

Kaffe

WWW.KAFFE.NO

UTGITT AV NORSK KAFFEINFORMASJON ■ DESEMBER 2015 NUMMER 13



4 **JOBKAFFE MED SIGNALEFFEKT**
Kaffen kan vise hvem du er

48 **KVALITETSKAFFE-BOOM**
Russlands unge viser vei

52 **I GRÜNERLØKKAS STORSTUE**
Kaffe i smakfulle omgivelser

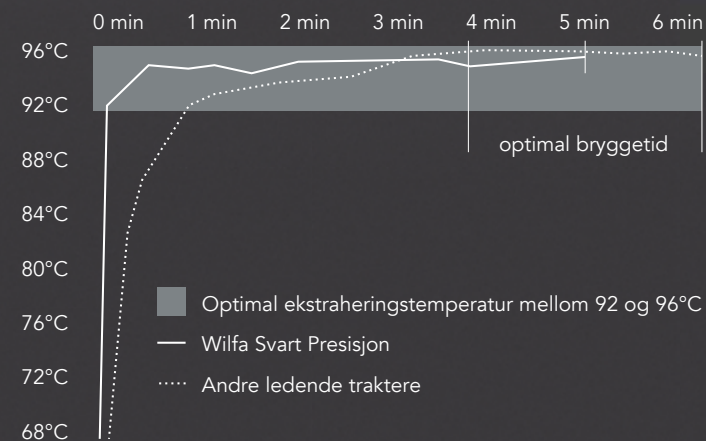


VERDENS BESTE KAFFETRAKTER

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

Veien til perfektjon er lang og kronglete. Den fører kaffefolket til avsidesliggende fjellområder, til mikroklima med spesielt gode vekstforhold, hvor kaffeplanter under godt stell frembringer bær av høyeste kvalitet.

Veien fører oss videre gjennom vaskestasjoner og møller, som sørger for at foredlingsprosessen er optimal og at kaffen sorteres fri for defekter. Vi møter innkjøpere verden rundt som graderer kvalitet og beskriver kaffen gjennom cupping. Deretter følger vi kaffen over sjø og land til kaffebrenneriet. Som kan ligge i Oslo eller Stjørdal, og som skal ta hånd om råvaren og skape den store forandringen. Til slutt møter vi oss selv på kjøkkenet eller i kaffebaren. Hvor baristaen brygger kaffen med behørig respekt for råvaren og den lange reisen.

For den kaffeglade forbruker, som nyter sin kaffe på jobb eller hjemme, ser kanskje ikke verden helt slik ut. Men slik kan verden se ut for de som har havnet i kaffens nådeløse grep.

Som forsøker å skaffe seg kontroll over alle ledd, og som følger kaffens vei fra bonde til kopp.

Tim Wendelboe gjør nettopp dette i Colombia, og Bård Gundersen på sin Finca El Molino i Nicaragua. De vil tett på bonden og kaffeplantene. Møt dem i denne utgaven av KAFFE. Her ser vi også nærmere på begrepet «spesialkaffe». Vi møter verdens beste kaffebrenner og verdens beste kaffebrygger – som begge driver sitt håndverk til det ytterste.

Perfeksjon skjer gjennom mange ledd. En kan jakte på den perfekte bønne, brenneprofil og tilberedningsmåte. Men det skjer uavhengig av hverandre og mye kan gå galt.

Dette gjør kaffe spennende og knytter folk sammen på tvers av land og kontinenter.

Nyt kaffen og tenk på alle som har bidratt underveis!

Bjørn Grydeland



Kaffe 13 • 2015

ANSVARLIG REDAKTØR: Bjørn Grydeland REDAKTØR OG REDAKSJON: Robin Stenersen, Nina Malmberg.
FORSIDEFOTO: Bjørn Grydeland

UTGIVER: Norsk Kaffeinformasjon
☞ kaffe.no

REDAKSJON OG DESIGN: Oktan Oslo as
☞ oktanoslo.no

PRODUKSJON: RK Grafisk
☞ www.rkg.no

INNHold



S.10 KAFFEBRENNING I NORGE

Et håndverk i støtet som aldri før.



S. 24 SPESIALKAFFE

Et begrep som byr på utfordringer.



S. 38 NORDMENN MED KAFFEPLANTASJE

Tim Wendelboe og Bård Gundersen er kaffefarmere henholdsvis i Colombia og Nicaragua.

JOBBKAFFE MED SIGNALEFFEKT

– Vi ønsket en kaffeløsning som passer vår stil, sier Guro Langemyhr og Gisle Simonsen ved Lund+Slaatto Arkitekter. For kaffeleverandøren Solberg & Hansen handler god jobbcaffe også om å vise hvem du er.



Norge er et av verdens mest kaffetørste land, og markedet for kontorkaffe vokser. På norske arbeidsplasser havner slitne kaffetraktere og kaffekjeler i økende grad i bosset, ofte til fordel for helautomatiske kaffemaskiner, gjerne med spesialkaffe.

Stadig flere norske kaffekopper drikkes på jobben, og leverandørene er på banen. I høst startet også spesialkaffe-brenneriet Solberg & Hansen å fylle bedriftskopper med svart kvalitetsbrygg.

– God jobbkaffe burde stå øverst på blokka til norske bedriftsledere. Det er en liten innsats i forhold til hvilken forskjell det kan utgjøre for trivsel og arbeidsmiljø, sier daglig leder Andreas Hertzberg og leder for kontoravdelingen, Christian Rieder.

– ENKELHET VIKTIG

Lund+Slaatto Arkitekter er en av deres nyere bedriftskaffekunder. Arkitektkontoret mottar dermed jevnlig spesialkaffer til sin nye kaffeløsning i deres nye lokaler på Langkaia i Oslo.

– For oss er det avgjørende at kaffeløsningen er enkel å betjene og vedlikeholde, slik at den fungerer i de ansattes arbeidshverdag. Og så skal det selvsagt smake godt, sier Gisle Simonsen og Guro Langemyhr fra Lund+Slaatto.

En Moccamaster trakter, en justerbar kvern samt en enkopps maskinløsning med espressobaserte kaffedrikker betjener kontorets 40 ansatte og møte-kaffe til kunder. Med bordtennisbord rett ved den egendesignede kaffekroken blir det hele en sosial møteplass strategisk plassert i lokalenes inngangsparti.

– Maskinen rengjøres daglig, det går på rundgang blant oss praktikantene. Da blir det gjort, smiler Guro og Gisle.

DYRT IKKE ALLTID BEST

For det handler ikke nødvendigvis om å tilby kostbart utstyr for å få god jobbkaffe. Renhold på bryggeutstyr, standard på maskiner, innstilling av bryggeparametre samt kvalitet på kafferåvarer er mer avgjørende, ifølge Andreas.

Ingen bedrifter er like heller. Som leverandør gjelder det derfor å utvise fleksibilitet, gi gode råd om riktig utstyr som er tilpasset den enkelte kaffekunde.

– Vi tilbyr kontorkaffe i alle segmenter: Noen bedrifter håndbrygger selv, andre ønsker en automatløsning. Kaffe handler også om personlige preferanser som de ansattes smak og ønsker. Å ha en kaffe-ansvarlig på jobben, som utviser kjærlighet til produktet, er også en stor fordel for et godt resultat, legger Christian til.

Hos Lund+Slaatto betød det råd om bytte av kaffekvern, innkjøp av vekt, opplæring om bryggemetoder og oppbevaring av kaffe, så var mye gjort. I tillegg utfører Solberg & Hansen nødvendig justering av kaffeautomaten – samt leverer kaffeproduktene.

– Ansatte var egentlig ikke misfornøyd med kaffen vi hadde tidligere. Men vi har en kaffeentusiast på kontoret, som bevisstgjorde oss og bidro til å presentere ulike kaffer for oss. Etter et par smakstester fra ulike leverandører falt valget på Solberg & Hansen, forteller Gisle.

OM Å HENSYNTA DETALJENE

40 prosent av totalforbruket drikkes på kontoret, tilsvarende nesten fem millioner kopper jobbkaffe daglig. Samtidig er én av tre misfornøyd med jobbkaffen, viser en undersøkelse fra Ipsos MMI for Norsk Kaffeinformasjon

fra 2014. Det tilsvarer nesten 700 000 norske arbeidstakere. Ansatte under 40 år er minst tilfredse med kvaliteten, viser den samme undersøkelsen.

Etterspørselen etter bedre jobbkaffe kommer nok ikke til å avta, og Solberg & Hansen satser. I august ble Christian Rieder ansatt som leder for kontor -avdelingen innen jobbkaffemarkedet.

– Kontorets kaffeløsning speiler også litt hva bedriften ønsker å stå for og hvem en er. Det handler om å framstå gjennomført fra A til Å, mener Rieder, som opplever økt etterspørsel innen kontorkaffe.

– Fler og fler blir opptatt av bedre kvalitet på kaffen på jobben sin. Dette er et nytt og spennende marked for oss hvor vi har mye å bidra med, nettopp det å gjøre en forskjell i markedet.

I Lund+Slatto's nye lokaler i det gamle havnelageret – som er transformert til et moderne kontorbygg – spiller detaljene en rolle.

– Det er viktig at kaffen står i stil med resten. Og det handler om å hensynta detaljene, sier Gisle. Dessuten har det mye å si for trivselen på jobben: Det var nærsagt krise her da kaffemaskinen plutselig en mandag ikke fungerte slik den skulle. Og ikke minst er kaffen sentral i møtet med våre kunder.



Gisle Simonsen og Guro Langemyhr fra Lund+Slatto Arkitekter har fått ny kaffeløsning på kontoret i samarbeid med Andreas Hertzberg og Christian Rieder fra Solberg & Hansen.



FORBRUKSFORSKERE: GIR FLERE FORTRINN

Kaffe har status og virksomhetens kaffetilbud kan markere en forskjell, ifølge forbruksforskere.

– I et rikere Norge hører en raffinert kaffeløsning på jobben absolutt med, sier sosialantropolog og forbruksforsker Runar Døving.

Selv om kaffetraktere trolig fortsatt dominerer på folks arbeidsplasser, har jobbkaffen og kvaliteten på denne alltid vært viktig. – Ikke minst som et sentralt og uformelt møtepunkt blant ansatte. Og kaffekvaliteten er gjerne et diskusjonstema som går igjen på arbeidsplassene, sier Døving.

Når bedriften oppgraderer til innovative og automatiserte kaffeløsninger, gjerne med spesialkaffe i flere varianter, har det betydning. – En bedrifts kaffeløsning med flere typer kvalitetskaffe, kan være en markør for og utgjøre en forskjell som

viser at man er innovativ og moderne, sier forbruksforskeren.

Ved Handelshøyskolen BI i Oslo (bilde) utgjør tidsriktige kaffeautomater og -barer et samlende og attraktivt element både for studenter, ansatte og besøkende, sier forbruksforsker Elisabeth Falck.

– Kaffe har status, ikke minst blant studentene. De bærer den høyt i hånden, smiler hun. I vårt internasjonale studentmiljø har kaffetilbudet også en samlende effekt, siden nærmest alle drikker kaffe. Det gjør det også attraktivt både å være og jobbe i skolebygget, og skaper både trivsel og effektivitet, sier Falck.



Jobbkaffe genererer både trivsel og signaleffekter, ifølge forbruksforsker Runar Døving (bildet) og Elisabeth Falck

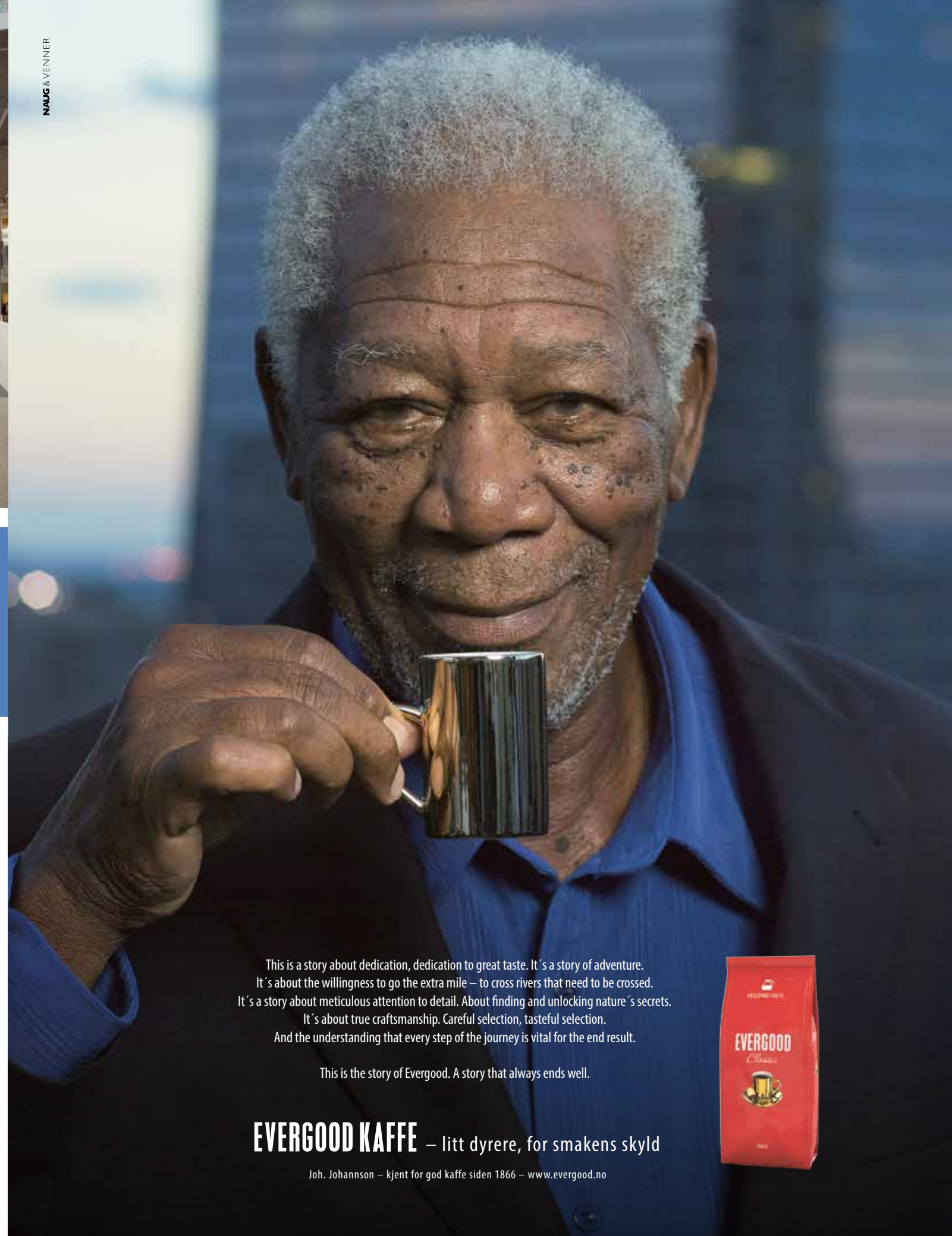
VEILEDNING GIR GOD HJELP

Norsk Kaffeinformasjon har utarbeidet en veiledning for kjøp av kaffeløsninger. Den beskriver løsningene som tilbys i markedet og er til god hjelp til den som skal utarbeide konkurransegrunnlag når kaffeløsningen skal ut på anbud.

