

Kaffe

WWW.KAFFE.NO

UTGITT AV NORSK KAFFEINFORMASJON ■ MAI 2017 NUMMER 15



4

DROMEDAR 20 ÅR
Vi besøker Trondheim

| 10

KAFFEKJELEN TILBAKE
Ny interesse for gammel bryggeskikk

| 18

KAFFEBYEN KRISTIANSAND
Brennerier og kaffebarer



GOD KAFFE LAGES MED PRESISJON

Det å bli en dyktig barista er først og fremst et håndverk og en liten dose kunst. Baristaer verden over trener i mange år for å være med i ulike kaffekonkurranse, og nivået både nasjonalt og internasjonalt er skyhøyt. Men det å lage god kaffe hjemme er ikke så vanskelig som det ser ut. Med SVART Presisjon må man bare ha fokus på to viktige områder: Råvarer og blandingsforhold mellom mengde kaffe og vann. Resten sørger SVART Presisjon for. Med denne er du utstyrt til å konkurrere med de beste på svart kaffe. Fra ditt eget kjøkken.

God trakterkaffe lages med presisjon, **Wilfa SVART Presisjon**.

RENT VANN

Wilfa SVART Presisjon har avtakbar vannbeholder slik at du enkelt kan fylle rent vann rett i beholderen.

PRESISJON

For å oppnå en balansert og godt ekstrahert kaffe så må temperaturen være jevn og riktig ved første dråpe. Wilfa SVART Presisjon ivaretar dette og holder 93°C gjennom hele byggeprosessen.

RÅVAREN

Bønner holder seg bedre og lenger enn malt kaffe. Kvern derfor kaffebønnene dine selv rett før du skal brygge god fersk svart kaffe.

MENGDE, TID OG FORHOLD

Juster flyten i filteret i forhold til mengde kaffe som brygges. Slik får du et godt resultat uansett om du brygger bare en kopp eller en full kanne.



TIM WENDELBOE

Tim Wendelboe er blant verdens beste baristakunstnere. Han jobber med kaffe til daglig og representerer det fremste av nordisk kaffekultur. Når Tim sier at trakterkaffe er blant de beste måtene å nyte virkelig god kaffe på, så tror vi på det. Sammen har vi utviklet Wilfa SVART til å bli den aller beste trakterserien på markedet. Alt for at det skal være enkelt for deg å lage førsteklasses svart kaffe hjemme.

wilfa.no



SIGNERT

Jeg har akkurat deltatt i VM i Kokekaffe. Det skjedde i sjarmerende omgivelser på Hjelseng gård i Stjørdal. En vakker plass fylt opp av antikviteter og bruksting fra gården og rundt om i Trøndelag. Her holder Langøra Kaffebrenneri og Stjørdalsbryggeriet til og her ble Trøndelag Kaffefestival arrangert i slutten av mai.

NM i Kaffebrenning foregikk i det lille kaffebrenneriet Langøra har på stabburet. Her kjempet åtte av landets kaffebrennere om tittelen, og en stolt Simo Kristidhi fra Solberg & Hansen kan starte forberedelsene til VM i Kina i desember.

Mens dommerne smakte kaffe oppe i andre etasje, strømmet folk fra nærmiljøet opp til gården for å kose seg med lokale godsaker og overvære VM i Kokekaffe. Et uoffisielt mesterskap med et stort og varmt smil om munnen. For nå ser det ut til at kokekaffen får sin velfortjente oppmerksomhet etter mange år i skyggenes dal.

Det ble ikke mye tid til øving og forberedelser, men jeg har vokst opp med

kokekaffe og noe sitter vel et eller annet sted i bakhodet. En rask rundspørring blant andre i samme generasjon vekker til live gamle myter og triks for beste resultat. Det handler om antall spiseskjeer, om et lite oppkok, senke raskt tre ganger og dunke forsiktig i benken. En ekstrem variant gikk ut på å slenge kjelen 360 grader med armen for å få en sentrifugal-effekt. Alt dreide seg om å unngå for tynn kaffe og å få gruten til å synke. Og det med oppkok lar vi ligge.

Arrangementet på Stjørdal var et reallt håndslag til kaffesaken. Kvalitet og kultur, respekt for håndverk og lokale tradisjoner. Hygge og samvær med kaffe i sentrum. Slik det har vært i mange generasjoner og vil fortsette å være.

Kaffen smakte godt og jeg kom til finalen. Det er jeg fornøyd med.

God sommer!

Bjørn Grydeland



Kaffe 15 • 2017

ANSVARLIG REDAKTØR: Bjørn Grydeland
FORSIDEFOTO: Lena Knutli



UTGIVER: Norsk Kaffeinformasjon
☞ kaffe.no

REDAKSJON OG DESIGN: Oktan Oslo as
☞ oktanoslo.no

PRODUKSJON: Printall
☞ www.printall.no

INNHold

- 4** Dromedar fyller 20 år
- 6** Kaffebyen Trondheim
- 10** Kokekaffens renessanse
- 14** Vi møter Steinar Svenning
- 18** Kreativt kaffemiljø i Kristiansand
- 27** Brenneriet i Tveit
- 30** Et rituale etter måltidet
- 34** Bakeriutsalgene i endring
- 42** Rory Lee Rosenberg anbefaler
- 45** Kaffe på jobb
- 46** En ekte hjemmebrenner
- 50** Handel: Nordic Approach og Collaborative Coffee Source
- 54** Møt Morten Wenersgård
- 58** Kenya: Oppgang for smågårdene
- 62** Gratis kopp hindrer søppel
- 64** NM i Kaffekunst 2017
- 68** Økologisk kaffe – Debio-godkjent?
- 70** Kaffe og syrlighet
- 72** Verdens beste kontorkaffe?
- 76** Hacienda La Esmeralda 50 år
- 80** En prat med Tim Wendelboe
- 88** Kaffe på flakong
- 92** Svanemerket kaffeløsning
- 96** = Oslo åpner kaffebær
- 98** TV-serie om kaffe
- 100** Den verdifulle kaffegruten
- 112** Verdens kaffeproduksjon i tall
- 114** Slik drikker nordmenn kaffe
- 115** Kaffebrennerier i Norge
- 116** Kaffebarsoversikten 2017
- 122** Ny godkjent friskbrygger
- 123** Godkjente kaffemaskiner

HAR SLUKKET KAFFETØRSTEN TIL TRØNDERE I 20 ÅR

Mannen bak Dromedar tilfredsstiller både kresne stamkunder på gateplan og konkurrerer på høyeste internasjonale nivå.

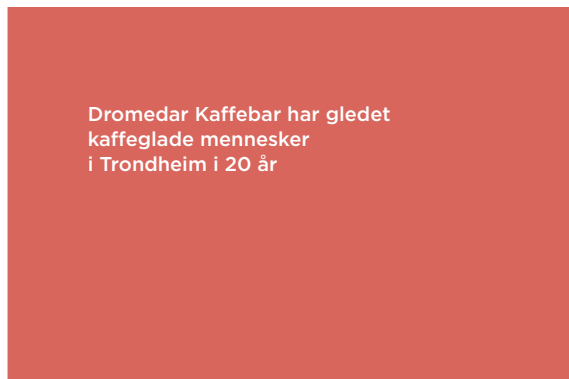
– Hadde jeg visst hvordan det kom til å gå da vi starta i 1997, hadde jeg ledd og tenkt «en utopi». Preben Oosterhof tar en slurk svart kaffe, før han lener seg tilbake i stolen i det som en gang var røykerommet i den originale Dromedar kaffebar.

I år er det 20 år siden Trondheims første kaffebar åpnet. Som daglig leder har Preben Oosterhof ansvaret for de ansatte, han er pedagog og kursholder. Både han og flere av baristaene og øvrige ansatte ved Dromedar har markert seg i konkurranser, og Dromedar har flere ganger blitt kåret til «Årets kaffebar».

Kaffegründeren tok nylig førsteplassen under NM i Kaffekunst for Coffee in Good Spirits, som innebærer at han skal til VM i Budapest i juni. At han skal konkurrere er han veldig bevisst på. – Jeg jobber hardt for å ikke bli en syvende far i huset, forklarer han.

DROPPET BLONDEGARDINENE
Egentlig skulle han bli fotballproff, men en skade førte til at han måtte revurdere karrieremulighetene. Etter å ha jobbet noen år som skoleassistent, vurderte han å utdanne seg til lærer, men så fikk han se annonsen i Adresseavisen. Var det noen som ville være med å starte opp





en kaffebær? Oosterhof tok kontakt med avsender Andreas Hertzberg, og de møttes for en kopp kaffe. Det var full klaff.

I påsken, den 19. mars 1997, rett etter at ski-VM hadde blitt arrangert i Trondheim, overtok de lokalet ved Gamle Bybro på Bakklandet. – Vi fikk et års leie, under forutsetning at vi måtte ha kniplingsgardiner. Det løftet holdt vi ikke, sier han med et smil.

Gründerne malte vegger, snekra bar og bord, og lånte stoler av Hertzbergs bestemor. Halvparten av kapitalen brukte de på å investere i en espresso-maskin. – Vi var på kurs i Oslo, og kunne ingen-ting. Det gjorde ingen andre heller. Det var på den tida man sa «expresso», og kaffe ble sendt rundt i papirsekker, forklarer han.

IKKE BARE KAFFE

Navnet Dromedar kom fra en kompis som nylig hadde vært i Egypt, og hadde latt seg fascinere av dyret med kun en pukkell.

– Det gjorde at vi skilte oss ut, og ikke bare het noe med kaffe. I tillegg rimer dromedar på kaffebær, forteller Oosterhof.

Oppstartsfasen og det gryende, kreative miljøet på Bakklandet, mener han var avgjørende for hvordan han ville drifte Dromedar. I 1997 var det avklart at Bakklandet likevel ikke skulle bli motor-vei, og området begynte så smått å komme til hektene med nye restauranter og møteplasser, og oppussing av hus og leiligheter.

– I løpet av jubileumssommeren 1997, da Trondheim feiret 1000 år, ble trønderne igjen glade i byen sin. På Bakklandet var det et type miljø som minnet om Svartlamoen. Vi hadde feil dørhåndtak

på ytterdøra, og så kom det plutselig en kar med et originalhåndtak og skifta det mot en kopp kaffe.

VALGMULIGHETER UTEN EIERANDELER

De første årene var tøffe. Hertzberg og Oosterhof pantsatte hus, «lånte skjorta» og var stort sett blakke. Likevel klarte de å starte opp en kaffebær i Bergen i 1998, og en i Nordre gate i Trondheim i 2001. – Den tida var beinhard, men i dag er Dromedar i Nordre den kaffebæren som omsetter mest per kvadratmeter i landet, forteller Preben Oosterhof.

I 2013 solgte duoen eierandelene sine til Solberg & Hansen, under forutsetning av at Oosterhof kunne fortsette som daglig leder. Det var en befrielse. – Jeg har aldri kikket meg tilbake etter det. Nå har vi midler til å åpne nye steder og muligheten til å velge. Før måtte vi bare si nei.

MUNA MAHMOOD kom på tredje plass i Latte Art i årets kaffe-NM og jobber til daglig på Dromedar Kaffebær

ALT FOR STAMKUNDEN

Dromedar har hatt kaffebær både i Jessheim og Kristiansund, men per i dag er det i alt sju kaffebær. Fire av dem, pluss et bakeri, er i Trondheim, to befinner seg i Bergen og en i Ålesund. Flere nye er under planlegging.

Å åpne nye kaffebær bare for å gjøre det, er ikke interessant for gründeren. Timingen må være riktig, særlig med tanke på personalet. Bakeriet hadde vært en drøm lenge, men ble en realitet da han møtte konditor Cathrine Nilsen som kunne drive det. – Vi er ingen uniform, ingen steder er like stilmessig. Det siste stedet er alltid summen av alt vi har lært, utdyper han.

Stamkunden er livsgrunnlaget for Dromedar. Oosterhof har sett folk bli kjæresten, gift, få barn og skilt, og i lokalene har det blitt holdt flere minnestunder.

– De som er her hver dag er de viktigste. Vi har blitt det lokale nærmiljøet som ikke fantes tidligere. Det er helt greit å komme hit klokka sju og gå klokka sju, forteller han.

EN BLOMST I HVERDAGEN

Dromedar er ikke lenger den eneste kaffebæren i byen. Kjeder som Kaffebrenneriet, Starbucks, Waynes Coffee og Espresso House har skapt konkurranse, noe media har omtalt som «kaffekrig». – Før de kom begynte vi å bli en konkur-rent til oss selv. Når folk blir godt vant, blir man målt tøffere. Vi mista ikke kunder, men har i stedet fått flere. Og vi skal fortsette å være det hyggelige nærmiljøet som folk trives på. Istedenfor å sette kaffekoppen på bordet, er det møtet over bordet som er viktig. Jeg er fantastisk takknemlig over å kunne være en blomst i folks sure hverdag i morra-rushet. Det kommersielle

stedet vil aldri tilby det vi gjør, mener Oosterhof.

Som den første kaffebæren i Trondheim, fikk han og Andreas Hertzberg mulighet og rom til å lære og utforske på egen hånd. Preben Oosterhof er spent på å se hvordan kaffebyen Trondheim kommer til å utvikle seg med nye gründere i byen. – Hullete olabukser, 14-16 timers arbeids-dager, drømmen om å lykkes på sikt; jeg kjenner meg igjen. Gründerne i dag har vesentlig større kunnskap om faget enn vi hadde da vi begynte. Det blir spennende å se om det virker befriende eller begrensende, og hvor langt man kan dra nerdinga på kaffe.

Trondheim

Tekst: **Veronika Søm** Foto: **Lena Knutli**



TRONDHEIM MARKERER SEG SOM KAFFEBY

Kaffemiljøet i trønderhovedstaden er i stor endring, med større mangfold og variasjon enn noensinne.

– Trondheim er en veldig up and coming kaffebby, nå skjer det mye. Det har kommet mange nye serveringssteder, og restauranter og hotell begynner å ta kaffe seriøst. Det er en synergieffekt, jeg tror man vil se resultatet over tid, sier Tony Jacobsen.

Silje Arnevik nikker enig.

– Det er mye mer åpenhet og mer samarbeid på tvers av alle, forklarer hun.

PÅVIRKE TIDLIGERE I PROSESSEN

Skaperen bak kaffebrenneriet og serveringsstedet Jacobsen & Svart og kursholder Silje Arnevik i Dromedar nipper til koppen med Geisha fra Hacienda Esmeralda. Det var den som i 2006 fikk Jacobsen til å velge en karriere innen kaffe.

– Den beit meg veldig. På den tida visste man lite om råvaren, nå er veien veldig kort mellom bonden, brenneren og baristaen, forteller han.

TAKKER PIONEREN

Idar Ellingsen, fra Langøra kaffebrenneri i Stjørdal, oppdaget lidenskapen for kaffe da han begynte å jobbe i Dromedar tidlig på 2000-tallet, og skjønte at det var et område han aldri ble helt ferdig med.

– Det er alltid ny info, og det blir aldri kjedelig. Etter mange år som barista ble

jeg interessert i å kunne påvirke tidligere i prosessen, og begynte å jobbe med brenning. Å jobbe med detaljene og å kunne påvirke et produkt på den måten, er berikende, forklarer Ellingsen.

FINPUSSE FERDIGHETENE

Han sammenligner jobben med det å være musiker.

– Det blir aldri perfekt, men det er veldig givende, og den responsen du får betyr alt, sier han mens Tony Jacobsen nikker enig.

Dromedar var i mange år en av få aktører som tilbød spesialkaffe i Trondheim, men nå møter kafékjeden konkurranse fra ildsjeler som Jacobsen og Ellingsen. I likhet med Arnevik har også de bakgrunn fra Dromedar, og anerkjenner pioneren for det grunnlaget som er lagt. – Trondheim har lenge vært en bra kaféby, og trønderne har hatt tilgang på god kaffe gjennom Dromedar, sier Ellingsen.

Silje Arnevik begynte som barista for å kunne gi folk en opplevelse, og har valgt å finpusse ferdighetene gjennom å dømme i konkurranser. – Å bli bedømt på den måten er utrolig krevende, men også motiverende, og man lærer mye om seg selv og faget. I tillegg får man sett hva Norge og resten av verden holder på med, forteller Arnevik som gleder seg til VM i Budapest.

SAMLES TIL NM I STJØRDAL

Hun mener det er viktig å bevisstgjøre kaffedrikkere ved å snakke om kaffen, og roser Ellingsen og Jacobsen for å være dyktige formidlere.

– Hvis man har drukket den samme kaffen hele livet, er det fint å kunne forberede folk på at dette er noe annet slik at de blir mer åpne for det. Med flere aktører i byen, er det også lettere å forstå at det finnes mer enn «bare kaffe», mener Ellingsen.

Helga 19. til 21. mai samles kaffemiljøet i Trondheim og landet for øvrig til NM i kaffebrenning i regi av Speciality Coffee Association Norway og Norsk Kaffebrennerlaug. Det er første gang konkurransen arrangeres i Midt-Norge, noe de tre kaffeentusiastene ser fram til.

For selv om miljøet er mer åpent og ikke like mye preget av hemmelighold som tidligere, har Arnevik, Jacobsen og Ellingsen håp om at det kan samles enda mer.

– Jeg håper miljøet kan bli mer åpent, ikke bare lokalt, men internasjonalt, og at gapet mellom brenneri og barista blir mindre, sier Tony Jacobsen.

– Folk på kurs er veldig interessert i kaffe, og særlig brenning. Vi er opptatt av folk som baristaer kan bli kjent med folk som brenner, avslutter Silje Arnevik.



Kokekaffe

Tekst: **Gunnhild Bjørnsti**

Foto: **Olav Olsen, Thomas Ramberg, Ola Brattås, Synøve Nesøen**

DETTE ER TIAS KETTLE

Den nye Tias Kettle er laget i stål av tykt gods med håndtak og tut av plast, samt eget patentert filter for å holde kaffegruten unna. Innsiden er glatt så gruten ikke legger seg som belegg. Tias Kettle tåler daglig bruk og kan sees på som en investering. Gjerne til neste generasjon. Kjelen er vakker og tidløs! Mens kaffen trekker, la kjelen stå på bordet som et dekorativt element.

KOKEKAFFENS RENESSANSE

Er du opptatt av god kaffesmak, må du prøve kokekaffe igjen. Gled deg til en fornyet opplevelse av den kjente, mørke drikken.

Ola Brattås, import- og brennerisjef på Kaffebrenneriet er ikke i tvil. Kokekaffe er den beste måten å nyte kaffe på.

–Som kaffemann er kokekaffe veldig spesielt, kokekaffen har en viktig posisjon i vår verden. Det er en ærlig og god måte å brygge på og faktisk den vanligste tilberedelsesmåten internasjonalt! forklarer Ola.

Han snakker som ekspert, har smakt utrolig mye kaffe i sitt liv.

–Kokekaffe gir en deilig, bløt munnfølelse med mer fylde og sødme. Den blir aldri vandig eller sur, og likner cupping - den måten vi smaker kaffe på ved innkjøp. For meg gir kokekaffe den beste kaffesmaken!

Han fremhever at kokekaffe passer inn i vår tid. Metoden er ukomplisert, uten ekstra papir og tilbehør. Man trenger bare varmt vann og god kaffe.

–Kokekaffe handler å komme tilbake til håndverket, og å få frem den beste smaken. Ikke bare få laget en kopp fortest mulig. Opprinnelsen stammer fra en epoke hvor man kunne brenne og male kaffen selv hjemme, og så koke den for optimal smaksopplevelse. Man hadde mer tid! Nå kan vi ta oss tid, ikke til forberedelsen men til å nyte kaffen.

Ola forklarer at alle kaffetyper passer, det kommer bare an på smak og behag. Noen liker mørkere brent kaffe, andre lysere.



Ola Brattås i gang med cupping.



TIAS ECKHOFF OG KAFFEKJELEN 941

Kaffekjelen 941 i matteloksert aluminium ble påbegynt på tegnestadiet i 1961, og satt i produksjon for Halden Aluminiumvarefabrikk i 1964. Tias Eckhoff (1926-2016) mottok samme år Merket for god design for kaffekjelen. Eckhoff jobbet for en rekke kjente merkevarer, blant annet Georg Jensen, Stelton og Porsgrunds Porselænsfabrik, og er mest kjent for Maya-bestikket. Tias Eckhoff var involvert i utvikling og relansering av Tias Kettle.



Den nye revitaliserte Tias Kettle er laget etter original design fra Tias Echoff og modernisert av datteren Sigrid som er designer og kaffespesialisten Ola Brattås.

–Under cupping smaker vi på alle varianter av kaffe. Metoden tar hverken vekk eller tilfører noe til kaffen. Kokekaffe blir litt av det samme, og kan som presskanne fungere bra med alle typer kaffe. I motsatt ende er faktisk noen kaffetyper mindre egnet til filter, fordi filtrering påvirker smaken ved at man tar vekk litt av munnfølelsen av kaffen.

Malegraden er tradisjonelt sett litt grovere, men Ola påpeker at her kan man også finne den varianten man liker.

–Dess finere malt kaffebønnene er, dess kortere tid trenger man for å brygge fordi smaken trekkes raskere ut. Ofte velges grovmalt, det gir bra smak etter ca 6 minutter.

