

Kaffe

Prisverdig samarbeid
Wilfa & Wendelboe s. 20

USA
Norsk kaffekultur lever s. 26

Liten kaffebok
Stor suksess s. 38

UTGITT I SAMARBEID MED NORSK KAFFEINFORMASJON

WWW.KAFFE.NO

GRATIS!
TA BLADET
MED HJEM

● Kaffegiganter inntar Norge

FULL AKSELERASJON I KAFFEMARKEDET

s. 6–10

Full aromatisk nytelse i hver dråpe

Allerede den første dråpen til en Nespresso Grand Cru gir deg full aromatisk nytelse. Kaffe aromaen fra brenningen er bevart på best mulig måte, og beskyttes mot oksidering i Nespresso-kapselen.
www.nespresso.com

NESPRESSO
Coffee, body and soul

innhold Nr. 7



06

Med de store kaffebarkjeder som nå rykker inn i Norge vil kaffemarkedet aldri bli det samme igjen

Morten Micalsen, adm.dir. i mediebyrået Mindshare

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

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

PROSJEKLEDER:
Robin Stenersen, Cox

BIDRAGSYTERE DENNE
UTGAVE:
Marit Lynes, Henrik Pryser
Libell, Lene Ness, Lise von
Krogh, Robin Stenersen,
Werner Anderson.

GRAFISK DESIGN:
Cox Oslo as

TRYKK:
Scanner Grafisk

ANNONSESALG:
Cox Oslo as

LIPPE kaffebrenneri	14
Fruktbart brygger- samarbeide	20
Ny nettbutikk	32
Barista@Work	42



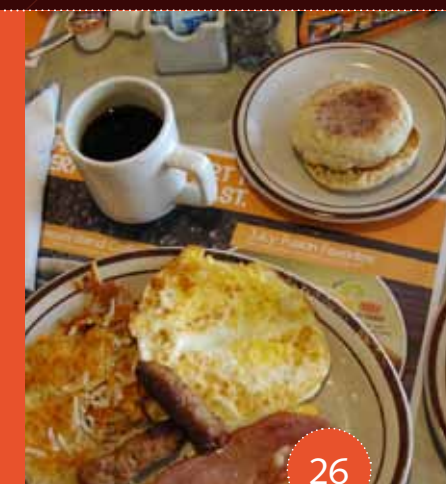
16

Kaffepionér: Robert William Thoresen var blant de første som startet kaffebar i Oslo, og har i dag en omfattende virksomhet innen spesialkaffe.

Den lille kaffeboken A-Z
Coffee høster stor suksess både i inn- og utland.

38

Kaffekultur:
De norske kaffevanene ble med de norske utvandrerne til USA på 1800-tallet, og dagens etterkommere drikker fortsatt kaffen sin svart og sterk.



26

→ HAR DU NOE PÅ HJERTET?

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

Send inn dine historier, opplevelser og kuriositeter til:
Robin.stenersen@cox.no

Smaken av god kaffe

Nå står du med KAFFE nr 7 i hånden og jeg er svært stolt av at kaffebransjen tar et felles løft for å få ut et eget kaffemagasin på norsk! Men så står da også Norsk Kaffebransje i en særstilling! I verdenssammenheng blir det meste av kaffen vi brenner her på berget omtalt som gourmetkaffe! De store internasjonale matskribentene og nyhets-artikler plasserer stadig oftere Norge på verdens-kartet og hyller både kvaliteten og den lyse brenningsgraden vi har. I tillegg finnes mange egne kaffehus her og kun et par få multinasjonale konsern er representert.

På samme måte som med vin, er det først og fremst hvor kaffen er dyrket som avgjør smaken. Mine personlige favoritter kommer gjerne fra Kenya, Etiopia eller en og annen plantasje i Mellom-Amerika. Sørg for informasjon om kaffen du kjøper, så blir hele opplevelsen mye mer interessant! Tenk over at god kaffe ikke kommer «fra en maskin» – god kaffe vokser på trær! Alt vi tar i bruk for å lage kaffe, har kun med tilberedning å gjøre. Man kan ikke lage gull av gråstein, derfor er vi alltid avhengig av en god råvare i utgangspunktet.

Men takket være dyktige baristaer og kaffehus som stadig blir flinkere til å fortelle hvor kaffen kommer fra og hvorfor den smaker som den gjør, bli også flere opptatt av kaffens særpreg, smak og opprinnelse. Det er en gryende interesse blant svært mange i forhold til å lære mer og samtidig utvide sin smakshorison. Ja, for det holder egentlig ikke at vi bare sier noe smaker godt eller vondt. Hvis jeg elsker blåmuggost og du ikke kan fordra det, så vil det være veldig vanskelig for en tredje-person å bare få opplyst av oss at dette smaker «fantastisk» og «helt for jævlig».



Marit Lynes, Norsk Kaffeinformasjon

Vi bør alle trene oss i å beskrive både smak, duft og aroma. Jeg opplever at eksepsjonelt god kaffe faktisk er som en god vin, eller som god kunst; jo bedre den er, desto særere kan den kanskje oppleves. Og, jeg ser ikke bort fra at den også innimellom, krever litt mer av oss for å bli forstått fullt og helt...

... god kaffe
kommer ikke
«fra en maskin»
– god kaffe vokser
på trær!



Er du sikker på at du har funnet den rette?



Alle finner en de liker



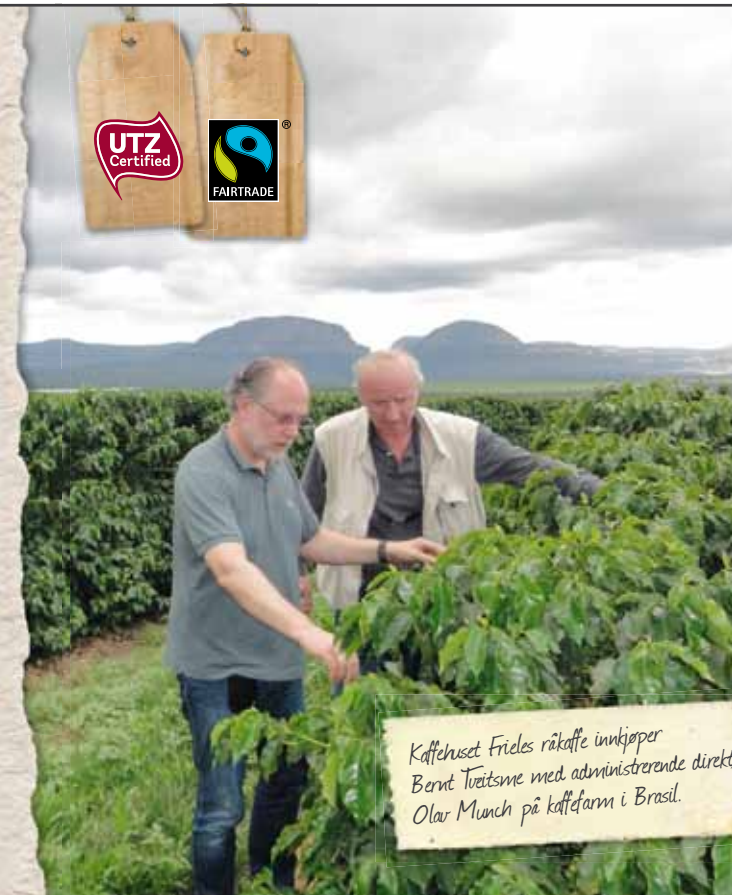
ANSVARLIG HANDEL

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

WWW.FRIELE.NO/SAMFUNNSANSVAR



Scan for video om sertifisert kaffe



Kaffehuset Frieles råkaffe innkjøper Bernt Tveitsme med administrerende direktør Olav Munch på kaffeform i Brasil.

Akselerasjon i kaffemarkedet

Med de store, internasjonale kaffebarkjeder som nå rykker inn i Norge vil vi trolig se en intensivert utvikling i kaffemarkedet som ingen aktører kan ignorere.

Kaffegiganter satser offensivt for å tjene penger på norske kaffedrikkere. I februar åpnet amerikanske Starbucks sin første filial på Gardermoen, og med investoren Jens Ulltveit-Moe i ryggen skal kaffegiganten bli markedsledende innen tre år. Som betyr å bli større enn både Kaffebrenneriet, Waynes Coffee og nykommeren Espresso House.

Når kaffekjempene for alvor har oppdaget norske kaffedrikkere vil det norske kaffemarkedet aldri bli det samme igjen, mener administrerende direktør Morten Micalsen i mediebyrået Mindshare, som er godt kjent med nordmenns kaffevaner.

- Et marked uten utvikling risikerer forflatning, men de senere år har vi sett store og positive endringer innen kaffemarkedet. De nye store kjedenes satsinger vil bidra til å utvikle dette videre og i et raskere tempo enn vi har sett så langt. Og det er bra, ifølge Micalsen.

- Dette vil føre til enda mer kaffekunnskap, mer differensierte produkter og flere sofistikerte kaffeforbrukere med bedre betalingsvillighet for kvalitetsprodukter, spår han.

«VÆRE FRAMPÅ SKIA»

I dag er Kaffebrenneriet størst på det norske kaffebarmarkedet med 25 utsalg, mens Waynes Coffee kommer opp i 23

utsalg i løpet av 2012. Stockfleths og trondheimsbaserte Dromedar har begge åtte utsalg. Med større tetthet av kaffebarer i markedet, har allerede etablerte aktører grunn til bekymring?

- Dersom en driver en virksomhet med lav innovasjonstakt kan det være grunn til det. For mer enn noensinne gjelder det for aktørene å være «frampå skia» og villige til å eksperimentere og lære mer. Høy endringstakt er sentralt for å forstå forbrukerne, det er stikkord i alle bransjer. Se bare på hva som har skjedd i teknologi-markedet, påpeker Micalsen.