Veiledningen ble distribuert til 7500 abonnenter av magasinet Innkjøp og Logistikk i september 2015, og responsen lot ikke vente på seg. Mange tok kontakt med NKI i etterkant for å få ytterligere hjelp, og mange var særlig opptatt av hvordan man skal gå frem dersom man ønsker å smaksteste kaffen.

Det er ikke så enkelt å orientere seg blant alle løsningene. Norsk Kaffeinformasjon er næringens nøytrale faginstans og bistår gjerne med kunnskap til de som trenger hjelp i forbindelse med anbudsprosessen. Ikke nøl med å ta kontakt!

Veiledningen kan lastes ned fra kaffe.no eller bestilles hos Norsk Kaffeinformasjon.



This is a story about dedication, dedication to great taste. It's a story of adventure. It's about the willingness to go the extra mile – to cross rivers that need to be crossed. It's a story about meticulous attention to detail. About finding and unlocking nature's secrets. It's about true craftsmanship. Careful selection, tasteful selection. And the understanding that every step of the journey is vital for the end result.

This is the story of Evergood. A story that always ends well.

EVERGOOD KAFFE – litt dyrere, for smakens skyld

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



Kaffebrenning

Tekst: Bjørn Grydeland Illustrasjon: Ivar Breivik



KAFFEBRENNERIER I NORGE

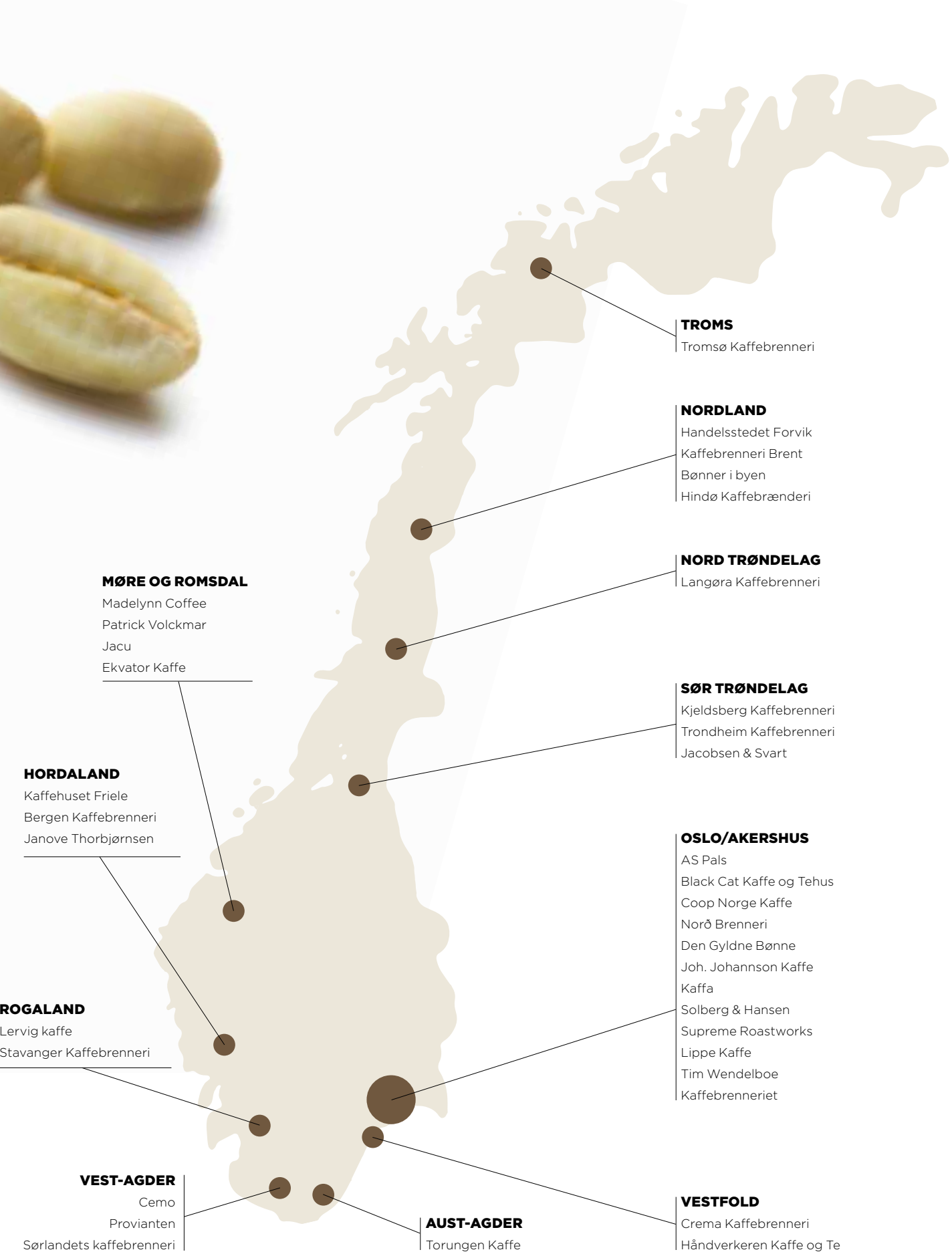
I «gamle» dager fant vi små kaffebrennerier over alt i Norge. Disse leverte kaffe i et lokalt marked på linje med lokale meierier, bakere og andre matprodusenter. Med industriell matproduksjon, teknologi for emballering og effektiv transport, var det ikke lenger behov for små produksjonsenheter som leverte ferskvarer til lokale matbutikker.

På 60-tallet kom vakuumpakkingen, og holdbarheten økte betraktelig. Det ble nærmest slutt på kaffe i løsvekt i butikkene, da kaffeprodusentene kunne distribuere ferdig pakket kaffe i poser eller bokser. Med dette forsvant også mange små kaffebrennerier.

Etter noen tiår med store og effektive produksjonsanlegg har vi igjen fått en oppblomstring av små lokale brennerier.

Forbrukere etterspør produkter i ulike pris- og kvalitetssegmenter. Internett og effektiv distribusjon gjør kaffe fra små brennerier tilgjengelig for alle.

De små finner sin plass ved siden av de store og vi nærmer oss snart 40 brennerier som produserer kaffe for salg. Mangfold preger utviklingen til glede for forbrukerne.



VIL LØFTE FRAM KAFFEBRENNERKUNSTEN

Norske kaffebrennere markerer seg internasjonalt, men håndverket her hjemme tåler større anerkjennelse. Møt leder Bjørnar Hafslund i nyetablerte Norsk Kaffebrennerlaug.

Kaffebrenning i Norge er i støtet. Interessen for håndverket øker, og stadig flere mikrobrennerier etableres over hele landet. I 2015 ble sågar verdens beste kaffebrenner norsk, med Audun Sørbottens VM-seier i Coffee Roaster Cup i Gøteborg.

– Økt interesse for kaffebrenning skjer nok som ledd i en generelt større opptatthet både av smak og kvalitet. Alle slags spesialforretninger både for mat og drikke etableres. Lokal forankring blir også viktigere for folk, de støtter gjerne opp om det lokale mikrobrenneriet og blir opptatt av den forankring som en kaffe brent i Norge representerer, sier Hafslund, til daglig kaffebrenner ved Kaffa.

– NYSGJERRIGE

Men når norsk kaffebrenning ser ut til å være i støtet som aldri før, så hvorfor da et eget kaffebrennerlaug?

– Jeg har tenkt på behovet for et slikt forum i lengre tid. I USA har kaffebrennere med hell hatt sitt kaffebrennerlaug i flere år. Viktigst for oss er å etablere et miljø for faglig og sosial utveksling. Det er mye kunnskap som kan deles, og den nye stilen er at en deler. Samtidig ønsker

vi også de eldre utøverne av faget med, og ikke minst kaffebrennere både fra de store og mindre virksomhetene. Vi er jo nysgjerrige på hverandre.

Mellom 60 og 70 brennere er i dag anslagsvis utøvere av faget, og i høst var en rekke av dem på plass da Norsk Kaffebrennerlaug ble etablert. Med det skal både fagmiljøet og håndverket styrkes.

– Vi skal forme forumet mens vi bygger. Alt fra eventer til egen utdanning kan komme på planen. Å gjøre kaffebrenning til et mesterfag med eget fagbrev kan være med å heve anerkjennelsen for yrket. Og hva er egentlig «norsk brennerkultur», som slår an både inn- og utenlands? Et kaffebrennerlaug kan bidra til å definere dette, og mer til.

MÅ VÆRE SKJERPET

Mens kaffebrenneren varmes opp, starter en kaffebrenners arbeidsdag gjerne med en smaking eller cupping av kaffe som ofte er brent dagen før.

– På morgenen er sanser og smaksløker best skjerpet for å vurdere kaffekvalitet og smak. Så setter jeg opp en brenneplan for dagen i samarbeid med kunde-

ansvarlig, før selve kaffebrenningen tar til, forteller Bjørnar.

En normal arbeidsdag gjennomføres mellom 10 og 15 brenninger, avhengig av antall kundeleveranser. Brenning av et parti kaffe tar cirka 15-20 minutter, og da gjelder det å følge med.

– Kaffen er et organisk produkt som gjennomgår flere faser og endres underveis, så til tross for at vi har utarbeidet brenneprofiler for ulike kaffer, gjelder det å «være på» og skjerpet følge med hele tiden når brenningen pågår. Og så gjelder det å ha den gode følelsen.

For en har bare en sjanse til å lykkes under en brenning. Derfor monitoreres brennetid og -temperatur fortløpende på dataskjermen ved siden av kaffebrenneren.

– Jeg er tilhenger av lyse brennegrader, fordi kaffens kvaliteter og egenskaper kommer bedre frem. Jeg forsøker jobbe med hver kaffe for seg selv og få ut det jeg mener er det beste potensialet i hver enkelt kaffe. For meg er det dette håndverket handler om.





Å gjøre kaffebrenning til et mesterfag kan bidra til å heve anerkjennelsen for yrket, mener Bjørnar Hafslund i Norsk Kaffebrennerlaug.



NØYAKTIG OG TÅLMODIG

Nå ligger det ikke for alle å bli kaffebrenner heller. En bør være genuint opptatt av smak for å forstå de ulike kaffene, og ikke minst smake andres kaffe.

– Nøyaktighet og tålmodighet er også nødvendige egenskaper, men mest avgjørende er nok å ha den glødende interessen for dette. En kaffebrenner tilbringer gjerne timer av arbeidsdagen ved brenneren, og jobben kan være både ensformig og fysisk tung til tider.

Mest fascinerende som kaffebrenner er ifølge Bjørnar å jobbe med et spennende produkt som kaffe.

– Spesialkaffe som vi jobber med er dessuten et ungt felt, med store muligheter for å prøve ut og oppdage både nye kaffetyper og brennestiler, og ikke minst presentere kvalitetsprodukter og deres historie for kundene.

– I så måte er vi privilegerte i Kaffa, siden vi har direkte relasjon med de gårdene vi kjøper kaffe fra, sier han.

I samarbeid med Robert Thoresen har Hafslund de senere år også etablert The Collaborative Coffee Source, et selskap som formidler grønn spesialkaffe innen en transparent handelsmodell.

TILFELDIGHETER

Det finnes ingen formell utdanning innen kaffebrenning, og ofte kan det være tilfeldigheter som bringer nye talenter inn i yrket. Slik var det også for den nye laugslederen.

– Jeg hadde nok knapt tatt i en cappuccino da jeg startet, forteller han.

Etter en tid på kaffebaren tilknyttet Södöst i Oslo og som barista i Tromsø, ble han ansatt for å drive brenneriet på Smart Club utenfor Oslo. Bortsett fra litt konsulentopplæring i starten drev han alene kaffebrenningen i shopping-senteret, inntil kaffebarpionér Robert Thoresen kom innom og fikk Bjørnar med på Kaffa-laget.

– Jeg erfarer at veien inn i yrket kan være litt tilfeldig, og at det er slik for flere. En er gjerne også temmelig grønn i faget når en starter, men man lærer av hverandre underveis. Å jobbe som kaffebrenner har trolig aldri vært et yrke en aktivt har søkt karriere innen, så kanskje brennerlauget kan gjøre noe med dette..!

VIKTIG FOR- KJEMPER FOR KAFFEKVALITET

Jeg vil gjerne gratulere norske kaffemiljøer med etableringen av Norsk Kaffebrennerlaug. Dette viser bransjen ens dedikasjon både for en beskyttet og forbedret kaffekvalitet – noe kaffebrenneren utfører til daglig i sitt arbeide. Et håndverkerlaug vil uten tvil kunne bli en forkjemper for god kaffe på alle områder. De beste ønsker også til Bjørnar Hafslund, en selvsagt lederkandidat!



**Trish Rothgeb,
The Roasters Guild, Speciality
Coffee Association of America**

POLITIESKORTERT KAFFE

Kaffekøer og kaffe eskortert med politi var ikke uvanlig i etterkrigstidens sentrumsgater i Oslo.

I likhet med sukker og andre varer som hadde vært rasjonert i etterkrigsårene, var kaffe en eksklusiv råvare. Kaffeimportørene ble tildelt kvoter og det var slett ikke lett å møte etterspørselen i butikkene. Det aller meste av kaffen måtte importeres fra Brasil ettersom vi hadde avtale om bytte mot klippfisk. Først i 1960 ble kaffeimporten fri.

Utenfor butikker som Grændsen Kaffe & Theforretning strømmet derfor folk til når salg av kaffe var annonsert.

– På den tiden hadde vi kaffebrenneriet vårt på Grønland, og biler med sekker av ferdigbrent kaffe ble gjerne eskortert av politi gjennom bygatene til butikken i sentrum, for at alt skulle skje i ordnede former, forteller Bård Gundersen som er andregenerasjons innehaver av det over 100 år gamle familiefirmaet.

Kaffekøene kunne strekke seg metervis, noen ganger helt ned til Glasmagasinet på Stortorvet, som her på bilder fra 1952.

Grændsen Kaffe & Theforretning var navnet på det vi i dag kjenner som Black Cat Kaffe og Tehus. Bildet av en sort katt i vinduet førte til navnet «den svarte katta» på folkemunne, og da profilen ble modernisert på 70-tallet ble den sorte katta med som navn og logo. Da som nå ligger butikken fortsatt på samme adresse i Grensen 3.



NYBRENT KAFFE RETT FRA STABBURET

Lukten av ferskbrente kaffebønner brer seg i det røde stabburet fra 1800-tallet. Stjørdalingene er over seg av begeistring for gourmetkaffen fra Langøra kaffebrenneri.