Den perfekte kokekaffetilberedningen er å koke opp vann, ta kjelen av varmen, tilsette kaffe, vente ca 6 minutter og røre litt rundt før servering.

–Det geniale er at metoden er så enkel, og at det er mindre dramatisk om man bommer litt på tiden.

Ola tar frem en kaffekjele som han er veldig stolt av: Modell Tias Kettle. Det er

en fornyet og modernisert utgave av den klassiske kaffekjelen laget av Tias Eckhoff i 1962. Sammen med Sigrid Eckhoff, datteren til Tias, har han utviklet den nye utgaven som kom i salg våren 2017.

–Kaffekjelen 941 fra 1964 er norsk prisvinnende design, og det var gøy å ta frem en slik tidløs modell igjen. Ideen kom opp for ca 5 år siden da jeg så kapselmaskinene for alvor komme på markedet. ”Finnes det noen måte som ikke går på akkord med mine premisser, og som gjør tilberedning enkelt og lett-vint hjemme?” tenkte jeg. Ja, med kokekaffekjele - bare å varme vannet, ha i kaffen og røre rundt.

Han googlet kokekaffekjele og så Tias Eckhoffs originale modell og fant frem til Eckhoff Design og telefonnummeret til Sigrid som forvalter farens rettigheter.

–Jeg ringte henne samme dag, og det var god timing. Vi ble enige, tok tak i prosjektet og har kommet oss igjennom alle hindringene. Tias var veldig nøye på materialvalg og hvordan alt skulle formes, og jeg var opptatt av rengjøring og at kjelen skulle være god å brygge

med. Utfordringen ble å få kjelen laget slik vi ville på fabrikk i Kina. Det er mye håndarbeid. Delene stemples ut i metall, tuten smalner inn fra alle kanter og er ekstremt komplisert teknisk. Innvendig er materialet behandlet så kaffen ikke skulle sette seg fast. Vi tok de nødvendige kostnadene underveis for å få det produktet vi var på jakt etter. Vi var kompromissløse!

For å unngå grut i kaffekoppen ble løsningen et filter: Os Flow Restrictor! Den gir full kontroll på hvordan vannet flyter gjennom tuten og er blitt patentert.



–Jeg bruker å sammenligne det med en fontene der bladene ligger igjen, mens vannet renner over kanten. Det

er denne effekten vi har jaktet på i arbeidet med filteret.

Tias Kettle skal lanseres internasjonalt, og allerede har Olas kontakter i mange land bestilt kjelen.

–Kaffemiljøet er lite, vi kjenner hverandre. Konkurrentene er joviale, og vi hjelper hverandre. ”Vi stoler på deg, dette vil vi ha” har jeg hørt under prosessen. Nå fremover skal Tias Kettle selges på highend kaffebarer rundt i verden. Kaffeelskere har kicka på prosjektet sikkert fordi vi har jobbet så mye med kvalitet i koppen, ikke bare design.

Selv om kokekaffen nå skal bli nytrendy føler Ola at det bare er positivt med minner fra bestemors kjøkken. Minnene treffer mange strenger og vi tenker gjerne på kaffestunden som et ritual.

–Hvis vi klarer å snakke opp denne måten å brygge kaffe på, med alle sine fordeler, vil entusiastene få øynene opp og en fornyet forståelse av kokekaffe.

Hvilke kaffekopper foretrekker du til kokekaffe?

–Jeg liker små, tynne porselenskopper,

som de klassiske bestemorskoppene. Jeg foretrekker en tynn kant heller enn tykk. Med åpen form og tynn kant treffer kaffen bedre i munnen, og kaffen får raskere en behagelig drikketemperatur. I tillegg liker jeg helst å nyte kokekaffen sammen med gode venner. Som i et gammeldags kaffeslabberas med kaffekjelen på bordet. For meg handler kaffe om en felles smaksopplevelse, jeg vil slå et slag for det, avslutter Ola Brattås.

” –Kokekaffe handler om å komme tilbake til håndverket.

Ola Brattås





BRENNEMESTEREN I KRISTIANSAND

Sørlandet har sine kaffepersonligheter. Møt Steinar Svenning, som brenner kaffe av ypperste klasse i Kristiansand.

– Vær så god. Smak! Steinar setter frem to kopper og to kolber med kaffe.

Jeg smaker først litt forsiktig, hva slags kaffe er dette? Lett, friskt, behagelig. Ikke så kraftig stil som jeg vanligvis drikker, men dette er virkelig velsmakende.

– Til venstre har du Ililly fra Etiopia og til høyre Ngungururu fra Kenya, forklarer Steinar. Han er grunnlegger av Sørlandets Kaffebrenneri i Søgne.

Det smaker så rent, og kaffen er så klar. Jeg har fått en ny opplevelse, ja en slags kaffeåpenbaring. Kan kaffe smake så godt når den er så lys?

– Dette er spesialkaffe. Med den stilen jeg liker aller best. En floral, ren kaffe, forklarer Steinar.

Han viser meg kaffeposene med bilder av kaffebøndene. Steinar har reist verden rundt for å finne gode gårder som lager kvalitetskaffe.

– Vi har et nært samarbeid med dyktige bønder, derfor har vi tilgang på gode råvarer. Vi kjøper inn bønner av høy kvalitet som vi brenner lokalt. Det krever kunnskap. Kaffefaget er vanskelig.

Steinar brenner bare på bestilling. Han er opptatt av holdbarheten på produktene sine.

– Jeg synes at kaffe skal nytes ferskbrent. Den er best 2-4 uker etter brenning, de første dagen blir den for nyfersk etter min smak. Etter 4 uker smaker kaffen ok men den bør ikke lagres for lenge. Du vil kunne kjenne at kaffen har vært bedre. Vel, noen vil kunne påstå noe annet – men jeg vil ikke bare lage god kaffe, jeg vil lage fantastisk kaffe!

Han rister på hodet med tanke på for hardbrent kaffe. – Det er som å stikke hodet ned i pipa på kaffebrenneren og smake aske. For mørkbrent kaffe kamuflerer dårlig kaffekvalitet, informerer spesialisten.

Mørkbrent kaffe finnes det lite av i Norge, men sydpå i Europa er det vanlig, dessverre med mye dårlig kaffe. – I USA brennes også kaffen mørkere og de doserer svakere enn det vi er vant til.

Spesialkaffen som Steinar står for er gjerne lysere brent, det er trenden nå i Norge og Norden. Steinar vet hva han snakker om, han er dommer i baristakonkurranser.

– Norge har kommet langt på god kaffekvalitet, og vi har lysbrent kaffe selv i dagligvare. Min nisje er å selge til privatkunder, kafeer og restauranter som forstår kvalitet. Derfor brenner jeg bare kaffe på bestilling, vi har ingenting på lager her.

Steinar har alltid vært opptatt av smaker. Han har mesterbrev som kokk, og jobbet med mat og vin. Da han ble pappa ville han ha en jobb på dagtid og startet opp kaffebar på Universitetet i Agder. Han ville lage like god kaffe som de beste stedene i Oslo, den gangen var Stockfleths på topp.

– Det var nesten et idealistisk arbeid, jeg ville gi studentene tilgang på god kaffe. Man forventet ikke god kaffe på campus, derfor var det desto hyggeligere å tilby det. Jeg var i et godt miljø for kantinen der ble kåret til Norges beste.

Steinar ble med i spesialkaffemiljøet og deltok i konkurranser. Han ble nr 2 i NM i baristakunst i 2010 og var kaptein på baristalandslaget i 2011.

– Nå er jeg sertifisert kaffedommer for baristakonkurranser på internasjonalt nivå. Jeg holder også workshops om



” Det er gøy å drikke god kaffe, men mitt mål er å skape FANTASTISK kaffe! ”

Steinar Svenning

kaffe og utfører tester, sier han og viser frem utstyr med vekter, kverner og forskjellige kaffebryggere på sitt showroom.

Brenning av kaffe startet han med i 2008. Han åpnet Cuba Life i Kristiansand med salg av kaffedrikker og egenbrent kaffe. Neste sted Mean Bean, også i Kristiansand. Det var kaffebar og brenneri som lå like ved Kunstmuseet.

– Jeg jobbet for mye og brant etter hvert lyset i begge ender. I 2013 måtte jeg ta et valg og satse på ett fokusområde. Det ble kaffebrenning! Jeg var tidlig ute. Da jeg stilte opp med egenbrent kaffe i NM var det uvanlig. Nå er det helt alminnelig.

Med Sørlandets Kaffebrenneri selger nå Steinar rundt 10 varianter. Han er opptatt av kvalitet og er villig til å betale for det.

– Kvalitet avgjør prisen. Vi samarbeider med mange faste bønder så de kan jobbe langsiktig. Det er positivt for begge parter. Moreno-familien i Honduras har vi jobbet med lenge og jeg har besøkt dem flere ganger. De forstår spesialkaffe. Gården ligger i fjellområdet Santa Barbara som er et av de mest ettertraktede kaffeområdene i verden.

Sporbarhet er viktig for Steinar, samt bilde av kaffebonden og datostempling.

– Direktehandel med gode gårder er viktig. Jeg forteller bøndene der vi finner god kaffe at de har kvalitet og at vi er villig til å betale for det.

Når vi vet at det går med 4 - 5 000 bær til 1 kg kaffe, så det sier seg selv at kaffe bør bli dyrere for at bonden skal ha noe igjen. Kaffe må behandles for det det er – et gastronomisk produkt!

Steinar innrømmer at han ikke har én favorittkaffe, han liker å smake på ulike varianter.

– Jeg kan ikke ha kun én favoritt, men flere. Som god kaffe fra Kenya, Honduras og Guatemala. Når den nye kaffeavlingen kommer hit i sekker er det som julaften og 17. mai på samme dag, sier Steinar med et lykkelig sukk. Han virkelig elsker kaffe.

– Nøkkelen er å nyte kaffen. Jeg har bygd opp et utvalg av spennende smaker. Som vasket kaffe fra Afrika med smak av rips, solbær, bergamott, sitrus og sjasminer. En annen variant er tyngre, bærtørket kaffe som smaker fruktigere

på en søtere måte.

Steinar forklarer at han kun utfører siste steg i prosessen, for sluttproduktet blir aldri bedre enn det bonden har fått til.

– Kaffebærene avgjør smaken. Bonden er rockestjernen. Men jeg kan gjøre mitt beste for å fremheve kvaliteten. Steinar viser meg lageret med kaffesekker og forskjell på fargen på ulike bønner. Nå skal han i gang med dagens brenning, og starter med et parti på 25 kg. Det tar mellom 8-14 minutter å utføre. Han følger med på brenningen via en datamaskin.

– Posene jeg fyller kaffen med har enveisventil. Nybrent kaffe avgir gasser, påpeker han og fortsetter: – Jeg føler meg veldig heldig som kan jobbe med det jeg liker så godt.

Han setter seg ned ved maskinen og nyter en god kopp kaffe i lange drag.

– Jeg er koffeinjunkie og drar med meg egen kaffe og tilberedningsutstyr på reise. Jeg må ha min daglige dose av kvalitetskaffe. Det er en positiv avhengighet, det er mye helse i god kaffe, avslutter Steinar Svenning.

kjeldsberg

ORDENTLIG KAFFE

siden 1856



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

KREATIVT KAFFEMILJØ I KRISTIANSAND

Koselige kaffebarer, flere kaffebrennerier og kvalitetskaffe på restaurant.
Kristiansand leder an innen spesialkaffe på Sørlandet.



José Corado kommer fra en kaffeplantasje i Guatemala og kan kunsten med å tilberede god kaffe.

Engasjerte kaffeentusiaster har løftet Kristiansand til å bli en trendy kaffedestinasjon!

Kristiansand er sikkert den småbyen i Norge med flest kaffebrennerier. Sørlandets Kaffe-brenneri, Carlos Coffee, Mean Bean og Cemo selger spesialbrent kvalitetskaffe som serveres etter alle kunstens regler på byens kaffebarer og spisesteder. Det har gitt sørlendingene smaken på god kaffe og de kjøper med seg nybrente bønner hjem som de gjerne maler selv.

Byen har mange små kaffesteder som er personlig drevet, de store kjedene har til nå ikke satset aktivt i sør. Laura's på Nedre Torv var den første kaffebaren i Kristiansand (1998), og har betydd veldig mye for kaffemiljøet i Kristiansand. Nå er byens sentrum under ombygging, og Laura's legger ned. Til sommeren dukker Starbucks opp ifølge ryktene, men ingen fare for spesialkaffens kår. Camillo Bastrup, Cuba Life og Mean Bean er blant kaffebarene som holder liv i kvalitetskaffe for de kaffeglade lokale og hyttefolket på sommeren.



PÅ BESØK HOS: CUBA LIFE

Dette er en herlig "brun" kaffebar med kun åtte plasser som oser av søramerikansk sjarme. José Corado står klar bak disken, han er den rette mannen til å fortelle om kaffe. Han kommer fra Guatemala og familien hans driver kaffefarm. José forteller med glede om jordsmonn, klima, innhøsting og kvalitet på kaffe. På mobiltelefonen viser han bilder av faren på hest på kaffeplantasjonen. Kaffeplantene har allerede begynt å blomstre.

– Om to år skal vi ha kaffe fra vår familiegård i Guatemala her i Kristiansand. Da kan du komme tilbake for å smake. Vi må bare øke kvaliteten først, forteller José.

Under innhøstingen må kaffebærene plukkes når de er røde, da er de modne. Alle bærene modner ikke samtidig så det betyr at man må plukke fra samme plante flere ganger. Det tar mye tid og koster penger.

– Til nå har vi høstet alle bærene samtidig, noen røde og andre grønne. For å eksportere til Norge, må vi bare velge ut de modne, røde bærene. Dere er bevisst på kvalitet, informerer José.

Han kom til Norge pga. kjærligheten, har lært seg norsk og stortrives. Det å drive kaffebar er José som skapt til.

– Vil du ha en kopp kaffe? –Ja takk" svarer jeg.

José veier opp 18 gram kaffe (Kayon Mountain fra Etiopia) pr 250 gr vann, og håndbrygger kaffen i 2,5 minutter med rolige, jevne og roterende bevegelser. –Jevn tilførsel av vann gir saftig preg på kaffen, og kontakttid på 2 minutter og 30 sekunder stemmer perfekt, sier han.

Kaffen renner ned i en kolbe som han serverer fra, og det er en del av opplevelsen på Cuba Life å følge José under tilberedelsen.

Deilig kaffeduft pirrer neseborene, smaken er delikat og ren, med lang ettersmak av sjasminer, fersken og bittersøt sjokolade.

Han forteller at kvalitetskaffe bevarer smaken selv om den er lunken, den blir sødmefull, mens dårlig kaffe blir bitter når den kjøles ned. José eksperimenterer stadig med nye kaffe-varianter og metoder, og til sommeren skal kan servere kaldbrygget kaffe til gjestene!

Hvorfor navnet Cuba Life? Jo, fordi opprinnelsen var en forretning spesialisert på cubanske varer. I dag finnes fortsatt et eget klimakontrollert rom (humidor) med et av landets største utvalg av sigarer.

EN PERFEKT KOPP KAFFE

OPTIMAL TRAKTETEMPERATUR 92-96° / TRAKTETID UNDER 6 MINUTTER
1550 WATT ELEMENT / GODKJENT AV NORSK KAFFEINFORMASJON



- LEGACY COFFEE MAKER -



” Den gode nybrente, ferske og velduftende kaffen selges på utvalgte kaffebarer i Kristiansand.



Hos Camillo Bastrup håndbrygges hver eneste kaffekopp. Bryggemetoden kalles V60.



PÅ BESØK HOS: CAMILLO BASTRUP

Dette er et sjarmerende cafélokale med koselig stemning. Tydeligvis et stamsted for mange lokale. Her kan møte gode venner til en god samtale og god kaffe. Kaffekosen lenge leve.

-Hva slags kaffe liker du? spør den vennlige kvinnelige baristaen.
-Fylldig og mørk vanlig svart kaffe, ikke espresso, svarer jeg.
-Da må du prøve Chelektu fra Kenya, sier hun umiddelbart.

Min nye kaffeopplevelse tilberedes rett i koppen fra filterholder i kobber på stett - bryggemetoden kalles V60, samme som hos Cuba Life men der lages kaffen i kolbe. Jeg følger med når baristaen fukter filteret med varmt vann før bryggingen starter.

Kaffen serveres i stor, generøs kopp og smaken er akkurat passe fylldig med en interessant friskhet.

Kaffebar Camillo Bastrup er stappfull på en vanlig fredag ettermiddag. Folk kommer stadig innom for å kjøpe med seg kaffe i løsvekt hjem. Kaker og sandwiches finnes i disken om man er mer enn bare kaffetørst. Her går det unna.

Hvorfor navnet Camillo Bastrup? Camillo Bastrup var en kjent forretningsmann som bla. importerte kaffe mot slutten av 1800-tallet og begynnelsen av 1900-tallet til Sørlandet. Han var med å starte Dampbageriet i 1862, fortsatt et av landets eldste bakerier. I 1932 ble Camillo utnevnt til æresmedlem av Kristiansands handelsstandsforening.



Den nye kafeen hos Vivo Bokhandel handler rettferdig kaffe for å gi levebrød til kaffebøndene i Peru.

**PÅ BESØK HOS:
VIVO KAFFEBAR**

Vil du prøve velsmakende fairtradekaffe, med kaffe direkte innkjøpt fra lokale kaffebønder i Chancemay i Peru? Da er kaffebaren på Vivo Bokhandel stedet. Søstrene Kristine og Hanne Reinertsen driver kafeen i et samarbeid mellom Filadelfia og den kristne bokhandelen Vivo.

Her kan man lese aviser og bøker samtidig som tar en kopp kaffe med god samvittighet. Kaffebarens overskudd går til gode formål og kaffebøndene får anstendig betalt.

Vivo selger også kaffe i kiloposer for den som ønsker det, og fra nettbutikk.

FAKTA OM KRISTIANSAND

Kristiansand er både by og kommune
88.500 innbyggere
Byen er oppkalt etter Christian IV

**KAFFEADRESSER
I KRISTIANSAND**

- Camillo Bastrup, Markens gate 53
- Cuba Life Kristiansand, Tollbodgata 6
- Mean Bean, Skippergata 24
- Tea & Coffee Shop, Markensgate 25B (Lillemarkens)
- Vivo Kaffebare, Markensgata 42 (I Vivo bokhandel)
- Will I Juice, Dronningens gate 61
- Kaffegalleriet, Universitetet i Agder, Gimlemoen 25

**PÅ BESØK HOS:
TEA & COFFEE SHOP**

Lillian Balstad, opprinnelig organist, var tidlig ute med kaffe- og tebutikk i Kristiansand. Hun var svært interessert i kaffe og startet forretningen på 1990-tallet i Lillemarkens. Store sekker med kaffebønner står åpne, Lillian fyller i poser som skal sendes til hele landet.

- Vi selger over 400 kg kaffe i uken, både direkte i butikken og via nettbutikk. Vi må da være en av de største i Norge? Vi er kjent for gode priser og god kvalitet, sier Lillian med et et stort smil. Lillian selger også gode kaffemaskiner, Rancilio og ECM, kverner og annet utstyr.

- Kaffen kjøper jeg direkte fra Drury Tea & Coffee i London som jeg kom i kontakt med allerede på 90-tallet. Det er samme sted som Gordon Ramsay kjøper fra og mange Michelin restauranter, fremhever Lillian og påpeker:
-Kaffen har ikke vært pakket om; du får den slik den kom fra kaffebrenneren, - rett i sekken. Dette gjør at kaffen holder utrolig godt på aromaen.



**PÅ BESØK HOS:
MEAN BEAN MUSEUMSKAFÉ**

«Kaffe med karakter» er slagordet hos Mean Bean Museumskafé. De har i sitt lille brenneri i flere år brent spesialkaffe nøye utvalgt med smak av det landet den kommer fra, og som varierer etter sesongene. I tillegg kjøper Mean Bean inn nybrent kaffe fra danske Jøran Stiller. Egne baristaer tilbereder kaffe på den beste måten så får kjenne hvordan god kaffe skal smake.



Hos Tea & Coffee kan du kjøpe samme kaffe som Gordon Ramsey bruker i sine restauranter.

OM KAFFEMILJØET I KRISTIANSAND

- Kristiansand er antagelig den småbyen i Norge som har flest kaffebrennerier: Cemo, Sørlandets kaffebrenneri, Mean Bean og Carlos Coffee.
- Mean Bean og Cuba Life har samme eier og brenner sine egne kaffebønner.
- Will I Juice, egentlig en juice bar, brygger noe av byens beste kaffe. De ansatte har deltatt i RM.
- Flere av byens beste kaffefolk har startet sin kaffekarriere på Kaffegalleriet, som ligger i tilknytting til kantina på UIA (Universitetet i Agder). Ansatte derifra har i en årrekke deltatt i RM og kvalifisert seg til NM i klassisk Barista.

Tobias Abrahamsen, styremedlem i SCA Norway

KAFFEPRODUKTER FRA **KAFFE.NO**

BARISTAUTSTYR



TAMPER MATTE



GRUTBOKS



MÅLEGLASS



TAMPER AGULAR



MELKEKANNER

DEN NORSKE KAFFESJELA

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

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



Kristiansand

Tekst og foto: **Gunnhild Bjørnsti**

BRENNERIET I TVEIT

Lukten av nybrent kaffe øker opplevelsen. Entusiaster bruker tid og energi på å fremskape den perfekte kaffen.