Svenske Waynes Coffee og amerikanske Starbucks er blant kaffekjempene som nå satser offensivt for å tjene penger på norske kaffedrikkere. I februar åpnet Starbucks sin første filial i Norge, på Oslo Lufthavn Gardermoen Foto: Waynes Coffe og Henrik Fløymo/SSP

FAKTA

– Starbucks: Verdensomspennende kaffekjede med base i USA. Nærmere 20 000 butikker i 60 land. Åpnet i februar 2012 første utsalg på Gardermoen, flere er ventet.

– Espresso House: Sveriges største kaffebarkjede med over 120 utsalgssteder. Kommer etter planen til Norge.

– Waynes Coffee: Svensk kaffekjede med 23 norske utsalg i 2012.

– Kaffebrenneriet: Norsk kaffehus med 25 filialer i Stor-Oslo.

– Stockfleths: Norsk kaffebarkjede med åtte utsalg i Stor-Oslo.

– Dromedar: Kaffebarkjede i trondheimsområdet, åtte filialer.

Dagens forbruker hiver seg på nye trender raskere enn noensinne. Å innta en «vente å se»-holdning er ikke å anbefale.

– En stadig rikere verden av forbrukere samt en raskere teknologiutvikling, fører til en type eksponentiell utvikling og vekst som blir sterkere og sterkere etter hvert som tiden går: Markedsendringer som tok ti år før, kan nå skje på ett år. En kan dermed vinne eller forsvinne på ett års tid, ifølge Micalsén.

NY GENERASJON KAFFEDRIKKERE

For den glade kaffedrikker vil enda flere kaffebarer trolig være positivt, iallfall hva gjelder kvalitet og differensierte produkter.

– De nye kjeder kan faktisk rulle inn med høyere priser på sine kaffeprodukter enn vi er vant med. Produktutviklingen vil trolig gå mot det mer dekadente og nytelsesorienterte. Det handler også om merkevare, Starbucks er eksempelvis et sted en velger å oppsøke, ikke et sted en havner på.

Og mens det totale kaffevolumet trolig ikke vil øke og det tradisjonelle lavpris-markedet blir mindre verd, er det innen det differensierte kaffemarkedet veksten kan komme.



Den norske kaffebarkjeden Stockfleths har åtte utsalg i Stor-Oslo, her fra den nyeste avdelingen i Gamlebyen. Foto: Stockfleths

– Det er her aktørene kan rekruttere til en annen type forbruk. Kaffe-adferden er allerede i ferd med å endre seg. Den tradisjonelle «kaffe-pimpingen» blir i større grad passé, og kaffe blir i større grad en situasjonsbetinget drikk - som gjerne i større grad nytes utenfor hjemmet. Framover vil vi nok oppleve en rikere, ny generasjon kaffedrikkere.

Visste du at...

■■■ I Skandinavia bor ca. 0,7% av verdens befolkning. Men dette lille området importerer ca. 5,5% av all kaffe i verden!

■■■ London på 1700 tallet: Kaffehusene ble et møtested for de intellektuelle og gikk under navnet «Penny Universities» fordi man betalte en penny i inngangspenger og kunne lytte til de lærdes ord.

■■■ Europa før i tiden; Kaffe som medisin var vanlig. På midten av det 17. århundre ble kaffebønner solgt på alle apotek.

■■■ Mohammed gav sin velsignelse til kaffen etter å ha uttrykt følgende etter sin første kopp, «Jeg skulle kunne kaste 40 ryttere ut av sadelen og legge ned 50 kvinner».

Tøffere konkurranse, men positivt!

Aktører i norsk kaffebransje er klar for større tetthet mellom kaffebarene.



Steinar Paulsrud
Kaffebrenneriet

KAFFEMILJØET GODT RUSTET

– Det vil alltid være plass for nisjekjeder som oss som har kaffebønner og smaks-kvalitet i fokus. Siden vi startet har vi fokusert på kvalitet i koppen med lange tradisjoner tilbake til det norske kaffekjøkkenet, sier gründer Steinar Paulsrud i Kaffebrenneriet, startet som den første kaffebarkjeden i Oslo og Norge i 1994.

– Norge er et lite land der kjøpp fortjeneste med høye priser ikke er med på å utvikle markedet. Samtidig er kaffemiljøet i Norge godt rustet med fokus på smak og utvikling, og dette har blitt anerkjent internasjonalt der Oslo er blitt omtalt om en av verdens kaffehovedsteder.



Odd Strand
Kjeldsberg Kaffebrenneri

KAMP OM GOD BELIGGENHET

– Med en rekke nyetableringer i de store byene og på sentrale trafikkpunkter, vil det bli tøffere for de aktører som allerede er etablert, sier administrerende direktør Odd Strand i Kjeldsberg Kaffebrenneri i Trondheim.

– Konsept, attraktive kampanjer og god beliggenhet vil avgjøre om nye etableringer lykkes, og ikke nødvendigvis at de har like god eller bedre kaffe eller hva som står på skiltet over døren.

Totalt sett er det plass til flere gode aktører innen kaffeservering og i convenience markedet, og god kaffe er viktig for at nye forbrukere skal opprettholde og øke pr capita forbruket.

... mer enn noensinne gjelder det for kaffeaktørene å være villige til å eksperimentere og lære mer..

Adm. dir. Morten Micalsen, mediebyrået Mindshare



Olav Munch
Kaffehuset Friele

IKKE ALLE VIL LYKKES

– Vi ser positivt på at det etableres flere kaffebarer i Norge. Kaffebarene bidrar til å spre kunnskap om kaffe og øker forbrukernes interesse for kaffe. For Friele representerer kaffebarer og «Out of Home» segmentet et spennende og stadig større markedssegment, sier administrerende direktør Olav Munch i Kaffehuset Friele.

– Samtidig som det etableres flere kaffebarer øker markedet i den forstand at flere mennesker vil benytte seg at muligheten til å nyte en god kopp kaffe i hyggelige omgivelser. De som lykkes er de som klarer å differensiere og markere seg i forhold til de andre. Det er sannsynlig at ikke alle vil lykkes, så en viss avskalling må man regne med.



Bård Gundersen
Black Cat Kaffe og Tehus AS

EN DEL MÅ SKJERPE SEG

–Vi tror det er positivt at store og internasjonale aktører etablerer seg i Norge. Det vil øke totalmarkedet og forhåpentligvis den generelle interessen for kaffe og espresso, samtidig som en del etablerte og lokale aktører må skjerpe seg og virkelig vise hva de er gode til, sier daglig leder Bård Gundersen i Black Cat Kaffe og Tehus AS, som er leverandør til Wayne's Coffee i Norge.

– Interessen og kompetansen på kaffe og espresso blant forbrukere er flere år tilbake i forhold til interessen for for eksempel vin, kanskje dette vil være med på at kaffeprodukter en dag kommer på samme interesse nivå.



Patrick Watz
Espresso Spezialisten

VIL IKKE PLAGE DE «SMÅ»

– Konsekvensene av at de nevnte aktørene nå nærmer seg Norge er først og fremst et enda større kaffemangfold. Vi tror også det er rom for flere kaffebarer i Norge, så lenge de kommer i andre fasonger og «nye utgaver», sier daglig leder Patrick Watz i Espresso Spezialisten, importør av espresso- og kaffeutstyr.

– En bevisst og ikke minst operativ ledelse, kostnadskontroll og faglig dyktige og serviceinnstilte medarbeidere er helt klare suksesskriterier for å lykkes. Derimot tror jeg ikke at de store aktørene kommer til å plage de «små» spesialkaffebarene nevneverdig. Her er det sannsynligvis for stort spenn mellom hensiktene og utgangspunktet til aktørene; en mindre spesialkaffeforretning skal og må ligge i forkant når det kommer til kunnskap og deres tilbud om sporbare kvalitative kaffesorter, handlet direkte.

Clean Drop gir deg ren nytelse



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

kjeldsberg

Ordentlig kaffe

ORDENTLIGKAFFE.NO

Finn de beste kaffespottene og les om kaffe på www.ordentligkaffe.no

wilfa svart



GOD KAFFE ER SVART HÅNDVERK

Her i nord elsker vi traktekaffen vår, og vi vil helst ha den svart. Vi kaller det Den Nordiske Kaffekulturen, og Wilfa er stolte av å ha vært en del av den i mange, mange år. Derfor har vi sammen med Tim Wendelboe utviklet SVART, en eksklusiv og annerledes ny serie med traktere som tar vår måte å drikke kaffe på, med fokus på smak og renhet, på alvor.

Først ut er SVART manuell, en trakter med prisvinnende design som lar deg lage kaffen for hånd. Full kontroll over vann, temperatur og kaffemengde gjør det enklere enn noen gang å være barista på sitt eget kjøkken. Se wilfa.no for forhandler.



Scan denne koden med telefonen din og se filmen om Svart Manuell.



TIM WENDELBOE



AWARD FOR DESIGN EXCELLENCE
NORWEGIAN DESIGN COUNCIL

Sertifiseringsordning for bedre kaffe

Norsk Kaffeinformasjon (NKI) vurderer å innføre en ny sertifiseringsordning med bransjegodkjente kvalitetskrav som skal bedre kaffestandarden ved norske serveringssteder.



De fleste norske serveringssteder for mat og drikke har virkelig et forbedringspotensiale når det kommer til kvaliteten på kaffen som tilbys kundene. NKI arbeider derfor med en godkjenningsordning som skal stimulere bransjen til en generell kvalitetsheving.

– Mens mange norske kaffebarer er i verdenstoppen når det gjelder kaffekvalitet, ser vi samtidig at altfor mange serveringssteder ennå har en vei å gå for å kunne tilby bedre kaffeopplevelser. Det ønsker vi å bidra til å endre, sier daglig leder Marit Lynes i Norsk Kaffeinformasjon.

KAN BLI BEDRE

På serveringssteder kan en fortsatt oppleve at kaffen som serveres ikke står i forhold til det gode kvalitetstnivået på maten som tilbys kunder. Både norske hoteller, restauranter og kaféer kan bli bedre – og opplysningskontoret for kaffe vil gjerne stimulere til denne kvalitetshevingen.

– For flere etablissementer ligger det et stort forbedringspotensiale i å øke kunnskapen og bevisstheten rundt kaffe. Det gjelder ikke bare tekniske forhold som renhold og vedlikehold av utstyr. Det gjelder også formidling, tilberedning og hvordan serveringen til gjestene foregår, sier NKIs leder.