Kristian Helgesen heller bønner fra Nicaragua oppi trakten øverst på brenneren, mens de ferdige espresso-bønnene fra Guatemala kjøler seg ned. Renate Aune drar fram en sekk med ubrente kaffebønner fra haugen under stabburstrappa. Med en stor skuffe fyller hun raskt noen kilo over i en plastbakke, og legger ned en liten lapp der det står hvor bønnene er fra.

Slik har duoen bak Langøra kaffebrenneri holdt på i snart et år. Og stadig må de ta imot besøkende og interesserte kaffe-tørste i lokalet på Hjelseng gård, like utenfor Stjørdal sentrum. Her har de holdt til siden mai, og i løpet av høsten blir det yrende liv. På andre siden av

tunet skal det i november åpnes selskapslokaler med krambod og møtelokaler. Stjørdal bryggeri holder til i en annen bygning.

– Folk har blitt mer og mer opptatt av kaffe. At vi har kaffe fra hele verden synes kundene er spennende. Bruker vi ferske og knallgode råvarer, så blir smaken deretter, sier Kristian Helgesen.

HANDLER OM Å LAGE DEN BESTE

Det var han som tok initiativet til å starte eget kaffebrenneri. Etter fire år i Storbri-tannia og sju år som frilansfotograf for VG i Oslo, valgte Helgesen å flytte hjem til Stjørdal med familien.

– I Oslo var jeg bortskjemt med god kaffe etter å ha bodd midt mellom

kaffebrennerier i verdensklasse, som Tim Wendelboe og Supreme Roastworks. Jeg hadde lyst til å starte et brenneri her i Trøndelag, og fant ut at interessen for spesialkaffe var stor. Så da hoppet vi i det og siden har det handlet om å lage den beste kaffen, forteller han.

Renate Aune er utdannet glassblåser, og så verdien i håndverket med å brenne kaffe.

– Kaffebrenning, slik vi gjør det, er absolutt et håndverk. Det spennende med brenneprosessen er å få fram de riktige aromaene og smakene i kaffen. Det er en manuell prosess hvor man må ta i bruk alle sansene, forklarer hun.



Duoen bak Langøra er opptatt av hele prosessen fra bønne til kopp, og var nylig på kaffegård i Colombia for å lære mer.



Perfekt brenning av kaffe handler om sekunder, og Kristian følger konsentrert med på tida under brenneprosessen for å få bønnene så optimale som mulig.



Under cupping velges de foretrukne kaffetypene ut. Nedenfor cupper Renate kaffe fra siste innhøsting i Columbia.

POPULÆRT PÅ MATFESTIVAL

De har begge hatt småjobber ved siden av brenneriet, men har satt av mer og mer tid til Langøra. Om ikke lenge håper de å kunne konsentrere seg fullt og helt om kaffen. For det er krevende å gjøre alt fra det praktiske til det økonomiske selv.

–Alt tar tid, spesielt når det bare er oss to som gjør alt. Nå håper vi å kunne slippe det andre og satse for fullt. Vi henger bare med dit Langøra styrer oss, utdyper Aune.

Kaffen fra Langøra selges allerede på kaffebarer i Oslo, Lillehammer, Bergen, Tromsø og Trondheim. I Trøndelag leverer de kaffe blant annet til den nye Mathallen i Trondheim og Strandbaren på Stokkøya.

Aune og Helgesen har også avtaler med flere restauranter rundt om i landet, og tilbyr i tillegg kaffeabonnement for både privatpersoner og bedrifter. – Vi deltok på Trøndersk matfestival på Torvet i Trondheim i sommer, der 150 000 besøkende var innom. Vi var sikre på at vi hadde brent nok til de tre

dagene, men allerede etter den første dagen måtte vi tilbake og brenne mer, sier Helgesen.

STJØRDALS INDREFILET

De lettkjennelige kaffeposene med illustrasjoner av britiske Sam Brewster har blitt Langøras varemerke. Navnet har de hentet fra halvøya Langøra, som henger sammen med rullebanene på Værnes. – Øya har en kilometerlang badestrand, men man trenger båt for å komme dit. Det er et magisk sted og selve indrefiletet i Stjørdal, mener Helgesen.

Råkaffen kjøper de vanligvis via kaffe-kjøpere i Oslo og ute i Europa, men i høst var de i Colombia for å besøke flere kaffegårder og lære mer om prosessen på plantasjene og foredlingen videre.

– Det viktigste i hele prosessen er å bruke de aller beste råvarene. Vi handler stort sett bønner fra profesjonelle kaffekjøpere som reiser rundt og finner sesongens beste kaffe i de ulike landene. Disse små bønnene har hatt en lang reise før de havner her på stabburet. Det er viktig

at de dyrkes, plukkes og prosesseres på riktig måte for at smaken skal bli supergod. Kaffe er jo et bær, og ved å brenne den relativt lys og nøysomt får vi fram en hel variasjon av de bær- og fruktarmåene som finnes naturlig i bønnene, forklarer Kristian.

ABONNENTER OVER HELE LANDET

Han foretrekker den fruktige og syrlige kaffen fra Etiopia og Kenya, mens Renate har blitt glad i den syrlige kaffen fra Nicaragua. – Jeg liker komplekse smaker som overrasker. Det er flere som blir veldig annerledes på smak når de blir kalde, sier hun.

I utgangspunktet så de for seg én brennedag i uka, men på grunn av den stadig økende etterspørselen har det blitt oftere. De forskjellige kaffebønnene har ulik brennetid og temperatur, men stort sett brennes de i løpet av 12-13 minutter. – Vi sender ut kaffe til abonnenter fra Finnmark til Sørlandet, enten månedlig eller annenhver uke. Det har blitt noen tonn siden mai, oppsummerer Kristian Helgesen.



Kaffebrenning

Tekst: **Robin Stenersen** Foto: **Privat**

MØT VERDENS BESTE KAFFEBRENNER

Matvarekjeder og selgere står i kø for å jobbe med verdens beste kaffebrenner. Men Audun Sørbotten holder fast ved planen for sitt spesialkaffebrenneri i polske Bydgoszcz.

Audun Sørbotten jobbet som forsker på Sintef i Trondheim, men har tatt nye karrieresteg med sin pasjon for kaffe. Etter vel sju år som kaffebrenner i Norge flyttet han for kjærligheten, til Polen, for å starte kaffebrenneri i 2013. Og som World Coffee Roasting Champion fra Gøteborg i sommer, åpner nye dører seg for nordmannen fra Lillehammer.

– Aller først: Hvordan blir man verdens beste kaffebrenner?

Det viktigste for meg var å jobbe på Solberg & Hansen i åtte år. Kaffeutvalget der er enormt stort, og en får hele tiden smakt på nye ting. Jeg var med på daglige cuppinger i alle disse årene. For en som i utgangspunktet er svært interessert i kaffe ble dette som et

«kaffeuniversitet» der brenneryrket ble fremhevet, alt under ledelse av Morten Wennersgaard som kvalitetssjef. Morten driver i dag Nordic Approach som selger råkaffe med unike kvaliteter.

Holdningen var at de som jobbet i produksjonen skulle lære så mye som mulig, og alt ble lagt til rette for det. Det var virkelig en god tid.

– På hvilken måte har VM-seieren så langt vært en døråpner for deg?

Økt salg er én ting. Men det nye er at jeg får holde foredrag om kaffebrenning, og mange ønsker kurs i faget. Det har ført til en del reiseaktivitet. Jeg har holdt seminar i Taiwan, og skal holde to i Kina og ett i Polen i høst. Jeg har lenge hatt

lyst til å fortelle om min tilnærming til kaffebrenning, så det føles bra å gjøre dette.

– Jeg opplever også at alle nå ønsker å prøve mine kaffer. Før VM solgte jeg kaffe i Polen og litt til Tyskland og England – nå selger jeg til hele 13 land. Dette er klart veldig moro! Markedet i Polen er lite. Det er relativt få kaféer som bruker filterkaffe, og de bestiller ikke mye per ordre. Det er nemlig lite løsvektsalg og alt brygges for hånd. Men det etableres nye kaféer hele tiden, og jeg ser at en del av disse har interesse for min kaffe.



Jeg ønsker å ha kaffer som er godt utviklet, men fremdeles frisk og livlig, sier Audun, her på cupping i Honduras.



– Hva kjennetegner en god kaffebrenner?

Det viktigste er å være trent i god metodikk for å smake på kaffe. Jeg vil også si at det er viktig å være godt orientert i kaffemarkedet, altså å smake kaffe fra andre produsenter og alt annet som en får tak i, og som antas å ha god kvalitet. Slik kan en forstå sine egne preferanser bedre. Arbeidet ved brenne-maskinen er også viktig, men er langt raskere å lære seg enn det å bli en selvstendig og objektiv kaffesmaker.

– Hvordan er arbeidsdagen og virksomheten din i Bydgoszcz?

Jeg brenner tre dager i uka, hvorav én dag er kun for det lokale markedet. En av mine store motivasjoner for

å starte eget brenneri, var å ha det jeg kaller en «ideell» produksjonsdag. Jeg vil ikke føle stress. Jeg vil ha god tid når jeg smaker på kaffe og jeg vil gjøre alt på egne premisser. Dette har jeg lyktes med så langt.

Jeg bor bare fire minutter fra brenneriet, og kan styre dagen veldig fritt. Jeg liker å starte tidlig, for å få god tid til ordrene som må leveres hos kurer klokka fire. Jeg får uendelig mange henvendelser og spørsmål, og jeg må jo gjøre regnskap, skrive fakturaer og slikt. Dette har en tendens til å bli gjort på natterstid, noe som ikke er helt bra. Jeg har derfor følt behov for å få hjelp med produksjonen, så nå har jeg begynt å lære opp en kaffebrenner.

– Forklar varemerket ditt «Norwegian Roast»?

Trenden nå er at alle brenner lyst. Norden og etterhvert Berlin har blitt et forbilde innen brennestil. Jeg kjenner igjen mine egne brenninger når jeg sammenligner, men det er ikke fordi de er spesielt lyse. Jeg ønsker å ha kaffer som er godt utviklet, men som fremdeles er friske og livlige. Det er en vanskelig balansegang. Jeg tror at hovedgrunnen til at det polske markedet liker kaffene mine er at råvarene jeg har er av ypperste klasse. Jeg bytter kaffer svært ofte, fordi jeg kjøper bare én sekk fra hver farm. Det polske markedet liker å få stadig nye produkter. Dermed kan kundene mine i løpet av ett år smake svært mange av Nordic Approach sine kaffer, brent i min stil.

Audun kunne juble etter seier i World Coffee Roasting Championship i Gøteborg i juni. Verdensmesteren har sans for en god kaffekopp mellom slagene.



– Selger du kaffe til hjemlandet?

Jeg solgte mye julekaffe til Norge like etter at jeg startet bedriften 1. desember 2014. Det var egentlig stor suksess, og kaffen ble godt mottatt. Men man må selge mye kaffe for at ikke påslaget på kilopris skal bli for høyt. Alt i alt synes jeg det er vanskelig å selge til Norge. Det er dessuten allerede mye bra kaffe i det norske markedet. Jeg flyttet ikke til Polen med motivasjon om å selge kaffe tilbake til Norge. Det blir noe helt annet når jeg selger til land der de får smake noe annerledes når de kjøper fra meg. Privatkunder kan kjøpe fra min nettside, så jeg sender mange småpakker til Norge. Det er stort sett til venner og kjente, i tillegg til mange ukjente personer som heter «Audun». Et lite sub-marked der, altså....

– Hvilke råd har du til nordmenn som ønsker starte bedrift i utlandet?

I Polen er det svært byråkratisk, de har flere regler enn de fleste. I tillegg brukes ikke engelsk av folk i administrasjonen. Jeg slet skikkelig med dette! Gjennombruddet for meg var å betale et firma for å gjennomføre hele prosjektet. De laget tegninger, skaffet alle tillatelser og hadde alle nødvendige kontakter. Det ble dyrt, men det var også den eneste løsningen. Jeg vet også at konkurransen innen kaffebransjen kan være noe ufin her, så det er viktig for meg å ikke gjøre noen formelle feil som jeg kan taes på.

– Dine ambisjoner videre?

Etter bare noen måneders drift er det viktigste for meg nå å bygge en bedrift som kun selger kaffe av høy standard. Jeg får mange tilbud om samarbeid med matvarekjeder og selgere, og dette ville sikkert gitt god gevinst. Men det

stemmer ikke med min Plan A, som er å selge produkter som jeg virkelig kan anbefale, og jeg har sagt nei til alle disse tilbudene. Så langt går jo Plan A svært bra, men jeg har altså mer lyst til å ha det gøy enn å maksimere fortjeneste. Et motargument er at man kan tjene penger på billigere kaffe, og dermed ha råd til kaffereiser, flottere utstyr og andre investeringer. Men da tror jeg fort at hverdagen min ville blitt dårligere.



KAFFEN SMAKER BEDRE
MED RENT UTSTYR.



Anbefales av norske kaffeprodusenter.



www.cleandrop.no



HVA ER SÅ SPESIELT MED SPESIALKAFFE?

«Spesielle geografiske mikroklima produserer bønner med unike smaksprofiler»

På denne enkle måten ble Specialty Coffee introdusert av legendariske Erna Knutsen «The Grand Old lady of Specialty Coffee» på 1970-tallet. Det startet med en artikkel i Tea & Coffee Trade Journal i 1974, og ble fulgt opp i en tale til delegatene på en konferanse i Montreuil i Frankrike i 1978. Forbindelsen mellom vinbegreper som terroir og appellation ble trukket inn i kaffens verden. Det handler om klima, jordsmonn, botanikk, høsting og foredling.

Banbrytende arbeid har vært gjort både av enkeltmennesker og organisasjoner. Specialty Coffee Association of America (SCAA) ble etablert i 1982. Med denne organisasjonen har arbeidet blitt forsterket og profesjonalisert. Gjennom opplæring, sertifiseringer, dokumentasjon, foredrag og konkurranser er kunnskap spredd over hele verden.

UPRESISE BEGREPER?

I USA på 70-tallet hadde man behov for å skille kvalitetskaffe fra «vanlig kaffe». Landet flommet over av dårlig kaffe. Man trengte et begrep, et ord, og det ble Specialty Coffee.

Begrepet spesialkaffe byr på noen utfordringer. Ikke fordi det er noe galt å skille mellom kvaliteter; at noe er «spesialitet» indikerer jo at det skal ha en annen og gjerne høyere kvalitet en det som er «vanlig» kvalitet. Problemet er at det blir upresist og at det kan bli

blandet sammen med markedsføringsbegrepet som «gourmet» eller «premium».

Er det slik at hver og en kan bestemme «hva som er spesialkaffe for meg»? Eller finnes det noen universelle regler som alle følger. Svaret er nei. Begrepet må forstås i sin historiske sammenheng og det må forstås i forhold til det markedet man befinner seg i.

I Vest Europa har mange land tradisjonelt konsumert kaffe av god kvalitet, og vi i Norge har for lengst oppdaget av vår «hverdagskaffe» holder like høyt nivå som mye av det som selges som «premium» kaffe i USA.