– Velkommen!

Håkon Carlos Søbye møter meg med sort T-skjorte og Carlos' Coffee logo i knalloransje på brystet. Vi er på hans brenneri på Boen Bruk i Tveit utenfor Kristiansand. Solen skinner, fuglene kvitrer og lyden av fossebrus høres i bakgrunn. Området er en idyll, men Håkon Carlos jobber knallhardt. Han er i gang med dagens brenning.

– Kaffen brennes egentlig ikke, selv om vi kalles et kaffebrenneri. Det å røste eller grille kaffen er bedre beskrivelser, forklarer en engasjert Håkon Carlos.

Han lempet en sekk med rå kaffebønner over i et fat før han heller dem over i sin røde kaffebrenner. Han viser hvordan bønnene roterer og virvler rundt. Varmen og røstingen kommer fra elementer med blå flammer vi kan titte inn på.

Håkon Carlos forteller at mange av hans colombianske kaffetyper er fyldigere på smak enn mye av den afrikanske kaffen enkelte spesialister liker i dag.

– Jeg er ikke så glad i mye syre, så en fyldig colombiansk kaffe passer min smak, påpeker han.

Opprinnelig kommer Håkon Carlos fra Colombia, han er adoptert derfra og har besøkt landet fire ganger etter at han bosatte seg i Norge.

– To av besøkene var for å besøke kaffeprodusenter. Jeg kjøper mye kaffe fra familiebedriften Pergamino som ligger i Medellin, hovedstaden i Antioquia, kaffeområdet nord i Colombia. Jordsmonnet til Carlos' kaffen er hovedsakelig

vulkansk, og kaffen dyrkes på 1700-2000 moh. Der er god norsk sommertemperatur på 20-26 grader hele året, og ideelle forhold for kaffe.

Håkon Carlos viser meg et bilde av sjefen fra Pergamino. – Han er kun 29 år og har mye ansvar på sine skuldre, sier han. Håkon Carlos har et varmt hjerte for kaffebøndene han samarbeider med. De rendyrker kvalitet og jobber intenst for det.

– Jeg betaler dem god pris og for hver kilo jeg selger går 2 kroner til barnehjemmet der jeg bodde mine første måneder. Når man drikker Carlos' Coffee støtter man samtidig vanskeligstilte barn i Colombia. Mange kunder liker å høre min historie og om prosjektet! Da forstår de at prisen er noe høyere enn kaffe de finner i dagligvaren.

Han lytter plutselig nøye. – Vent litt, sier han og går til brenneren.

– Jeg hørte det første «knekke» blant kaffebønnene og da må jeg starte klokka for å passe tiden.

Nå er han i gang med en økologisk kaffe som skal bli lysbrent.

– Det er trenden nå. Kaffen brennes gjerne lysere for mer smak og karakter. Varianten heter Cocondo og den passer til håndbrygg og trakter, forklarer han og viser frem en kaffepose med den oransje logoen, navn på gården, opprinnelsessted og datostempling.

Håkon Carlos går i gang med å håndbrygge Cocondo. Han heller nykokt varmt vann i rolige, sirkulerende

” – For hver kilo kaffe jeg selger, går 2 kr. til et barnehjem i Columbia. ”

Håkon Carlos

bevegelser over passe tilmålt kaffe. Kaffen drypper ned med klar farge og Håkon Carlos lukter nøye på den første koppen. Lukt er en viktig del av opplevelsen. Kaffen har fin frisk og innbydende duft.

– Vent litt før du smaker. Knallvarm kaffe smaker ikke noe, bare maskerer den ekte opplevelsen.

Det er en nytelse å lytte til fuglekvisper, kjenne sommervarmen og vente rolig mens man kjenner deilig duft av både nybrent og nybrygget kaffe. Håkon Carlos beskriver kaffepausen som et rituale. En liten seremoni man skal ta seg tid til så man kjenner bedre hva man faktisk drikker. Dette er på et helt annet nivå enn å bare helle i seg masse kaffe uten å være tilstede.

Så smaker vi! Kaffen er ren, frisk, delikat og sval. Perfekt sommerkaffe. Ikke for kraftig, men likevel med mye god smak. Den får mer sitruspreg når den kjølnes.

– Jeg drikker mindre og bedre kaffe nå enn før, sier han. Håkon Carlos har drevet sitt brenneri i 3 år, og stortrives med jobben. Det er alltid noe å sette seg inn i, kaffe er et fag.

– Trenden nå er lysere brent kaffe, men jeg liker også den fyldige smaken av colombiansk kaffe. Mange andre kaffedrikkere også.

Håkon Carlos bruker også bærtørket kaffe. – Det kalles også naturlig prosessert. Akkurat den varianten gir fruktig smak, deilig aroma og kan minne om etiopisk kaffe til tross for at den er fra Colombia.

Cocondo og tre andre blandinger finnes i fast sortiment. – Santa Barbara heter bestselgeren med sjokolade- og nøttepreg. San Pascual Natural har mer fruktig preg med blåbærnoter, og Camelia er både fyldig og lett fruktig.

Kaffebønnene varierer, og har navn som Colombia, Caturra, Castillo, Tabi og Red Bourbon.

– Jeg har komponert disse fire smaksprofilene sammen med en barista og kona til en venn av meg som er helt rå på smaker. Sammen smaker vi aller best. Vi eksperimenter med andre typer, så jeg tilbyr utover fast sortiment alltid noen nye kaffeblandinger. Jeg liker å variere.

Håkon Carlos trives med å sette seg inn i trender og driver med kaffeopplæring til kundene. Hva er hans beste tips?

– Jeg forteller aldri hva kundene skal smake. Hvis jeg ramser opp en rekke beskrivelser, blir de flau hvis de ikke kjenner det samme. De vil prøve å smake det samme som meg uten å utvikle sine egne opplevelser og sette ord på det. Det å smake er en treningssak og tar tid. Det er spennende å sette seg inn i andre smaker. Jeg går gjerne til innvandrerbutikker og prøver noe nytt for å utvide mitt smaksregister. Han heller den nybrente kaffen over i åpne kar så den kan avkjøles før pakking og levering til kundene. – Det er så moro å jobbe med kaffe, avslutter Håkon Carlos Søbye med et stort smil.

ET RITUALE ETTER MÅLTIDET

Nyt både aromaen og synet av nybrent kaffe som syder seg ferdig til velsmakende drikk. Smaken av kaffe tilberedt i Syphon blir svært vellykket og gjør det lille ekstra etter et godt måltid!

Food Asylum i Kristiansand var tidlig ute med å løfte kaffeserveringen til nye høyder. De tok i bruk Syphon (vakuumbrygger) og nybrent spesialkaffe fra Sørlandets kaffe-brenneri, og brygget på bordet mens gjestene fulgte med hele prosessen. Fra oppvarming av vann, tilsetning av nykvernet kaffe og småputring.

–Underveis får gjestene vite hvilken kaffe som benyttes, fra hvilken gård den er dyrket, i hvilket land, hva kaffebonden heter og hvem som har brent kaffen. Historien bak kaffen blir personlig, noe som gjestene verdsetter, forklarer Steinar Svenning, kaffebrenner hos Sørlandets Kaffebrenneri.

Akkurat nå er det lysbrent kaffe fra Mario Moreno i Santa Barbara, Honduras som han i samarbeid med restauranten har valgt ut.

Opplevelsen ved bordet tar ca 4-5 minutter og skaper oppmerksomhet. Food Asylum ser at utrolig mange tar bilder av kaffe-presentasjonen. Den nybryggete kaffen smaker da også ekstra godt, et stort pluss.

–Det handler om kvalitet, presentasjon og smak. Restaurantene slipper ikke unna lenger med å lage kaffe fra billige råvarer slengt ut på bordet etter desserten, påpeker Steinar.

Han er glad for at Narve og Didrik Ellefsen som driver Food Asylum ville satse på

spesialkaffe og vakuumbrygging fra de åpnet restauranten for ca fem år siden.

–Vi kom i kontakt fordi jeg hadde kunnskap om kaffe og eierne ville ha noe spesielt. De ønsket også sin egen bryggemetode og Food Asylum ble en foregangsrestaurant på Syphon. Teknikken er mer komplisert enn filtertrakter fordi hver kaffe brygges for hånd. Det tar tid, men de ansatte er godt opplært. Food Asylum behandler kaffe som et gastronomisk produkt, forklarer Steinar.

Restaurant Sjøhuset har valgt en annen tilnærming. Med 200 sitteplasser inne og 300 ute er det ikke kapasitet til vakuumbrygging ved bordene. De brygger i større volumer og har satset på Bunn ICB trakter og kvern som passer til. I tillegg har de espressomaskin og kvern. Kvaliteten på kaffen velges nøye ut så gjestene får den beste smaksopplevelsen.

–Sjøhuset har et bevisst forhold til den kaffen de serverer. Jeg og personalet smaker jevnlig på kaffe sammen for å finne frem til spennende sorter. På siste smaking ble det valgt en brasiliansk kaffe fra gården Santa Lucia i Carmo De Minas regionen.

Steinar påpeker at brygging med Bunn ICB trakter ikke er en dårligere løsning enn Syphon, men en rasjonell metode for så mange gjester. Han samarbeider tett med restauranten, er ofte innom for

å kalibrere utstyret, sjekke at kaffen er riktig ekstrahert og smaken er optimal.

–Jeg gir god oppfølging til kundene mine, sier Steinar med et stort smil.

Bønner i Byen er et annet spisested som Steinar har lært opp til å servere god kaffe, også på Bunn IBC og espressomaskin, med spesialkverner.

Bønder i Byen er både bakeri, kaffebar og restaurant med gullkantet beliggenhet på torget i Kristiansand. Her er det alltid fullt, og man må ha bestilt bord til lunch.

Trond Kristiansen er kjøkkensjef og en av eierne, han er heltent på spesialkaffe og unner seg selv en god kopp i ny og ne under arbeidsdagen.

–Vil du at folk skal komme til spisestedet ditt, server god kaffe, ivrer Steinar. Han har lært opp sørlendingene i å verdsette gode kaffesmaker, og hjelper utesteder med utstyr og trening.

–Gjør kaffeserveringen riktig, da selges stadig mer kaffe. God kaffesmak gjør folk godt vant og skaper positiv avhengighet, avslutter Steinar Svenning i Kristiansand.



Kaffebrenner Steinar Svenning og daglig leder Kristoffer Pedersen på Sjøhuset prøvesmaker spesialkaffe gjestene skal nyte godt av



Kjøkkensjef Trond Kristiansen nyter en god kopp spesialkaffe. Han er medeier i Bønder i Byen, et konsept med både bakeri, kaffebar og restaurant som satser på kvalitetskaffe til gjestene.

BAKERIUTSALGENE

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Espen Nysveen, DreyerHensley, Henrik Fløymo, Bjørn Grydeland



FORSIKTIG OPPUSSING ELLER TOTAL MAKEOVER

– BAKERIUTSALGENE ER I ENDRING

Du kan ikke unngå å legge merke til det. Tradisjonsrike W. B. Samson, som har solgt brød og kaker i Osloområdet i fem generasjoner, har gjennomgått en forvandling.

Vi ble først klar over endringene da vi observerte den lysende UFO-lignende soppen i avgangshallen på Gardermoen. Tradisjonsrike Samson inntok Oslo Lufthavn februar 2013 med deilige bakverk, kaffe, te, varm sjokolade, smørbrød og andre godsaker. Alt organisert rundt den sirkelformede disken.

Samson på Gardermoen ble et virkelig landemerke, men fremdeles vil de fleste filialene befinne seg på kjøpesentre eller travle bygater i Osloområdet. Som fredelige oaser med en himmelsk duft av nystekte bakervarer. Fulle av historie og søte minner fra en barndom med

varm sjokolade og ferske rosinboller.

BÅND TIL FORTIDEN

Samson på Egertorget i Oslo er legendarisk. Her startet Wilhelm Bismarck produksjon av brød og bakervarer allerede i 1894. Mange wienerbrød har forsvunnet fra hyllene og trolig flere millioner kunder har passert dørstokken siden den gang.

Det ligger både historie og kultur og ikke minst en masse følelser knyttet til bakeriutsalgene. Derfor må man gå forsiktig til verks.

– Vi skal fremdeles tilby byens beste napoleonskake, sier Espen Nersveen,

ansvarlig for produkt og kommunikasjon hos Samson. Men det holder ikke. Vi må ha noe mer. Endringene må allikevel ikke gå for fort.

Vi har benket oss i et hjørne av Samsons filial på Gimle. Store vinduer ut mot gata, bord og stoler utenfor. Lokalene er utvidet. Flott interiør og trådløst nett. Rundt om på bordene sitter folk i alle aldre klokka 10 på formiddagen. Noen jobber på PCen, andre sitter alene og leser avisen. Noen par sitter og prater. Overraskende mange folk, men slett ikke bare eldre fruer som spiser napoleonskake.



«Trend møter tradisjon på Grünerløkka. Ferske brød og kaker syv dager i uka. Vin eller et glass om kvelden. Eller hva med nystekt pizza fra steinovn.»



W. B. SAMSON

W. B. SAMSON

«I tillegg til filialen ved innsjekk kan publikum glede seg over to nye Samson-filialer på Gardermoen i løpet av våren og sommeren 2017. Først inne på utlandsterminalen og fra sensommeren i ankomsthallen.»

” TASTEFULLY HIP beskriver design- og merkevarebyrået WORK Samson på Grünerløkka. WORK har jobbet med Samson i mange år og bidratt sterkt til utformingen. ”



– På Sæter koker det om ettermiddagen og kvelden. Vi tilbyr pizza fra vedfyrt steinovn, vin, øl og annen snacks, sier Espen. Det samme kan du få på Grünerløkka, Gimle eller Bekkestua for den saks skyld.

Vi må tydeligvis utvide bakeribegrepet. Noe har skjedd med de gamle bakeriut-salgene. For ingenting er som det var. Vi så det klart og tydelig da Åpent Bakeri etablerte Lofthus Samvirkelag. Et lite sceneskifte på ettermiddagen, og vips så var brødbutikken omgjort til herlig pizzarestaurant. Suksess fra første dag og veldig god pizza!

– Vi begynte med pizza først og fremst fordi vi ønsket å lage en fantastisk god pizza, med byens beste pizzabunn. At det bidrar til å utnytte lokalene utover kvelden er en god og viktig bonus, forklarer Espen.

KVALITET

– Vi serverer baguette med ost og skinke. Her kan du også få en Cæsarsalat.

Vi skal ha det folk forventer å finne, men det skal være ferskt og smakfullt. Vi skjærer opp både ost og skinke på stedet. Vår Cæsarsalat skal inneholde de beste råvarene og den beste dressingen, sier Espen.

Espen understreker betydningen av å knytte nåtid og fortid sammen. Eller trend og tradisjon om man vil. Den samme tankegangen gjelder for design og interiør. Nordisk stil. Enkelt og funksjonelt, naturlige materialer i marmor, tre og lær. Og kvalitet.

HVA MED KAFFEN?

Femti meter unna ligger Kaffebrenneriet. Inntil for få år siden kunne man observere kunder komme inn døra på den vesle Samson-filialen med et kaffebeger fra Kaffebrenneriet og be om en bolle. Slik er det ikke lenger.

– Kaffen vi serverer skal være like fersk som bakervarene våre, uttalte Carl Fredrik Samson til magasinet KAFFE for noen år siden. Det handler om vår

stolthet til virksomheten, der kaffe er en råvare som vi behandler med tilsvarende respekt som med mel og gjær i våre bakervarer. Kaffe har alltid være et sentralt produkt og en naturlig følgesvenn til kaker- og bakervarer, og vi har solgt kaffe helt siden starten, uttalte Samson.

Espen følger opp.

– Kaffe har blitt en del av vårt DNA. Det er ikke tilfeldig hva vi kjøper. Det er KAFFA som leverer kaffen og vi samarbeider tett. Vår kaffeansvarlig, Marius Vold, cupper med folkene på brenneriet og blir enige om hvilke partier som skal tilbys i filialene. Vi endrer kaffe flere ganger i året etter sesong. Kaffa har gode relasjoner med kaffebøndene, handler direkte og skaffer dermed en nøyaktig sporbarhet fra kaffetre til kaffekopp. Det er viktig for oss, understreker Espen.

Kaffemenyen er som man kan forvente i en kaffebar. Espresso, americano, macchiato, cortado, cappuccino,

caffee latte og noen varianter med is. Og selvsagt dagens kaffe, som vi forsyner oss med, og som smaker fortreffelig.

– Akkurat nå har vi en Bella Vista fra Guatemala, sier Espen.

Posene bærer både W. B. Samson og Kaffa sin logo. Co-brand altså, og egen label.

– Vi er stolte av samarbeidet med Kaffa, og vi bruker mye tid på kaffen. Vi ønsket en friskere og lysere stil, men måtte være lydhøre for kundens tilbakemeldinger. Kommentarer som «Jeg ba om kaffe, ikke te» tok vi innover oss. Vi må ha kaffe som fungerer for de fleste, men vi har rygg til å stå for det vi tror på. Så tilbyr vi heller en kaffe nummer to i løsvekt, som kanskje er litt mer dristig og utfordrende.

Dagens kaffe smaker veldig godt og den er brygget på en trakter. Samson har ennå ikke begynt å tilby håndbrygget kaffe, som mange av kaffebarene satser på.

– Hos oss må folk kunne like mye om alle brødsortene og kakene, eller salatene for den saks skyld. Om kvelden skal enkelte av dem servere pizza og vin. Vi blir ikke så spesialiserte som de aller beste kaffebarene, men hvem vet om ikke håndbrygg kommer på menyen om en stund. Eller kaldbrygget kaffe. Vi følger med på det som skjer i kaffe verdenen og er villig til å satse på nye ting, understreker Espen. Men presiserer at kvalitet handler om mer enn trendy bryggemetoder. For å lykkes kreves rutiner, renhold og presisjon. Og ikke minst gode råvarer.

HVA MED KAFFEBARENE?

Før kaffebarene gjorde sitt inntog fra midten av 1990-tallet, var det konditoriene og kafeene som kunne tilby folk en kopp kaffe, noe å bite i og en god stol sitte i. Kaffen var tilberedt på tradisjonelt vis, espressomaskinene var fraværende og bakervarene var hovedproduktet.

Med kaffebarene rykket verden et skritt nærmere. Espressoen ble symbolet på en ny tid, og anført av Kaffebrenneriet

har denne internasjonale trenden fortsatt å bre seg utover det ganske land. Kaffebarene ble ikke bare et sted for god kaffe. Det ble også en lavterskel sosial møteplass, og fremsto mer spennende enn de tradisjonelle konditoriene og kafeene.

Bakeriutsalgene så utfordringen og tok den. Ikke bare Samson. De så hva som skjedde og tilpasset seg.

Mens bakeriutsalgene pusset opp profilen begynte kaffebarkjedene å bake. Kaffebrenneriet startet Kaffebakeriet. Dromedar startet Dromedarbakeriet. Sånn sett nærmere de seg hverandre. Siste tilskuddet på kaffebarkfronten i Oslo, den raskt voksende Nord-kjeden, markedsfører både kaffe og brød og både baker og brenner selv.



ESPEN NEERSVEEN



Samson hentet inn Espen Nersveen for å jobbe med totalproduktet. Da var allerede endringene godt i gang. Espen er kjent for matbloggen Heia Mat og rekrutteringen var en del av helheten.

Espen jobber med produktene og er sterkt involvert i alt som tilbys gjestene.

Men han er nøye med å understreke at endringene hadde startet før han kom ombord.

– Femte generasjon Samson, brødrene Carl Fredrik og Per Christian skal ha æren for den spennende utviklingen som skjer. De er offensive, målrettet og ambisjonsrike. Sånne folk liker jeg. På Gimle og Birkelunden (og etter hvert flere steder) har de også åpnet på kveldstid med sjukt god steinovnsbakt pizza, vin og øl. Leken utvikling.

W.B. Samson ønsket en person som kunne ta et overordnet ansvar for sortimentet. Finne de riktige råvarene, jobbe for å forbedre dagens utvalg, samt utvikle nye produkter. Bringe inn sesongrelaterte elementer og samtidig kommunisere alt det fine arbeidet som gjøres hver eneste

dag, ut til alle de trofaste kundene deres. En jobb som innebærer alt fra å stå på kjøkkenet og produsere prototyper på morgendagens sortiment, få disse produktene ut til de forskjellige utsalgene,

finne de riktige leverandørene av kvalitetsråvarer og samtidig legge ut artikler på nett om hvorfor kardemommen kvernes manuelt til hvetebollene.

W. B. SAMSON

W. B. Samson er et familie-bakeri som ble startet i 1894 av William Bismark Samson på Egertorget i Oslo. Dette bakeriutsalget har siden vært åpen i snart 120 år, gjennom to verdenskriger, og tatt imot over 30 millioner kunder. Bakeriet drives i dag av 4. og 5. generasjon Samson med et 20-talls utsalg i Oslo og omegn.

