, A., Stensvold, I., Solvoll, K., Foss, O. P., Lund-Larsen, P., & Bjartveit, K. (1990). Coffee consumption and death from coronary heart disease in middle aged Norwegian men and women. BMJ, 300(6724), 566-569.
- Urgert, R., Schulz, A. G., & Katan, M. B. (1995). Effects of cafestol and kahweol from coffee grounds on serum lipids and serum liver enzymes in humans. Am J Clin Nutr, 61(1), 149-154.
- van Dusseldorp, M., Katan, M. B., van Vliet, T., Demacker, P. N., & Stalenhoef, A. F. (1991). Cholesterol-raising factor from boiled coffee does not pass a paper filter. Arterioscler Thromb, 11(3), 586-593.
- Weusten-Van der Wouw, M. P., Katan, M. B., Viani, R., Huggett, A. C., Liardon, R., Lund-Larsen, P. G., . . . Aro, A. (1994). Identity of the cholesterol-raising factor from boiled coffee and its effects on liver function enzymes. J Lipid Res, 35, 721-733.
- Zock, P. L., Katan, M. B., Merkus, M. P., van Dusseldorp, M., & Harryvan, J. L. (1990). Effect of a lipid-rich fraction from boiled coffee on serum cholesterol. Lancet, 335(8700), 1235-1237.

* Det er gjort et lite men representativt utvalg av vitenskapelige rapporter. Totalt er det flere tusen artikler om dette temaet i den vitenskapelige litteraturen.

Medlemmer i Norsk Kaffeinformasjon

 - leverandør av gode opplevelser!	 Ordentlig kaffe		
	 THE WATER & COFFEE COMPANY	Heros AS	
 Designing good life		temperato ESPRESSOMASKINER & KAFFE	 STEDET FOR GOD KAFFE
	 www.kaffemann.no	kafeko committed to quality	
			 since 1979
	 Nestlé <i>Good Food, Good Life</i>		 KAFFE og TE
		  Strong brands of Crem International	
	 Pure Coffee	Bjørn R. Paasche Agentur AS	
 Norpapp	MOCCAMASTER HANDMADE		

		 Dis <i>verdens</i> Kaffeleverandør!	 Best på smak – best på service	
 SMAKEN DU KJENNER	 Black Cat KAFFE & TEHUS www.black-cat.no	 Fast Food Service Norge	FRIELE	
 Making every day a better day		PALS — 1964 — KAFFE	 ARVID NORDQUIST CLASSIC	EVERGOOD KAFFE
 kunnskap, kvalitet og service for gode kaffeopplevelser		Martin Vinje <i>The Martin Vinje Company AS</i> Manufacturers Representative Kenwood – Delonghi	 DET LILLE KAFFEBRYGGERIET	 PELICAN ROUGE COFFEE SOLUTIONS
		cemo [®] gourmet	 MERCANTA The Coffee Hunters SPECIALTY COFFEE MERCHANTS	
 CHAQWA			F&H of Scandinavia	 KAFFEHUSET DET GULDE RØR
MYHRVOLD STORKJØKKEN ^{AS} Totalleverandør storkjøkkenutstyr		KAFFA		

MYTHOS ONE

Denne kvernen setter en ny standard for espressokverner. Titan kniver, samt eliminering av statisk elektrisitet gir en jevn - og godt fordelt kaffe i portafilteret.

NUOVA
SIMONELLI
espresso coffee machines



VA388 BLACK EAGLE

Vakkert design, samt det beste av teknologi. Victoria Arduino presenterer med dette det ypperste av espressomaskiner.

Victoria Arduino
since 1905



LØSNINGS-ORIENTERTE!

En kaffebar er mer enn en kaffemaskin! Vi hjelper deg med å finne den optimale løsning med tanke på logistikk, funksjon, mersalg og varerepresentasjon.

SE KAFFEBROSJYRE PÅ FOODTECH.NO

Kontakt

815 68 968
foodtech.no

FOODTECH

Interiør og Storkjøkken

Clean Drop gir deg ren nyttelse



Clean Drop Professional, et rensemiddel for alle typer kaffemaskiner og serveringskanner i storhusholdning.

Flaske à 500 ml. **EPD 295311**. Øvrige Clean Drop produkter finner du i kaffehyllen i din dagligvarebutikk.



www.cleandrop.no

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

Norske kaffebrennerier er i verdensklasse. Selv de største i Norge er å regne som små gourmetbrennerier i internasjonal målestokk.

Norske forbrukere har tilgang på verdens beste kaffe. Norske kaffehus står godt forankret i en tradisjon hvor respekt for råvarene preger behandlingen – fra bønne til kopp.

Vi nyter vår kaffe svart og vi drikker mye. Nest mest i verden. Vi har også tradisjon for å brenne kaffen lysere enn sør i Europa. Høy kvalitet og stor smaksrikdom er kanskje årsaken til vårt høye konsum.

Kaffe er vår nasjonaldrikk. Kokekaffe, bålcaffe eller turcaffe er ord som ville få en kontinental europeer til å stusse. Vårt sosiale liv utspant seg imidlertid hjemme og ute på tur, ikke i kaffehus eller på fortauskafeer. Det har preget vårt forhold til kaffe.

Nyt din kopp og vit at i Norge er det ingen grunn til å drikke vond kaffe!



 **kaffe.no**
Norsk Kaffeinformasjon
European Coffee Brewing Centre



INIZIO LUNGO

STÅ OPP TIL EN BEDRE MORGEN



NESPRESSO
Coffee, body and soul