SCCA erkjenner at de ikke har en offisiell definisjon av begrepet. Rett og slett fordi det er litt komplisert. Mange er involvert i prosessen fra bønne til kopp i motsetning til vin, hvor produsenten stort sett har full kontroll på leddene fram til sluttprodukt.

Her er imidlertid en definisjon fra et par år tilbake:

Begrepet «spesialkaffe» refererer til grønne bønner av høyeste kvalitet, brent til sitt største smakspotensial av ekte håndverkere og deretter skikkelig brygget i henhold til veletablerte

SCAA-standarder. De grønne bønnene skal ikke ha noen defekter. Kaffen skal ha en tydelig egenart i koppen, med en score på 80 eller høyere i henhold til SCAA standarder.

Specialty Coffee Association of America

Specialty Coffee Association of Europe (SCAE) definerer kvaliteten i forhold til sluttproduktet snarere enn til grønne bønner:

Spesialkaffe er kaffe som er dyrket og høstet under ideelle forhold og derfor har utviklet en unik karakter. Foredlingsprosessen, hvor grønne kaffebønner skilles ut fra modne frukter, skjer meget omhyggelig for å minimere feil og gi best mulig kvalitet. Deretter brennes kaffen varsomt for å få fram den iboende karakter. Når kaffen brygges med kunnskap og engasjement forvandles kaffebønnene til kvalitetsdrikk som er både annerledes og overlegen markedets standard. Den ferdige drikken skal kunne spores tilbake til bønnenes geografiske opprinnelse.

I denne definisjonen legges det vekt på at kaffen ikke bare er annerledes men også har et eksklusivt preg. Spesialkaffe kan være et generisk begrep og dekker ulike kaffer som alle kjennetegnes ved for eksempel overlegen kvalitet og høyere pris.

STEDEGEN KAFFE

Mange kaffeprodusenter snakker heller om Single Origin eller Single Estate enn om spesialkaffe. Sporbarhet blir viktigst. Plante, jordsmonn og mikroklima innenfor et avgrenset område gir en genuin smak. «Stedegen kaffe» er et utmerket begrep på norsk.

GRADERING AV GRØNNE BØNNER

Det skal ikke mange defekte bønner til for å ødelegge selv den fineste kaffe. Eksempelvis kan et lite innslag av overgjærede eller umodne bønner gi en kaffe som er ubehagelig å drikke.

Ikke alt lar seg fysisk identifisere når man sorterer bønnene. Man må brenne et lite parti og cuppe (smake) kaffen. Lukt og smak vil deretter kunne avsløre om det er noe annet galt med kaffen.

SCAA har etablert en mye brukt metode for klassifisering, og den er temmelig spesifikk. Kaffen må ha 80 poeng eller mer på en skala fra 0 – 100.

Vurderingen foregår gjennom cuppinger hvor erfarne kaffesmakere setter poeng på et cuppingskjema.

100-graders skalaen fra SCAA består av 10 elementer som vurderes; aroma, smak, ettersmak, syrlighet, kropp, konsistens, balanse, clean cup, sødme og til slutt en helhetsvurdering. Disse poengsettes fra 1-10 med denne kvalitetsfordelingen:

6 – 7	Good
7 – 8	Very Good
8 – 9	Excellent
9 – 10	Outstanding

En kaffe må derfor tildeles 10 poeng i alle kategorier for å få totalt 100 poeng.

Totalt antall poeng:	
90-100	Outstanding
85 til 89,99	Excellent
80 til 84,99	Very Good
<80,0	Below Specialty Quality

SPECIALITY COFFEE ASSOCIATION OF EUROPE

Specialty Coffee Association of Europe (SCAE) ble grunnlagt i 1998 som en sammenslutning av mennesker som var opptatt av kvalitetskaffe med visjonen om «en perfekt kopp kaffe til forbrukeren». SCAE er en non-profit medlemsorganisasjon med nettverk av kaffeentusiaster og profesjonelle fra mer enn 90 land. Mye av aktiviteten i de ulike land er organisert gjennom såkalte National Chapters som arrangerer konkurranser, events eller kurs.

SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF AMERICA

Specialty Coffee Association of America (SCAA) ble etablert i 1982 og er en non-profit bransjeorganisasjon for «spesialkaffeindustrien». Produsenter, kaffebrennerier, importører/eksportører, forhandlere, utstyrsprodusenter, baristaer og andre fagfolk er medlem. SCAA har skapt et stort og levende samfunn innenfor kvalitetskaffe og har gjennom kvalitetsstandarder, markedsundersøkelser, utdanningsprogrammer og testing bidratt vesentlig til utvikling og anerkjennelse av spesialkaffe over hele verden.

SCAA GRADERING

Specialty Grade kan ha maks fem fulle defekter i en 300 geams prøve. Ingen «Primary Defects» er tillatt. Maks 5 prosent avvik i forhold til bønnestørrelse. Kaffen må ha inneha minst én distinkt attributt i forhold til kropp, smak, aroma eller syrlighet. Skal ellers være feilfri og uten quakers. Fuktighetsinnhold mellom 9 og 13 prosent.

Premium Grade kan ha inntil 8 defekter. «Primary Defects» er tillatt. Maks 5 prosent avvik i forhold til bønnestørrelse. Kaffen må ha inneha minst én distinkt attributt i forhold til kropp, smak, aroma eller syrlighet. Skal ellers være feilfri men kan ha inntil 3 quakers. Fuktighetsinnhold mellom 9 og 13 prosent.

Kaffe med flere defekter vil være Not Classified by SCAA.

Exchange Grade kan ikke ha mer enn 9-23 fulle defekter. 50 prosent av vekt skal være over «screen size» 15, men ikke mer enn 5% under screen size 14. Ingen smaksdefekt er tillatt men kan ha 5 quakers. Fuktighetsinnhold mellom 9 og 13 prosent.

Below Standard Grade - 24-86 defekter på 300 gram.

Off Grade - mer enn 86 defekter.

ICO STANDARD

Den internasjonale kaffeorganisasjonen ICO har vedtatt minstestandarder for eksport av kaffe. Land som er medlem i ICO skal ikke eksportere kaffe som har mer enn et definert minstemål av defekter:

- Arabica skal ikke ha flere enn 86 defekter per 300 gram
- Robusta skal ikke ha flere enn 150 defekter per 300 gram

I Norge vil en standard merkevare ikke ha mer enn 10-20 defekter per 300 gram.

MARKEDET VOKSER

Markedet for spesialkaffe vokser, først og fremst i USA men også i Europa og Asia. Øst- og Sørøst Asia har siden 1990 hatt den kraftigste veksten i kaffeforbruk i verden. Mesteparten er robusta til bruk i konsentrater, pulver og ulike «kaffe-miksprodukter», men i de mer utviklede markeder som Japan, Taiwan og Sør-Korea er etterspørselen etter spesialkaffe økende.

Ettersom det er vanskelig å finne en eksakt definisjon er det også vanskelig å anslå hvor stort dette markedet er. Det er imidlertid alminnelig enighet om at spesialkaffe i sine ulike former nærmer seg 10% av verdens forbruk. Tall fra USA antyder at 20% av markedet består av spesialkaffe.

CUP OF EXCELLENCE

Cup of Excellence er en av de mest prestisjefylte konkurranser i kaffe-verdenen. For at en kaffeprøve skal gå videre til neste runde i konkurransen må den score minst 85 poeng av 100 mulige. Prøver med store defekter blir eliminert umiddelbart. De som har mindre feil kan risikere å ikke oppnå tilstrekkelig med poeng.



LANDET VÅRT ER *fullt* AV MENNESKER
SOM GJØR EN *ordentlig* VIKTIG JOBB



- OG VI GJØR *alt* VI KAN FOR Å GI
DEM ORDENTLIG *god* KAFFE!



Vi er svært stolte av at all kaffen vi produserer enten er UTZ- eller Fairtrade-sertifisert. Les mer på www.utzcertified.org og på www.fairtrade.no

DEFEKTER I GRØNN KAFFE

Dersom kaffe skal kunne betegnes som spesialkaffe skal den være fri for defekter som svekker kvaliteten og gir et dårligere resultat når kaffen brennes. Etter at kaffen er foredlet og tørket sorteres kaffen. Selv de mest erfarne kan imidlertid overse bønner med feil og enkelte feil lar seg heller ikke se uten videre.

Her viser vi en oversikt over fysiske defekter på grønne bønner.

I henhold til SCAA's protokoll skal ikke «Primary Defects» merket 1 forekomme i kaffe av såkalt Specialty Grade.

Foto: SCAA



PARCHMENT/PERGAMINO
Bønnen er helt eller delvis innkapslet i tørket pergament.



FLOATER BEAN
Lys farge, lav tetthet.



IMMATURE/UNRIPE BEAN
Uutviklet og grønnaktig med sølvhinne.



WITHERED BEAN
Lyse grønne bønner med en knudrete overflate.



BROKE/CHIPPED/CUT
En delt bønne eller fragment.



SHELL
Del av en deformert bønne bestående av et hulrom.



HULL/HUSK
Fragment av en tørket bønne.

QUAKER

En såkalt Quaker er en umoden bønne som ikke utvikler seg under brenning. Den synes lett ettersom den ikke har samme brunfarge som de andre.

Smaker som peanøtter, med innslag av tre og gress.

Quakers er ikke akseptert om kaffen skal være Specialty Grade



FULL BLACK BEAN
Mikroorganismer kan forårsake sorte bønner etter overgjæring. Overveiende sorte.



PARTIAL BLACK BEAN
Mindre enn en halv bønne er ugjennomsiktig.



DRIED CHERRY/POD
Tørre kaffebær som har blitt med gjennom foredlingsprosessen. Bønnene er dekket av et mørkt skall.



FULL SOUR BEAN
Forurensing eller skader kan føre til gjæring og sure bønner.



PARTIAL SOUR BEAN
Mindre enn halve bønner er rød- eller gulaktig.



FUNGUS DAMAGED BEAN
Soppskader. Gule eller brune sop pangrep.



SLIGHT INSECT DAMAGED BEAN
Mindre enn tre hull fra insekter.



SEVERE INSECT DAMAGED BEAN
Insektskader. Tre eller flere insekthull.



FOREIGN MATTER
Mikroorganismer kan forårsake sorte bønner etter overgjæring. Overveiende sorte.

FRA BÆR TIL KOPP

Vin har sine strenge klassifiseringer og kvalitetsnivåer. En vinprodusent må skaffe seg full kontroll på alle ledd om han skal oppnå høyeste klassifisering. Slik er det ikke for kaffe. Mye kan gå galt fra den første kaffeplanten settes i jorda til forbrukeren drikker sin kopp.

Kaffebonden

kan perfektionere produksjonen for å oppnå det beste resultat. Kvalitet går foran kvantitet, kaffen er fri for defekter og plukket når den er moden.



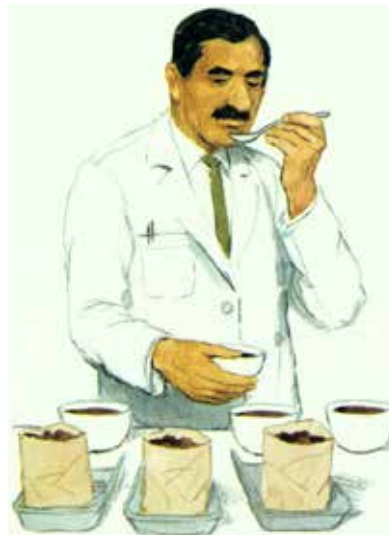
Kaffebrenneren

kan bruke sin erfaring og kunnskap og forsiktig brenne bønnene slik at deres iboende smak og karakter i størst mulig grad kommer frem.



Innkjøperen

kan identifisere kvalitet gjennom cupping, beskrive kaffen og gradere den i forhold til gitte kriterier.



Forbrukeren

eller baristaen brygger kaffen. Spesialkaffe kan ødelegges om ikke de som skal brygge den forstår hva som må til for å få ut det fulle potensialet. Uten et interessert publikum som er villig til å betale for spesialkaffe, som har lyst til å lære og som vet å verdsette kaffe på dette nivået vil det ikke være lønnsomt for alle de som har gjort en innsats.



MOCCAMASTER
HANDMADE



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.



Mine favoritter



ODD-STEINAR
TØLLEFSEN

Medeier av Supreme Roastworks
kaffebar i Oslo

Odd-Steinar har vært fulltids barista siden februar 2013. Før det jobbet han som fotograf for ulike medier, reklame, åtte år i Aftenposten samt 10-15 år med film og TV-produksjon.

En reportasjereise til Napoli for ti-tolv år siden fikk ham hektet på espresso. Han begynte å lete etter de beste kaffe-plassene i Oslo, og endte opp på Java og Mocca. Der møtte han Magnus Lindskog og Joar Christoffersen, som ble inspirasjonskilder. Nå driver de sammen brenneri og kaffebar Supreme Roastworks på Grünerløkka i Oslo.

I fjor ble Odd-Steinar norgesmester og tok en fjerdeplass under VM i Brewers Cup, håndbrygging av sort kaffe. I år ble han igjen norgesmester og vant VM, og er altså regjerende verdensmester!

I november og desember skal han til Sidamo i Etiopia for å lage sin egen signaturkaffe sammen med Ninety Plus Coffee.



SKANDINAVISK
OG SELVBRENT

Jeg liker en noe lysere brennестil, som tar vare på frukt og sødme i kaffen. Mine fire valg er skandinaviske barer som alle brenner selv.

THE COFFEE COLLECTIVE - DK

«En stor nabolags-kafe»
Godthåbsvej 34B, Frederiksberg
coffeecollective.dk/bars

Jeg er ofte i København, en utrolig hyggelig by, og etter min mening vår nærmeste by med «storby-feeling». Når jeg er i København drikker jeg alltid kaffe hos Coffee Collective, Jeg foretrekker baren som ligger i Godthåbsvej på Fredriksberg.

Dette føles som en stor nabolags-kafe. Her er brenneriet til CC. Hyggelig atmosfære, god kaffe, og litt utenfor allfarvei..! Jeg liker den best utenom de travleste timene, da er det rom for å prate litt med folkene som jobber der. Besøk gjerne CC i Torvhallerne eller i Jægersborgsgade også. Jægersborgsgade har for øvrig mange flere smårestauranter, bakeri, lunsj/frokoststeder. Denne gaten er verdt et besøk uansett!



KOPPI – SE

«En av verdens beste»

Norra Storgatan 16, Helsingborg
koppi.se

I Sverige er det flere gode kaffebarer. Koppi i Helsingborg er mitt førstevalg



når jeg er i de traktene. Innehaverne Anne og Charles jobbet for flere år siden i Oslo, på Mocca og Java, før de bestemte seg for å flytte hjem til Sverige. De åpnet Koppi, en kaffebar og brenneri i sin hjemby Helsingborg. Koppi er etter min mening en av verdens beste kaffe-



barer. I tillegg er de kanskje de mest sympatiske mennesker jeg noen gang har møtt. De brenner all kaffen selv i baren og brygger til perfeksjon. De er nesten alltid der selv og jobber. Sørg for å få en cappuccino av Anne, bare sånn for å kjenne hvordan melk skal steames.