MOCCAMASTER

HANDMADE



Vis at du har god smak

Smak handler ikke bare om hva du heller i kaffekoppen, men også om det du setter på kjøkkenbenken. En Moccamaster er en stilsikker kaffetrakter som kommer i en rekke lekre farger. Det viktigste for oss er likevel at den brygger verdens beste kaffe - hver dag.

www.moccamaster.com



Mine favoritter



RORY LEE
ROSENBERG

Norgesmester i Klassisk Barista 2017

Rory kommer fra Durban i Sør-Afrika og har bodd i Oslo i nesten fire år. Nylig sluttet Rory hos Stockfleth som avdelingsleder og medarbeider i kvalitetsavdelingen for å etablere egen virksomhet innen kaldbrygging.

Rory har deltatt i barista-konkurranser mens hans har bodd i Oslo. Det har blitt to andreplasser før han i år gikk til topps og skal representere Norge under VM i Seoul i Sør Korea i November.



RORY
ANBEFALER

Verken Vilnius, Amsterdam eller Dublin er kjent for å levere eksepsjonell kaffe. Men det finnes imidlertid steder med lidenskapelige og serviceinnstilte baristaer, flotte og innovative bar-systemer og ikke minst deilig kaffe

TASTE MAP

Vilnius

Litauen

Ettersom kjæresten min kommer fra Vilnius og fortsatt har familie der, reiser vi dit én eller to ganger i året. Vilnius er ikke en by som egentlig er kjent for god kaffe, men Taste Map gjør mye for å endre på dette. Denne kafeen ligger utenfor den vakre gamlebyen, og har fått ry som et sted med kvalitetskaffe for nabolaget, med utmerket service og synlig produksjon. Det enkle og koselige

interiøret får meg til å føle meg hjemme og slappe av med én gang. Målet er å skape og dyrke fram en ny kaffekultur i Vilnius, og de gjør dette ved å brenne kaffen selv, og avholde (og vinne) nasjonale kaffekonkurranser. Bestill en kaffe fra et enkelt opprinnelsesland, brygget på en måte du velger, sammen med et fristende bakverk, og len deg tilbake og nyt.



BOCCA COFFEE Amsterdam Nederland

Du finner Bocca Coffee trygt forvart mellom to kanaler langs en liten sidegate i Amsterdam. Fra utsiden legger du knapt nok merke til stedet, men når du

kommer inn, møter du et helt varehus av en kafé; muligens en av de største og mest omfattende kafeer jeg noensinne har besøkt. High-tech kaffemaskiner og innovative kaffesystemer er perfekt plassert rundt den store nærmest firkantede baren. Interiøret er romslig og enkelt, men tilbyr likevel varme og

behagelige kroker. Kaffen serveres av en engasjert barista, som etter ti minutter kommer til deg ved bordet for å snakke om din opplevelse av kaffen. Dette er virkelig en skjult skatt i Amsterdam. Det er det perfekte stedet for en kaffepause både for kaffeentusiaster og kaffeelskere.



3FE 3fe, Dublin Irland

Med perfekt plassering på et hjørne av den travle Grand Canal Street, er 3fe litt av en kaffeinstitusjon i Dublin. Den er etablert av den tidligere irske barista-mesteren Colin Harmon. Det er en opplevelse i seg selv å komme inn

i denne kafeen, som har en åpen og lys innredning, er travel og likevel tilbyr velbrygget espresso og kaffe. Selvfølgelig er en smilende barista opptatt av å guide deg til å oppleve det beste 3fe kan tilby. Jeg besøkte denne kafeen hver dag i fem dager under barista-verdensmesterskapet i Dublin i fjor, og var forbløffet over den høye kvaliteten på kaffen og maten de laget hver gang,

hele dagen med så mange kunder. Oppriktig glade baristaer som serverer single origin-espresso med informasjonskort, servert på treplanker, perfekte melkedrikker med vakre latte-art mønster. Sammen med den delikate og enestående maten, var dette virkelig en stor opplevelse, ja, noe jeg anbefaler på det varmeste hvis du skulle ta turen til i Dublin.



Kaffe på jobben

Tekst og foto: **Bjørn Grydeland**

ALLTID SAMME KAFFE?

Et ufyselig og nitrist vær utenfor. Toget suser forbi på vei mot Oslo hvert 5 minutt. Kontorbygninger, verksteder, forretninger. På Skøyen er gammel industri erstattet med moderne arbeidsplasser, 21.000 totalt. Om lag 250 av dem finner vi i Verkstedveien, der Codan Forsikring holder til.

Det betyr ganske enkelt at det drikkes mye kaffe her. På en alminnelig maidag kan vi regne med at det går unna rundt 60.000 kopper på arbeidsplassene. Og mere skal det bli. Planmyndighetene i Oslo legger opp til 5000-6000 nye boliger og 3000 arbeidsplasser på Skøyen de nærmeste årene.

Ikke alle betrakter kaffe som en kostnad og går etter billigste løsning. Stadig fler ser på kaffe som et virkemiddel for å øke trivselen blant medarbeiderne. Morten Hagebakken, Property and Facility Manager hos Codan hører til denne gruppen.

– Vi forsøker å gjøre litt ut av kaffeopplegget, sier Morten. Vi vil ha kvalitetskaffe men må vi drikke samme kaffen hele året? Vi bestemte oss for å gjøre et grep å skifte kaffe med årstidene.

Morten Hagebakken tar oss med opp til et «kaffehjørne» i tredje etasje. JDE er

kaffe-leverandør og stiller med fersk kaffe. Blå Java erstattes med Guatemala Huehuetenango. Servicetekniker Vegar Toverud renser og justerer inn friskbryggerne for best mulig resultat.

– Vi må jo forsøke å få det som havner i koppen til å bli mest mulig likt det som står på posen, sier han. Om litt får vi smake og kan nikke anerkjennende til en fyldig og frisk kaffe.

– De ansatte drikker mye kaffe og etter at vi begynte å lansere ny kaffe etter årstidene på intranettet har interessen økt betraktelig, sier Morten. Folk prater faktisk om kaffen her og har selvsagt ulike meninger. Vi har fire ulike kaffeslag gjennom året, og i dag har Geir Torbergesen fra JDE med seg poser ferdigmalt kaffe som de ansatte kan ta med seg hjem og brygge på trakteren.

– Disse enkoppsautomatene, eller friskbryggerne som vi kaller dem,

brygger kaffe under trykk. Det gir et annet resultat enn den filterkaffen de fleste tilbereder hjemme. Derfor er det morsomt å kunne tilby de ansatte gratis poser som de kan teste hjemme, sier Geir.

Vegard Toverud er ferdig og forsvinner til neste kaffestasjon. Vi blir sittende, og observerer en jevn strøm av ansatte til kaffestasjonen. Noen blir stående og prate og det er ikke tvil om at kaffehjørnet er et sosialt samlingspunkt.

– Det handler om trivsel og fornøyde medarbeidere sier Morten Hagebakken. Vi forventer ikke at alle liker alle kaffeslagene like godt, men sånn er det jo med alt annet også. Kaffe er en spennende drikk og alle har sine favoritter. Om det syrlige preget på Colombia-kaffen vi hadde i høst ikke faller i smak hos alle, hadde vinterens Blue Java andre egenskaper. Jeg gleder meg til å høre hvordan kaffen fra Guatemala slår an, smiler Morten.



EN EKTE HJEMMEBRENNER

Noen tar et steg videre. Nøyer seg ikke med langpanne, wok eller popcornmaskin. Innser at kaffebrenning krever mer innsats og litt bedre utstyr om resultatet skal bli bra. Vi tar en rask tur over grensa ved Ørje, holder stø kurs mot Årjäng og bikker sørover på smale landeveier langs Västra Silen. På det vesle stedet Risviken holder Roar Moheim hus med kona Johanna og barna. Han har tatt steget. Eller i hvert fall real sats.



Petter Smart -egenskapene kom til nytte når Roar måtte få kontroll på avkjølingen. Hjemmesnekret trekasse, kakeboks, industristøvsuger og en automatisk visp gjør susen.



– Jeg har drukket kaffe siden jeg var 15 år, sier Roar. For et par år siden kom jeg over en nettside som solgte råkaffe, og hadde lagt ut informasjon om hvordan man kunne brenne kaffe hjemme. Jeg bestilte et parti på 7-8 kilo og begynte å brenne i stekovnen. Fascinasjonen grep meg, jeg vaktet hvert sekund av prosessen og fikk en real oppvåkning da jeg ble klar over hvilke hemmeligheter som skjulte seg inni de grønne bønnene. At kaffe kunne smake så syrlig og søtt, nesten ikke bittert, og full av spennende aromaer!

KUNNSKAP ER NØKKELEN

Etter dette begynte ballen å rulle. Roar fikk tak i bøker, søkte på nettet etter informasjon, og bestilte mengder med kaffeutstyr. Fra denne stund har det bare vært hjemmebrent spesialkaffe i huset på Risviken. For kaffen skal være av ypperste kvalitet.

– Jeg har blitt kresen, sier Roar. Jeg går nøye gjennom bønnene før brenningen og luker

ut eventuelle defekter. Det skal ikke mange feil til før det blir usmak på kaffen.

Roar har tatt det første steget mot en mer profesjonell tilnærming. Fascinasjonen for selve brenningen er ikke er nok, det er resultatet i koppen er det som teller. Da kreves både kunnskap og presisjon.

Ikke bare har Roar lest masse, han har deltatt på kaffekurs og tatt Coffee Sommelier-utdanningen til Beverage Academy. Han har også gått hjemmebrennerkurs hos Kaffa i Oslo. Resten har han tilegnet seg gjennom bøker, internett og ikke minst gjennom kontakt med brennerier.

– Jeg ønsker meg SCAE-sertifisering både i brygging, sensoriske ferdigheter, grønn kaffe og kaffebrenning, men det er ikke mye som tilbys i Norge og Sverige. Jeg må vel til London.

PRØVING OG FEILING

Det er en stadig utforskning og mye prøving

og feiling. Roar har flere brennere. Han startet med en Röstmeister, men nå for tiden brennes det på en Gene Café CBR 101. Dette er en av flere produsenter som satser på hjemmemarkedet. Utstyret kan kjøpes på nett og koster mellom 4 og 5000 kr.

– Jeg får bedre kontroll på brenneprosessen nå, sier Roar mens han rigger seg til på kjøkkenbenken. Tid og temperatur går bra, men det er verre med luftstrømmen.

Roar har gått til anskaffelse av en 1 kilos brenner, en Toper Cafemino. Strøm er imidlertid dyrt i Sverige, så inntil videre er denne flyttet til Norge. – Så blir det noen turer hjem til mor i Trøgstad, smiler Roar.

Innenfor det ene barnerommet er Roar innvilget et lite kafferom med diverse utstyr og en diger sekk med kaffe. Vanligvis kjøper han mindre kvanta, men nå har han være inne hos Collaborative Coffee Source i Oslo og hentet en sekk med fineste kaffe fra Yirgacheffe i Etiopia.



SÅ SKAL DET BRENNES

Kona er på jobb, ungene er ute og leker og Roar har huset for seg selv. På kjøkkenbenken står den vesle brenneren klar. I tillegg stoppeklokke og litt annet småtteri. Men det som vekker nysgjerrigheten er en hjemmesnekret trekasse med en kakeboks koblet til en industristøvsuger. Oppi kakeboksen er det montert en automatisk visp av typen man bruker når man ikke orker å røre i sausen.

– Jeg måtte løse problemet med nedkjøling forklarer Roar. I tillegg blir det ganske mye røyk og bøss fra chaffet (sølv huden) som løsner under brenningen.

– Det første jeg gjør er å forvarme brennekammeret til ca. 200 grader og holder den der i 6 minutter. Deretter bruker jeg nødstoppen for å kunne tilsette råkaffen. Jeg ønsker en mest mulig jevn brenning, ikke at bønnene bare blir brent i det ytterste laget.

Gene Café-brenneren sier ikke noe om bønnetemperatur, bare temperaturen i kammeret. Roar logger temperaturen hvert minutt og følger nøye med. Han justerer temperaturen til 200 grader for at temperaturen ikke skal stige for fort.

Etter 6 minutter har bønnene begynt å få en gulaktig farge. Det lukter litt som popcorn på dette stadiet. Å bruke syn og luktesans er viktig. Roar justerer temperaturen gradvis opp til 245 grader, og senker den igjen med 10-15 grader 15-30 sekunder inn i første crack. Første crack kommer ved 10-12 minutter. Nå blir det større røykutvikling og det frigjøres mye karbondioksid.

Smakene begynner å utvikle seg. Først hører man mellom en til tre crack, så går det en liten stund før det begynner å poppe som popcorn. Roar noterer når første crack begynner, og Innen to minutter avsluttes brenningen.

– Produsenten av Gene Café sier at brenneren tar max 250 gram råkaffe, men jeg legger meg på 225 gram, sier Roar. Det er lettere å regulere temperaturen med noe mindre mengde. Jeg loggfører alle data, som vekt før og etter brenning, prosenttap, temperaturregulering under brenning, forvarming, brenningsgrad, når første crack kommer, total tid og når jeg avslutter brenningen. Jeg prøver å holde konstant samme mengde hver gang jeg brenner.

AVKJØLING

Roar innså etter hvert at brenneren brukte alt for lang tid på avkjølingen, rundt 8-10 min. Avkjølingen er viktig for å kunne avbryte brenningen så fort som mulig. Går avkjølingen for sakte, risikere vi at kaffebønnene fortsetter brenneprosessen og blir overbrent. Han forsøkte å redusere tiden ved å sette opp en vifte og kom da ned på 6-8 min. Han ble heller ikke fornøyd med dette, og i dag bruker han «nødstoppknappen».

– Nå stopper jeg brenneprosessen umiddelbart ved å ta ut brennekammeret og tømme bønnene i en sil eller langpanne. Deretter bruker jeg min hjemmesnekrede avkjølingsløsning. Da reduseres avkjølingen ned til 2-3 min.

SMAKEN ER VIKTIGST

Til slutt pakker Roar kaffen i ventilposer og lar den ligge i 3-4 dager. Deretter skal det cuppes for å teste resultatet. Har han ikke fått fram det han vil ha, må han gå tilbake og se på loggen for å se hva som eventuelt kan justeres. Kanskje justere tiden etter første crack. Eller forvarme kammeret med høyere eller lavere temperatur.

– Det er moro med tekniske greier men det er sluttproduktet som teller. Har jeg oppnådd målet med den kaffen jeg har brent? Det er utallige teorier om hvordan en skal få ut det beste av bønnene. Nå føler jeg at jeg har kommet fram til noe som gir godt resultat smaksmessig, sier Roar og finner fram vannkoker og bryggeutstyr.

Roar har forstått hvor viktig det er å smake mye kaffe, eller cuppe som det heter på kaffespråket.

– Her hjemme er vi flere som er involvert i kaffesmaking. Vi forsøker etter beste evne å identifisere smak og aroma og vurderer både tekstur, syrenivå og friskhet.

Personlig foretrekker Roar lysbrent kaffe, og er særlig glad i kaffe fra Kenya og Etiopia med syre og sødme.

– Cupping er essensielt og grunnleggende. Cupping forteller oss om vi har oppnådd det vi ønsker for den kaffen vi har brent. Stort sett foregår det hjemme, men jeg har også cuppet hos brennerier, sier Roar.

UTVANDRET NORDMANN

Det sprer seg fort at det er god kaffe å få tak i på Risviken og selv om Roar ikke driver kommersielt skal både venner og bekjente ha kaffe. Den kaffefrelste agronomen og sykepleieren flyttet til Sverige for sju år siden og ute på tunet leker to smårollinger. Her er det grisgrendt, men slående vakkert. Ungaene må klare seg med hverandre. Sjøen blinker nedenfor og den vesle grenda kunne vært klippet rett ut av Emil i Lønneberg. I den store vinterhagen står 400 pelargoniaer og venter på våren.

– Johanna er hekta på pelargoniaer og jeg på kaffe. Sånn sett går det opp i opp. Det

er klart at i begynnelsen, med langpanne i stekovnen og mye røyk og bøss var det greit å ha en tålmodig kone.

PLANENE VIDERE

Roar demonstrerer kunnskaper langt over det man kan forvente av en hobbybrenner. Hva blir så neste steg?

– I Årjäng og omegn er det per i dag ikke noe miljø rundt spesialkaffe, men det vil det bli endring på framover, sier Roar.

Drømmen er å etablere både mikrobrenneri og kaffebar. Lidenskapen for kaffe har gått så langt at Roar vil gjøre det til sitt levebrød.

– Jeg ønsker også at andre skal få oppleve den oppvåkningen som jeg fikk. Vi lever i en tid der folk er mer og mer opptatt av hva de får servert eller kjøper i butikken. Kaffe er i den sammenheng sterkt undervurdert, noe som stadig fler innser. Kaffe er ikke bare kaffe. Det er så mye mer enn det. Kaffe har et utrolig stort spekter av smaker og aromer. Hver gang jeg har introdusert spesialkaffe for venner og kjente, blir de alltid like forundret og overrasket over at kaffe kan smake sånn, så syrlig, så søt, så rund og god. Det er klart jeg skal jobbe med spesialkaffe. Tenk på alle der ute som går glipp av de fantastiske opplevelsene som den beste kaffen gir.



NORGE GIR VERDEN SPESIALKAFFE

De reiser verden rundt for å finne den perfekte kaffebønnen og selge den videre til kresne kaffebrennerier. To norske firmaer skaffer verden den aller mest eksklusive kaffen.

Det heter «sourcing», og staben er internasjonal og arbeider på engelsk. Bjørnar Hafslund tenker seg om. – Nei, det finnes nok ikke noe godt, norsk navn, innrømmer Hafslund, som er en av de to gründerne bak Collaborative Coffee Source (CCS). Til tross for språket: Det er i Oslo det skjer. Her kjøpes de grønne bønnene inn fra hele den kaffeproduserende verden og selges videre til brenneriene i hele den kaffedrikkende verden. – Vi i Norge var tidlig ute. Så kom resten av Europa etter, sier Morten Wennersgaard. Han står bak Nordic Approach. «Hvordan Norge endrer måten vi drikker kaffe på», skriver CNN etter å ha møtt Tim Wendelboe. «Norges Odd-Steinar Tøllefsen» brygger verdens beste kopp kaffe», forteller gourmetnettstedet Eater. Det er ikke nytt at Norge er i verdenstoppen på å brenne og brygge kaffe. Men norske firmaer skaffer verden den gode spesialkaffen, også.

KOBLERE

– Vi ønsker å koble produsent og brenneri. Det er mye snakk om direkte

handel, men det må alltid være noen mellomledd, sier Bjørnar Hafslund. – Men vi ønsker at brenneren som kjøper kaffe av oss, skal ha et forhold til produsenten og føle et eierskap. Derfor står det «Cresencio» på kaffeposene fra Populus Coffee i Berlin, for eksempel, når det er Cresencio Izaguirre i Honduras som har dyrket kaffen og CCS som har skaffet den. Slikt lar seg ikke gjøre med kaffe fra alle land: – Det er hvert enkelt land som bestemmer hvordan vi handler. De har ulike tradisjoner og ulike måter å plukke, produsere og prosessere på, forteller Bjørnar Hafslund. Collaborative Coffee Source konsentrerer seg om Brasil, Colombia, Panama, Costa Rica, Honduras, Guatemala, Burundi, Kenya og Etiopia.

LANGSIKTIG FORHOLD

Kaffeinnkjøperne møter nye leverandører på mange forskjellige måter. Noen presenteres av partnere som de allerede har tillit til. Andre dukker opp på messer. Cup of Excellence-konkurransen er et godt sted å møte nye, gode leverandører. – Det er én ting å møte noen nye, smake

kaffen deres og finne ut at den er fantastisk. Det er likevel ikke gitt at vi går videre med dem. Vi må se potensialet i et langsiktig forhold. At kaffen er god ett år, kan være et lykketreff. Vi trenger å forsikre oss om at de har de riktige verdiene. Det dreier seg alltid om å bygge opp langsiktige forhold, sier Hafslund. Uansett hvordan produksjonen og salget i produsentlandet er organisert, har CCS alltid kontakt med en eksportør. Sourcerne vet at dyrkeren får de pengene han skal, men den som skal eksportere kaffen, må ha den riktige lisensen.

ÅPNE

Prisene fastsettes noen steder på auksjon, noen steder i forhandlinger. I noen land er det eksportøren som forhandler. I andre er eksportøren bare en formidler og bøndene er med i forhandlingene selv. – Leveringskjeden er komplisert, konstaterer Morten Wennersgaard i Nordic Approach. – Problemet tidligere var at det ikke var så mye transparens. Forbrukeren og kanskje til og med brenneren sto her og skjønnte ikke hva



Bjørnar Hafslund deler tiden mellom sourcing og brenning – mellom Kaffa og Collaborative Coffee Source.



Samling om cupping – hos Nordic Approach smakes det på kaffe i fellesskap rundt bordet.

disse mellomleddene gjorde. De er nødvendige i mange tilfeller, men da må det være synlig hva de gjør, mener han.

– Vi legger ikke skjul på hva vi gjør med hvem. Vi har en åpen bok-policy mot kundene våre. Hvis de lurar på hva produsenten fikk, hva som går til transport eller hvor mye en mellommann i Colombia har fått betalt, så får de vite det. Vi var åpne fra dag én, fastslår Wennersgaard.

– Den gangen sa man ikke hvor kaffen kom fra, selv ikke om spesialkaffe.