GODKJENTE KVALITETSKRAV

NKIs sertifiseringsordning vil blant annet inneholde et utvalg bransjegodkjente

kvalitetskrav som serveringsstedene skal innfri før sertifisering.

I samarbeid med norske leverandører for kaffeutstyr vil NKI tilby kurs, praktisk opplæring og tester som leder fram til sertifisering av det enkelte serveringssted. – Nordmenn er verdensledende i

kaffeforbruk, og stadig flere forventer noe mer ut av selve kaffeopplevelsen. Ved å oppfylle kvalitetskravene vil det enkelte serveringssted kunne tilby sine kunder bedre kaffekvalitet og vil kunne framstå som «NKI-Sertifisert» i all sin markeds-kommunikasjon.



Med kaffesmak som levebrød

Med nye og større lokaler på Rosenholm i Oslo er LIPPE kaffebrenneri klar for økt aktivitet, og kan tilby kaffekurs og fredags-cuppinger i lyse og tidsriktige omgivelser.

LIPPE kaffe er utviklet av Pia og Alexander von der Lippe, begge med utdannelse innenfor kjemi og biologi. Sammen er de innehavere av firmaet Temperato som produserer LIPPE kaffen.

– Vi begynte med dette fordi vi var glad i kaffe, forteller de. For Alexander startet det hele som en hobby i 1998, og i 2002 kom Pia med for fullt. Siden har det vært en heltidsvirksomhet, og i dag er også Eystein Veflingstad ansatt som kaffebrenner, samt Chris-

topher Neumann Ruud og Alexander Bottegaard med ansvar for henholdsvis logistikk og teknisk service.

KRITISK FORSTÅELSE

Med sin vitenskapelige bakgrunn er de opplært til å stille kritiske spørsmål og lete etter optimale løsninger. Samtidig har begge en forståelse for de grunnleggende prosessene fra bær til ferdig brent og pakket kaffe.

– En del av faget ligger nok som en plattform for det

Alexander og Pia von der Lippe tar i mot kunder til prøvesmaking og kursing i nye og lyse lokaler på Rosenhoff i Oslo.



Ved kaffebrenneren er Eystein Veflingstad i full gang med å klargjøre kaffeprøver som skal smakes under dagens cupping-sesjon.



vi driver med her. Det gir et grunnlag for å forstå alle variasjonene innen kaffe og være systematiske i det vi gjør, sier Alexander. LIPPE fører i dag et bredt spekter av rene sorter kaffe fra ulike land og verdensdeler, samt 6 egne espressotyper. De tilbyr også LIPPE te, samt leverer kaffemaskiner og utstyr til proffmarkedet.

– Vi vet hvordan vi endrer og gjør ting med kaffen, og forsøker å være konsistente: Så til tross for ulike kaffeblandinger skal kaffe fra LIPPE ha en gjenkjennelig profil over tid.

FREDAGS-CUPPINGER

Ved kaffebrenneren er Eystein Veflingstad i full gang med å klargjøre dagens kaffeprøver som skal smakes under dagens cupping-sesjon.

– Når vi tester nye kaffeprøver, gjelder det alltid å finne den gode balansen mellom våre tre personlige smaker og meninger om hva som får bli med på ferden videre til ferdigprodusert LIPPE-kaffe, sier Veflingstad.

– I våre kaffeutvalg søker vi etter den rene, syrefriske og balanserte smaken, med god sødme, struktur og fylde, supplerer Pia og Alexander. Å være ulik andre brennerier av spesialkaffe er ikke avgjørende.

– Vi går våre egne veier, findyrker smaker vi liker gjennom å gjøre en så god jobb som mulig med å ta vare på kaffens gode karakter, sier de.

I dag leverer de sin spesialkaffe til barer, kaffebarer og restauranter over hele landet.

Kaffebrenneriet arrangerer også baristakurs samt et utvalg fagkurs for sine proffkunder. Ved ukeslutt inviterer LIPPE alltid til fredags-cupping for alle interesserte.

– De som ønsker, er velkomne til å melde seg på. Følg oss gjerne på Facebook og Twitter, der legger vi ut nye arrangementer og kommuniserer aktivt med våre kunder og andre kaffeglade.

Les mer om LIPPE på temperato.no

En kompromissløs kaffeentreprenør

Robert William Thoresen var blant de første som etablerte kaffebar i Oslo, og har i dag en omfattende virksomhet innen spesialkaffe. – Middelmådighet og dårlig service har jeg aldri hatt noe til overs for. Det jeg driver med skal være ekstraordinært, sier han.



Pionér eller ei. Jeg liker å ha visjoner og har nok vært tidlig ute med å gjøre mange ting innen spesialkaffe i Europa, sier Robert W. Thoresen.

ROBERT WILLIAM THORESEN

Alder: 44

Sivil status: Samboer. Datter på 14

Utdanning: Siv. Arkitekt

Norgesmester 1998 og 2000, Nordisk mester 1999 og verdensmester i baristakunst 2000. Driver blant annet kaffebrenneriet Kaffa, Kaffabutikk, Java espressobar og Mocca kaffebar i Oslo.

Thoresen arbeidet som arkitekt i San Francisco på begynnelsen av 90-tallet da kaffebarene slo rot i metropolen for alvor – og deres betydning i det urbane hverdagslivet bredte om seg.

– I mange av San Fransiscos nabolag var kaffebaren et viktig sted, der terskelen var lav, der folk gikk for å møtes, eller for å være alene. Å gå innom den lokale kaffebaren var et daglig ritual i mange byfolks liv, også mitt eget. Jeg tenkte at dette måtte kunne funke i Oslo, til tross for at denne typen kaffekultur da var fraværende i Norge.

Thoresen så forretningsmuligheten i å lage et tilsvarende nabolagssted i en bydel i Oslo, og reiste hjem for å starte en norsk kaffebar. – Det begynte vel mer som en

romantisk idé om eget arkitektkontor på bakrommet med kaffebar mot gaten, sier han.

HØYE AMBISJONER.

Med høye ambisjoner fra første stund tok selve kaffearbeidet snart tiden fra arkitektvirksomheten.

– Jeg brukte alle sparepengene mine, gjorde mye av byggearbeidet selv, jobbet lange dager som barista, men trengte snart å ansatte flere kollegaer. Utfordringen i starten var å få folk til å oppsøke kaffebaren. Det var også et behov for å lære publikum hvordan bruke en kaffebar, for eksempel ved å ta kaffekoppen med seg på bussen eller ut i parken, forteller han.

I 1997 åpnet Thoresen Java espressobar

& kaffeforretning på St.Hanshaugen i Oslo. Ulikt datidens tradisjonelle kaféer var Java åpent fra grytidlig morgen – med en bardisk å henge ved eller med mulighet til å ta kaffen med seg.

TRENGTE MENINGSFULLT SPRÅK

For Thoresen var det viktig ikke bare å etablere et sted for å drikke kaffen. Gjennom lokaler som var nøye gjennomtenkt og utformet, ønsket han også å skape en ny bar-kultur for kaffehåndverket, og formidle et språk om kaffens mange fasetter.

– Kaffe kommer alltid fra et konkret sted og er fremstilt av konkrete mennesker. Dessuten har hver kaffe en duft, spesi-fikke smaksattributter og gir en bestemt munnfølelse. En del rådende beskrivelser

om kaffe bar tidligere preg av poesi og lav informasjonsverdi. Vi følte at vi drev med folkeopplysning og for å kunne kommunisere meningsfullt om kaffen måtte vi etablere korrekte begreper, et felles vokabular og snakke et meningsbærende språk. Dessuten var det viktig å finne norske ord for kunne å beskrive smaksopplevelsen på vårt eget spåk. Alt annet virket fremmedgjørende, syntes jeg.

Nøyaktigheten bar frukter, og på kort tid kunne Thoresen vise til meritter som vinner av NM i baristakunst i 1998 og 2000, nordisk mesterskap i 1999 og seier under det første VM i baristakunst - WBC i Monte Carlo 2000. Senere har han i flere år vært dommer i baristakonkurranser over hele verden og internasjonal smaks-

dommer i Cup of Excellence. De to siste årene har han vært Hoveddommer i Best of Panama, en av verdens viktigste kaffe-auksjoner.

– Jeg brukte over to år på planleggingen, men hadde ingen konkret baristaerfaring da jeg startet. Vi var lærevillige og vi ville formidle videre det vi hadde tilegnet oss på en god måte. Merittene representerer nok en arbeids- og håndtverkskultur som jeg startet på Java, og som sitter i veggene der den dag i dag.

EN RADIKAL OG ANNEN HOLDNING

Og mens kaffe tidligere gjerne ble oppfattet som et generisk produkt der «kaffe er kaffe», er det nå langt større bevissthet og interesse for kaffens opprinnelse og til-

Robert Thoresen er halvt amerikaner, og er engasjert på flere felt med å ta norsk kaffekultur ut i verden, blant annet til USA.

virkning. Den framvokste respekten for kaffekunnskap og bryggehåndverk gjør det nå mulig for en hel generasjon barista-er å ha dette som sin stolte karriere, ifølge Thoresen.

– Kaffebarene har vært en av driverne på dette feltet. De var ikke bare «kule steder», men steder som representerte en helt annen faglighet og holdning til kaffe; Det var eksempelvis radikalt da kaffebarene – lenge før røykeloven – innførte røykeforbud fordi vi påpekte at det forstyrrer den sensoriske opplevelsen av kaffen. Vi startet folkeopplysning om at kaffen hører hjemme i den kulinariske verden!

ØNSKET FULL KONTROLL

Motivasjonen for å gå videre var naturlig: Thoresen og hans kolleger ønsket mer kunnskap og kontroll over alle leddene i prosessen fra kaffebusk – via brenning – til brygging. I 2000 ble derfor Mocca kaffebar & brenneri etablert på Briskeby i Oslo.