TIM WENDELBOE – NO

«Kaffe ut i fra bevisste valg»

Grüners gate 1, Oslo
timwendelboe.no

Siden jeg jobber mye, og med kaffe, er det sjelden jeg har tid til å gå på kaffebar her hjemme. De få gangene jeg går på bar, er jeg veldig selektiv. Førstevalget mitt i Oslo er Tim Wendelboe. Jeg har veldig respekt for Tim's filosofi

og måten han jobber på. En veldig kunnskapsrik person som det alltid er hyggelig møte. Tim har en annen brennестil enn Supreme. Jeg kan ikke si at det ene er bedre enn det andre. For meg handler det om bevissthet, og driven til å være innovative og nyskpende. Hos Tim vet jeg at jeg får kaffe som er laget ut i fra bevisste valg. Jeg liker det. Ingen ting er overlatt til tilfældighetene hos Tim!



SOLDE KAFFEBAR & KAFFEROSTERI – SE

«Usnobbete, jordnær stil»

Regementsgatan 2, Malmö
solde.se

Kjæresten min kommer fra Malmö, så det har blitt noen turer hit. Solde kaffe-



bar er en jordnær og røff bar som tiltrekker seg syklister og hipstere. De brenner også kaffen sin selv. De har en usnobbete jordnær stil, og serverer espresso og håndbrygg i verdensklasse.

Kanskje hovedgrunnen til at dette er en



Foto: Karl-Johan Hiertström

av mine favoritter, er at alt er så «laid back», og samtidig holder de et utrolig bra nivå på kaffedrikker og bønner.

Coop har landets største utvalg av kaffetyper.



Hvilken kaffetype er du?



Alle finner en de liker

JAKTER NYE KAFFEKVALITETER

Baristamester og kaffebrenner Tim Wendelboe fortsetter sin søken etter den ultimate kaffekvalitet. Nå også som farmer i Colombia.



Tim Wendelboe vil lære mer om kaffedyrkingens kunst, og har skaffet seg egen gård i Colombia der nye ideer testes ut.



– Dette vil aldri bli den beste kaffen i verden, men det er ikke målet med prosjektet heller, sier Wendelboe, som i år har satt de første kaffeplantene i jorden på gården i colombianske Huila.

Nå er det nok ikke så uvanlig at selskap utenfor verdens dyrkbare kafferegioner også eier egen kaffeplantasje – selv Starbucks har sin egen kaffefarm i Colombia – men for kaffebrenneren Wendelboe er dette både et enestående og kanskje noe vågalt prosjekt.

Gården med navnet Finca el Suelo, har Wendelboe kjøpt fra nabofarmeren Elias Roa og hans Finca Tamana, gården der Wendelboe har kjøpt sine kaffe-bønner de senere år.

Wendelboes merittliste innen kaffe blir stadig lengre. Den tidligere verdensmesteren i kaffekunst med eget kaffebrenneri og –bar på Grünerløkka i Oslo, har de senere år også etablert kaffeforetaket Nordic Approach, et selskap som jakter verdens mest utsøkte kaffer gjennom direktekontakt med den enkelte kaffe-bonde.

Både i inn- og utland har han fått kred for sin lysbrente spesialkaffe fra nøyte utvalgte kaffefarmer og i direkte kontakt med produsent. Men det er ikke nok. Nå vil han lære mer om kaffedyrkingens kunst.

–TRENGER LÆRE MER

– Jeg føler at jeg trenger å lære mer om selve kaffedyrkingen, og om hvordan denne også påvirker kaffekvaliteten i tillegg til den kultivering og foredling som kaffefarmene gjør, forklarer Tim. – Det finnes ikke så mye litteratur om hvordan forbedre kaffekvaliteten før bærene høstes, og heller ikke mange farmere jeg spør har gode svar på hvordan beskæring, skygge og gjødsling påvirker kvaliteten i en kaffekopp.

Wendelboes nysgjerrighet er helt i tråd med nyere trender innen vinproduksjon, der produsentene i større grad fokuserer på forholdene der druene er dyrket for å forbedre innholdet i vinflasken.

Wendelboe har i flere år jobbet både med Elias Roa og øvrige kaffefarmerne i Huila-regionen for å etablere

forbedrede innhøstings- og foredlingsmetoder innen kaffeproduksjon. Colombia var derfor et naturlig valg når han tablere egen farm.

Når Wendelboe er hjemme i Norge eller på reise, blir hans Finca el Suelo driftet av nabofarmeren Roa, og hans plantasje vil også fungere som «kontrollfarm» for Wendelboes dyrkingsforsøk.

FORSKNINGS- OG UTVIKLINGSPROSJEKT

Wendelboes plan for sin Finca el Suelo er å drive eiendommen som en forsøksgård for kaffeplanter, en luksus de fleste småbønder ikke har. – Jeg har mange ideer som kan – eller ikke kan – gi forbedret kaffekvalitet, men jeg er ikke villig til å be bøndene jeg kjøper fra å risikere sine inntekter og kaffe for å teste og eksperimentere med meg, sier Tim. – Så derfor var det best å starte min egen gård.

Wendelboe mener det er fullt mulig å dyrke kaffe av bedre kvalitet, med samme avkastning og lavere kostnader, ved å ta i bruk biologiske, økologiske

og vitenskapelige dyrkingsmetoder. Eneste problem er at det vil ta flere år før Finca el Suelo produsere en drivverdig kaffeavling.

Nabofarmen Finca Tamara er allerede en betydelig kaffefarm som uten tvil vil fortsette produksjonen av kvalitetsbønner. Men global oppvarming nødvendig-gjør likevel nytenkning nytt rundt kaffedyrking, ifølge Wendelboe. Med temperaturforandringer kan den ideelle høydegrad for å dyrke kaffe stige, og både hans egen Finca el Suelo og nabofarmen Finca Tamara på henholdsvis 1650 og 1700 m.o.h. kan komme til å vise seg å ligge for lavt for å dyrke kaffe. Men med en kombinasjon av landbruksvitenskap, økologiske metoder og skygge mener Windelboe det er mulig å manipulere fram et optimalt dyrkingsklima for kvalitetskaffe.

JORDSMONNET AVGJØRENDE

Å utvikle nye og forbedrede metoder for kaffedyrking er ingen liten utfordring, men Wendelboe er med støtte fra nyere forskning, blitt stadig mer overbevist om at jordsmonnet spiller en avgjørende

rolle. Et forbedret jordsmonn vil både generere økt kaffekvalitet, produktivitet og kaffesorter som vil tåle kommende klimaendringer.

I tillegg til fokus på jordsmonn, mikrobiologi og gjødsling, har Wendelboe plantet åtte øvrige plantesorter som skal gi skygge, og dermed bidra til å regulere jordsmonnets mikrobiologiske sammensetning.

– Jeg har tro på at skygge vil bidra til å skape et bedre økosystem for kaffen min fordi skygge regulerer mengden av sol og temperatur, sier Wendelboe. – Ut fra hva jeg har lest, vil kaffe som vokser i skyggen kunne produsere bønner med bedre kvalitet og høyere tetthet som følge av lengre modningstid. Men jeg har ennå til gode å se vitenskapelig forskning som underbygger dette, og ønsker nå å teste det ut selv.

Wendelboes Finca el Suelo er et altså et langsiktig prosjekt. Om farmen hans ikke kommer til å produsere «verdens beste kaffe», vil den likevel dyrke god kaffe og hjelpe andre farmere til det samme, tross

skiftende klima- og vekstforhold. Og dersom Wendelboes ideer kan generere overlegen kaffekvalitet med høyere avkastning, vil han kunne hjelpe både nabofarmeren Elias Roa og andre kaffebønder.

Men alt dette er ikke noe Wendelboe tar lett på: – Først må jeg bevise at dette funker, smiler han.

Intervjuet er publisert i fagmagasinet Eater og er oversatt og gjengitt med tillatelse fra Leif Haven.

EL MOLINO – ET LITE NORSK KAFFEVENTYR I NICARAGUA

Tre år brukte Bård Gundersen fra kaffehuset Black Cat på research og kaffereiser i Sør og Mellom-Amerika før han fant Finca El Molino i Nicaragua. Åtte år har gått, mye arbeid er lagt ned i forbedringer, og KAFFE ble med for å ta El Molino nærmere i øyesyn.

Bård har alltid hatt høye ambisjoner for både produksjon, kvalitet på kaffen og arbeidsforhold. Men det er ikke bare å styre dette fra Norge og tro at ting gjør seg selv.

– Uten Victor Robelo, plantasjens manager, hadde ikke dette gått, sier Bård Gundersen. Bård er deleier og daglig leder i Black Cat Kaffe og Tehus.

Victor er utdannet kaffeagronom og kommer fra en kaffefamilie i Matagalpa. Ustabile politiske forhold under og etter borgerkrigen på 1970-tallet, førte til at mange kaffeplantasjer ble vanskelig å drive, forlatt eller konfiskert. Dette skjedde også med familien Robelos plantasjer. Orkanen Mitch herjet landet i 1998, ødela mye av infrastrukturen og fortrenget tusenvis av kaffebønder og arbeidere. Kaffekrisen i 1999 – 2003 gjorde ikke saken bedre.

Victors familie fikk kjøpt tilbake to av sine gamle plantasjer, og da han kom hjem etter skolegang i USA for 21 år siden, startet han arbeidet med å ruste opp. Siden har han kjøpt fem nye i tillegg til å drifte blant annet El Molino. Han driver også en tørrmølle i Matagalpa.

NEDOVER FJELLSIDENE

Vi fyller opp et par biler og kjører opp til toppen på 1200 meter. Her starter en fin tur ned gjennom «lottene». Regntiden er snart over, sola står høyt på himmelen og klimaet er behagelig. På El Molino dyrkes Caturra, Amarillo og Pacamara, og de røde og gule bærene glinser saftige og modne på kaffebuskene.

Bård og Victor viser hvor de har plantet nytt, og forteller om planene fremover. Midt nede i åsen, på den vakreste utsiktsplassen, overrasket Victor for noen år siden Bård med en paviljong, hvor man

kan ta en pause under tak og nyte utsikten helt ned mot Matagalpa.

Plantasjen El Molino er på cirka 1000 mål og her vokser om lag 260 000 kaffebusker i skråningen nedover under skyggetrærne.

– Vi har 400 banantrær, og her vokser både mango, avocado, grapefrukt, appelsin og sitron. Arbeiderne kan plukke fritt, noe som gir bra tilskudd til familiene.

– Kaffeplantene må pleies, forteller Bård. Vi beskærer og trimmer, fjerner gamle trær og planter nye. Da vi overtok var mange i dårlig forfatning og siden 2009 har vi plantet om lag 20 000 trær årlig. Vi har en plan fram mot 2020 på årlig utskifting av trær.

Plukking skjer normalt fra september til januar og under innhøstingen kommer

mange sesongarbeidere til El Molino og de andre plantasjene i området. Kaffe er Nicaraguas største eksportvare og selsetter mer enn 200 000 mennesker.

På vei nedover varsler hundrevis av parakitter at ettermiddagsbyggen kommer. Nede på veien møter vi våte kaffeplukkere som venter på å få veid sekkene med kaffebær.

– Bærene modnes ulikt og vi plukker selektivt. Her nytter det ikke å strippe buskene og nøyaktighet må til. De raskeste plukker ti «buckets» om dagen, sier Victor. I hver «bucket» er det 28 pound (12,7 kg).

Her er mange familier og alle må hjelpe til. Barn under 16 år får imidlertid ikke plukke. Ungdom mellom 16 og 18 år må ha fri fra skolen og tillatelse fra jordbruksdepartementet.

– Arbeiderne får tarifflønn samt tre måltider daglig. Vi betaler selskaps- og arbeidsskatt til Nicaragua og oppfordrer til skolegang. El Molino tilbyr også stipend og låneordninger til helårsarbeiderne, forteller Bård.

Totalt kom det inn cirka 1,3 tonn kaffe den dagen vi besøkte El Molino. Controller Filix Riviera fører opp hva hver enkelt har plukket, og holder orden på alle tallene. Mens alt tidligere ble ført på papir og samlet i kartoteker og ringpermer, er nå alt lagt over på data. Filix har fått et stipend av El Molino slik at han kan ta revisorutdannelse. – Slik bygges kompetanse og vi blir en ettertraktet arbeidsplass.

NEDE PÅ VÅTMØLLEN

Etter at kaffen er veid kjøres den ned til våtmøllen, helles opp i tanken og pulpes slik at fruktkjøttet blir fjernet.

– Vi skal investere i en større og bedre pulper i 2016, sier Bård.

Kontroll med plantevernmidler er streng. Kun sjefen har nøkkelen til lageret, og her dusjes det både før og etter sprøyting. Tøyet blir vasket skikkelig, og masker og verneutstyr er i orden.

– Det er viktig at arbeiderne på El Molino holder seg friske. Vi tilbyr tre måltider om dagen og har etablert et helsekontor, hvor de ansatte kan komme om det skulle skje skader, sier Bård. Heldigvis skjer det sjelden, men vi fører logg, både når skaden oppsto, hva som er gjort og når arbeideren er friskmeldt.

– Da vi overtok, måtte vi først og fremst sørge for at arbeiderne fikk anstendige forhold. Mat, helse, utdannelse og skikkelig lønn. 15 – 20 arbeidere bor og arbeider på plantasjen hele året, under



– Det er avgjørende for oss å yte det beste for våre arbeidere, for jorda og for våre kunder, sier sier Victor Robelo (midten), her med Bård Gundersen og ingeniør Ismael Raphael (t.v).



15-20 arbeidere bor og jobber på plantasjen hele året, mens 90-120 er i sving under innhøstingen.

innhøstingen er det mellom 90 og 120 plukkere. Det er også etablert en egen kiosk med de mest nødvendige daglige produkter som arbeiderne og plukkerne kjøper til innkjøpspris.

Bård viser stolt frem nytt kjøkken, mølle, kontor og kiosk for arbeiderne. – Neste år bygger vi en ny sovesal med 40 senger og pusser opp den eksisterende. Da vil 70 arbeidere kunne sove, spise, dusje og vaske tøy på plantasjen under innhøstingen, forteller Bård.

RAINFOREST ALLIANCE

– Vi bestemte oss tidlig for å bli Rainforest Alliance-sertifisert, sier Bård. Det så ikke bra ut her da vi kjøpte plantasjen i 2007. Bygningene var forfalne og avlingene var for dårlige. Potensialet var imidlertid stort og området vakkert. – Vi arbeidet hardt for å møte kravene.

Vi ble sertifisert i april 2011, med en score på 97,6 poeng av 100. Kravet var 80 for å bli sertifisert, så dette bekreftet at vi gjorde noe riktig.

Victor hadde sertifisert plantasjer tidligere og visste hva som skulle til. I Nicaragua er kun mellom 30 og 40 kaffeplantasjer Rainforest Alliance-sertifisert

Arbeidet med jorda, plantene og menneskene, alle forbedringene som måtte til, ble veldig konkret og håndgripelig, sier Bård. Inspektørene kommer fra Costa Rica to ganger i året, og alt må være på stell.