BRENNERISTART

– Ikke alle brennerier er åpne med hvordan de handler, istemmer Bjørnar Hafslund. Collaborative Coffee Source og Hafslund selv begynte med Kaffa og har fremdeles lokaler sammen med brenneriet. – Kaffa er for eksempel tydelige på at det er CCS som handler, sier han.

Også i Nordic Approach har eierne bakgrunn fra brennerier for spesialkaffe.

– Vi begynte tidlig å gå ut og hente råvarer selv. Vi jobbet i produsentland allerede på begynnelsen av 2000-tallet. Det var ikke så vanlig den gang. Så skjønte vi jo at det var større etter-spørsel i markedet etter veldig bra kvalitetskaffe enn det de eksisterende importørene klarte å levere, sier Morten Wennersgaard.

– BLIR IKKE OVERFLØDIGE

Er det ikke en fare for at sourcerne blir overflødige – at kundene deres hopper over mellomleddet og går rett til eksportøren? Morten Wennersgaard tror ikke det:

– Til en viss grad er det vel en fare, men vi jobber i land med kompliserte strukturer. Det å kjenne kilden er ikke nok til å kunne overta og gjøre det selv, sier han.

Dessuten ønsker i veldig mange tilfeller ikke produsentene og leverandørene deres å jobbe slik. Forhold over tid betyr mer enn om noen skulle komme og tilby

noen dollar mer for et lite volum. En farm har ikke bare ett produkt. Den har vanligvis et bredt utvalg, fra de svært gode til det som holder lavere kvalitet.

– Når jeg jobber i langsiktige relasjoner til produsentene mine, får jeg prioritet. Så er det ikke alltid lett å se hva som er best på et sted man er en gang eller to. Men vi kjenner til de forskjellige kaffemakerne, vet hvor de plukker, vet at det som er tørket sånn, er bedre enn det som er tørket sånn. Dermed er vi ofte bedre kvalifisert for å ta gode valg enn det en som dropper forbi tilfeldig klarer, sier han.

MÅ GI VERDI

Samtidig må sourcerne tilføre en verdi. Gjør de ikke det, er ikke jobben bærekraftig. Hva slags verdi tilfører de så, egentlig? Wennersgaard forklarer:

– Ofte hjelper vi dem å utvikle produktet. De kjenner ikke sluttmarkedet som

COLLABORATIVE COFFEE SOURCE

Grunnlagt av: Robert William Thoresen og Bjørnar Hafslund.

Daglig leder: Robert William Thoresen.

Eiere: Arabica (som også eier Kaffa; eies av Robert William Thoresen) og Osito (eies av Bjørnar Hafslund).

Utvikling: Kraftig vekst.



Daglig leder Erik Rosendahl hos Kaffa bruker en app på mobilen til å måle konsentrasjon i kaffen – Bjørnar Hafslund og Melanie Leeson er både kolleger og leverandører.

vi gjør det. Vi reiser rundt i verden og ser forskjellige foredlingsmetoder og kan kanskje tilføre nye ideer som gjør at de kan forbedre produktet sitt. Den relasjonen er verdt mye for dem, også. I tillegg garanterer sourceren kvaliteten helt frem til kunden. – Hvis kunden er der og kjøper på egenhånd, er det veldig mye som kan skje fra farmen og frem til kaffen er i Norge, sier han.

SELGER TIL STADIG FLERE

Collaborative Coffee Source og Nordic Approach har ikke noe imot å snakke pent om hverandre. Konkurransen er åpen og vennlig, og samtidig har de en felles interesse i å bygge opp markedet. Nå utvider begge med kunder i stadig flere land. CCS selger i Europa, har åpnet kontor med tre ansatte i USA og ser nå for seg storinnrykk i Asia; først og fremst Japan, Kina og Taiwan. – Kina er en fantastisk mulighet, sier Bjørnar Hafslund. Han har ikke opplevd politiske

problemer med å handle med Kina. Russland har vært mer komplisert, ikke minst når rubelen svekkes samtidig som kaffe alltid handles i dollar. Men CCS har klart å selge dit, også.

Nordic Approach er inne i en lignende utvikling. De største markedene ligger i Europa. Storbritannia og Skandinavia er aller størst. – Vi selger til omtrent alle landene i Europa hvor det finnes en spesialkaffekultur. Så begynner vi i USA så smått, og vi selger en god del til Asia og Australia. Singapore, Indonesia, Malaysia, Japan, Taiwan, og så kommer Kina nå sakte, men sikkert, sier Morten Wennersgaard.

VERDENSKJENTE OSLO

Hvorfor gjør norske firmaer det såpass godt på et marked der både leverandørene og kundene er spredt over hele verden? De to ser at mye er personlig.

– Det er ikke mangel på kaffe i Europa, og det er veldig mange flinke, tradisjo-

GOD KAFFE, LITE KUNNSKAP

Melanie Leeson var første ansatte i CCS. Den kanadiske baristaen studerte utvikling og skrev masteroppgave med Burundi som eksempel.

– Jeg ville lære hvordan spesialkaffe påvirker levebrødet til bøndene. Burundi er et fattig land som dyrker veldig god kaffe, konstaterer hun. I et land der dyrkerne kan lite om markedet, er det viktig å ta vare på bøndene og bidra til at de lærer mer om hva som foregår i hele verdikjeden.

– Det er veldig store forskjeller mellom land som Honduras og Colombia på den ene siden og Burundi på den andre i hvor mye kaffebøndene vet og hvor stor innflytelse de har. I Burundi vet de hvordan de skal stelle plantene og plukke bær, men de føler seg maktesløse og mangler kunnskap om næringen, sier Melanie Leeson.



NORDIC APPROACH

Grunnlagt av: Morten Wennersgaard.

Daglig leder: Andreas Hertzberg.

Eiere: Morten Wennersgaard, Solberg & Hansen (som eies av Joh Johansson Kaffe), Tim Wendelboe.

Utvikling: Kraftig vekst.

MER ENN BARE EN JOBB

Han er matteknolog og smaksmann. Da han oppdaget nyansene og smaksvariasjonene i kaffe, var han solgt. Nå kjøper Morten Wennersgaard kaffe på heltid.

– Jeg er ikke gründer for enhver pris. Det er heller at jeg er opptatt av å gjøre noe som er mer enn «bare» en jobb, sier Morten Wennersgaard.

Gründeren bak Nordic Approach har en erfaring og nyter en respekt som få i kaffemiljøet kan matche. Men det begynte med fast føde.

MATMANN

– I utgangspunktet var jeg matmann. Jeg har kokkeutdannelse fra tidlig på 1990-tallet. Så studerte jeg matteknologi. Da hadde jeg jobbet i restaurant og på kafeer en stund, og «kaffegreia» hadde begynt allerede, sier han. Etter bachelorgraden i 2000 gikk han tilbake til restaurant noen år som medeier og driver. Men et par år senere bestemte han seg for at dette var han ferdig med. Det var kaffe han ville arbeide med, så han kontaktet Solberg & Hansen.

– I jobbene med mat og til dels vin hadde jeg jobbet med smak. Da kaffe begynte å ta av, så jeg at her var det langt flere nyanser og mye større variasjoner enn det jeg trodde. Så begynte jeg å spørre etter informasjon. Det var veldig lite i markedet om produktene og hvordan de smakte. Jeg kom fra mat og vin, der det var ganske mye bakgrunns-

informasjon, men det var ingen som kunne svare konkret på hvorfor kaffe smakte forskjellig, sier Morten Wennersgaard.

100 PROSENT INNKJØP

Han var produktsjef hos Solberg & Hansen i ni år.

– Jeg styrte innkjøpet, men jeg jobbet veldig mye også med brenning, produksjon, pakkemaskiner – gud ved hva jeg ikke holdt på med. I starten var det spennende særlig med brenning, men etter hvert som jeg reiste og fikk større innsikt i produksjonen i produsentland, kjente jeg at det er der jeg har drivet mitt. Det er dette jeg virkelig synes det er gøy å drive med, forteller han. Dermed bestemte han seg for å starte opp Nordic Approach. Det gjorde han i full forståelse med arbeidsgiveren. – Jeg var i veldig god dialog med Solberg & Hansen og direktør Andreas Hertzberg, som også har vært involvert i oppstarten. Jeg så at jeg ville drive 100 prosent med innkjøp. Det var ikke mulig med de varene jeg jobbet med hos dem, derfor var det naturlig å starte fra scratch og utvikle min egen portefølje, forklarer Wennersgaard.

HENTET GAMLESJEFEN

Solberg-eier Norgesgruppen støttet opp

og Solberg & Hansen sitter med 34 prosent av aksjene i Nordic Approach. – Støtten var essensiell for at jeg skulle klare å starte dette, ifølge gründeren.

Nå har han sikret seg gamlesjefen, også. Fra nyttår er Andreas Hertzberg daglig leder i Nordic Approach.

– Han har vært styreformann hele veien, som representant for Solberg & Hansen, men også som venn og kaffeperson. Nå har han tatt over rollen som daglig leder så jeg kan fokusere på produktet. Når man kommer til en viss størrelse, er det ikke managementet som er min sterkeste side, innrømmer Morten Wennersgaard. Med en sjef som han kjenner godt, er det lett å dra opp grensene.

Om han får rett i spådommene, kan det saktens trenge å rigge seg for vekst. – Det er de neste 20 årene det virkelig kommer til å skje i kaffe. Særlig i produsentland. Nå har dette vært veldig konsumentdrevet, og vi har gått ut for å finne det som er tilgjengelig for å møte nivået som kreves. Men nå har du produsenter og eksportører i veldig mange produsentland som jobber aktivt med nyskaping og produktutvikling, sier Morten Wennersgaard.

KAFFEN SMAKER BEDRE
MED RENT UTSTYR.



Anbefales av norske kaffeprodusenter.



www.cleandrop.no

GLAD FOR NYE TRENDER

– Alle spesialforretningene, brenneriene, kaffebarene og trendene som vokser frem, er bra for oss også, fastslår Tore Flåten i Joh. Johansson Kaffe.

Den største forskjellen på de store kaffe-merkene og de små spesialproduktene er ikke bare volumet – det meste må skje på en helt annen måte hos de store brenneriene.

– Med det kvantumet som det går av for eksempel Evergood, er den største utfordringen at vi skal lage en kaffe som smaker likt hele året gjennom, konstaterer seniorrådgiver, kaffesmaker og innkjøper Tore Flåten.

MEST FRA COLOMBIA

Dette krever et nært samarbeid med leverandører som kjenner våre kvalitetskrav. – Leverandørene vi benytter, har vi stort sett kjent i mange år. Vi besøker dem jevnlig og cupper kaffe sammen med dem slik at vi blir omforent om den kvaliteten vi skal ha, sier Flåten. Hver uke kommer det inn 750 containere til Joh Johansson Kaffe på Filipstad

i Oslo. Det betyr 14.000 tonn i året.

– Mens de små importørene kan få én container av en spesialkaffe i løpet av et år, bruker vi kanskje fire hver dag. Det gjør det selvfølgelig ganske krevende og utfordrende å sørge for at vi får den kvaliteten som vi må ha til enhver tid, konstaterer han.

Joh Johansson kjøper mest kaffe fra Colombia. FNC er den største av fire-fem faste leverandører. Kaffe fra Brasil brukes mye, spesielt i Ali-kaffen. Så kjøpes det fra Mellom-Amerika, med Costa Rica og Guatemala.

KONKURRANSE OG SAMARBEID

– Så har vi Kenya som «krydderet». Der konkurrerer vi med spesialkaffe-kjøpere om det som selges på auksjon hver uke, og når det gjelder Kenya kaffe, kjøper vi en toppkvalitet som ellers stort sett går til små spesialbrennerier, forteller

Tore Flåten.

Det meste av Joh. Johannsons kaffe brennes i Norge, men Coffee of the World-serien brennes i Sverige etter Joh Johannsons kvalitetskrav. Skulle alt vært brent på samme sted, ville de små mengdene i den serien virket forstyrrende inn på produksjonen av de store volumene.

– Vi er veldig fornøyd med det som er skjedd i kaffebransjen de senere årene. Vi er svært opptatt av kvalitet og at kaffe ikke bare er kaffe. Spesialforretningene, brenneriene og kaffebarene er positivt for hele bransjen og bidrar til å heve den generelle interessen for kaffe. Joh. Johansson Kaffe er jo med gjennom Solberg & Hansen og gjennom at Norgesgruppen har eierinteresser i både Kaffebrenneriet og Stockfleths, peker Tore Flåten på.

KENYA: OPPGANG FOR SMÅSKALAPRODUSENTER

Å knytte kvalitetskaffe fra bestemte gårder og deres eiere har blitt normen for spesialkaffe.

Smakspoeng, langvarig samarbeid og åpenhet vektlegges. Dette gir gode utsikter for både småbrukere og kaffe-brennere, ettersom alt peker i retning av et marked i utvikling; et som er på vei bort fra spekulativ prisfastsettelse, og som nå satser på samarbeid mellom spesifikke personer som handler kaffe med hverandre.

Kenya har vært et annerledesland i forhold til andre kaffeland når det gjelder spesialkaffe, ettersom mange av de beste kvalitetslottene har vært solgt på sentraliserte auksjoner. Kaffen kommer fra kooperativer som hver kan ha opptil 2000 medlemmer. Men i motsetning til andre land, er kaffekooperative i Kenya svært veldrevne organisasjoner. Mange av dem oppnår faktisk det som kooperativer i andre land ikke greier: De yter tjenester og sprer informasjon som hjelper kaffedyrkerne til å dyrke fantastisk kaffe, noe

som i neste omgang tiltrekker seg kjøpere som er villige til å betale gode priser. Faktisk lykkes kaffekooperative i Kenya så godt at de leverer noen av lottene med høyest kvalitet i verden: AA- og AB-lotter som er produsert av Kenyanske kooperative anlegg er konsekvent blant de dyreste kaffepartiene som omsettes i verden. For å forstå hvorfor og hvordan kooperative fikk denne sterke posisjonen skal vi ta et tilbakeblikk på hvordan kaffehandelen fra Kenya startet.

EN KORT HISTORIE OM KAFFEAUKSJONENE I KENYA

Til å begynne med (før den store depresjonen), ble kaffe solgt av forretningsmenn i London som ofte ikke betalte dyrkerne før seks måneder etter at kaffen var sendt. Dermed ble kaffedyrkerne avhengige av banker som kunne finansiere dem mens de ventet på betaling så vel som betale for frakten

av kaffen. Noe annet som også reduserte inntektene var at kaffen til å begynne med sendt til tørrmøller i London i stedet for i Kenya.

I 1926 ble Coffee Planters' Union etablert med målsetning om å hjelpe produsentene både med å dyrke bedre kaffe og tjene mer penger. Trettiårene var en periode med store og raske endringer i den Kenyanske kaffeindustrien, der forskjellige grupperinger forsøkte ulike typer kooperativer og markedsførings-systemer, med resultatet at Planters' Union ble splittet i flere mindre kooperative organisasjoner. Thika Planters' Cooperative Union ble den største og dominerende av disse grupperingene, som etter hvert ble erstattet av Coffee Board of Kenya (KPCU), etter politisk lobbyvirksomhet av dyrkere og eksportører.





Sortering for håns hos Kofinaf

Så langt hadde de forskjellige dyrkerorganisasjonene og senere Coffee Board of Kenya fokusert på å få kontroll over foredlingen av kaffe. Det som ikke var inkludert i denne utviklingen, var å få full kontroll over markedsføringen av kaffe fra Kenya. Auksjonssystemet kom derfor i stand etter påtrykk fra kaffedyrkere som ønsket kontroll over markedsføringen av kaffen sin.

Den første auksjonen ble avholdt i 1931, men rokket ikke ved stillingen til forretningsmennene i London. Andre auksjoner fulgte med skiftende suksess frem til 1937, da Nairobi Coffee Exchange (Kaffe-børsen i Nairobi) ble åpnet med omfattende støtte. Dessuten ble en landsomfattende standard for gradering av kaffe utviklet i 1938. Dette ble styrt av KPCU.

FRAMVEKSTEN AV SMÅSKALAPRODUSENTER
Eierrettighetene til jord vil alltid avgjøre hvordan strukturen på kaffesektoren i et land ser ut. Med bakgrunn i Kenyas

historie som koloni, ble den første kaffeproduksjonen tatt hånd om og styrt av jordeiere fra kolonitiden. I 1946 begynte regjeringen (som fortsatt var en del av kolonistyret) å endre reglene for hvem som kunne få tillatelse til å dyrke hvor, og oppmuntret innfødte kenyanere til å dyrke avlinger som kunne selges, inkludert kaffe.

I 1954 fikk en lokal stammeleder kaffe frø fra en venn i Europa og plantet disse på gården sin. I starten ble han straffeforfulgt, men den voksende uavhengighetsbevegelsen («Mau-Mau-opprøret») hjalp stammelederen med å få saken henlagt. Etter at opprøret var over, fjernet jordbruksdirektøren restriksjonene som tidligere bare hadde latt store plantaser dyrke kaffe. Småbrukerrevolusjonen var i gang.

I dag er kaffe fra Kenya delt i to: plantaser, som omfatter ± 3 300 produsenter med et areal på ± 40 000 hektar (ha) kaffe. Innen denne sektoren er det om lag 3 000 små såkalte estates (< 50 ha)

og 300 store estates (> 50 ha). Dette utgjør omtrent 25 prosent av kaffeområdene i Kenya. De resterende 75 prosentene består av den kooperative sektoren, med 270 kooperativer og en medlemsmasse på i alt 700 000 småbrukere som dyrker 120 000 hektar med kaffe.

Småbrukerkooperativene begynte å bygge anlegg for vasking og foredling av kaffe i 1960-årene, slik at de kunne foredle kaffebønnene slik de store plantasjene gjorde. I dag betjener disse anleggene opp mot 2 000 medlemmer hver. Småskalaprodusenter kontrollerer alt i alt 58 prosent av kaffeproduksjonen i Kenya. Ikke bare dyrker de den største delen av kaffen, men de er også kjent for å produsere den høyeste kvaliteten på kaffe som kommer fra Kenya.

NYE TIDER: FREMVEKSTEN AV SMÅSKALAPRODUSENTER
Med tanke på Kenyas kaffehistorie, er det ikke overraskende at kooperativene er blitt ledende i salg av kenyansk spesialkaffe. Kjøpere av spesialkaffe er vant til å

samarbeide med kooperativer og markedsføre kaffe fra Kenya på denne måten. Alle kooperativer driver imidlertid ikke like godt, og det har ofte vist seg frustrerende for en kjøper å tilpasse seg bestemte kooperativer og/eller fabrikker på grunn av forhold som korrupsjon, dårlig ledelse og varierende kvalitet.

På grunn av dette, og utfordringer i forhold til eksempelvis sporbarhet, har flere begynt å utvikle samarbeid med både enkeltprodusenter og grupper av småskalaprodusenter som har begynt å danne mikrokooperativer. På samme måte som med opprinnelsesland med velutviklet markedsføring på gårdsnivå, er denne typen partnerskap fristende fordi det kan gi økt kvalitet og større potensial for samarbeid enn det som er mulig med store gruppeorganisasjoner.

På rundtur i Kirinyaga tidlig i november hadde KAFFA et møte med det nyetablerte mikrokooperativet «Slopes of 8». Som navnet antyder, er dette kooperativet dannet av åtte gårder som har slått seg

sammen for å markedsføre sin kaffe med tanke på å etablere et langvarig samarbeid med kjøpere. Dette prosjektet har tiltrukket seg så stor interesse fra omkringliggende gårder, at lederen av Slopes of 8, Joseph Karaba, gir råd til andre om hvordan de skal starte sine egne mikrokooperativer. KAFFA har allerede hatt stor suksess med samarbeid med én liten gårdeier, som ble etablert for to sesonger siden: John Njoroge, som eier gårdene Kiambu og Kiriani, og som har produsert glimrende kaffe for dem i to sesonger på rad. Årets avling vil bli deres tredje sesong med samarbeid med ham, og de ble svært fornøyde da de så at han hadde investert i nye flotte og solide tørkeanlegg med skygge, selv om tørken som skyldes El Niño / La Niña tidligere i år ga ham et skuffende kaffevolum denne sesongen.

Uheldigvis for dyrkere over hele Kenya vil innneværende sesongs avlinger gi mindre volum, noe som ofte resulterer i høyere smaksvurdering av kaffen.



MELANIE LEESON var første ansatte i Collaborative Coffee Source (CCS). Melanie begynte sin karriere i spesialkaffe som barista i Edmonton, Canada mens hun studerte psykologi.

Den opprinnelige interesse for kaffe dreide seg om kaffeprodusentenes økonomiske og sosiale forhold, men jobben som barista førte også til stor interesse og beundring for kaffebrygging som fag.

Melanie ønsket å jobbe med handel av spesialkaffe og flyttet til Norge hvor hun fullførte en mastergrad med Burundi som tema ved Senter for Utvikling og Miljø ved Universitetet i Oslo.

Ved utgangen av 2011 møtte Melanie Robert Thoresen og Bjørnar Hafslund i Kaffa og mindre enn en måned senere lanserte de Collaborative Coffee Source. Melanie ble CCS' første medarbeider, som først bisto med kommunikasjon og salg. Etter å ha fullført sine master våren 2013, ble Melanie en «everywoman» i CCS med hovedansvar for markeds- og utviklingsaktivitetene.