En kompromissløs holdning til kaffekvalitet videreføres. De ulike kaffesortenes opprinnelse blir for kundene omhyggelig beskrevet med gårdens høyde over havet, kaffeart, bondens og brennerens navn, datoer for høsting og brenning samt omtale av duft og smak.

– Det høres kanskje petimetrisk ut, men alt dette er viktig for å kunne forstå kaffens smak, sier han. På Mocca arrangerte vi fra starten av åpne cuppingssesjoner for å gi de interesserte kaffegjestene en erfaring med hva vi snakket om. I dag har disse aktivitetene flyttet inn i nabolokalet til KAFFAbutikk - en smakslab på gateplan!

– Helt fra starten av begynte jeg selv å oppsøke de enkelte bønder vi kjøper kaffe fra. Tre til fire måneder i året har jeg reist til opprinnelseslandene – for å få tak i og kjenne til den råeste råkaffen – direkte fra gården. Utfordringen har også vært å få fraktet kaffen hjem på en forsvarlig og økonomisk måte. Vi har nok gjort det dyrt og tungvint for oss selv noen ganger, men det har vært viktig å få kontroll med råstoffet samt tilfredsstille egen ærgjerrighet.

ALDRI DYRT, BARE KOSTELIG

Som et utspring av kaffebar- og brenneri-virksomheten på Briskeby etablerte Thoresen i i 2005 kaffebrenneriet KAFFA as. KAFFA leverer nybrent kaffe over det ganske land og er i dag vel etablert i funksjonelle og større lokaler på Ryen i Oslo, der Thoresen har sitt daglige virke.

Ifølge Kaffas hjemmeside er kostbar kaffe aldri dyrt, bare kostelig og deilig. Med Kaffa er ønsket å kunne tilby den beste kaffen man kan få tak i for penger, og kvalitet koster. I 2007 tilbød brenneriet spesialkaffe opp til 1400 kroner kiloen, det var et helt spesielt og unikt kaffeparti. Men i realiteten er vår kaffe på uforklarlig vis rimeligere enn de store merkevarene som f.eks Illy og Nespresso. Vi kjøper et bedre råstoff, betaler mer til bonden og gjør et samvittighetsfullt håndverk med kaffen. Men så bruker vi ingenting på markedsføring!

– Spesialkaffeprisen har de senere år skilt lag med prisen på den ordinære kaffen. Spesialkaffe skal være et produkt med merverdi, og det må man ta seg betalt for. Men for å kunne forsvare merkostnaden må vi tilby god kunnskap og undervisning til våre kunder. Kunnskapen om kaffen vi leverer er en integrert del av dens verdi. Faktisk tror vi at det hjelper å vite litt for å kunne nyte kaffen enda mer.

Halvparten av Kaffa-brenneriets lokaler er derfor satt av til formidling, kursing og prøvesmaking av kaffe overfor proffkunder og samarbeidspartnere. Cuppingssesjoner gjøres også gjerne simultant med utenlandske samarbeidspartnere via Skype.

«OSLO-METODEN»

Virksomheten innen spesialkaffe har etter hvert blitt omfattende.

– Vårt kontaktnett og relasjoner er bygget opp over tiår, og vi kjøper i dag kaffe fra meritterte vinnere og dess like.

I fjor ble firmaet the Collaborative Coffee Source startet, der en formidler råkaffe til brennerier av spesialkaffe over hele Europa, snart til Asia. Thoresen er halvt



amerikaner, og den senere tid har han igjen vendt fokuset mot USA. I 2010 etablerte han et firma i California med mål om en kaffevirksomhet med base i San Francisco.

– Vi ser på kaffefaget som en smalt felt i den kulinariske verden. Måten vi gjør ting på, Oslo-metoden, har blitt et varemerke innen spesialkaffe – med et distinkt uttrykk i valg av kvaliteten på råkaffen, brenningstil og bryggeteknikk – som blir lagt merke til i utlandet og som vi tar med oss i denne satsingen. Rundt om i verden

er det allerede en hype rundt Oslo som kaffedestinasjon, og «skandinavisk kaffe» omtales med en bestemt positiv forventning i fagmiljøet, forteller han. I media, blant annet i New York Times har man også beskrevet Oslo, deriblant Thoresens steder som noen av de viktigste adressene i verden.

Kaffepioneren er engasjert på flere felt med å ta norsk kaffekultur ut i verden, senest gjennom samarbeidet med Scandianavian Coffee House – en norsk kaffebar-kjede som har som ambisjon å åpne med



Kostbar kaffe er aldri dyrt, bare kostelig og deilig! Allerede i 2007 kunne Thoresen tilby spesialkaffe opp til 1400 kr kiloen på Mocca kaffebar & brenneri i Oslo.



Den nye produktklassen kaffetraktere gir kontrollen tilbake til kaffedrikkeren, ifølge Wilfas produktdirektør Arild Jørgensen.

Løfter traktekaffen opp og frem

Med nyskapende estetikk og funksjonalitet har det norske selskapet Wilfa utviklet en type filtertraktere som høster jubel både hos design-kritikere og kaffe-brukere.

Den manuelle trakteren Sort Manuell skiller seg ut fra tradisjonelle kaffetraktere, blant annet står trakteren på et brett sammen med vannkokeren – slik at brukeren gjør selve bryggingen for hånd. – Vår ambisjon har vært å lage tidenes beste kaffebrygger, sier produktdirektør Arild Jørgensen i Wilfa. De senere år har det vært mye fokus på espresso- og kapselmaskiner, men vi ønsket heller utvikle et produkt som bygger på og utvikler den tradisjonelle nordiske kaffekulturen; manuell filtertraktning.

«KAFFETRakterENS COMEBACK»

Wilfa har fått med seg barista-verdensmester Tim Wendelboe både i utviklingen av

og som ambassadør for produktet, mens det danske selskapet Designit har gjort design-utviklingen. Resultat har falt i smak både hos fagfolk og kaffebrukere; Den manuelle bryggeren er omtalt som en «kaffetrakterens comeback» og «en revitalisering av hele produktklassen». – Tim Wendelboe er innovativ, tør bryte grenser og kjøre sine egne retninger innen kaffe. Han er anerkjent og hentes inn som støttespiller både i inn- og utland. Vi synes Tim er en representant for den nordiske kaffekulturen, som vi også har samarbeidet med tidligere, og han var dermed et naturlig valg i utviklingen av bryggeren, forteller Jørgensen.

- Liker fokus mot manuell brygging



Tim Wendelboe

– Wilfa Svart Manuell kom som et resultat av at vi jobbet med en automatisk trakter som kommer på markedet, og som et svar på den økende trenden med manuell kaffebrygging, sier kaffeeksperten Tim Wendelboe.

For Wendelboe er kaffe en gastronomisk opplevelse, og det prøver han å få flere til å forstå.

– Vi ville lage noe for hjemmebaristaen og resultatet ble Svart Manuell. Nå gleder jeg meg til å se på responsen på den nye trakteren. Jeg har testet den masse og er veldig fornøyd med resultatet.

Han er godt fornøyd både med produktenes design og brukervennlighet.

– Vannkokeren kan jo brukes til så mangt, ettersom den har ulike temperatur reguleringer. Den har et fint uttrykk som er lett å kjenne igjen i annet skandinavisk design. Morsomt av alt er at langt flere enn jeg hadde forventet har kjøpt en manuell brygger. Jeg liker også at fokuset går mot manuell brygging, fordi det tvinger brukeren til å ta stilling til hvordan kaffen brygges, sier Tim Wendelboe.

PREMIERT DESIGN

Den manuelle filtertrakteren ble i 2012 premiert med Merket for god design. «Foruten å være estetisk godt utført, er Wilfa Manuell nyskapende... gir brukeren kontroll over temperatur og trekketid ved hjelp av enkle innstillinger», heter det blant annet i Norsk Designråd sin vurdering.

– Vi har bygget et nytt produkt der vi tar gamle bryggemetoder fram i en ny drakt. Designprisen er en hyggelig anerkjennelse av dette arbeidet. Ekstra morsomt er at mens bryggeren ble designet for de få, interesserte kaffebrukere, så er «første opplag» allerede utsolgt. Vi under-vurdere potensialet i produkttypen.

– Supertrendy eller ikke, både unge og gamle «skjønner» produktet og gir uttrykk for at dette var jo slik vi brygget i gamle dager. Folk vi ikke trodde var i målgruppen, «tar» dette med en gang, sier Jørgensen.

Den helautomatiske varianten, Svart Presisjon, er snart klar til lansering. Her skjer vanntilførselen automatisk fra en vannkolbe, via innebygde varmeelementer og sensorer som sikrer rask og presis temperatur på 92 grader gjennom hele bryggeprosessen.

– En teknisk kompleks «innmat» og

design gjør at utviklingen har tatt noe lengre tid. Vi testet ut tre fabrikker før vi lyktes, sier Jørgensen. En nyutviklet «flow»-kontroll skal sikre en optimal kaffe-ekstraksjon om man brygger en kopp eller en kanne kaffe.

RENESSANSE

Ifølge Jørgensen gjennomgår tilslutningen til svart kaffe og den nordiske kaffekulturen en renessanse, som Wilfa skal være med på.

– Vi startet utviklingsarbeidet i 2009 med å analysere markedet, og la merke til hva Tim Wendelboe og andre som går foran, vektlegger, nemlig svart kaffe og kvalitetsfokus i alle ledd. Vi avdekket også en trend mot håndbrygget kaffe som kvalitetsvare.

Selskapet har utviklet et konsept rundt svart kaffe og den nordiske kaffekulturen, blant annet ved bruk av sosiale medier som Facebook, Twitter, samt egen blogg og en Nordic Coffe-app. Med nyutviklede trakteprodukter er nye høyder nådd.

– Vi føler bryggeren har satt Wilfa på kartet, og interesserte både fra Europa, USA og Russland tar kontakt med ønske om å kunne tilby disse produktene, smiler Jørgensen.



Både Svart Manuell og den kommende, automatiske Svart Presisjon har nyutviklede flow-controls eller justerbar åpning, der en selv bestemmer hvor mye kaffe man vil ha slik at smaken blir optimal uansett mengde.