Konkret oppnås forbedringer på produktivitet og nettoinntektene øker. Vi har bedre styring og ledelse, kvaliteten på jord og planter er bedre og vi får høyere pris for kaffen. Studier av Rainforest

Alliance-sertifiserte kaffeplantasjer i Nicaragua bekrefter dette. Kaffebøndene rapporterer også at kombinasjonen av færre kjemikalier, bedre dusj- og toalettfasiliteter og en bedre livskvalitet generelt, har ført til bedre helse i befolkningen.

Siden 2003 har Rainforest Alliance gjennomført Cupping for Quality hvor sertifisert kaffe blir systematisk evaluert av bransjeeksperter. I 2014 oppnådde El Molino 86,53 poeng av 100 mulige. Dette ga en sjetteplass i konkurranse med 600 plantasjer fra åtte land – en solid anerkjennelse og inspirasjon til å fortsette arbeidet.

– Miljø- og menneskeaspektet er viktig, men kaffen vi dyrker må gi kvalitet i koppen. Det er først da det blir virkelig moro, sier Bård Gundersen.



RAINFOREST ALLIANCE



Rainforest Alliance er en internasjonal organisasjon, grunnlagt i USA i 1987, som jobber for et biologisk mangfold og bærekraftig livsgrunnlag. Sertifiseringsordningen garanterer råvarer produsert under verdige og miljøvennlige forhold. Gårdene som er med i ordningen kontrolleres årlig.

The Rainforest Alliance bruker markedets krefter mot avskoging og miljødeleggelsler. De arbeider for å sikre at millioner av hektar med drivverdig skog, jordbruks-eiendommer og hotelleiendommer forvaltes bærekraftig.

AKTUELLE KAFFEPRODUKTER

BARISTAUTSTYR



TAMPER MATTE



GRUTBOKS



MÅLEGLASS



TAMPER AGULAR



MELKEKANNER

DEN NORSKE KAFFESJELA

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

Pris: 349 på kaffe.no



VIKTIG MED RENT UTSTYR! BESTILL NÅ PÅ KAFFE.NO

CLEAN DROP

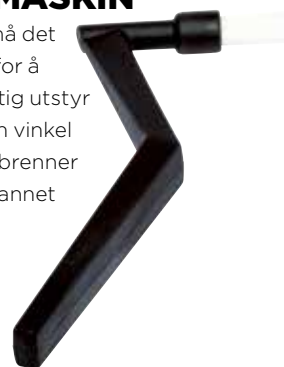
Mye god kaffe ødelegges av dårlig rengjort kaffeutstyr. Se etter Clean Drop i kaffehyllen i dagligvarebutikken, i de store elektrokjedene eller bestill det direkte i vår nettbutikk.



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.

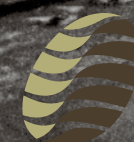
Pris: 45 på kaffe.no



MED DEDIKASJON TIL KAFFEUTSTYR, KUNNSKAP OG SMART VEDLIKEHOLD ER VI HER FOR Å OPPFYLLE DINE BØNNER

46 96 96 96

ETT NUMMER – TRE KAFFETJENESTER



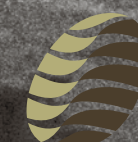
espresso
SPESIALISTEN

www.espressospecialisten.no
www.espressospecialisten.se
www.espressospecialisten.dk



barista
SERVICE

www.baristaservice.no
www.baristaservice.se
www.baristaservice.dk



barista
SCHOOL

www.baristaschool.no
www.baristaschool.se
www.baristaschool.dk

Tromsøgata 5b , 0565 Oslo

KVALITETSKAFFE- BOOM I RUSSLAND

I Russlands urbane strøk er kulturen for kaffekvalitet, kaffebarer og ta-med-kaffe i hurtig framvekst. Og de yngre viser vei.



Mens restaurantkjeden Coffeemia (siden foran) satser på mat og drikke ved siden av kaffe, driver DoubleB mindre barer med fokus på kaffe og te.



Joanne Berry og Morten Wennergaard i Nordic Approach (t.v) og kaffetrader Jan Willassen finner det russiske markedet både spennende og krevende.



– Her endres kaffekulturen i hurtigtempo. Etter min mening skjer det endringer i Russland på fem-seks år som tilsvarende har skjedd i Norge de siste 10-15 årene, sier kaffetrader Jon Willassen som har handlet kaffe til det russiske markedet i fem år.

– Vi opplever en boom i hele Russland, med oppstart av stadig flere spesialkaffebrennerier og bransjefolk som ønsker å jobbe med spesialkaffe, forteller Morten Wennersgaard i Nordic Approach, eksportselskap for grønn kaffe.

I Moskvas travle handlegater er kaffebarer på få år blitt en selvsagt del av bybildet. De to mer etablerte kjedene, DoubleB og Coffeemia, har så langt henholdsvis 20 og 22 utsalgssteder i den russiske hovedstaden.

– Alle disse serverer seriøst bra kaffe av baristaer som holder høy kvalitet. De selger spesialkaffe i løsvekt, har egne brennerier og forsyner seg som regel godt av premiebordet i russiske baristamesterskap, forteller Ole Sønstebø

i Norsk Kaffeinformasjon, for tiden bosatt i Moskva. Prisene er omtrent som på kaffebarer i Norge.

KAFFE, MELK OG SUKKER

Som restaurantkjede satser Coffeemia på mat og drikke ved siden av kaffe, mens DoubleB driver mindre barer med fokus på kaffe og te. Det går mest i svart kaffe og signaturdrikker – søte drikker med kaffe, forteller barista Renata Ekshikeeva ved DoubleBs utvalg.

– Fordi denne kaffekulturen fremdeles bare begynner å ta form her i Russland, er det fortsatt populært å drikke kaffe på tradisjonell måte med melk og sukker. Både hos yngre og eldre er derfor sansen for en søt cappuccino eller latte helt normalt, sier hun.

DoubleB praktiserer en lysere brennестil fordi de ønsker å utvikle den opprinnelige smaken fra kaffebæret, ifølge Renata. Og sort, lysbrent kaffe er på frammarsj.

– For yngre er det ofte lettere å prøve noe nytt, som en espresso eller en

filterkaffe håndbrygget på V60 eller Aeropress, forteller hun.

MARKED I VEKST

Forskningsgruppen Euromonitor beregnet i 2011 den årlige veksten i det russiske kaffemarkedet til fire prosent. Og med markedsvekst følger økt etterspørsel etter kvalitetskaffe, skriver nettjenesten thinkRussia.

– Kaffeforbruket øker jevnt i Russland. Konkurransen i markedet er knivskarp, men på en hyggelig måte, forteller Willassen. Hans selskap JW Coffee Solutions jobber med kommersiell kaffe til det russiske retail-området og spesialkaffe overfor Horeca-markedet, og med en årlig vekst på 40 prosent. Han er overrasket over hvor raskt de russiske kaffevanene er endret.

– Vi ser og en trend at dagligvarekonsumenter søker etter bedre kaffe i supermarkedene, og stadig nye kaffebarer og butikker for spesialkaffe kommer til.

– Kaffebarene vokser raskest, og det

er de som lager trendene. De vil ha de beste kvalitetene, ønsker direkte handel, mikrolotter, sporbarhet og detaljer om kaffefarmene, og de reiser selv mye for å lære mer, forteller han.

– ENORMT POTENSIALE

Nordic Approach selger grønn kaffe både til kjeder som DoubleB og Coffeemia samt til en del enkeltstående spesialkaffebrennerier. Det russiske markedet representerer et enormt potensiale, ifølge Morten Wennersgaard.

– Mer penger blant folk, en voksende middelklasse, hipsterkultur og sansen for «show off» gjør at vi tenker at dette så vidt har startet, sier han. Et enormt marked, og jo flere som blir eksponert for kvalitetskaffe, desto bedre. Den gode veksten i kaffebransjen tiltrekker også folk fra andre yrkesbransjer.

– Flere flinke folk ser potensialet og gode økonomiske muligheter innen kaffe, og rekrutteringen er derfor svært god. Derfor møter vi en rekke smarte og progressive baristaer som tør å utfordre. Spennende!

BYÅRKRATISKE UTFORDRINGER

Det kan være både krevende og byråkratisk å jobbe overfor et av verdens mestvoksende kaffemarkeder.

Et stivbent og monopolstyrt russisk regelverk genererer utfordringer.

– Kaffesalg er basert på prøver som sendes kunde før kjøpsavtaler inngås. Men russisk byråkrati gjør det er nærmest umulig å få inn kaffeprøver der. Ofte kommer derfor våre russiske partnere til oss for cupping og varetester, sier Morten Wennersgaard.

Tilgangen på kvalitetsråvarer kan være en utfordring, ikke minst for de mindre, russiske kaffebrennerier som ofte ikke har ressurser til å betale de høye påslag som ofte kreves av

monopoldrevne, russiske importører.

Ja, det er krevende å jobbe i Russland, sier Jon Willassen. – Å utvikle konsepter eller starte butikk krever at man har en egen økonomisk ryggrad, eller finansiell støtte fra investorer.

– Språket er en utfordring som kan skape problemer, selv om den russiske personligheten er ganske så lik oss nordmenn. Tillit bygges på resultater, ikke bare ord. Er det som avtalt, da er man godtatt. Så enkelt, og så vanskelig, sier han.

SMAKFULLT I GRÜNERLØKKAS STORSTUE

På restauranteier Nevzat Arikans nyrehabiliterte Nedre Foss Gård nytes mat og drikke i herskapelige omgivelser, og gjerne med en «Nevzat spesial» etter desserten.

Grünerløkkas eldste bevarte bygning fra 1802 er gjenåpnet i ny prakt. Etter en 55 millioner kroners rehabilitering og titusener av arbeidstimer, kunne utelivsgründer Nevzat Arikan våren 2015 åpne restauranten der intet er overlatt til tilfeldighetene.

– Vi er kompromissløse og opptatt av kvalitet i alt vi gjør. Og kaffen er like viktig som alt annet, sier Nevzat Arikan. Kaffen og baker – og konditorvarer får han fra Pals, spesialleverandør til hotell-, restaurant- og storhusholdninger (Horeca-sektoren).

– Vårt faste sortiment består av kaffe-

blandinger, i tillegg har vi kaffe fra både enkeltfarmer (single estate) og fra land (single origins), dessuten koffeinfri-, økologisk, og Fairtrade-kaffe alt etter sesong. Vi leverer hele bønner som restauranten kverner selv og ferdig malt kaffe, forteller produktsjef Lise Raanaas Haavind i Pals.

STOR KAPASITET

På Nedre Foss Gård som opprinnelig var Grünerfamiliens hovedsete, er intet gjort halvveis. Her er det parkett på gulvet, valnøttvegger og håndmalte kineseritapeter på vegger. Restauranten har eget bryggeri og brenneri, røykovn, vedgrill, uteservering og rustikk

bryggeripub i andre etasje – og bordplass til 400 middagsgjester.

– Med så til mange bords serverer vi mest svart kvalitets kaffe, og i rikelige mengder fra elegante kanner. Selvsagt også espresso for den som spør, men det er ikke tid til at alle kan få espresso samtidig, forteller Nevzat.

Restaurantens vinkelnerer håndterer kaffetilberedningen på espressomaskin og filtertrakter, Og får alt etter hva gjestene etterspør. Koffeinfri kaffe håndbrygges i V60. Som regel serveres kaffen etter desserten, og med petit four til. Men gjestene bestemmer.



– Om en ønsker kaffe til desserten får en selvsagt dette. Folk i dag er mer bevisste og de spør gjerne både om hvor maten og kaffen kommer fra. Det forteller vi med glede, det er forbrukerens rett å vite produktenes opprinnelse, ifølge Nevzat.

VOKST OPP MED CEZVE

Utelivsgründeren kom fra Tyrkia til Oslo i 1980 og har i 20 år har jobbet med å utvikle steder med rimelig kvalitet og gjennomførte konsepter. Også hans forhold til kaffe er velutviklet gjennom år, helt fra oppveksten i tyrkiske Ankara.

– Jeg er vokst opp med tyrkisk kaffe (cezve) helt fra jeg var 7-8 år. Mine besteforeldre syntes det var stas å servere dette når våre foreldre ikke så på, smiler Nevzat, som i dag driver ni sjelfulle serveringssteder i indre Oslo, blant annet Noahs Ark, Trattoria Popolare, Arakataka, Ylajali, Lompa og nattklubben Pigalle.

Alle med Pals på laget de siste seks årene, som leverandør av kaffe. Kursing og cupping utgjør også en del av samarbeidet, og spisestedene står fritt til å velge sine kaffetyper etter sesong. Nå serveres det en herlig India Monsooned

Malabar, som fersk kvernes til hver servering.

– Vi liker å jobbe med kresne kunder som Nevzat, som står for kvalitet, tenker langsiktig og har planer, forteller Lise Raanaas Haavind. Nylig har vi satt sammen vår helt spesielle espresso-blanding til hans restauranter; «Nevzat spesial». Det gjør vi bare for helt spesielle kunder, og den er verdt å smake, smiler hun.



TRADISJONSRIK
FAMILIEBEDRIFT

Det startet som margarin-fabrikk i 1936, og i dag er familiebedriften Pals på Billingstad i Asker en ledende leverandør til bakeribransjen samt spesialleverandør til Horeca-bransjen.

I 20 år drev margarinfabrikken direkte-salg av fabrikkfersk vare til private husholdninger. Pals tok senere opp produksjon og salg av råvarer og halvfabrikata til bakerier/konditorier, og er i dag en av landets ledende leverandører til denne kundekategorien.

I 1964 ble kaffe innlemmet i produkt-sortimentet. Et eget brenneri ble etablert, og i dag er kaffebønner fra en rekke land inno m Billingstad for å brennes før de fraktes ut til kundene.

I løpet av de senere år er Pals etablert som en sentral leverandør av kaffe til storhusholdningsmarkedet, med et årlig volum på rundt 400 tonn kaffe og eget distribusjonapparat. I dag har rundt 95 ansatte sitt daglige virke i selskapet.



Administrerende direktør og pappa Jens B. Raanaas med datter Lise Raanaas Haavind og sønnene Joachim og Richard Raanaas, henholdsvis andre og tredje generasjon i Pals.

«Vi liker å jobbe med kresne kunder som Nevzat, som står for kvalitet, tenker langsiktig og har planer»

Lise Raanaas Haavind, produksjef Pals



Samarbeidspartnere
Lise Raanaas Haavind,
Nevzat Arian og
Jørn Tronrud

Kaffeprodusenter i Mellom-Amerika, som her på Capucas i Honduras, sliter med å få nok betalt for kaffen. Prisene på kaffe er lavere enn kostnadene for å få den plukket, til tross for økende underskudd av kaffe på verdensmarkedet.



HVORFOR ER KAFFEPRISENE LAVE? DET HANDLER KUN OM LAGERBEHOLDNING!