GRATIS KOPP HINDRER SØPPEL

Tilby gjenbrukskrus, gi miljøinformasjon og ta betalt for engangskoppen. Kombinasjonen er den beste løsningen for å holde engangskoppene borte fra søpla.

Britene kaster to og en halv milliard engangskopper hvert år. Nå har forskerne sett på hvordan søppelberget kan reduseres litt.

– Vi prøver ikke å demonisere engangs-begrene. Men vi trenger å se på hvordan vi kan redusere bruken der det er mulig, sier Wouter Poortinga. Han er professor ved universitetet i Cardiff i Wales og står bak rapporten og eksperimentene for å redusere «kaffesøppel», som han kaller det. Forskingen har han gjort på oppdrag fra den irske brenneren og kaffekjeden Bewley's.

GRATIS GJENBRUK

Poortinga prøvde ut forskjellige tiltak

på tolv kafeer inne på bedrifter og universiteter. Her fikk noen av kundene informasjon om hva det betyr for miljøet at så mange engangskopper kastes. Så fikk noen tilbud om å kjøpe gjenbrukskopper, mens andre ble tilbudt dem gratis. I noen av kaféene ble det lagt på en ekstra avgift på å kjøpe kaffe i engangskrus, mens andre ga rabatt til dem som brukte gjenbrukskopp. Der tiltakene ble testet alene, var det tilbud om gratis gjenbrukskopper som virket best. Det økte gjenbruken med 4,3 prosent. Avgift på engangskrusene økte gjenbruken med 3,4 prosent, og også miljøinformasjon og det å ha gjenbrukskopper tilgjengelig, virket

godt. Å selge kaffen billigere til den som hadde med seg krus, derimot, hadde ingen effekt.

– Folk er mye mer følsomme for tap enn for gevinst når de fatter beslutninger, så hvis vi virkelig vil endre kundeoppførselen, er det mye mer sannsynlig at en avgift på engangskopper vil virke, sier Poortinga.

KOMBINASJON BEST

Men først og fremst: Om du mener alvor, så må flere tiltakene kombineres. – Bruken av engangskrus kan økes med opptil 12,5 prosent hvis tiltakene kombineres, sier Wouter Poortinga. Han gleder seg over at undersøkelsen er møtt med

stor interesse i Storbritannia, men også i New Zealand og nå i Norge.

– Kaffebransjen har generelt vært positiv. Bransjen har også en interesse i å prøve å redusere avfallsmengden, understreker Wouter Poortinga.

NORSKE ARBEIDER MED SAKEN

Det bekrefter de norske kaffekjedene. Her har det vært testet ut forskjellige tiltak i forskjellige kjeder. Én utfordring har vært at nye, nedbrytbare materialer ikke alltid egner seg like godt. En annen at de som har med seg eget krus, gjerne kan få svart kaffe fra kanne i kruset, men det blir vanskeligere å lage andre drikker i et beger som betjeningen ikke er sikker

på størrelsen på.

– Men vi arbeider kontinuerlig for å få ned bruken av engangsmateriell i tilknytning til virksomheten vår – alt fra servietter til kaffekopper, understreker administrerende direktør Torodd Gøystdal i Espresso House Norge. – Som rapporten viser til, er det flere tiltak vi kan iverksette og allerede har iverksatt. Alle gjestene våre har over flere år fått tilbud om å kjøpe gjenbrukskopper til en meget rimelig pris til både varme og kalde drikker, sier han. – Disse produktene er plassert veldig synlig i området der gjesten tar kjøpsbeslutningen, slik at gjestene enkelt skal kunne velge mer miljøvennlig emballasje.



Cardiff-professor Wouter Poortinga har engasjert bransjen med forsøkene sine for å finne ut hva som virker for å få flere til å gjenbruke kaffekoppen.

SPENNENDE KOPPER

I tillegg forsøker Espresso House å arbeide aktivt med designen for å gjøre koppene mer spennende og attraktive. – I tillegg samarbeider vi med høykvalitetsleverandører av både termokopper og termos nettopp for å få frem mer trendy gjenbruksalternativ. Videre har vi i år endret emballasje på kalde drikker og gått fra engangsemballasje til glass på kalde limonader, iste og annet som nytes i huset, sier Torodd Gøystdal.

Norgesmesterskap 2017

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Helena Krekling



NM I KAFFEKUNST 2017

Odd-Steinar Tøllefsen kunne nok en gang løfte trofeet og juble over seier i Brewers Cup. Verdensmesteren fra 2015 gir seg ikke og er historisk med sin fjerde NM-tittel på rad. NM i Kaffekunst 2017 ble arrangert på SMAK-messen og her fikk hele bransjen mulighet til å overvære kaffekunst på høyt nivå.

Rory Lee Rosenberg fra Stockfleths vant finalen i klassisk barista og tok med dette steget opp etter fjorårets andreplass. Ingrid Aas fra Kaffebrenneriet vant den spennende finalen i Cup Tasting, mens Sara Mahmood fra Dromedar i Trondheim ble Norgesmester i Latte Art. Coffee in Good Spirits ble vunnet av Preben Oosterhof fra Dromedar.

Specialty Coffee Association Norway står bak konkurransen, og nasjonal koordinator Marit Lynes fra Norsk Kaffeinformasjon var strålende fornøyd med mesterskapet. Masse folk, god stemning og dyktige utøvere bidro til et flott arrangement. Nå er det bare å ønske vinnerne lykke til under til VM. Rory skal representere Norge i Seoul i Sør Korea i november, mens de andre skal konkurrere i Budapest i juni.

RESULTATER

CLASSIC BARISTA

- 1 Rory Lee Rosenberg
- 2 Tore Øverleir
- 3 Adrian Berg

BREWERS CUP

- 1 Odd-Steinar Tøllefsen
- 2 Øystein Berntsen
- 3 Tore Øverleir

CUP TASTING

- 1 Ingrid Aas
- 2 Simo Kristidhi
- 3 Storm X C Lunde

LATTE ART

- 1 Sarah Mahmood
- 2 Anton Söderman
- 3 Muna Mahmood

COFFEE IN GOOD SPIRITS

- 1 Preben Oosterhof
- 2 Idar Ellingsen



Rory Lee Rosenberg
i klassisk barista



Ingrid Aas fra Kaffebrenneriet
vant Cup Tasting



Sarah Mahmood
vant finalen i Latte Art

NM-vinnerne fra venstre: Odd-Steinar Tøllefsen, Ingrid Aas, Sarah Mahmood, Preben Oosterhof og Rory Lee Rosenberg



Norgesmesterskap 2017

Tekst: Bjørn Grydeland

Foto: Bjørn Grydeland, Kristian Helgesen og Solberg & Hansen



Simo er også en erfaren cupper og tok andreplassen i årets NM i Cup Tasting



Ola Brattås står bak VM i Kokekaffe og serverer Simo Kristidhi en kopp. Ola Brattås jobber nå som brenneri- og importsjef i Kaffebrenneriet og har utviklet kaffekjelen Tias på si.

NM I KAFFEBRENNING 2017

Det ble kaffe tre dager til ende på Hjelseng gård i Stjørdal 19. – 21. mai. Åtte kaffebrennere kjempet om NM-tittelen og Simo Kristidhi fra Solberg & Hansen skal representere Norge i VM i Kina i november.

Rammene om dette mesterskapet var de aller beste. Langøra Kaffebrenneri var vertskap og hadde leid hovedhuset på gården med alle fasiliteter, innredet og satt i stand med antikviteter og bruks-gjenstander fra gårdens lange historie. Det var foredrag, workshops, cupping og ikke minst ølsmaking rett over tunet hvor Stjørdalsbryggeriet holder til.

SIMO KRISTIDHI BLE NORGESMESTER

Den rutinerte brennemesteren fra Solberg & Hansen vant prøve-VM i Wien i 2012 og har etter det bidratt sterkt til gjennomføringen av NM-konkurransene her hjemme. Nå skal Simo på nytt møte verdens beste kaffebrennere under VM i Guangzhou i Kina i desember.

– Jeg har stor kjærlighet til faget og har fått jobbe med de aller beste siden jeg begynte hos Solberg & Hansen for 14 år siden, sier Simo. Og det er ikke få kaffe-personligheter dette kaffebrenneriet på Ryen i Oslo har huset gjennom årene.

Noen samtaler med tidligere kollega og World Coffee Roasting Champion fra 2015, Audun Sørbotten, kan vi nok regne med utover høsten. Lene Klovning fra Kaffa tok en meget sterk andreplass, og vår aller første Norgesmester, Janove Thorbjørnsen, kom på tredjeplass.

VM I KOKEKAFFE

Søndag var det hundrevis av mennesker på tunet som koste seg med mat og

godsaker fra lokale produsenter. Med VM i Kokekaffe som dagens høydepunkt, møtte lokale kokekaffe-entusiaster profesjonelle kaffebryggere til dyst. Moro var det at kaffebrenneren fra Øver-Bakken på Inderøya, Einun Skoren, stakk av med seieren.

Totalt 16 deltakere fikk ti minutter til å brygge kaffe. Kaffen skulle serveres i tynne porselenskopper i klassisk størrelse. Fire smaksdommere hadde benket seg rundt bordet ute på plenen, for anledningen pyntet med heklet duk og markblomster, og smakte seg gjennom kopp etter kopp før vinneren var klar.



Verdensmester i kokekaffe, Einun Skoren, i gang med forberedelsene.



Venninnene Merethe Ødegård og Wigdis Gjeving ankom VM i Kokekaffe på rød Vespa med matchende antrekk.



Dommerne i brenne - NM
Fra v. Silje Arnevik, Michael de Renouard, John Arild Stubberud, Michelle Kallstenius og Eva Nordell



ØKOLOGISK KAFFE - DEBIO-GODKJENT?

Vi drikker mye kaffe her i landet, og sammen med en økende interesse og omsetning av økologiske varer i det øvrige marked, er det også flere kaffeleverandører og brennerier som profilerer økologien.

Det finnes en del kaffe i markedet som er dyrket fram etter økologiske prinsipper men av ulike grunner ikke er sertifisert. Produsenter, leverandører og brennerier bestemmer selvsagt selv hvorvidt de ønsker en sertifisering, men dersom man i Norge vil profilere et produkt som økologisk, er man forpliktet gjennom EU til å ha en godkjenning fra Debio.

HVORFOR?

– Ordet økologisk er beskyttet gjennom økologiforskriften, og en Debio-godkjenning gir garanti og trygghet om at varen er produsert på en økologisk og bærekraftig måte, sier Helene Austvoll i DebioInfo. En Debio-godkjenning gir mulighet til å bruke Ø-merket og EU-logoen for økologi på varen. Ø-merket gjør det enklere for kunden å navigere i markedet og være sikker på at det som hevdes å være økologisk faktisk er det.

ÅRLIG BESØK

Alle som er godkjent av Debio får besøk av Debio en gang i året? Som brenneri eller leverandør får man veiledning knyttet til merking og profilering, og kundene kan være trygge på at Ø-merkets innhold ivaretas.

HVEM MÅ GODKJENNES AV DEBIO?

Debio registrerer og kontrollere virksomheter som markedsfører økologiske produkter, og det gjennomføres revisjon jevnlig.

Det gjelder produksjon og bearbeiding, pakking, lagring og import, og om du setter bort aktiviteter til tredjepart er disse også underlagt kontroll

BUTIKKER

Butikker og utsalgssteder som ønsker å pakke og merke økologiske varer, foredle økologiske produkter, og/eller

tilby økologiske varer i løstvekt er også underlagt kravene fra Debio.

Dersom du selger kaffe som økologisk godkjent fra et annet land, pakker om og merker, hvor originalemballasjen i kke er synlig for kunden, må du melde virksomheten inn i Debio. Det er ikke nødvendig med godkjenning av Debio for butikker der økologiske varer utelukkende omsettes ferdigemballert og ferdigmerket fra leverandør, for eksempel kaffe i originalemballasjen.

HVA ER RIKTIG MERKING?

– For alle økologiske produkter skal det av merkingen framgå hvilken kontrollinstans som har godkjent produktet som økologisk, understreker Austvoll. I Norge er det Debio. For alle økologiske produkter som er ferdig emballert og merket i EU-området kan disse omsettes i Norge med den originale merkingen.

DEBIO-GODKJENTE BRENNERIER

Black Cat Kaffe og Tehus AS
Crema kaffebrenneri AS
Den Gyldne Bønne AS
Fossheim Brenneri
Jacobs Douwe Egberts Norge AS
Jacu AS
Joh. Johannsons kaffe AS
Kjeldsberg kaffebrenneri AS
Langøra kaffebrenneri AS
Pals AS
Solberg & Hansen AS
Stavanger Kaffebrenneri AS
Temperato kaffemaskiner (Lippe)
Tim Wendelboe AS
Øver-Bakken Kaffebrenneri

ØKOLOGISK KAFFE er kaffebønner dyrket etter et minstekrav definert i EUs økologiforordning, eller regelverket i kaffen sitt opprinnelsesland. Driftsformen innebærer et allsidig driftsopplegg med bruk av naturlige fornybare ressurser som husdyrgjødsel og belgvekster, som gjør at jordas fruktbarhet opprettholdes og på lang sikt forbedres. Alle planter er dyrket uten bruk av kunstgjødsel og kjemisk-syntetiske sprøytemidler. I brenneriene er det krav om rutiner for adskillelse av konvensjonell kaffe fra den økologiske, for at man hele tiden skal være trygg på at det er de økologiske kaffebønnene som havner i posen. Dette, med mer, hjelper Debio til med på sine årlige besøk til alle godkjente virksomheter.

Den norske økologiforskriften forteller hvem og hva som skal kontrolleres og godkjennes av Debio, og gjennom den er begrepet økologisk beskyttet. Økologiforskriften bygger på EU sin økologiforordning som vi er forpliktet til å følge iht. EØS-avtalen. Landbruks- og matdepartementet (LMD) er ansvarlig departement for regelverket om økologisk produksjon og merking av økologiske landbruksprodukter og næringsmidler. Det er Mattilsynet som har ansvaret for økologikontrollen i Norge, og Debio jobber på oppdrag for Mattilsynet for å utøve denne kontrollen.

Kaffe og syrlighet

Tekst og foto: **Gunnhild Bjørnsti**



KAFFE OG SYRLIGHET

Hvordan påvirkes syrligheten? Hva gjør syre for kaffesmaken? Odd-Steinar Tøllefsen og Magnus Lindskog på Supreme Roastworks forteller om «kaffe+syre»!

–Sammenliknet med vin, kan syre i kaffe være subtil men samtidig gi en frisk og søt kaffe, uten at syren er påtrengende.

–Syrlighet har nyanseforskjeller i type kaffe og opprinnelsesland. Det som kjennetegner kaffe med mye syre, er at de vokser relativt høyt. Typisk er kaffe fra Kenya og Colombia med høyest konsentrasjon av syre. Kenya er kanskje det landet hvor kaffen har mest framtre-dende syre. Kaffe fra Kenya kan ha alt fra søt solbærfrisk syrlighet til mer syrlig syre uten mye sødme.

–Syren kan både fremheves og dekkes over ved spesielle brenneprofiler. En lysere brenning kan ofte tendere til mer syre. Går man for langt mot den lyse siden, får man en grønnere syre som kan være underutviklet og ikke spesielt tiltalende.

–Bryggemetoden og temperatur påvirker syrenivået. Det jeg har erfart, er at syren

kommer frem ved en lavere bryggetem-peratur. Ned mot 88C grader fungerer det fint, men ikke for alle typer. Går man for lavt i temperatur mister man andre smaksstoffer, så her gjelder det å finne en gylden middelvei slik at man får en balansert kaffe med elementer som harmonerer bra sammen. Valg av malingsgrad influerer også. Når man maler kaffen finere, som til aeropress, mocca-kanne eller espresso, er det mye enklere å framprovosere syre, men også bitterstoffer.

–Koppens form har ikke så mye å si for oppfatningen av syre, siden syren oppfattes ved smak og ikke aroma, temperatur derimot påvirker. Syren blir ofte mer integrert ved en lavere tempe-ratur. Alt faller mer på plass når kaffen kommer ned på behagelig drikketempe-ratur. Sødmen forsterkes, og de rette elementene blir mer framtre-dende.

Supreme Roastwork er et brenneri med kaffebar på Grünerløkka, drevet av Odd-Steinar Tøllefsen (World Brewers Cup Champion i 2015) og brennespesialist Magnus Lindskog.

BREWERS CUP

Odd-Steinar vant i år NM i Brewers Cup for fjerde år på rad. Konkurransen går ut på å lage best mulig håndbygget kaffe. Alle manuelle brygge-metoder slik som Aeropress, V60, presskanne, vakuum-brygger og Chemex er tillatt. Deltakerne skal gjennom to serveringer. En såkalt «Compulsory», hvor alle får tildelt samme kaffe, og en «Open» med valgfri kaffe. Compulsory er en anonym servering slik at dommerne ikke kan identifisere deltakeren. Under «Open» skal det holdes en fremføring som kan inneholde en beskrivelse av art, opphav og en personlig begrunnelse for valg av kaffe og brygge-metode.

MYTHOS ONE

Denne kvernen setter en ny standard for espressokverner. Klima og statisk kontrollsystem, sikrer stabil og temperert dosering.

nuova **SIMONELLI**
espresso coffee machines



VA388 BLACK EAGLE

Victoria Arduino presenterer det råeste innen design og teknologi. Dette er maskinen for en barista som ønsker en perfekt espresso hver gang.

Victoria Arduino
since 1905



LØSNINGS-ORIENTERTE!

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

KONTAKT OSS

22 08 70 70
foodtech.no

FOODTECH

Interiør og Storkjøkken

**BRIVILOR
BONAMAT**

Profesjonelle kaffeløsninger

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



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

Smaken av kvalitet over hele verden

Kaffe på jobben

Tekst: **Gunnhild Bjørnsti** Foto: **Gunnhild Bjørnsti, SuperOffice**



VERDENS BESTE KONTORKAFFE?

Den kan du få servert hos SuperOffice i Oslo!

Hva slags kaffe som er best, er selvfølgelig en smakssak. Det som riktignok stemmer er at Norge er i verdenseliten når det gjelder kaffekunst og kaffekvalitet. Mange unge og engasjerte mennesker har kastet seg på kaffebølgen og har et imponerende kunnskapsnivå.

Barista Madeleine Solheim Johnsen er en av dem, hun har mye på hjertet om kaffe. Hun brenner for å servere kaffe som smaker vanvittig godt og samtidig ser råflott ut. Vi møter Madeleine i Café Valborg hos SuperOffice, det er bedrifts-

caféen hun har utarbeidet konseptet til sammen ledelsen. Det siste året har hun fungert som barista der fra kl. 08.00 – 12.00 mandag til fredag. Her lukter det deilig, nybrent kaffe og det klirrer i kopper.

–Vær så god!

En nydelig Macchiato i rund, fin kopp serveres Gisle Jentoft, CEO. Kaffeskummet ser tykt og velsmakende ut.

–Denne Macchiato'en ser du har den

rette munkeringen og skumlokk, forklarer hun og peker på kaffen.

Gisle tar en slurk og sukker fornøyd. Han er glad for kaffebaren som fungerer som en møteplass i løpet av arbeidsdagen. – Det fine er at det tar litt tid å lage hver kopp kvalitetskaffe. Da får kollegaene snakket litt sammen mens de venter, baren fungerer som en sosial sone, sier han.

Har du en favoritt?
–Mitt kafferituale starter kl. 09.00 på mandager, med Macchiato, en eller

to kopper. Jeg får energi av det, merker det tydelig. Uken starter med ledermøte så etter en dose espresso macchiato pleier dagen å ta av. Det å møtes av smilet til Madeleine er også en god start på dagen. Og kaffen hun lager er jo kunst!

Gisle hadde ikke drukket Macchiato før han traff Madeleine, han var kun vant med vanlig espresso.

–Kombinasjonen med kaffe og melkeskum er helt fantastisk. Smaken er ganske kraftig, og Madeleine velger kaffetyper hvor du kan få den intensiteten du vil, i enkel eller dobbel utgave.

Han innrømmer å ha blitt bortskjemt, og setter så stor pris på de gode smakene. Dårlig kaffe prøver han aldri lenger.

–I løpet av uken tar jeg gjerne daglig 3-4 enkle espresso, eller noen Macchiato. Jeg drikker sjelden kaffe i store kopper, sier han.

Madeleine er i gang med å lage mer kaffe og forklarer at hun har en helt spesiell maskin.

–La Marzocco Linea PB, håndlaget i Firenze, er ekte håndverk og koster skjorta. Det er alle baristaers våte drøm, sier hun fornøyd.

De to bokstavene PB står for initialene til Piero Bambi, sønnen til grunnleggeren av La Marzocco. Piero lagde denne spesialmodellen da han overtok bedriften, for å vise hva en optimal kaffemaskin kan være.

Madeleine tryller frem en Cappuccino og lager vakkert mønster med kaneldryss på toppen, det blir en Hugoccino!

På veggen henger kaffemenyen som de ansatte og kunder kan bestille fra. Madeleine overrasker stadig med sin estetiske sans. Den neste kaffen med

melkeskum får vakker dekor som en svane, den neste med hjerte.

–«Latte Art» kaller vi det. Jeg bruker ikke skjeer, eller pinner, det tar for lang tid. Jeg er kun fokusert på helleteknikk; free pour latte, forklarer hun.