Artikkelforfatter
Lise von Krogh er ernæringsfysiolog og NKIs ekspert innen kaffe og helse.
Foto: Privat



Er kaffe vanndrivende?

Koffeinet i kaffe øker urinproduksjonen, men blir du egentlig inntørket av å drikke kaffe?

Personer som er utsatt for dehydrering blir gjerne anbefalt å være forsiktig med kaffe og te, men er det noen grunn til det? I kaffe, te, cola- og energidrikker finner vi stoffene koffein, teofyllin og teobromin som påvirker nyrene til å øke urinproduksjonen.

IKKE VANNDRIVENDE FOR VANTE KAFFEDRIKKERE
Dersom du drikker kaffe daglig, gjerne flere kopper,

så tilpasser kroppen seg koffeinets urindrivende effekt. Drikker du en vanlig kaffekopp vil den ikke føre til negativ væskebalanse. En vanlig kaffekopp inneholder mellom 50-200 mg koffein. Innholdet varierer med traktetid, altså hvor lenge kaffen er i kontakt med det hete vannet, dosering, om kaffen røres i vannet som ved kokekaffe og presskannekaffe, samt volumet på koppen.

I studier har de sett at koffeindoser over 250-300 mg kan ha en vanndrivende effekt, men dette er høyere enn hva som finnes i en vanlig kaffekopp. I disse forsøkene har de tilført rent koffein (ikke kaffe) i forskjellige doser og sett at den kan øke urinmengden. Teofyllin og teobromin virker også diuretisk (vanndrivende), men teobromin virker svakere mens den vanndrivende effekten til teofyllin er på linje med koffein.

VANNDRIVENDE FOR NOEN
Dersom du ikke er vant med å drikke kaffe, kan en sterk kopp kaffe øke urinproduksjonen. Det kan også skje om du har hatt en kaffefri periode på flere dager. Det er dessuten sammenheng mellom kroppsvekt og den vanndrivende effekten til koffein. På en stor og tung kropp vil koffein fra én kopp ha ha svakere effekt sammenlignet med en liten og lett kropp. For den vante kaffedrikkeren, kan store doser koffein



(over 300 mg) også virke vanndrivende. For å få det til må du drikke flere kopper sterk kaffe tett på hverandre. En vanlig kopp filterkaffe bidrar med ca. 100 mg, men en sterk kopp kaffe kan inneholde dobbelt så mye.

VIRKER IKKE DEHYDRENDE PÅ ELDERE
Det er ikke noen grunn til å frarøve eldre sine daglige kaffekopper fordi man frykter at de blir dehydrerte. Kaffe virker ikke mer vanndrivende på eldre som er trente kaffedrikkere, sammenlignet med yngre voksne. Selv om eldre mennesker har nedsatt tørstfølelse og ikke alltid klarer å drikke nok væske, så vil ikke kaffen skade. Faktisk kan den vanlige filterkaffen tilføre ekstra væske, under forutsetning at de pleier å drikke kaffe hver dag. Eldre som er utsatt for dehydrering bør oppfordres å tilbys annen drikke i tillegg til kaffen, for eksempel til måltider, under aktiviteter og når medisinen skal tas.

PÅVIRKER IKKE VÆSKEBALANSEN UNDER TRENING
Dehydrering oppstår når behovet for væske ikke blir dekket. Dette kan oppstå når du svetter svært mye uten å erstatte tapet med økt væskeinntak, for eksempel hard aktivitet i varmt vær eller i store høyder. Trening øker væskebehovet, særlig under intense og

harde treningsøkter. Jo mer du svetter, desto mer må du drikke for å kompensere for tapet. Vante kaffedrikkere kan fremdeles drikke kaffe selv i forbindelse med hard trening. Dette påvirker ikke væskebalansen så sant inntaket er innen for normalen, 2-3 kopper kaffe, tilsvarende mindre enn 300 mg koffein. Det er derimot viktigere å tenke på å drikke nok vann eller sportsdrikke for å unngå dehydrering. Kilder: Maughan RJ og Griffin, Caffeine ingestion and fluid balance: a review. The British Dietetic Association Ltd, J Hum Nutr Dietet 2003;16:411–420.



Vante kaffedrikkere kan drikke kaffe i forbindelse med trening. Men det er viktigere å drikke nok vann eller sportsdrikke for å unngå dehydrering.
Foto: Fokus Bank Oslo Maraton/Eirik Førde

Et jubelår for Norsk Kaffeinformasjon

Glede, kunnskap og inspirasjon rundt kaffe har blitt løftet fram gjennom hele Norsk Kaffeinformasjons 50 års jubileumsår.



Med dette flotte kaffebildet vant Kari Janne Andersen NKI's jubileumskonkurranses "Din egen hyllest til kaffepausen". Bildet er tatt i Romsdal og med Åndalsnes i bakgrunnen. – Et av mine fineste kaffeminner. Kaffen er brygget på Mypressi Twist. Jeg tok med meg en kanne varmt vann, bryggeutstyr, to espresso-kopper og min kjære mann, og brygget espresso på svaberget, veldig romantisk. Ein helt vanlig dag i Paradis!, sier Andersen.



På publikumseventet «Den store skattejakten» på Mathallen Vulkan i Oslo i mars, deltok NKI med egen kaffebar.



Å bringe den gode kaffekulturen ut til de unge står sentralt for NKI, her representert med jubileumsstand og kaffebar som ble et populært innslag under VM i snowboard i Oslo i februar. Det hele ble gjennomført i samarbeid med eventbyrået Espresso Mobile.



Gjennom 30 år har Egil Pettersen (67) arbeidet for å fremme den gode kaffekulturen i Norge. Våren 2012 gikk han av med pensjon etter å ha vært NKI's leder gjennom en rekke år. Her mottar Pettersen utnevning som NKI's æresmedlem under jubileumsmiddagen i Oslo 19.april.
Foto: Werner Anderson, Cox



For 6. året på rad ble NM i Slappa arrangert i regi av NKI, denne gang med hele 250 deltakere på Aker Brygge i Oslo. Anne Lise Byberg fra Bergen ble Norgesmester med en hvilepuls på 49. – Et mesterskap i avslapning var midt i blinken for meg. Seieren var mer enn jeg kunne drømt om, uttalte norgesmesteren strålende fornøyd.



Alt er stort i Amerika, også frokostporsjonene. På denne Dennys-dineren i Washington State kommer klassisk amerikansk frokost med egg, bacon, pannekaker og svart kaffe.

«Norsk» kaffe på prærrien

Hvis du tilbys en «norsk kaffe» i Midtvesten i USA kan det både bety en kaffe så sterk at hestekoer flyter på toppen og en kokekaffe trukket med rått egg.

Nesten ingen andre land i verden drikker så mye kaffe som nordmenn. Slik har det vært i over hundre år, og de norske kaffevanene ble med de norske utvandrerne til USA på 1800-tallet sammen med både lefse, lutefisken, krumkakene og stavkirkene. Et århundre etter at vel 850 000 emigrerte til Amerika i århundret mellom 1825 og første verdenskrig spiser mange av de fire og en halv million «norsk-amerikanere» i USA fortsatt norsk mat til jul. De drikker dessuten stadig masse kaffe – og de liker kaffen sin sterk.

SKJEEN SKAL STÅ
– Gamlekara, «the old Norwegians», sa alltid at kaffe ikke er kaffe før du kan sette en skje i den og skjeen blir stående, forteller gårdbrukeren Mark Wehking til Kaffe. Wehking eier en gård med 7500 dekar mais- og bønneåkre i småbyen Parkers Prairie, midt i hjertet av «det norske Amerika», vest i Minnesota. Minnesota er den største «norske» delstaten i USA. Her regner mer enn hver femte innbygger seg som norsk.
– Vi pleide å si om de gamle nordmennene at de ikke syntes kaffen var skikkelig kaf-

fe før man ikke kunne legge hesteko på koppen og hestekoer fløt!, ler Wehking. Selv er Wehking av tysk opprinnelse, men den norsk-amerikanske Lowell Olberg i foreningen «Chicago Torskeklubb» i Chicago bekrefter «myten» om sterk, norsk kaffe.
– Norsk kaffe i USA er ansett som litt for sterk for amerikanske kaffedrikkere flest. Selv drikker jeg seks kopper dagen, men de fleste amerikanere tar kaffen sin ganske svak, sier Olberg, hvis bestemor utvandret fra Sola i Rogaland i 1923.

UTTUNNET KAFFE
USA er verdens største kaffemarked, og det å drikke kaffe i USA har vært populært, utbredt og til og med patriotisk å drikke siden den daværende britiske kolonien USA startet sin frigjøring fra britene med å hive den «engelske» drikken te på sjøen i Boston i et skatteopprør i 1773 som siden er kalt «The Boston Tea Party». Men amerikanere flest liker kaffen tynn. Blant dem er Mark Wehking.
– På traktoren på åkeren tar jeg alltid med en termos kaffe for å holde meg våken, men jeg bruker bare én skje kaffe



Bonden Mark Wehking drikker kaffen helst tynn. – De sier at norsk kaffe er kaffe så sterk at skjeen står av seg selv, sier Wehking.



En nordmann og en amerikaner svinger seg på dansegulvet til den tradisjonsrike «Norsk Hystfezt» i byen Minot i Nord-Dakota. I Minot er hver andre innbygger norskættet.

til ni kopper. Da er kaffen så klart at om du holder den opp mot lyset kan du se gjennom, sier han.

Svak liker også Wehkings sambygding, frisør Nancy Noga, kaffen sin.

– Jeg sier alltid at den skal være så utynnet at jeg kan se en dollar i bunnen av koppen, sier Noga til Kaffe.

I frisørsalongen hennes denne onsdagen er det tett med kunder. Alle tre frisørstolene er opptatt og fire nye venter i det lille venterommet ved siden av. Det prates livlig mens det drikkes kaffe og te. Onsdager serveres dessuten noe «attåt». I dag er det kanellikør med kryddersider.

– Hysj, ikke si det til noen, sier Nancy smilende.