De fleste analytikere er enige om at det er vesentlig råvaremangel på det globale kaffemarkedet, men likevel er de internasjonale prisene på Arabica nær det laveste nivået på to år. Hvordan forklarer du dette paradokset overfor brennerier og andre aktører i bransjen? Og hvor sannsynlig er det at kaffeprisene vil stige de kommende ukene og månedene? Svaret handler om lagerbeholdninger.

Verdens kaffeproduksjon er redusert som følge av uvanlige værforhold, som tilskrives klimaendringene. De fleste analytikere er enige om at avlingene for 2015-16, som nylig er påbegynt, kommer til å føre til et vesentlig underskudd i balansen mellom tilbud og etterspørsel.

De internasjonale kaffeprisene ligger likevel fortsatt nær det laveste nivået på to år, med priser på mellom 1,15 og 1,20 amerikanske dollar per pund de siste 6 månedene. Dette er godt under produksjonskostnaden i de fleste produksjonsland, og ligger særlig lavere enn kostnadene på om lag 1,80 amerikanske dollar for høykvalitets estate-kaffe fra sentralamerikanske land som Guatemala og Nicaragua. Svaret er ikke nødvendigvis så lett å forstå, men det handler i stor grad om lagerbeholdningene.

FORVIRRENDE MARKED

På høyden av kaffekrisen mellom 2001 og 2003, da Arabica-futures hadde falt til et historisk lavnivå på bare 0,38 amerikanske dollar per pund, flyktet investeringsfondene fra det som åpenbart var i ferd med å bli et lite attraktivt marked. Noen tradere ble med på flukten, sammen med mange investeringsbanker som ga opp å analysere kaffemarkedet.

Kaffeprodusenter, brennerier og andre aktører i bransjen ble sittende fast i et marked som ble mer komplisert og forvirrende for hver dag. Et tiår senere er det fortsatt mange som strever med å forklare hva som foregår.

– Vi har hatt dager der markedet er endret med 0,15 dollar, og det er helt sprøtt, sier Carl Leonard, som er Vice President of Green Coffee i det New

Orleans-baserte brenneriet Community Coffee. Leonards kommentarer er en god oppsummering av den generelle stemningen i det moderne markedet for kaffe-futures.

– Man må ikke bare følge med på de fundamentale variablene, man må også overvåke nyhetene om hva som skjer i verden fra Kina til Russland, fordi investeringsstemningen i verden nå forteller mer om hvilken vei markedet kommer til å gå, sier Leonard til GCR.

MASSIVE OPPKJØP

Mye av den opphetede debatten i markedet har vært fokusert på oppkjøp fra investeringsbanker, private og internasjonale fond, og i de tre årene fra 2006 til 2008 så vi en periode med massive oppkjøp, der fondenes posisjoner ble mer dominerende. Da fondenes engasjement

i Arabica-markedet var på det høyeste, hadde kaffe-hedgefond netto lange posisjoner på 56 000 posisjoner – tilsvarende 14 millioner sekker kaffe, ifølge data fra den amerikanske Commission of Traders Report (COT), mens indeksfondene, som handlet nesten utelukkende med lange posisjoner, på samme tidspunkt hadde 63 000 lange posisjoner – tilsvarende 15,8 millioner sekker. Det betyr at den totale mengden lange posisjoner eid av fond mellom 2008 og 2009 sto for et volum tilsvarende 30 millioner sekker av kaffen som bevegde seg rundt i markedet. Det tilsvarer den totale årsproduksjonen i Colombia, Peru, Mexico og hele Sentral-Amerika til sammen.

– I 2008 ble det helt sprøtt, fordi alle hadde så lange posisjoner at den massive råvareboblen sprakk, og i dag

er folk – spesielt produsentene – svært misfornøyde med at prisene har blitt så lave, fordi de bokstavelig talt ikke har råd til å høste inn kaffen, sier Jack Scoville, visepresident for meglerne i Price Futures Group i Chicago, og en veteran innen analyse av kaffemarkedet.

GIR FALSKT INNTRYKK

For øyeblikket er det globale kaffemarkedet godt forsynt, takket være at den nye avlingen fra Brasil nå kommer på markedet og kan gi et falskt inntrykk av rikelig tilgang på råkaffe. Den store brasilianske eksporten er imidlertid ikke relatert til de faktiske avlingene, som ifølge de fleste rapporter fra tradere og produsenter kommer til å gi en avling på maksimalt 44 eller 45 millioner sekker, noe som vil føre til et underskudd på minst 5 til 8 millioner sekker på markedet. Problemet med slike villedende inntrykk er at den høye eksporten fra

Brasil de første månedene i innhøstingen, som begynner å komme på markedet, ikke er basert på faktisk produksjon. Den er kun basert på eksport hastigheten, som har vært sterk fordi den brasilianske valutaen Real har gitt kaffebøndene god fortjeneste, godt over den tilsvarende prisen som betales av markedet i New York. Men det skyldes ikke at den tilgjengelige avlingen er større, og senest mot slutten av første kvartal i 2016 forventes det at eksporten fra Brasil vil falle vesentlig, og det kan utløse en bevegelse mot høyere priser i markedet.

Hvis vi ser på de eneste statistiske dataene som er tilgjengelige, lagrene i de to viktigste importmarkedene, EU og USA, er prisene uendret eller lavere i dag enn det som var tilfelle for fem år siden. De totale lagrene i verden var ifølge dokumenterte lagerrapporter

i Europa og USA i slutten av oktober 2015 mellom 17 og 18 millioner sekker – tilsvarende verdens forbruk i mindre enn 6 uker – og representerer faktisk et fall sammenlagt med USAs totale lagre av råkaffe, som ligger på 5,9 millioner sekker og er ned fra en beholdning på 6,1 millioner sekker et år tidligere. De totale lagrene av råkaffe i Europa var samtidig på 11,9 millioner sekker, sammenlignet med 11,5 millioner sekker på samme tid et år tidligere. Råkaffelagrene i sertifiserte lagre på ICE-futuresbørsen i New York var imidlertid i oktober på det laveste nivået på 3 år, med like over 1,8 millioner sekker sammenlignet med godt over 2,4 millioner sekker et år tidligere.

– Pristopper forekommer bare når lagrene eller bruksgraden er minimal og markedet er sårbart. De følger ikke markedssjokk som følge av lagring, men følger tidspunkter med små lagre, ikke lav produksjon”, sier Brian D. Wright, som er professor ved University of California i Berkely, og har skrevet mye om volatiliteten i jordbruks- og råvaremarkedene. Hvis de sertifiserte lagrene fortsetter å minske, kan det utløse høyere priser. For alle andre på markedet ligger nøkkelen til prisutviklingen i overvåking av lagerrapportene.

MINDRE LAGRE, ØKT FORBRUK

Samtidig som lagrene har minsket, har det globale forbruket økt med nesten 20 millioner sekker siden 2009. Basert på den årlige vekstraten på 2,4 prosent, vil verdens forbruk nå mellom 154 millioner og 155 millioner sekker innen utgangen av kalenderåret 2015, en økning på hele 19,5 millioner sekker fra nivået på 132,3 millioner sekker i 2009, ifølge den internasjonale kaffeorganisasjonen ICO.

– Når jeg går gjennom beregningene mine, er konklusjonen at Brasil har et underskudd, og det eneste spørsmålet er hvor stort det kommer til å bli, sier Pedro Echavarria, en uavhengig analytiker i Colombia.

– Vi trenger bare litt problemer med prognosene for én av disse regionene, det være seg at Brasil, Sentral-Amerika eller til og med Colombia ikke produserer så mye som vi håpet på, så vil markedet være i en posisjon der det lever fra én avling til den neste. Det er ikke en sunn situasjon», sier Echavarria. Pass på, brennere. Det er tid for å kjøpe kaffe!

Bildene er gjengitt med tillatelse av Capucas Organic and Fair Trade Cooperative i Santa Rosa de Copan, Honduras.



MAJA WALLENGREN er en internasjonalt anerkjent kaffeskribent og uavhengig analytiker. Hun har skrevet om alle aspekter av kaffe i over 20 år gjennom førstehånds rapportering og forskning i over 45 kaffeproduserende land i Afrika, Latin-Amerika og Sør-Øst Asia. Maja er født og utdannet i Danmark men bor nå i Mexico.

Hennes prisbelønte arbeider har blitt publisert i over 15 språk av verdens ledende nyhetsformidlere, inkludert The Wall Street Journal, Reuters, Dow Jones Newswires, Tea & Coffee Trade Journal, Coffee & Cocoa International, Global Coffee Review, Coffee Network og FOLicht.

Maja er en mye benyttet foredragsholder på internasjonale kaffe-events og jobber for tiden med en rekke bokprosjekter. Maja deler mye kunnskap på sin blogg www.Spilling-The-Beans.net som i sine første to år mottok nær 1 million sidevisninger.



PURE PASSION IS THE FOUNDATION OF GREAT COFFEE

Når dine gjester vil ha det beste kan vi hjelpe deg med å imøtekomme ønsket. Uansett om det gjelder espresso, latte eller en svart kaffe.

COFFEE QUEEN ORIGINAL

EXPOBAR

www.creminternational.com



BRAVILOR BONAMAT

Fersk filterkaffe hvor som helst!



www.bonamat.no

Fersk filterkaffe, selvfølgelig traktet på en kolbetrakter fra Bravilor Bonamat!

Våre traktere Mondo, Matic og TH har alle sine spesifikke egenskaper som gjør det mulig å servere deilig fersk kaffe på en rask og enkel måte hvor som helst. Kaffe kan traktes direkte i glasskanne eller pumpetermos. Foruten et moderne design er trakterne svært brukervennlige og gir en optimal kaffekvalitet.

Trakt fersk kaffe direkte i en Furento pumpetermos (gjelder TH trakter). En av våre nye fargerike metallic pumpetermoser passer garantert inn i de fleste miljøer.



Smaken av kvalitet over hele verden



LIPPE KAFFE MED NYTT DESIGN



Syv år etter oppstart har LIPPE kaffe perfektionert det estetiske uttrykket på pakningene.

Målet har vært å formidle kaffens kvalitet gjennom den visuelle opplevelsen av emballasjen. I 2008 startet Temperato produksjon av kaffe i et bortgjemt industrilokale på Holmlia i Oslo. Kaffe av høy kvalitet har blitt levert til spesialkaffekunder i Norge under merkevaren LIPPE.

Det nye designet er et resultat av et samarbeid mellom kunstner Henrik Placht og designer Anders Hofgaard fra NODE Berlin Oslo, og skal utvide forståelsen for hva pakningsdesign kan være. Designet har utgangspunkt i Henrik Plachts maleri Totalitarianism complex.

– Kunstner og designer har hatt et enestående samarbeid når det gjelder integrering av detaljer og tilpasning til kaffeposeformatet. Posene har blitt vakre kunstverk til glede for alle som kjøper kaffe eller te fra LIPPE, skriver selskapet i en pressemelding.



COOP TAR KAFFESTUNT TIL BUTIKK

Etter å ha lurt kaffehipsterne med dagligvarekaffe fra sin kaffebar på Grünerløkka, har Coop Norge i høst videreutviklet konseptet for butikk.

Etter å ha lurt kaffehipsterne med dagligvarekaffe fra sin kaffebar på Grünerløkka, har Coop Norge i høst videreutviklet konseptet for butikk.

De færreste skjønnte at kaffen som ble servert på kaffebaren The Secret Coffee Shop på Ryes plass i Oslo i september var den samme som i alle Coop-butikker i Norge, og stuntet skapte respons både i tradisjonelle og sosiale media.

– Tanken bak stuntet var å poengtere at det selges like god kaffe i dagligvarebutikkene som på cafeer. Vi er svært godt fornøyd med oppmerksomheten, den har vært over all forventning, sier salgs- og markedsansvarlig for kaffe i Coop Norge industri, Arnfinn Bye.

God respons har gjort at Coop Norge i høst har videreutviklet stuntet til bruk i egne butikker. Med konseptet The Secret Coffee Shop i Butikk er kaffebaren komprimert i en Piaggio Ape-bil, som i høst er blitt fraktet fra butikk til butikk for å gi flere kunder en kaffeopplevelse fra Coop.

Målet er selvfølgelig å selge enda mer Coop kaffe, forteller Bye.

– Vi har et bredt kaffesortiment, til sammen 13 kaffetyper, så her er det noe for en hver smak. Vi bruker kun kvalitetsbønner og produserer gode blandinger. Via Facebook og Instagram ser vi at kundene er fornøyde med produktene våre, sier han.



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



- **KIAMBU KENYA ***
Fylldig kaffe med innsalg av frukt, urter og røde bær. Behagelig syrlighet i avslutningen.

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

- **MALABAR MONSOONED INDIA**
Særpreget indisk kaffe med lav syrlighet. Fylldige aromaer av karamelliserte nøtter og varme krydder

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

- **IPANEMA BOURBON BRASIL ***
Brasiliansk kaffe med lav syrlighet. Gode smaker av nøtter og sjokolade. Kaffen er fylldig, søt og med lav bitterhet

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

- **FAIRTRADE GUATEMALA ****
Fylldig 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

- **BLUE JAVA INDONESIA**
Elegant kaffe med smaker av grønne urter. Lav syrlighet og bitterhet. Avslutningen er fylldig og krydderaktig

Hele bønner 500 g
Frieles varenr: 52112
EPD-NR: 4092128
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

- **ESPRESSO 1799 ***
Velbalansert, brasiliansk espresso med aroma av mørk sjokolade og kakao. Fylldig og rund smak.

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

- **FRIELE ESPRESSO UTZ ***
En mørkbrent og fylldig, brasiliansk espresso med lav syrlighet.

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

FRIELE

– friele.no



HOLD UTSTYRET RENT



Gamle kafferester setter dårlig smak på ferskbrygget kaffe. Det harske belegget på innsiden av kolber, kopper, filterholdere og serveringskanner ødelegger den gode opplevelsen.

Vi lot en trakter gå et par uker uten renhold. Vi brygget noen liter hver dag. Deretter kjørte vi gjennom med kafferensmiddel. Det som kom

ut så ut som te, med løse partikler som svømte rundt i oppløsningen. Vann som blir stående lenge i rørene smaker ikke godt. La vannet renne lenge nok til det er friskt og kaldt. Og rens utstyret jevnlig.

Da får du det beste resultatet.



Varemerket Evergood revitaliseres. Posene er redesignet og kjendisene er tilbake i annonser og på film. Butlerne tar oss med på kaffeplantasje i Costa Rica, og ingen ringere enn Morgan Freeman drikker kaffe av gullkoppen og stirrer inn i kamera.

Evergood stakk av med Sølvfilmen da reklamefilmen «Butler» med Morgan Freeman gikk til topps i årets tredje kvartal av kåringen for kinoreklame.

– Vi ønsket å ha med gjenkjennelige elementer fra tidligere filmer. Butleren er med – som før, men han har på mange måter fått en utvidet rolle. Med denne filmen ønsker vi å fortelle mer om den sterke fokuseringen på kvalitet som vi har i produksjonen av Evergood, sier markedsdirektør Ted Allergoth ved Joh. Johannson Kaffe.