Madeleine er mesterlig, den ene kaffen etter den andre ser stadig bedre ut. Så er da Madeleine to ganger Norgesmester i baristakunst, i grenen Coffee in Good Spirits, og har konkurrert internasjonalt. Hun er også bevisst på innkjøp av kvalitetskaffe. Akkurat nå går det mye i single origin fra Brasil. Med all sin kunnskap holder hun kurs for bedrifter, sommelierer og privatpersoner som er interessert i å lære mer om kaffetilberedning og servering.

Hva serverer du mest av her på Café Valborg?

–Det går mye espresso eller americano på morgenen, men etter lunch vil flere ha en Mocca med sjokoladesmak. Noen liker også å avslutte arbeidsuken på fredager med en kopp Mocca. Det som er gøy at jeg lager alle kaffetypene på menyen, folk liker å smake litt forskjellig og jeg anbefaler gjerne. Som til en småbarnspappa som kom trøtt inn her en kald morgen og ville ha noe knallsterkt. Trippel Cortado ble det. Nå kaller vi den varianten for «Slegge» – den gir deg et ekstra kick på de dagene du trenger det.

Vil noen ha noe annet enn kaffe, finnes et stort utvalg av tetyper. –Jeg lager også Chai latte og varm sjokolade for de som vil ha alternativer. Techno med koffeinfri te som base og melkeskum passer gravide. Jeg har egne oppskrifter og varierer hele tiden.

Madeleine er også god på å huske hva folk liker. Cortado? Americano?

–Jeg er så glad i mennesker, jeg stortrives her. Stemningen er så god! påpeker Madeleine.

Café Valborg er et samlingspunkt og kaffebaren var planlagt helt fra starten av. SuperOffice flyttet inn i Wergelandsveien 27 i mai 2015.

–Vi ville skape opplevelsen av å komme til en god kaffebare, med god kvalitet og god smak laget av en som var dyktig. Madeleine er proff på kaffe og har en personlighet med masse utstråling. Hun er en likandes type vi forbinder med selskapet. «Det beste du kan gi til noen er et smil, det er helt gratis og du får som regel noe tilbake. Et smil skaper umiddelbart så mye mer positiv stemning og løser opp alvoret», sa vår grunnlegger Une Amundsen, påpeker Gisle.

Gisle Jentoft har jobbet hos SuperOffice helt fra 1992, i tett samarbeid med grunnlegger Une Amundsen som startet firmaet i 1990. Une gikk bort i mars i år.

–Han var en visjonær, kreativ, inspirerende mann med enorm energi. Han var flink til å tenke kultur, og tiltrekke seg flinke mennesker. Vi ble tidlig opptatt av en sterk bedriftskultur hvor vi også skulle ha det gøy. Mennesker som trives yter mer enn hvis du «bare» gjør jobben. En del av kulturen i selskapet er nettopp trivsel, sier Gisle.

Bedriftens filosofi er å ha god kommunikasjon med kundene for å være sikre på at de er fornøyd med produktene de kjøper. –De skal føle at de får verdi for det de betaler for. Vi kaller dialogen «CX» som står for customer experience. Vi har et eget CX team her i selskapet. Selv om samfunnet digitaliseres, er vi opptatt av at mennesker handler med mennesker, den gode kommunikasjonen og den følelsesmessige delen må fortsatt være med. Relasjon med mennesker er hva vi tror på.

Hva med SuperOffice og kaffekos? –Une var svært glad i kaffe. Vi kom en gang til et møte i Roma og etter en stund ble vi spurt om vi ville ha kaffe? Vår vert



Gisle Jentoft, CEO, og barista Madeleine Solheim Johnsen i den populære kaffebaren Cafe Valborg i SuperOffice sine lokaler.

tok på seg jakken, og vi skjønnte vi måtte være med et sted. Det viste seg å være til espressobaren over gaten. Vi tok en kaffe, fikk oss en pause, og gikk tilbake til jobben. Det avbrekket verdsatte vi.

Gisle forteller at de ble kåret til å ha den beste kaffen i IT-bransjen allerede for 10 år siden. Kåringen ble utført av Computerworld og en barista var dommer. Nå nytes kaffen i den flotte verneverdige bygningen i Wergelandsveien 27 som Une fikk pusset opp etter alle kunstens regler, med moderne fasiliteter og åpne kontorer. Møterommene har navn etter personer som har bodd eller jobbet i bygningen. Som Koldjumfru Marie Aamondsen, Godseier Sissener og Premiereløytnant Herman Wedel Jarlsberg. Navnet Café Valborg har sitt opphav i den personen som hadde bodd her lengst, Valborg Stang.

–I hovedrommet der vi spiser lunch, henger et postkort som Valborg sendte i 1904. Hun skrev en bursdagshilsen, og signerte med «tante Valborg».

Hva har det betydd for bedriften å flytte hit? –Det har vært en forsterker for kulturen og trivselen. Det er positivt for alle som jobber her og gir en fin kombinasjon av historien og moderne, åpne arbeidsplasser. Før var det flere dører og rom, nå mer glass og åpne landskap, avrunder Gisle Jentoft.

Siv Amundsen-Lack som er Unes søster, er interiørarkitekt og skapte den nye innredningen.

–Da vi designet og lagde konseptet for Café Valborg for SuperOffice, ga det seg litt selv. De kunne ikke ha en helt vanlig kantine når de har lokaler i et så flott verneverdig bygg fra 1864. Da passet det bedre med en tidstypisk café, inspirert av cafélivet i Oslo på denne tiden. Vi ønsket å skape en Grand Café som samler de ansatte til lunsj, møter og sosiale arrangementer. Det var en selvfølge at lokalene måtte ha en kaffebare, et hjerterom der man møtes om morgenen, deler samtaler over en deilig kaffekopp. Som Bjørnson ville sagt det; «God morgen, du varme kaffe! Det dufter

MADELEINE SOLHEIM JOHNSEN

Om Madeleine Solheim Johnsen Barista, to ganger Norgesmester i Baristakunst i grenen Coffee in Good Spirits, topp plassering i VM for Barista i Australia (2014) og styremedlem i Speciality Coffee Association Norway. Har bygget opp kaffebarkonseptet hos SuperOffice og driver aktiv kursvirksomhet.

av deg til mine sanser.»

Innerst i det som kalles speilsalen henger bildet fra Grand Hotel, der Christiania bohemen møttes på tidlig 1900 tallet. Speilsalen var egentlig en mørk liten tarm der hele strømforsyningen til bygget lå tidligere, men når det ble åpnet opp, vist frem de nydelige buegangene i teglstein, brukt store speil som effekt med varme farger, sofa og krystall belysning - er dette blitt en av de hyggeligst rommene.

– Interiøret er satt sammen av elementer fra alle verdenshjørner for å gjenskape rett stemning og tidskoloritt. Det var også noe som var vanlig på den tiden. Vi leste oss opp på historien, fant frem i folkeregisteret om hvem som har bodd i bygget. På Oslo Bilder dukket postkortet av bygget opp med påskrift fra Tante Valborg. Caféen ble oppkalt etter henne, Valborg Stang, en av husets første beboere, avslutter Siv Amundsen-Lack.

Hacienda Esmeralda 50 år

Tekst: **Gunnhild Bjørnsti** Foto: **Hacienda La Esmeralda, Helena Krekling, Robert William Thoresen**

HACIENDA LA ESMERALDA - LEVERER KVALITETSKAFFE PÅ ØVERSTE SJIKT

Verdens mest berømte kaffegård heter Hacienda La Esmeralda. De dyrker og foredler Geisha-kaffe som ingen andre. – Smaken og kvaliteten er helt unik, sier Robert William Thoresen, norsk kaffegründer og verdens første verdensmester i baristakunst.

Robert William Thoresen var på sin første tur for å utforske Geisha-kaffe for 12 år siden. Det første møtet skulle handle om å bli kjent med en helt spesiell kaffe, men ble like raskt bli et møte og vennskap med en familie og et helt samfunn i Boquete-dalen, i en avkrok av Panama. I år feirer kaffegården Hacienda La Esmeralda 50 årsjubileum og han var selsagt der.

– Gården er kanskje «gammel» og anerkjent nå, men Hacienda La Esmeralda er en høyst relevant og interessant kaffegård, selv om de har fått god konkurranse de siste årene. Historien om når og hvordan de oppdaget de helt spesielle egenskapene i kaffearten Geisha går

bare noen få år tilbake i tid. Jeg måtte dra på besøk dit så snart jeg kunne etter å ha smakt kaffen for første gang i 2004, forteller Robert.

Han var på besøk igjen i mars i år for å smake på den siste høstingen av Geisha-kaffe sammen med søskenpartiet Daniel og Rachel som i dag driver kaffegården. Opprinnelig var det deres bestefar, Rudolph A. Peterson (1904-2003), som kjøpte gården for å ha et sted å trekke seg tilbake som pensjonist. Rudolf som var svensk-amerikaner, hadde slått seg opp som sjef for USA's største bank, Bank of America, som hadde sitt hovedkvarter i San Francisco.

– Rudolf tok seg nok aldri tid til å bli pensjonist, og var dessuten minst like interessert i kvegdriften og melkeproduksjonen på gården som av kaffebuskene som fantes der. Det var neste generasjon, Price Peterson og kona Susan, som på alvor tok fatt i kaffedyrkingen da de valgte å slå seg ned der på 1970-tallet. Så melk og kaffe har gått hånd i hånd siden starten, forklarer Robert.

Hacienda betyr gård på spansk, og på tunet ligger våningshuset, driftsbygningene for kveg og kaffe, og selveste smakerommet til La Esmeralda.



Kaffeteigene derimot ligger spredt rundt i den lille dalen. Den mest kjente av dem heter Jaramillo og her fant man de først Geisha-buskene. De forskjellige områdene på denne teigen har nå sågar sine egne navn, alt etter når i sesongen de plukker kaffebærene. Som et eksempel plukkes Pascua-partiene rundt påsketider.

–Price Peterson kjøpte Jaramillo-teigen i 1997, og sønnen Daniel som den gangen var i begynnelsen av 20-årene, fikk i oppgave å ta seg av kaffedriften. Det tok noen år før de skjønnte at noen av buskene hadde bær som ga kaffe med helt spesiell smak. Daniel var en nysgjerrig ung mann og smakte på kaffen fra Jaramillo sammen med en omreisende

kaffekjøper. De var skjønt enige om at dette var litt spesielt, og han fikk derfor litt ekstra betalt, sier Robert.

–Det var først i 2002 da Daniel tok seg bryet med å skille ut disse kaffebærene, foredle dem separat og smake på dem for seg, at han virkelig forstod hvor unik kaffen var. Aldri hadde noen smakt en så aromatisk og elegant kaffe, fortsetter han.

Panama er et knøttlite kaffeland, og alle som dyrker kaffe i Boquete-dalen kjenner hverandre på fornavn. Dessuten er de ambisiøse og konkurranselystne, og har derfor hatt sin egen kaffeauksjon «Best of Panama» (BoP) i flere år før den



ROBERT THORESEN

Kaffe-entreprenør. Barista, kaffebrenner, internasjonal smaksdommer og råkaffehandler.

Første vinner av VM i Barista, WBC i 2000, Monte Carlo

Startet Java i 1997, og Mocca, Oslo's første mikrobrenneri i 2000. Startet Kaffa, Norges første brenneri med 100% sporbar kaffe. Startet og driver Collaborative Coffee Source, råkaffehandel med skreddersøm, med hovedkvarter i Oslo, filialer i New York og San Francisco, snart i Shanghai. Finner og selger råkaffe til spesialkaffe-brennerier over hele verden.

anerkjente Cup of Excellence-auksjonen startet i 1999.

–Inntil 2004 var Panama ganske usynlig som kaffeland, men da Geisha-kaffen fra La Esmeralda vant BoP, fikk hele verden øynene opp for denne flekken på kartet. Det ble et veiskille, ingenting ble som før. De internasjonale smaksdommerne var over seg av begeistring for at en kaffe fra Sentra-Amerika kunne smake så blomsterpreget - som en etiopisk kaffe - bare enda mer, og de belønnet kaffen med hedrende omtale og høy poengsum. Den første året ble kaffen solgt for 22 USD/lb. (450g) på auksjonen, den gangen et astronomisk beløp for kaffe. La Esmeralda vant BoP også året etter,

” Kaffe fra Hacienda La Esmeralda er den best betalte, mest omtalte og mest prisbelønte kaffen i verden. ”



Kaffearten Geisha ble plantet på Hacienda La Esmeralda på slutten av 1970-tallet, etter anbefaling av agronomen Francisco Serracin. Nå er den verdensberømt som den aller beste av sitt slag.



så i 2005 måtte vi ut med 47 USD for å få til slaget, sier Robert. Han eier kaffe-brenneriet KAFFA i Oslo, La Esmeralda sin første kunde i Europa.

–Vi har kjøpt kaffe i og utenfor auksjon siden begynnelsen, og vært med på å utvikle forståelse for og markedsføring av denne unike kaffearten, påpeker han.

–Jeg fikk god kontakt med Daniel fra starten, og foreslo at han kunne skille de forskjellige kaffepartiene på Jaramillo-teigen fra hverandre slik at vi kunne smake på disse for seg, og så kjøpe det partiet vi likte aller best. I utgangspunktet var han ikke så interessert i å gjøre dette. Likevel gjorde han nettopp det året etter, og La Esmeralda startet sågar sin egen auksjon for de aller beste Geisha-partiene, forklarer Robert.

I dag selges de mest ettertraktede partiene i BoP eller La Esmeralda i sin egen auksjon for over 300 USD/lb. Mange av de andre ambisiøse kaffebøndene i Boquete og naboliktriktene har oppdaget at de også har geisha-kaffe hist og her på gårdene sine. Andre har ivrig dyrket nytt i håp om å fremskaffe en kaffe som er enda bedre enn naboens.

På grunn av suksess og berømmelse går det nå vandrehistorier om de første opprinnelige Geisha-frøene som kom til Boquete og hvem som brakte dem dit. Den mest troverdige er at agronomen og kaffebonden Francisco Serracin tok Geisha med seg fra en frø-bank i Costa Rica og anbefalte dem til gårder som hadde vært rammet av blad-rust (sopp-spore som oppstår i tropiske klima). Hensikten var at denne arten skulle være motstandsdyktig, så motivasjonen

hadde ikke noe med kaffens smak å gjøre som sådan.

Mange år senere da man fant ut av smakspotensialet til denne kaffearten, har familien Peterson jobbet iherdig med å finne det genetiske og geografiske opphavet til den arten de har på sin egen gård. Man kan være takknemlig for at det var nettopp denne familien som ved en tilfeldighet oppdaget denne arten.

–Allerede i 2007 plantet de en forsøks-gård i Boquete med over et dusin lignende arter, tilsendt fra en frøbank i Frankrike, for å finne en art som var like god eller bedre. I årene etter har de plantet hundrevis av andre, men enda har de ikke funnet en art som er så god som den de allerede har på Jaramillo, avslutter Robert William Thoresen.

GEISHA KAFFE

Geisha kaffeplante kommer opprinnelig fra Kaffa, Etiopia. Nord i Kaffa ligger byen og distriktet Geisha hvor en botanisk variant av kaffeplanten ble oversett i noen hundre år. På 1930-tallet ble det oppdaget at arten var sykdoms-resistent og egnet til kryssing. Den havnet i Kenya og Tanzania. På Hacienda La Esmeralda i Panama ble planten plassert på et høydedrag i farmens ytterkant nærmest ved en tilfeldighet. Den ble høstet og resultatet blandet med øvrige botaniske varianter på farmen.

Hacienda La Esmeralda

1940: Grunnlagt av svenske Hans Elliot.

1967: Bankmann Rudolph A. Peterson kjøper gården (mest kveghold, og litt kaffe).

1980-årene: Peterson familien med sønnen Price i ledelsen satser på mer kaffeproduksjon, i tillegg til melk. Price Peterson var engasjert i Foreign Relation Board i Speciality Coffee Association of America.

1997: Oppkjøp av Jaramillo gården, med høyland langs vulkanen Baru, og det ble plantet Geisha kaffe der.

2004: Geisha kaffe fra Jaramillo vinner Best of Panama auksjonen, SCAA Cupping Pavilion og Rain Forest Alliance cupping for quality. (Geisha kaffen fra La Esmeralda har fortsatt å vinne de samme prisene årlig frem til i dag.)

2007: Peterson familien begynner aktiv forskning på kaffeplanter og –frø.

2008: Hacienda la Esmeralda og Peterson-familien ble hedret med Speciality Coffee Association of Europe's Lifetime Achievement Award. Prisen ble utdelt i København.

2017: Over 400 kaffeplanter er blitt dyrket i høylandet på gården El Velo, som er Hacienda La Esmeraldas nyeste gård. Planen er at noen av disse plantene som kommer fra samme frøbank som Geisha kaffen på Jaramillo, skal gi eksepsjonell kaffe i årene som kommer.

TIM WENDELBOE OM KOPPER, KAFFE OG SMAK

Ren, svart kaffe uten melk brygget på bønner med lys brenningsgrad. Drukket i perfekte kopper som varierer etter kaffens aroma og smak. Det er de heteste kaffetrendene nå. Kaffemester Tim Wendelboe forklarer hva som gjør et kaffebeget perfekt.



” –Ingenting er skrevet i stein når det gjelder smak og lukt, det viktigste er å utfordre tradisjonene og normene for å øke smaksopplevelsen.

Tim Wendelboe



Poenget med Figgjo Oslo var å fange opp kaffetrender og å tilfredsstille smakskravene til kresne baristaer og deres kunder. Figgjo Oslo skal levere for kaffe det et godt glass gjør for vin.



Tim Wendelboe er en kjent mann i kaffe-miljøet. Etter å ha vunnet VM i Klassisk Barista i 2004 har han et internasjonalt liv. Tim driver sin egen kaffeplantasje i Colombia, er medeier i Nordic Approach (importør av grønn kaffe), jobber med kaffeopplæring på Noma's pop up restauranter rundt om i verden (Japan, Australia, sist ut Mexico) og Noma's nye prosjekt i København (åpner i desember), egen pop up kaffebar i Seattle, driver café/utsalg på Grunerløkka, brenner egenimportert kaffe og holder kurs og foredrag.

– Jeg liker miksen av alt jeg gjør. Det å være her på brenneriet på mandagene og ha kontroll på kaffekvaliteten, er en god start på uken! Sier Tim med fokusert blikk.

FIGGJO OSLO BLIR TIL

Av Tims mange prosjekter har han også engasjert seg for å skape de beste kaffekoppene så den spesialbrente kaffen skal komme til sin fulle rett.

–Det begynte med at designer Kristin Hærnes Ihlen kontaktet meg for å gjøre en oppgave om å øke smaksopplevelsen når man drikker kaffe. Hun kom til meg her i butikken, hadde 20 prototyper på

kopper og utfra dem skulle vi finne tre ulike, basert på smaking og testing. Jeg har kaffe av forskjellige karakterer, noe funket i en kopp og annen kaffe i annen kopp. Vi testet flere versjoner, koppene skulle også være stablebare og ha glatt innside så vann og såperester ikke skulle ligge igjen.

Tim og Kristin testet kopper praktisk og smaksmessig i ca ett år før de kom i salg. Figgjo produserte serien Figgjo Oslo.

TEORIEN BAK SMAK OG LUKT

–Jeg har deltatt i kaffemesterskap så det er innlysende for meg hva som fungerer i en kopp.

–Når du drikker fra en tulipanform konsentreres flyten av kaffe midt på tunga, det kommer ikke væske til på siden hvor smaken kjennes syrligere. Tulipanform er perfekt for kaffe med lavere syrlighet og mer fremtredende sødme som kaffe fra El Salvador og Brasil. Poenget er å fremheve de beste kvalitetene til kaffen og forsterke smaksintensiteten. Derfor bruker jeg disse koppene til kaffer som har mindre syrlighet og der de beste kvalitetene er fylde og sødme og der syrligheten ikke er det mest interessante ved kaffen.

Tulipankoppene forsterker slike kaffer. Men man kan stå fritt til å prøve seg fram til hva man foretrekker selv, så klart.

–Koppen Splitt ser ut som et 8-tall, er vid i kanten og gir bredere væskestråle som treffer hele tunga. Du kjenner syrlighet med én gang, også når du lukter og putter nesen oppi. Det at formen er mindre i midten og større oppe, passer til florale kaffetyper fra Etiopia og Kenya. Man kan ikke lukte syrlighet men koppen forsterker særlig fruktige og florale aromaer.

–Modell Åpen har U-fasong, og er en allround kopp. Den passer når man ikke har bestemt seg helt. Den har høyere kanter som forsterker aromaen. Før brukte man bredere og lavere kopper, men da lukter man nesten ingenting.

–Koppene skal bare fylles halvfulle, derfor er kannen med på serveringsbrettet. Med halvfull kopp fremheves aromaen og kaffen kjøler seg raskere ned. En god kaffe vil smake bedre, en dårlig kaffe verre når kaffen kjøles ned.

–Angående temperatur liker jeg best at kaffen er nærmere kroppstemp, enn glovarm.

–På min café serverer vi kaffe i den koppen vi foretrekker å drikke fra selv, men om gjestene blir nysgjerrige og vil smake fra ulike kopper så får de selvfølgelig det. På restauranter serveres bare maten på en tallerken uten at du kan påvirke valget. Vi ønsker å forsterke kaffeopplevelsen med riktig kopp, kanskje den ideen kommer til restaurantene etter hvert?