I Parkers er det nemlig en offentlig hemmelighet at frisøren og mange andre møteplasser serverer alkohol på onsdag, – fordi det er gudstjenestedag og alle barna er i kirken.

KIRKEKAFFEN

Søndag i kirken er det sjelden alkohol i kaffen i «det norske Amerika». I alle fall ikke i de lutheranske kirkene, som det er mange av i Midtvesten og som stadig er ekstremt godt besøkt i forhold til kirker i Norge.

– Kaffen etter kirken søndag er fortsatt viktig for fellesskapet mellom norsk-amerikanske lutheranere, sier norsk-amerikanske John Spidahl, pastor på Bush Creek Church i Cashton County i Wisconsin. Wisconsin er USAs nest-største «norske» stat.

John Spidahl er norsk-ættet og snakker selv norsk. Farfaren hans utvandret til Minnesota på begynnelsen av 1900-tallet. Selv har han «bare» utvandret til småstedet Cashton i Wisconsin. Cashton, som teller rundt tusen innbyggere, er delt mellom den tradisjonelt «norske» og «tyske» siden av bygda. I gamle dager kunne ikke en jente fra den tyske delen gifte seg med

en gutt fra den norske og vice versa, men den dag i dag er kaffe litt av kjennetegnet på de «norske», mens de «tyske» har øl som identitetsdrikk.

SVENSK EGGE-KAFFE

Mens tyskerne i Wisconsin brygget sitt eget øl, hadde nordmennene i Wisconsin sine særegne måter å lage kaffen på.

– På landsbygda i Wisconsin lagde folk «norsk kaffe» ved å koke opp kokekaffe i store kjeler, og akkurat når kaffen nådde kokepunktet slo man en eller to egg oppi brygget for å gjøre det klarere og for å gruten til å senke seg raskere, forteller pastor Spidahl.

Denne spesielle tilbredningen bekrefter Eric Dregni, førsteamanuensis i engelsk ved Concordia University in St. Paul, Minnesota og forfatter av bøkene «Vikings in the Attic: In Search of Nordic America» og «In Cod we trust». Han vedgår imidlertid at det er litt uklart om tradisjonen er



svensk eller norsk.

For engelsklæreren Karen Lee i Minnesota var egge-kaffe svensk.

– Vi hadde egge-kaffe i min familie da jeg var liten. Man kakket egget med skall og det hele inn i vannet før kaffen settes til trekking. De sier det tar ut bitterheten og gir kaffen en litt mildere smak, sier Lee til Kaffe.

KAFFEBAR PÅ PRÆRIEN

Det er langt fra gamle dagers kokekaffe på prærien til dagens kaffebarer i det samme landskapet. For USA har ikke lenger kaffebarer bare i byene på Øst-og vestkysten. I

dag har selv de minste steder i Midtvesten en liten kaffe-latte-stasjon. I Parkers Prairie fikk de en for seks år siden. Men ikke alle går på kaffebaren, «Prairie Perks».

Mark Wehking har vært der én gang – og aldri mer.

– Jeg drakk en sånn melkekaffe, espressocino. Med masse tilsatt smak og masse sjokolade. Det var ikke min greie. Da bruker jeg heller penger på en øl! Eller kjøper en kaffe det andre kaffestedet, sier han.

Der koster kaffen under dollaren og kommer med gratis påfyll. Og er tynn nok til at hesteskoen synker.

Hos hårfrisøren i Parkers Prairie serveres ekstra alkohol i gjestekaffen på onsdager, for onsdag er gudstjenestedag i den lille byen.

NORSK-AMERIKANERE I USA

4, 5 millioner innbyggere i USA er av norsk herkomst, ifølge de amerikanske folketellingene i 2000 og 2010. De fleste av dem nedstammer fra de vel 850 000 nordmenn som emigrerte til Amerika fra 1825 til 1925. Ingen andre land i Europa sendte så mange emigranter per innbygger til USA som Norge, og de fleste av disse norske etterkommerne bor i dag i delstatene Minnesota, Wisconsin, Nord-Dakota, Sør-Dakota, Illinois, California, New York, Montana, Iowa, Oregon og Washington. Spesielt er tettheten av dem høy i Midtvesten.

De kom for å jobbe. Dette veggmaleriet på småstedet Skagit River i Washington viser arbeiderne som bygde jernbanen på 1800-tallet. Mange av dem var av norsk avstamning.



De fleste av dagens amerikanere bor i by, men tradisjonen med kaffe, som kom fra prærien og landsbygda i nybyggerlivet, har de tatt med seg til storbyen.



KAFFEVANER I DET NORSKE AMERIKA



Walter Mondale (84) fra Minnesota var visepresident under Jimmy Carter, fra 1976 til 1980 og Norges første honorære generalkonsul etter at UD la ned ambassaden i Minneapolis.
– Kaffe drikker jeg helst svart, og helst halv seks om morgenen sammen med en fersk utgave av dagens New York Times.

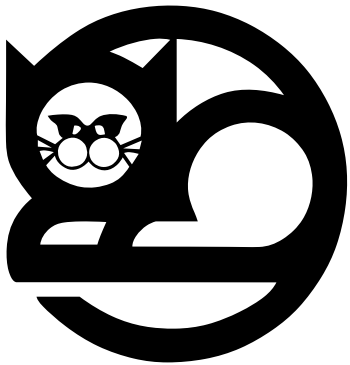


Ingeniør Chad Smith (33) fra Bertha, Minnesota
– Jeg drikker en kopp kaffe om dagen, helst sterk med masse sukker. Hvis jeg en sjelden gang er på kafé, velger jeg en halv vanlig cappuciono med amaretteo.



Karen Lee (44) fra Parkers Prairie, Minnesota
– Jeg drikker som regel te. Men drikker jeg kaffe, er det med likør.

Egen plantasje. Ansvar. For miljø, for folk. Og smak.
Kjenn duften. 100 års erfaring gir kvalitet.



Black Cat

KAFFE & TEHUS

www.black-cat.no

Laget av
COX



www.cox.no

TASTE THE MOMENT - SHARE OUR PASSION



Tel: 6396 0086 www.nordiccoffee.com

Hos oss finner du alltid en Espressoserie som passer til ditt formål. LaMessicana med en nøtteaktig smak, Mokito med en eksklusiv smak av Milano, eller Bazzara Gourmet som kanskje er nordens beste Espresso. Stadig flere kaffebarer og restauranter velger oss som hovedleverandør nettopp på grunn av utvalget og personlig service. Ta kontakt du også for en hyggelig kaffeprat!

Og du - vi leverer også alt av tilbehør, spesialkaffe til løsvestalg, Coffee Queen traktere og Fiamma Espresso-maskiner samt pappkrus med ditt design (også i små opplag).



NORDICCOFFEE
TEA COMPANY AS

Aktuelle kaffeprodukter

Norsk kaffeinformasjon tilbyr til enhver tid en rekke kvalitetsprodukter til ulike kaffeanledninger. På kaffe.no finner du mer informasjon om produktene.



MÅLESKJE

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



KAFFE + KUNNSKAP = DEN LILLE KAFFEBOKEN

Boken er nyttig både for den interesserte hobby-barista, for den som skal starte egen kafé og for alle som ønsker å lære mer om å tilberede det sorte gull på en riktig måte. Den tar for seg alt som man trenger å vite om å lage god kaffe, og er et fint tilskudd i bokhyllen.

RASKT SKUM

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



Besøk vår nettbutikk på kaffe.no!



Kaffespillet

Kaffespillet er brettspillet for de kaffeinteresserte. Spillet er en kombinasjon mellom monopol og kunnskapspill som setter ditt kunnskapsnivå om kaffe på prøve, samtidig som du besitter alt fra kaffeplantasjer, brennerier, maskinleverandører eller den lokale kaffebaren. Kaffespillet kan kjøpes hos Norsk Kaffeinformasjon og hos diverse kaffebarer for kr 499,-



RENHOLD PÅ HANDLELISTEN

Clean Drop, utviklet av Norsk kaffeinformasjon, er rensemiddel for espressomaskiner, kaffetraktere og kanner. Dårlig eller feil renhold kan gi kaffen en bismak og gi trakteren kortere levetid. Rensemiddel gjør effektivt og hygienisk rent uten å sette smak på kaffen etter skylling. Rensemiddel er ofte noe man glemmer å sette på handlelisten, men hos NKI kan du enkelt bestille det du trenger av rensmiddel. Kanskje en fast abonnementsordning ikke er så dumt å vurdere?

TIL DIN ESPRESSOMASKIN

CLEAN DROP ESPRESSORENS

Rengjøringstablettene sørger for en lettvin og effektiv rengjøring. De kan brukes både på helautomatiske kaffemaskiner og manuelle espressomaskiner med bajonett. **Pris: 75,-**



BØRSTE TIL ESPRESSOMASKIN

For å få god kaffe må det rengjøres godt, og for å rengjøre godt er riktig utstyr viktig. Børsen har en vinkel som gjør at du ikke brenner deg på det varme vannet fra maskinen.
Pris: 45,-



TAMPER ANGULAR

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



TAMPER MATTE

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

ESPRESSOMUGGE

Espresso kan tilberedes direkte i espressomuggen.
Pris: 68,-



GRUTBOKS

I denne slås den såkalte «pucken» (kaffegruten) ut av bajonetten etter tilberedning av espresso. Og hvorfor begrepet hockey-puck? Vel, beviset på at du har gjort dine ting riktig.
Pris: 755,-

MÅLEGLASS

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



HELE
BØNNER



EVERGOOD
Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

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

Litt av hvert



Har egen barista på jobben

Nordmenn drikker mye kaffe mens de er på jobb. Større arbeidsplasser skaffer seg egen kaffebar og barista.

– Kaffeølgen har ankommet arbeidslivet. Den klassiske kantinekaffen som har stått på kolben i to-tre timer er passé og finnes ikke i våre kantiner lenger. Folk vil ha god kaffe mens de er på jobb også, sier avdelingssjef Bodil Hilton i ISS Catering.

I stedet for traktekaffe får stadig flere jobbkan- tiner selvbetjente kaffemaskiner som lager fersk kaffe. På større arbeidsplasser har trenden kom- met enda lenger. De siste ti årene har ISS etablert 12-15 kaffebarer på norske arbeidsplasser.