Juryen skriver følgende om «Butler»: «Filmen er meget velprodusert med fokus på høy troverdighet rundt kvalitetsreisen til Evergood. Treffer midt i målgruppen til kvalitetsbevisste mennesker. Morgan Freeman er prikken over i'en. En flott historie fra start til mål».

EN KLASSIKER

Evergood er en klassiker. Lansert i 1955, solgt i kaffebokser på Østlandet, men med vakuumpakking i myke plastposer fikk merkevareutviklingen fart på seg. Snart ble slagordet «Litt dyrere, for smakens skyld» kjent over hele landet, godt hjulpet av reklamefilmer med kjente skuespillere og kjendiser.

Den første kjendisreklamen for Evergood ble spilt inn i 1975 på Engebret Café i Oslo med Per Aabel, Wenche Foss og Rolf Just Nilsen. Fem år senere ble «Gullkoppen» introdusert både i reklame og på posen. På 90-tallet ble kjendisbruken erstattet med «lookalikes», og særlig filmen med prinsesse Diana fra det engelske kongehuset fikk mye oppmerksomhet.

NY INNPAKNING

Evergood er en av Norges sterkeste merkevarer. Men alle sterke merkevarer trenger kontinuerlig fornyelse for å holde seg tidsaktuell, også for kommende generasjoner. Revitaliseringen omfatter derfor også nytt design på kaffepakningene i hyllene, forteller Allergoth.

– Det var viktig å beholde det særegne og ikoniske, men samtidig tilføre et oppdatert og friskere uttrykk. Som en av Norges sterkeste merkevarer skal Evergood fremstå som den eksklusive klassikeren den er.

Emballasje skal ta vare på produktet på en god måte, kommunisere egenskaper og fordeler og bidra til både å bygge og styrke merkevaren over tid.

Faktorer som «øyemagnet», gode fjernsignaler, gode nærsignaler og et befestet «visuelt bilde» er viktig å ivareta, ifølge Allergoth. Det nye designet på Evergood styrker disse faktorene med en renere logo uten skygge og de enkelte variantene tydelig markert med en elegant tynn skrift knyttet til logoen.

En litt mindre gullkopp mot en renere fargeflate gir et sterkere visuelt bilde som både understreker kvaliteten og gir et tidsmessig riktigere uttrykk.



NYE TAKTER HOS FRIELE

Samme kaffe, samme mennesker, men nytt navn og nye eiere. I Bergen har det skjedd endringer på kaffefronten det siste halvåret, men kaffen tukler man ikke med. Bortsett fra å by på noen nye produkter, selvsagt.

Siden november 2013 har Kaffehuset Friele vært en del av det internasjonale kaffeselskapet DE Master Blenders 1753 (DEMB). I mai 2014 annonserte DEMB og kaffedelen av Mondelēz International at de går sammen for å skape verdens ledende rendyrkede kaffevirksomhet under navnet Jacobs Douwe Egberts (JDE). I mai i år ga EU-kommisjonen sin godkjennelse av fusjonen.

Som følge av dette skiftet Kaffehuset Friele fra og med 6. juli 2015 navn til Jacobs Douwe Egberts Norge AS, og tok over produktlinjene til Mondelēz kaffe i Norge.

MERKEVARENE LEVER

Det brennes fremdeles kaffe på på Midttun i Bergen og Friele er fremdeles til stede i dagligvarehyllene med sin Frokostkaffe, Café Noir og Barista. Proffmarkedet vil fortsatt tilbys spesialkaffeserien Norwegian

Roast, Friele Frokostkaffe og selvsagt de velkjente kaffeløsningene fra House of Coffee.

– Kundene vil få de produktene de er vant til. Men det kommer selvsagt en del nye, og med Mondelez kom merkevarene Tassimo, Gevalia og Carté Noire inn i porteføljen, sier Jørgen Wiig som overtok sjefsstolen etter Olav Munch i september.

Jørgen Wiig har vært viseadministrerende direktør i Kaffehuset Friele siden 2012. Han har tidligere vært konserndirektør i Rieber & Søn ASA, samt daglig leder i Toro, og har en solid kompetanse innen dagligvare, foodservice og produksjon, som er Frieles kjernevirksomhet. Med Frieles lange erfaring og gode relasjoner i det internasjonale kaffemarkedet vil selskapet spille en viktig rolle i det nye konsernet. Siden 2013 har

Friele investert kraftig i maskinparken i Bergen, og er i dag blant DEMB-konsernets mest effektive fabrikker.

12 000 TONN KAFFE

JDE kniver med Joh Johannson Kaffe om å være Norges største kaffehus. Selskapet har 210 ansatte, og en omsetning i 2014 på cirka 900 millioner. Hovedkontor og produksjon ligger i Bergen, med salgskontorer i Oslo, Trondheim og Stavanger.

Fabrikken i Bergen produserer rundt 12.000 tonn kaffe årlig. Selskapet er hovedleverandør av kaffe til flere av de norske dagligvarekjedene. I tillegg utgjør utgjør storhusholdningsmarkedet samt bedrifts- og kontormarkedet, stadig viktigere sektorer.



Dinter-eventyr

★★★★★★★★★★★★★★★★

Varme drikker smaker ekstra godt når gradestokken kryper nedover.

DaVinci Gourmets siruper og sauser vil inspirere deg til å lage en sesongmeny som varmer kundenes hjerter.



29%

AV FORBRUKERE MOTIVERES AV ET TEMA ELLER EN BEGIVENHET VED KJØP*

Mandelkyss

INGREDIENSER	12oz/360ml
DaVinci Gourmet hvit sjokoladesaus	2 pumper
DaVinci Gourmet mandelsirup	1 pumper
Espresso	2 shots
Melk	250ml

FREM GANGSMÅTE

BLAND saus og sirup nederst i koppen

TILSETT espresso og fyll opp med 2/3 steamet melk

RØR forsiktig, og topp med skum

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

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

*Uavhengig undersøkelse på oppdrag fra DaVinci Gourmet utført av Cambridge Direction

MASKINEN GJØR JOBBEN

«Ingen må være perfekte for å brygge den perfekte espresso», heter det i reklamefilmen for den nye «automatiske» manuelle espressomaskinen WMF Espresso.

Det er jo alles drøm. Å integrere møysommelig opparbeidet håndverkserfaring inn i en maskin, og som da faktisk produserer like godt som en trent barista.

«Hire who you want», kaller WMF det nye vidunderet, og mener med dette at hvem som helst kan lage en espresso.

Primulator er norsk importør og forhandler, og ser en plass til dette produktet i sin portefølje av kaffemaskiner.

– Det kreves både tid og ressurser for å lære opp og opprettholde gode baristaer, og for mange bedrifter er dette en stor utfordring, sier Anders Abrahamsen hos Primulator. Med WMF Espresso er dette løst med innebygde ventilerte kverner for hver gruppe. Kaffen kvernes rett i filterholderne, og tampes automatisk før bryggingen begynner. Dette sørger for en jevn espresso med meget høy kvalitet. Med tilhørende autosteam som steamer perfekt ønsket melk, elimineres mulighetene for feil.

Produktet vant forøvrig Red Dot «Best of the Best 2015» innen produktdesign, en internasjonalt anerkjent utmerkelse for god design.



HEDER TIL ANDREAS HERTZBERG

Andreas Hertzberg fra Solberg & Hansen fikk prisen Outstanding Contribution to the European Coffee Industry under Allegra European Coffee Symposium 23. – 25. november i København. En velfortjent heder for det arbeidet Andreas og Solberg & Hansen har gjort i mange år. Espresso House ble kåret til beste kaffebarkjede i Europa.

Andreas Hertzberg er daglig leder i Solberg & Hansen, kaffebrenneriet fra 1879 som i dag er landets ledende leverandør til det norske kaffebær- og kafémarkedet.

– Dette er en stor anerkjennelse av det arbeidet vi gjør, sier Andreas. Solberg & Hansen er leverandør til noen av de beste kaffebarene som i dag finnes i det nordiske markedet. Det krever fokus, samhandling med kundene og videreutvikling. Vi var med da kaffebarene dukket opp i Oslo og resten av Norge på midten av 90-tallet. Således har vi bidratt til å forme ikke bare den norske, men også den nordiske kaffebevegelsen som er blitt så berømt i dag.

Andreas Hertzberg har vært med på å lede Solberg & Hansen gjennom utviklingen innen spesialkaffe internasjonalt. Blant annet har kaffebrenneriet satset på å bygge markedet gjennom Specialty Coffee Association Europe og ”verdens mest rettferdige kaffekonkurranse” Cup of Excellence, hvor Solberg & Hansen i sin tid ble det første livstidsmedlemmet. Men først og fremst har Solberg & Hansen vært med på å heve standarden for kaffehandel og kvalitet gjennom å samarbeide direkte og langsiktig med kaffebøndene.

VINNERNE I ALLEGRA EUROPEAN COFFEE AWARDS 2015:

Best Coffee Chain, Western Europe — **Coffee Company**

Best Coffee Chain, Nordic Region — **Joe & The Juice**

Best Coffee Chain, Southern Europe — **Costa Coffee**

Best Coffee Chain, UK & Ireland — **Harris + Hoole**

Best Coffee Chain, Europe — **Espresso House**

Best Independent Coffee Shop — **Caravan**

Most Ethical Brand — **Union Hand Roasted**

Best Artisan Coffee Roaster — **Union Hand Roasted**

Best Equipment Supplier — **Nuova Simonelli**

Best Food and Non-Coffee Supplier — **Beyond The Bean**

Outstanding Contribution to the European Coffee Industry — **Andreas Hertzberg**

Lifetime Achievement Award — **Luigi Morello**

ERLING LORENTZEN HAR SLÅTT SEG PÅ KAFFE

Erling Lorentzen, velkjent forretningsmann i Brasil og enkemann etter prinsesse Ragnhild, er i full gang med å dyrke økologisk kaffe på gården Heimen i delstaten Espírito Santo i Brasil.

Her, i nasjonalparken Pedra Azul, har familien Lorentzen sitt landsted, og her har de etablert turismeprosjektet «Fjordland» – et lite stykke Norge med høner, kuer og norske fjordinger.

I oktober hadde Lorentzen med seg sjefen for plantasjen, Vagner Uliana, til Norsk Kaffeinformasjon for å presentere både prosjektet og kaffen for norsk kaffebransje.

Heimen er et lite mønsterbruk, og ingen ting er overlatt til tilfældighetene. Her dyrkes Arabica-kaffe i ulike varianter av lapar, Caturra og Catucaí. Her foredles kaffen og det er et lite brenneri på gården. Foreløpig er produksjonen begrenset til 400 kg, men kaffen er i salg til gjester, og på kaféen får de servert nybrent kaffe av god kvalitet.

– Den store inspirasjonen for Fjordland har vært Langedrag Naturpark, kunne Lorentzen fortelle. Et sted hvor barn og voksne kan komme og oppleve nærhet til dyr og natur. Kaffedyrkingen er foreløpig på et tidlig stadium, men vi har ambisjoner så hvem vet hvor dette vil ende?



66 **Kaffe** ■ Nr. 13

Nr. 13 ■ **Kaffe** 67



NYE GODKJENTE TRAKTERE

European Coffee Brewing Centre (ECBC) tester og godkjenner kaffemaskiner, og nå er to nye ECBC-godkjente traktere for hjemmemarkedet tilgjengelige i markedet.



KITCHENAID POUR OVER

Amerikanske KitchenAid, med den ikoniske kjøkkenmaskinen som det mest kjente produktet, er et av verdens mest kjente varemerker innen kjøkkenprodukter. Nå er porteføljen utvidet til også å omhandle kaffetraktere.

KitchenAid Pour Over har passert testen hos Specialty Coffee Association of America og er nå godkjent av European Coffee Brewing Centre.

– «Pour Over» innebærer at maskinen nøyaktig varmer og pulserer flyten av vann slik at prosessen blir lik den manuelle



OBH NORDICA LEGACY

OBH Nordica har vært på markedet med ECBC-godkjente Gravity en stund, og nå er Legacy så smått begynt å komme i salg.

– Folk er kresne og vil ha både god kaffe og noe som ser bra ut på kjøkkenbenken, sier Anniken Damengen i OBH Nordica. Med sitt moderne retro-design er dette virkelig en pryd for øyet.

Legacy ble godkjent av ECBC i sommer og distribusjonen er i gang, foreløpig hos Komplett, men etter hvert vil den bli å finne i butikkene. – Kaffe er viktig og dette produktet er noe vi har stor tro på, sier Damengen.

prosessen vi kjenner fra håndbrygging. Kaffen får en naturlig «bloom» og en perfekt aroma i forhold til kaffebønnene, heter det i produktomtalen.

Skandinavia er tidlig ute med lanseringen kaffemaskinen og KitchenAid har store forventninger til at salget skal bli bra i vårt kresne kaffemarked.

– Foreløpig er kaffetrakteren til salgs i Howard sine butikker i Oslo-området, men vi har ambisjoner og forventninger om å øke distribusjon i løpet av første kvartal, sier Nikolai Halle, salgs- og markedssjef i Howard.

GODKJENTE KAFFEMASKINER

En godkjent maskin gir garanti for riktig tid og temperatur i tilberedningen.

HJEMMEMARKEDET

MOCCAMASTER

alle modeller

SEVERIN

Cafe Caprice
Cafe Caprice Thermo

MELITTA

Excellent Steel
Excellent Steel Thermo
Aroma Excellent
Aroma Signature
Aroma Signature de luxe

WILFA

Svart Presisjon
Svart Optimal
Classic

OBH

Gravity
Legacy

KITCHEN AID

Kitchen Aid 5KCM0802

PROFESJONELLE

COFFEE QUEEN

Tower
Single Tower
Cater
M2 m/ plast filterholder

TECHNIVORM

Thermoking
Moccaking
Moccaserve
CD Grand
CD Thermo

BRAVILOR BONAMAT

Mondo
Matic
Matic Twin
TH
THa

BREWMATIC

Ambassador

BUNN

Axiom
CWT
CWTF
CWTFa
ICBA
Smartwave
Bunn o matic VP 17
Bunn o matic U3'

3TEMP

Hipster

FRISKBRYGGERE

COFFEE QUEEN

CQube M
CQube L

BRAVILOR BONAMAT

Freshground XL 420
Freshground 310
Freshmore 310

RHEA

XS Grande
Selecta
Ferrara Duo
Ferrara Solo Bravissimo

SPENGLER

BTC 50
BTC 25

VEROMATIC

Pro Line Ultimate
Pro Star
Vario B2B

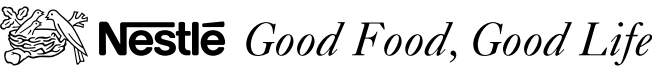
WITTENBORG

FB 5100

WMF

8000 S
Combination F
WMF 1500 S

Medlemmer i Norsk Kaffeinformasjon

			
			
			
			
			
			
		  Strong brands of Crem International	
			
			



INIZIO LUNGO

STÅ OPP TIL EN BEDRE MORGEN



NESPRESSO
Coffee, body and soul