– For bedrifter som vil ha tak i unge, flinke ar- beidstakere er en god kantine blitt et av godene man skilter med. En kaffebar med egen barista er et skritt videre på den veien, sier Hilton.

FIRE AV TI KOPPER

Nordmenn drikker mye kaffe mens de er på jobb. Rundt 40 prosent av inntaket på hverdager foregår på arbeidsplassen, viser undersøkelser fra Norsk Kaffe Informasjon.

– Tallet har holdt seg stabilt de siste årene. Morgenkaffen og pausekaffen på skole eller jobb er de viktigste koppene i løpet av en dag, ifølge den kaffedrikkende delen av befolkningen, sier

Marit Lynes i Norsk Kaffe Informasjon.

Hun mener nordmenn har fått høyere krav til jobbkaffen.

– Folk er svært opptatt av kaffen på arbeids- plassen sin. En ny kaffemaskin blir fort et sam- taleemne blant ansatte. Det er viktig å kunne by på en god kopp kaffe til besøkende og leverandø- rer som er innom. God kaffe blir sånn sett en måte å profilere seg på for et foretak, som et sig- nal om at her er ting på stell, sier Lynes.

EGEN BARISTA

Kaffebarene er fysisk adskilt fra kantinene, som en egen avdeling med disk, bord og stoler. Bak disken står en barista, det vil si en som er spesia- list på å tilberede kaffe.

– Det går mest av caffè latte. Det er flest kvin- ner som kjøper den, men også stadig flere menn. Americano er nok menns favoritt en stund til, sier barista Therese Pedersen. Hun har en jevn strøm av gjester i kaffebaren til kontorfellesska- pet Strømsveien 102 på Høfden i Oslo.

Mest trafikk er det i åtte-ti-tiden om morge- nen. Ansatte skal ha med seg en kopp på veien.

– Folk synes det er viktig med god kaffe på job- ben. Vi hører ofte klager på gratiscaffen på auto- mater og traktere lenger opp i etasjene. Så kom- mer de heller hit og kjøper med seg en ordentlig kopp kaffe i stedet, sier Pedersen.

De fleste jobbkaffebarene ligger i Oslo, hos selskaper som Siemens, ABB, Statkraft, Aker Solutions og IT Fornebu.

Kaffekurs=Kaffekvalitet

Hva skal til for å få en god kopp kaffe? Stadig flere virksomheter og kaffeglade gjennomfører til- passede kaffekurs hos Norsk Kaffeinformasjon (NKI) - som gir økt kompetanse på området.

NKI arrangerer en rekke ulike kaffekurs uavhengig om man er i bransjen, vil starte med kaffe, eller bare ønsker å ha kaffe som hobby. I 2012 har blant annet alle butikksjefer ved W.B. Samsons bakeriutsalg i Oslo-området gjennomgått bedriftsinterne kaffekurs.

– På denne måten har virk- somheten gjennomført en standardisering av sine kaffe- produkter, slik at kundene får like god kaffe hver gang, uav- hengig av type kaffe og butikk, forteller kursansvarlig

Ole J. Sønstedbø i NKI. Alle Samsons butikksjefer er i dag barista-sertifiserte i henhold til SCAE (Speciality Coffe Asso- ciation of Europe)-standarden.

Også maskinleverandøren Primulators teknikere har i høst gjennomført tilpassede NKI-kaffekurs. Kursene sikrer teknikerne lik forståelse i håndteringen av leverandørens helautomatiske kaffemaskiner, og dermed bedre kaffeopple- velser for brukerne. Også tek- nikere og selgere hos Café Bar Norge har gjort det samme.

SJEKK KAFFE.NO/KURS

For påmelding og spørsmål vedrørende våre kurs, venn- ligst kontakt oss på telefon 23131850 eller på mail [info@](mailto:info@kaffe.no)



Ole J. Sønstedbø

kaffe.no. Kursene holdes i våre lokaler i Niels Juelsgate 16 i Oslo. Det er ingenting man trenger å ta med. Fullstendig kursoversikt finnes på www.kaffe.no/kurs

Verdens første bil med espressomaskin



Fiat byr nå på unikt ekstraustyr på sin nye mo- dell. Fiat 500L kan nemlig leveres med innebyg- get espressomaskin, bygd av Lavazza, med eget oppbevaringssted.

Med tanke på at det på verdensbasis bare er finnene som drikker mer kaffe enn nordmenne- ne, så må dette være den ultimate bilgadgeten for nordmenn - med mindre man sverger til fil- termalt.

Amerikanerne skal ha uttrykt bekymring for muligheten for brannskader grunnet skvalpende kaffe, men Fiat skal ha forsikret om at espresso- maskinen bare fungerer når bilen er stanset, og at det her er snakk om små doser espresso.

Espressomaskinen fungerer på samme vis som en espressokanne ved at kaldt vann kokes i det nedre kammeret i kannen og deretter pres- ses opp gjennom filteret til kannens øvre del.

PRESS-
KANNE-
MALT



EVERGOOD
Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

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

ELEGANT
AROMA,
RUND OG
FYLDIG

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



EVERGOOD
Classic

– LITT DYRERE,
FOR SMAKENS SKYLD

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

Litt av hvert



- Oslo blant verdens beste

Oslo er nylig kåret til en av verdens beste kaffebyer av USA Today, kjent som USA største dagsavis.

Oslo kommer på en sjuende plass i rankingen, og slår blant annet Sao Paulo i Brasil. Om kaffen i Oslo skriver USA Today blant annet at «Det siste tiåret har skandinaviske land fått bedre restauranter, så det burde ikke komme som noen overraskelse at Oslo lager kaffe på en veldig god måte. Kaffen i Oslo brennes svært lyst og har en uvanlig smak som mange trolig må bruke litt tid

på å venne seg til. Men de som er blitt omvendt, sier at smaken gjenspeiler den ekte smaken av bønner og gjør en god kopp kaffe fantastisk.»

I fjor utropte New York Times' matskribent Oliver Strand Oslo til én av verdens beste kaffebyer.

Her er de beste kaffebyene, ifølge USA Today:
Wien – Østerrike, Seattle – USA, Havana – Cuba, Melbourne – Australia, Lisboa – Portugal, Portland – Oregon, **Oslo**, Sao Paulo – Brasil, Vancouver – Canada, Taipei – Taiwan.

Familiens nye kjøkkenhelt?

God kaffe og plassutnyttelse er stikkord for kaffemaskinen U fra Nespresso. Maskinen framstår med ny teknologi og et minimalistisk design. I tillegg til rask oppvarmingstid har U motorisert brygging. Maskinen husker din foretrukne koppstørrelse, og har flyttbar vanntank for å kunne passe godt inn på kjøkkenbenken. www.nespresso.com



Visste du at...

■ ■ ■ «Denne Satansdrikken er jo så delikat at det ville være sorgelig å la de utro ha enerett på den. La oss lure Satan ved å døpe den». Paven tidlig 1600-tall

■ ■ ■ Den prøyssiske monarken Fredrik Den Store drakk ofte kaffe kokt på champagne istedet for vann.

■ ■ ■ Man kan være uhøytidelig med det meste. Men ikke dårlig kaffe.

Lutefisk, ribbe og pinnekjøtt.

Julebordene avløser hverandre.

Mørkbrent i serveringsstasjonen til høyre.

Påfyll kanskje?

Tid for neste servering. Velkommen.

Serving concept. Mye kaffe raskt. CQ Kvern Original og vårt supereffektive bryggstårn, gir alle kaffe fra nymalte bønner samtidig. Ferskmalt, friskt og godt. Spesialdesignede displaylokk på serveringsstasjonene profilerer deg og ditt kaffebudskap. Velkommen tilbake.

A strong brand of Crem International

www.creminternational.com

COFFEE QUEEN ORIGINAL

MOCCAMASTER
HANDMADE

**NEW COLORS
IN STORE NOW**

www.moccamaster.com

APPROVED
European
Coffee-Brewing
Centre
since 1978

MOCCAMASTER.COM
BRAND NEW WEBSITE



(F.v) Lars K. Huse, Harald J. Vøyle og Ingri M. Johnsen bak boksuksessen A-Z Coffee går nye og kreative veier der lidenskapen for god kaffe står sentralt. Foto: Victor Holm

Liten kaffebok med stor suksess

Den lille kaffeboken A-Z Coffee skaper bølger i det internasjonale kaffemiljøet, og nå utvikler skaperne også en rekke fanprodukter fra det kulturelle kaffeunivers.

Både Lars K. Huse og søsknene Harald Johnsen Vøyle og Ingri M. Johnsen som står bak boksuksessen har bakgrunn i spesialkaffemiljøet, og ønsket gjøre noe mer ut av kaffeinteressen sin.

– Vi har alltid jobbet mye med kaffe. Ved å lage denne boken kunne vi også jobbe med kaffe visuelt og fremme den kulturelle verdien av kaffe på en annen måte, forteller illustratøren Lars K. Huse.

Lars har skrevet og illustrert boka, mens Harald

har gjort design og Ingri lanseringsarbeid. Selv beskriver de den som et type «kvasi-leksikon, fylt med nerdehumor, spesialkaffe-personligheter, popkulturelle referanser og til dels nyttige fakta».

– Spesialkaffens verden kan oppfattes eksklusiverende, men vi ønsket med denne boken å bidra til å senke barrieren, med appell både til kaffenerder og til de som ønsker å lære mer, sier Harald J. Vøyle.



Liten bok for kaffenerder i alle land, laget av resirkulert papir og trykket med soyabasert blekk. I kjølvannet av boksuksessen har de tre også utviklet et utvalg fanprodukter basert på illustrasjoner hentet fra kaffeboken.



FIKK GOD STØTTE

Produktet har vekket oppmerksomhet både i inn- og utland. Førsteopplaget på 1000 bøker ble revet vekk etter lansering i vår, og i høst er et nytt opplag på 5000 bøker ute med internasjonal distribusjon. Boken selges på et utvalg kaffebarer i London, Berlin, Tokyo, Canada, USA, Praha, Helsinki samt Bergen, Oslo og Bodø.

– Vi fikk god finansiell støtte fra det norske kaffemiljøet til prosjektet, og det er vi svært takknemlige for. Da skjønnte vi også at det var et grunnlag for dette. Flere sier de kjøper boka fordi de vil lære mer om kaffe, andre synes det er en perfekt gave til sin kaffenerd-venn.

Arbeidet med oppfølgeren er i full gang, og skal gis ut på kombinert engelsk/japansk språk. I sommer tilbrakte Harald tre uker i Tokyo for å besøke kaffebarer og brennerier, møte folk i kaffebransjen, og for å finne samarbeidspartnere.

– Japan har en voksende spesialkaffekultur, og her skjer det mye crazy greier, med mange sære personligheter som driver kaffebarer og

brennerier. Det er japanerne som kjøper de dyreste kaffelotene nå. Tidligere har tendensen innen kaffebrenning i Japan vært svært mye mørkbrent. Nå ser vi at de prøver med lysere brenning, inspirert av de Nordiske kaffebrenneriene.

– NYTT VISUELT UTTRYKK

Både Harald og Lars har blant annet jobbet som baristaer på Oslos kaffebarer, og Ingri ble i år nummer to under VM i Aeropress, der deltakerne konkurrerer i å brygge den beste kaffen ved å bruke enkoppsbryggeren Aeropress.

Erfaringen og lidenskapen for kaffe er med i alt de gjør. I kjølvannet av kaffeboksuksessen er også nettstedet Kaffikaze.no etablert. Det skal være et knutepunkt for kreativt arbeid knyttet til kaffe, og med salg av et utvalg egendesignede fanprodukter samt kaffeutstyr.

– Vår visjon både med boka og annet kreativt arbeide er å skape et fornyet visuelt uttrykk og identitet for spesialkaffe, basert på en informert tilnærming.

KRAFTIG OG FYLDIG

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



EVERGOOD

Dark Roast

– LITT DYRERE, FOR SMAKENS SKYLD

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

Medlemmer av Norsk Kaffeinformasjon			
			
			
			
			
			
	 <i>Nestlé Good Food, Good Life</i>		
		  Strong brands of Crem International	
			
			

Medlemmer av Norsk Kaffeinformasjon				
				
				
				
				
				
				

Barista@Work-opplæring pågår!

Større arbeidsplasser tilbyr nå ansatte egen kaffebar, og Morten Aarnæs fra Barista Service sørger for kyndig opplæring av barista Paulo Rodrigues ved Vismas hovedkontor i Oslo.

– De mest populære på kaffemenyen er Cortado og Caffè Latte. Mens sjefer oftest bestiller en Americano, tar øvrige ansatte gjerne en Latte, smiler Paulo Rodrigues.

Egen kaffebar er populært blant de ansatte, og på de 2,5 timer som baren er åpen rundt lunsjtid lager Paulo rundt 300 kaffedrikker til software-leverandøren Vismas 600 ansatte samt besøkende. Da må barista-kunnskapen og rutinene «sitte».

– Det er stor pågang å skulle lage 300 kaffedrikker på 2,5 time, men det er uansett viktig å gjøre dette innenfor de standarder som baristaer benytter, sier Morten Aarnæs. Ideell bryggetid samt temperatur og tekstur på melken, er grunnleggende. Så gjelder det å opparbeide seg gode og effektive rutiner.

MILJØSKAPENDE

Det er Coca-Cola Enterprises Norge gjennom sitt Chaqwa-konsept for kaffe og varme drikker, som i samarbeid med Espresso Spesialisten og Barista Service sørger for at kaffebaren hos Visma og andre arbeidsplasser serverer kvalitetskaffe.

– Vi tilbyr våre kunder en komplett kaffeløsning på arbeidsplassen. Tanken er at de ansatte skal kunne få en fantastisk kaffeopplevelse «in house» og slipper forlate arbeidsplassen for en Cappuccino eller Latte laget av en barista, sier kundeansvarlig Hans Jakob Gunnarsen i Coca-Cola Enterprises Norge.



Morten Aarnæs (T.v.) fra Barista Service instruerer barista Paulo Rodrigues i kaffebaren ved Vismas hovedkontor i Oslo.

– For arbeidsgiveren vil dette være miljøskapende, men også besparende siden de ansatte «holder» seg på jobb.

Stadig flere av næringslivets større virksomheter oppdager fordelene med å ha sin egen kaffebar i lokalene, og dermed kunne tilby sine ansatte ferskbrygget kaffe, tilvirket og servert av en ekte barista.

– Dette er en økende trend vi merker, først og fremst blant større virksomheter i næringslivet, sier Gunnarsen.

– Samtidig er stadig flere opptatt av spesialkaffe, så vel på jobb som hjemme og ute på byen. Barista Service utfører i dag regelmessig service og ivaretar et tyvetalls manuelle espressomaskiner, såkalte barista-maskiner for Coca-Cola. Disse maskinene står på kaffebarer, cafeer og barer

rundt i Norge, forteller Aarnæs.

Gjennom sitt Chaqwa-konsept leverer Coca-Cola Enterprises Norge også NKI-godkjente kaffemaskiner med ferskkvernet traktekaffe som er installert på alle te-kjøkken i det ni etasjers Visma-bygget i Oslo.

Dagens opplæringstime går mot slutten, og barista Paulo Rodrigues klargjør maskinene før køen av dagens kaffetørste melder seg. God opplæring sikrer god kaffekvalitet, mener han.

– Det er fint å lære mer, for en kan alltid gjøre ting bedre. Samtidig kan en drøfte kaffekunnskapen og erfaringen med andre baristaer i bransjen, og det er nyttig, sier Rodrigues.

Nytelse



I Norge setter vi virkelig pris på en god kopp kaffe - til alle anledninger. Vi er faktisk det land i verden som drikker aller mest kaffe per innbygger - vi nyter den alene, og elsker den sammen med andre.

Kaffe er aller best fra nykvernede bønner, og mange av oss liker den med steamet melk. Frankes Spectra Foam Master gir deg alle muligheter; nykvernet kaffe, espresso, kaffe latte, sjokolade....med varmt - eller kaldt! - fløyelsmykt melkeskum. Og som om ikke det var nok, kan du fra panelet tilsette smak - av vanilje, hasselnøtt eller crème brûlée...for å nevne noen varianter...

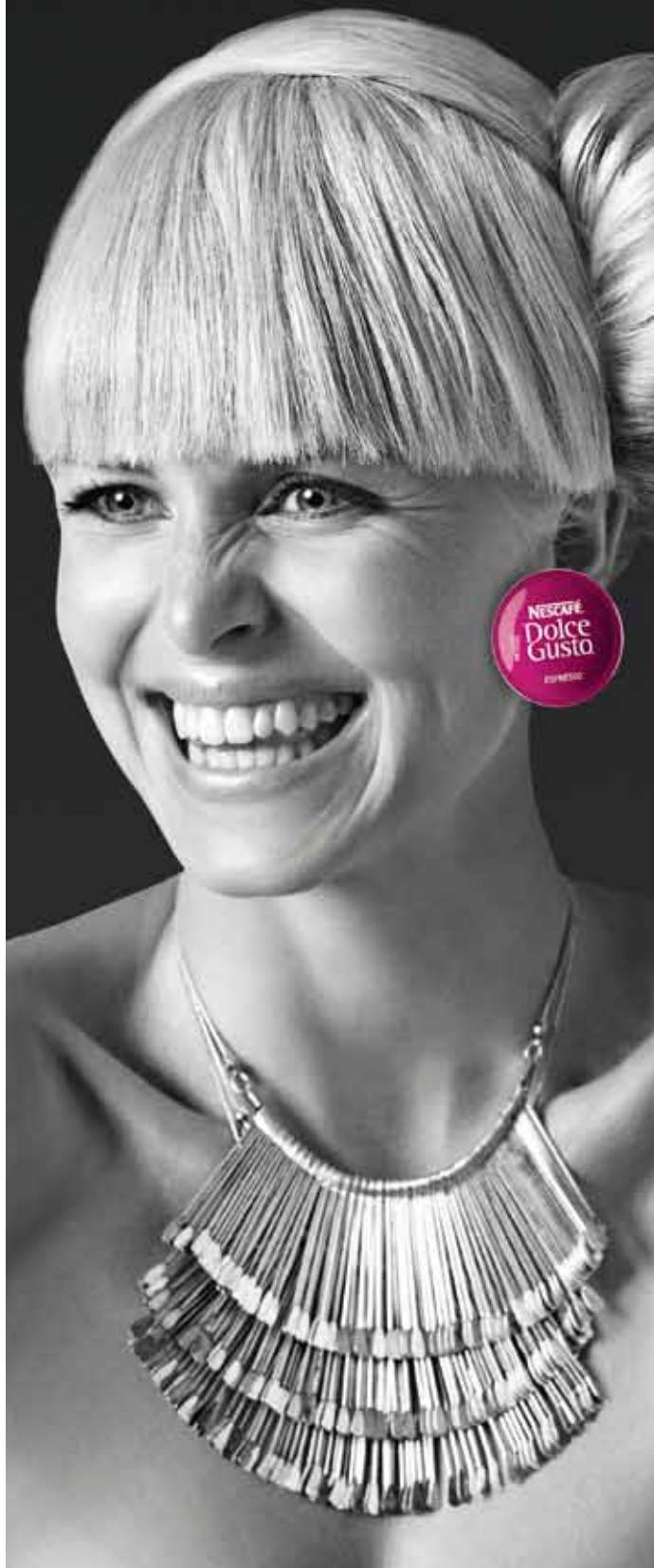


Spectra Foam Master er den ultimate kaffemaskin, for den som ikke nøyer seg med mindre. Kapasitet? 250 kopper i timen!

Kontakt oss - vi viser deg gjerne hvilke fantastiske kaffedrikker denne maskinen kan lage!



KAFFE KAN VÆRE DESIGN



**GOD SMAK
TIL MINSTE DETALJ**



COFFEE IS NOT JUST BLACK