KAFFEEKSPERTEN MØTER VINEKSPERTEN

Tim Wendelboe var for noen år siden på vinsmaking med Riedel glassprodusent. Da han fikk smakt vin i ulike glass gikk det noen lys opp for ham. Han innså hvor betydningsfullt formen er for smak og lukt.

Vinjournalist og forfatter Geir Salvesen har skrevet utallige bøker om vinopplevelser og møter Tim Wendelboe på hjemmebane for å teste ut kaffekoppene.

Geir er fan av ultratynne vinglass som fra Zalto og Tim er helt enig.

–Det å drikke vin fra Zalto glass er dekadent, jeg liker det. Når det gjelder kaffe liker jeg ikke krus, mest fordi de er så tykke. Et krus innbyr også til å fylles opp, da er kaffen glovarm og blir aldri drikkeklar, sier Tim.

Geir påpeker at man ikke skal fylle opp vinglasset, kun skjenke ca 1/3 fullt så bevares den rette temperaturen.

Tim brygger to kaffevarianter, og serverer i Figgjo Oslo koppene. Tim og Geir starter umiddelbart med å se på fargen. –Intensiteten kommer av brenningsgrad

og ekstraksjon. Vi brenner relativt lys for å få frem mer sødme og mindre bitterhet. Slik kommer fruktighet og floralitet til uttrykk, forklarer Tim.

Geir lukter på kaffen i den åpne koppen, så i Splitt. – Det lukter ikke så mye med Åpen formen, det er mer duft i Splitt og åttetallsdesign, sier Geir. Når han smaker på kaffen skjer det motsatte – modell Åpen gir mer smak, Splitt mindre smak.

Tim er enig. – Åpen lukter mindre, men smaker mer. Men det kommer også an på kaffen.

–Vil det si at den perfekte koppen ikke finnes? At det alltid er et kompromiss mellom smak og duft?

Tim nikker.

–Hva med syre i kaffen? Vindrikkere elsker syrlighet fordi syre er smaksbærer, spør Geir.

–Ja det samme gjelder i kaffe. Noe av den beste kaffen er syrlig, den blir elegant. Mange er nok redd for ordet «syre» i forbindelse med kaffe, det er ikke noe som etterspørres direkte. Men – det er de aller syrligste kaffetypene vi selger mest av. I kaffe balanseres syrlighet med frukt og floralitet. Det er som med limonade, den smaker surt med bare vann og sitron, men med litt sukker får den balanse. Det er samme teori med kaffe, forklarer Tim.

Kaffen som Geir og Tim smakte på, heter Hunkute, en vasket kaffe fra Etiopia som er en klassisk sitrusdrevet, floral, lett kaffe. Den kom klart best frem i smak i Splitt.

–Splitt gir mer spredning og forsterker syrlighet, friskhet, fruktighet og det florale. Derfor kaller jeg den for blomsterkoppen, påpeker Tim.

Neste kaffesmak er en helt annen variant, Java fra Honduras. Den er ikke floral, ikke med sitrusnoter. – Den er mer jordlig, har fylde, umamipreg og minner om grønn te, sier Tim.

Geir og Tim er enige om at denne ikke er så interessant å lukte på som den forrige.

–For meg gir Java mer en smaksopplevelse. Den passer best til Tulipan som smalner inn, skyter Tim inn. –Den smaker nesten tynt i Splitt, her er det tydelige forskjeller, poengterer Geir.

Tim forklarer også at han har servert denne kaffen ikke for varm, da hadde den fremstått som bitter og sur.

–Jeg foretrekker 40 grader, men da snakker vi spesialkaffe, gjerne lysbrent!

–Lysbrent kaffe, er det for å unngå å maskere smaken?, spør Geir.

–Ja, det stemmer, jeg liker ikke vin med smak av eikeflis. Jeg bruker så mye tid på å finne unike produkter og vil få frem syrlighet og sødme og de unike karakterene i kaffen, men kaffen kan også bli for lysbrent og da smaker det fort bare gress og høy av kaffen, svarer Tim. Chorongi fra Kenya er neste kaffe som skal smakes. –Kenya har masse bra men også dårlig kaffe, - men den beste derfra tar jeg gjerne med på en øde øy. Kenya har varianter av kaffetrete som til nå har vært unikt og ikke blitt dyrket så mange andre steder, med intens smak av solbær

Figgjo Oslo serien består av tre ulike kopper med kanne og serveringsbrikke. Modellene heter Tulipan, Åpen og Splitt ut fra formen.



Vinekspert Geir Salvesen møter kaffespesialist Tim Wendelboe.

og nype.

Tim og Geir tester ut, og Chorongi oppleves med mer kraft i Tulipan koppen, mer finslig og elegant i Splitt. Begge koppene fungerer!

–Misliker du Starbucks? spør Geir. –Nei, jeg har drukket verre kaffe enn de har, svarer Tim og ler. –De brenner veldig mørkt, så kaffen mister fylde, blir sterk og bitter. Det er deres stil. Men Starbucks har sin plass i markedet, og de har gjort mye bra for kaffefarmere. De startet dessuten kaffebær-bølgen på 1970-tallet, det skal de ha!

–Hva er neste fase i kaffebølgen nå i Norge? Geir lurer.

–Det har poppet opp små brennerier, slik som mikrobryggerier med øl. Vi har flere importfirmaer enn da jeg startet opp, så det er lettere å kjøpe inn kaffe uten å reise så mye.

–Hva med økologisk dyrket kaffe? Geir er nysgjerrig, innen vin er «naturlig» etterspurt i ulike varianter.

–Min kaffefarm i Colombia er økologisk. Men i kaffens verden er det ikke et stort tema foreløpig. I Kenya for eksempel

er det rene kjemifabrikken. Heldigvis påvirker det ikke helsemessig fordi kaffebønnene sitter inne i bæret og bønnene brennes også før de konsumeres. For jorda derimot er det en helt annen sak. Med prosjektet i Colombia handler det mest om å bevise at kaffetrærne kan slippe unna sykdommer, produsere mer og bedre kaffe uten bruk av kjemiske sprøytemidler eller mineralgjødsel. Jeg bruker kun egenprodusert kompost på min farm, men det gjenstår å se om jeg lykkes med prosjektet. For 23 år siden var det soppangrep på kaffeplantasjene i Sentral-Amerika og 50 % av produksjonen gikk tapt, mange mistet plantasjene sine.

–Hvilken funksjon skal kaffe ha etter middag? vil Geir vite.

–Etter mye vin, blir kaffesmaken for jordlig. Jeg foretrekker da heller digestive. Eller – jeg nyter en kaffe helt til slutt, etter dessert, digestive – ja hele pakken!

–Serverer du kun svart kaffe her i caféen?

– Vi forsøker å presentere et så rent produkt som mulig men serverer også Cappuccino og Caffè Latte. Gjestene får gjerne putte melk i kaffen om de ønsker det. På sommeren er jeg mer leken, og eksperimenterer med



FIGGJO OSLO

Kaffekonseptet Figgjo Oslo er designet av Kristin Hærnes Ihlen og utviklet i tett samarbeid med Tim Wendelboe. I 2016 vant Figgjo den internasjonale Red Dot Award for Figgjo Oslo.



ulike tilsetninger i iskaffene våre. Jeg har alltid kaffe i fokus i forhold til smak, servering og kopper. Men jeg overkompliserer ikke, fordi kaffe skal gi glede! Avslutter Tim Wendelboe.

baristaens klassiker



linea classic



linea mini

kompromissløs på ditt kjøkken



Veiledende pris kr. 39.900,- ink. mva. Vi tilbyr også pakkepris på Linea Mini i kombinasjon med espressokvernen Mazzer Lux D (veiledende pris kr. 12.000,- ink. mva.) til kr. 49.900,- ink. mva. Leveres i følgende farger: rustfritt stål, rød, svart, lys blå, gul og hvit. Ta kontakt på 46 96 96 96 for ytterligere informasjon.



espresso
SPESIALISTEN
www.espressospesialisten.no



barista
SERVICE
www.baristaservice.no



barista
SCHOOL
www.baristaschool.no

Kaffe i parfyme

Tekst: **Gunnhild Bjørnsti** Foto: **Sarah Colton**



KAFFE PÅ FLAKONG

Med duft av espresso for de tøffeste, har kaffen gjort sitt inntog i duftenes univers. Nå kan du spraye deg med godlukt formulert med noter av kaffe.

I parfymens verden står engasjerte fagfolk bak de beste formlene. Som en kokk trenger de beste råvarene for å lage god mat, trenger en parfymør kvalitetsingredienser for å lage en spennende duft. Oppgaven til en parfymør er ikke bare å skape en ny duft, det handler også om å lete frem nye og velduftende råvarer. Så kalles da en parfymør for «nez» – nese – på fransk.

Med nesen som sitt viktigste arbeidsredskap, jobber parfymørene iherdig for å skape noe som pirrer luktesansen vår. Jacques Huclier skapte duftshistorie da han lanserte A*Men i 1996, en intens herreduft med innslag av kaffe. Den skapte store diskusjoner i fagmiljøet og blant duftelskere. Det var en duft man enten elsket eller hatet.

Kaffeingrediensen var av sterkeste sort, basert på italiensk mørk espresso, blandet med duftnoter som minnet om asfalt og tjære, tonkabønner, varme krydder, patsjuli, sedertre, musk og karamell.

Sammen utgjorde råvarene en konsentrert duftopplevelse som ingen kunne sammenligne med noe annet.

Designer Thierry Mugler stod bak, en kompromissløs kar som ikke var redd for å provosere. Han hadde fått flere franskmenn til å sette morgenkaffen i halsen også tidligere, da han lanserte duften Angel som den første formel med noter av forførende sjokolade. Teamet med kjemikere og parfymører hadde revet seg lenge i håret og bedyret at det ikke gikk an å få en parfyme til å lukte søtt uten å bli for tung. Thierry derimot hadde sjekket med sine mannlige kontakter om hva de syntes luktet mest innbydende, og det var nettopp duften av sødmefull sjokolade! Han ga seg ikke, presset "nesene" helt til de kom med et forslag han godkjente.

Angel ble verdenssensasjon, den første duften som passerte salget av Chanel No. 5 og det i parfymens hjemland Frankrike. Det å bli tatt på hjemmebane

sjokkerte! Med Angel startet en trend med såkalte gourmand dufter, men i langt mer diskrete og snille varianter. A*Men skapte ingen ny trend, ingen andre motehus hadde mot til å følge etter. Firmaet til Thierry Mugler og parfymøren Jacques Huclier derimot har presentert flere nye varianter av sjokkduften, alltid med tydelig aroma av kaffe. En av variantene heter faktisk A*Men Pure Coffee.

Hva er det med kaffe i duft som vekker engasjement?

– Kaffelukt trigger velværefølelsen hos mennesker. Nybrente bønner eller nytraktet kaffe verdsettes av nesten alle, uansett om man drikker kaffe eller ei. Velværefølelsen som tennes kobles til empiriske kunnskaper og kulturell arv. Det å nyte en kopp kaffe er forbundet med mye hyggelig, som en god start på dagen, ta seg en pause eller få ekstra energi, forteller Linda Landenberg, duftekspert og parfymør.



” Kaffelukt
trigger
velværefølelsen ”

Parfymør Jacques Huclier skapte duftshistorie da han benyttet kaffe som ingrediens. Nå er kaffe i duft igjen på moten, med Black Opium.



Kaffe benyttes helt enkelt fordi det er en råvare med personlighet og som skaper gjenkjennelse med positiv ladning.

I hvilken tilstand benytter kaffe i dufter?

– Kaffe kan benyttes i naturlig stil med diskret profil og kort livstid. Kaffe kan også bli gjenskapt syntetisk som gir en mer spenstig karakter og som tar plass. Sist men ikke minst så bygger man kaffeakkorder for å løfte frem det som skal trigge den empiriske kunnskapen hos mottakeren. I tillegg brukes enkeltmolekyler som har en likhet med forventningen vi har av kaffelukt, informerer Linda.

I nyere tid har kaffe kommet tilbake med Black Opium fra motehuset Yves Saint Laurent. Yves var også en kreativ kar som likte å sjokkere. Med Opium (1977) skapte han duftshistorie både pga. navnet og den intense, orientalsk aromaen.

I Black Opium som er en serie dufter, er ingrediensen kaffe selve snakkisen.

Duften skal være like vanedannende som koffein, og aldri tidligere har kaffeakkord vært så konsentrert i en kvinnelig duft.

– Black Opium har blitt en snakkis i duftmiljøet pga. kaffeingrediensen og gourmandtoner, altså forførerisk sødme, påpeker Linda.

Kaffearomaen er mikset med hvite blomster og duftkategorien kalles «floral kaffe». Parfymører er ofte kunstneriske og temaet bak Black Opium har vært inspirert av kunstretningen «chiaroscuro» med fokus på kontraster mellom lys og mørke. Spennende å vite, ikke sant?

Designer Ralph Lauren har også kastet seg på kaffebølgen med Polo Red Intense. Tom Ford har lansert Private Blend Café Rose. Nisjemerker som Montale har skapt Intense Café og O Boticatio har duften Coffee. Alle med tydelig preg av kaffe.

«Nesene» har gjerne en inspirasjon bak sine skaperverk. Hos Diptyque hentet parfymørene ideer fra duften i et fransk bakeri, med innbydende lukt av nymalt kaffe kombinert med varme, søtlige dufter av ferskt bakverk, lønnesirup og glaserte kastanjer. Resultatet ble Noir Exquis.

Mer orientalsk orientert er Comme des Garçons i Kyoto, Series 3 Incense) hvor «nesene» kombinerte kaffe med røkelsesduft som i japanske templer. Det er en duftstil for spesielt interesserte.

Kaffebønner spiller en annen viktig rolle i parfymeverden, nemlig til å nøytralisere lukteorganet ditt. Når man har sniffet på utallige parfymymer, hjelper det å lukte på kaffe for å klargjøre og berolige luktesansen. En helt motsatt effekt enn for å intensivere og forsterke duftopplevelsen. Kaffebønnene fascinerer og slutter aldri å overraske.

Kaffe på hotell

Tekst: Bjørn Grydeland Foto: Scandic



SCANDIC FLESLAND
AIRPORT GÅR
NYE VEIER

I april 2017 åpnet Scandic et nytt hotell på Bergen Lufthavn. Rett ved den nye hovedterminalen finner vi et topp moderne bygg, miljøriktig med spennende designløsninger som seg hør og bør. I Vestlandets største konferansehotell kommer det nok til å gå unna noen tusen kopper kaffe om dagen – det aller meste fra ulike kaffemaskiner. Men i frokostsalen på det nye hotellet har man tatt et nytt og uventet grep. Her kan du nemlig bestille kaffe tilberedt på en såkalt moccakanne fra Bialetti, denne underlige lille ikoniske kaffebryggeren, som de fleste italienerne har på kjøkkenbenken.

Det er JDE Professional som har levert kaffeløsningen, og vi spør Tom Christian Hansen, Restaurant Manager på Scandic Flesland Airport, om hvorfor de har valgt Bialetti-kannen. Det er jo ikke akkurat det enkleste å brygge kaffe på.

– Scandic Flesland Airport ønsker å gjøre noe ekstra ut av frokostopplevelsen. Presskanne er gjerne det man tyr til, men hvorfor ikke gjøre noe helt annerledes? Kaffe på italiensk vis, sterk og fyldig, det vil kunne ha appell, ikke minst til mange av hotellets internasjonale besøkende. Italiensk kaffe er også et naturlig valg til vår restaurant, Popolo Osteria & Bar. Her serverer vi italienske spesialiteter og steinovnsbakt pizza, tilberedt som i de italienske osteriane. Og hva er vel en bedre avrundning på et italiensk måltid, enn ekte italiensk kaffe tilberedt på Bialetti-kanne?

Gjestene kan selvsagt velge mellom ulike kaffemenyer, men kaffe fra Bialetti-kannen må bestilles av servitøren. Kaffen kvernes og tilberedes på kjøkkenet og serveres ved bordet. Italiensk espresso fra Illy borger for god kvalitet på kaffen.

BIALETTI MOKA EXPRESS

I 1933 lanserte Alfonso Bialetti Moka express kannen og dette produktet har solgt i mer enn 200 millioner eksemplarer siden 1950-tallet. 90 prosent av italienerne har visstnok en Bialetti hjemme og benyttes gjerne om morgenen med varm melk. Mens espressomaskinen brygger med et trykk på 9 bar vil en Moka express oppnå et trykk på 1 – 1,5 bar.



På kjøkkenet gjøres Bialetti-kannene klar for servering. Fra venstre Christina B. Bjørnstad, Tom Chr. Hansen og Jeanette K. Angeltveit



NORWEGIAN ROAST

Norwegian Roast er spesialkaffe som har en definert geografisk opprinnelse. Dette kan være et land eller et distrikt som er spesielt kjent for sin kaffetype eller som har en særegen smaksprofil. Smaken av bønnene fra disse spesielle områdene reflekterer høyden over havet, innhøstingen og bearbeidingsmetodene som gir dem deres egenart og den «rene» smaken som er karakteristisk for kaffe fra akkurat dette området.



HVA PASSER KAFFEN TIL?

Vi har vurdert hvilke smaker de forskjellige kaffetyperne kan passe til.

Les mer på
FRIELE.NO

	KREM	SITRUS	FRUKT	SJOKOLADE	NØTTER	KARAMELL	KARAKTERISTIKA	EPD-NR HELEBØNNER
FAIRTRADE, GUATEMALA**	•			•	•	•	FRISK / FYLDIG / NØTTER	4092136
KIAMBU, KENYA*	•				•	•	FRUKTIG / BÆR / URTER	4092177
IPANEMA BOURBON, BRASIL*		•	•	•	•		SØT / SJOKOLADE / NØTTER	4092193
BLUE JAVA		•	•	•		•	FRISK / MILD / FYLDIG	4092128
FRENCH ROAST*			•	•	•	•	FRISK / KARAMELL / MARSIPAN	4092219
ESPRESSO FRIELE UTZ*		•	•				MØRK / KRAFTIG / FYLDIG	4092235
ESPRESSO 1799*		•	•	•			FYLDIG / RUND / KAKAO	4092243

SVANEMERKET KAFFELØSNING

Svanemerket finnes på mer enn 15000 varer og tjenester i Norge. Rengjøringsmidler, vedovner, tekstiler, møbler, maling, hudpleie, småbarnsprodukter, leker og papir er vi vel kjent med. Også trykkerier, rengjøringstjenester, vaskerier, renserier og restauranter. Men visste du at kaffeløsningen også kan svanemerkes?

I desember 2015 var Stiftelsen Miljømerking klar med kravene til Svanemerket kaffeløsning for hele Norden. Noen oppslag i fagpressen selvsagt, men for de fleste gikk det hus forbi. Imidlertid setter flere og flere bedrifter miljø og bærekraft i fokus. Sertifiserte produkter øker i omfang, og vi kan ikke regne med at dette er et forbigående fenomen.

Men hvordan går det egentlig? Er det noen av kaffetjeneste-leverandørene som kan tilby en Svanemerket løsning? Og hvilke krav er det egentlig som stilles?

Vi tok en prat med Tormod Lien, markedsrådgiver i Miljømerking og prosjektleder for Nettverk for miljømerket innkjøp.

– Siden vi lanserte dette i fjor har vi fått mange henvendelser, både fra kunder og leverandører. Kravene er tøffe, Svanemerket henger høyt, og det skal ikke være en enkel sak å få lisens, sier Tormod. Nå har den første norske

kaffetjeneste-leverandøren fått svanemerket sin kaffetjeneste, og dette er bare begynnelsen.

Miljømerking har utviklet helhetlige krav for kaffetjenester og vurderer alt fra dyrking av kaffebønner, bruk av økologiske varer, kaffemaskinens energiforbruk og rengjøringsprodukter.

– Vi stiller krav om energieffektive kaffemaskiner. Vi setter tøffe miljø- og helsekrav til komponenter som er i kontakt med næringsmiddel. Vi forlanger høy prosentandel av sertifisert økologisk kaffe og øvrige produkter som tilbys med maskinen. Vi stiller strenge miljøkrav til forbruksvarer, vi forlanger energi- og klimaeffektiv transport, og vi krever også gode rutiner for rengjøring og vedlikehold av maskinene.

Dagens krav er vedtatt november 2015 og gjelder til desember 2020.

– Vi reviderer kriteriene om lag hvert 5. år. Da oppdaterer vi og strammer inn

kravene slik at de følger med i utviklingen og en bedret miljøprestasjon i bransjen, sier Tormod Lien. Vi har et klart mål om at det skal bli enklere for innkjøpere.



Tord Lien, markedsrådgiver i Miljømerking

DET BEGYNNER Å RØRE PÅ SEG

Bare i Norden selges årlig 350 000 nye kaffemaskiner i følge Miljømerking. Det profesjonelle kaffemarkedet innenfor horeca og kontor er stort. Dersom svanemerkingen brer om seg, vil det gjøre en forskjell.

Stiftelsen Tradebroker består av 52 medlemsbedrifter og fungerer som en innkjøpssentral for disse. Her finner vi mange store konsern og samlet representerer medlemmene mer enn 700 selskaper/avdelinger og om lag 130 000 ansatte. Tradebroker vektlegger miljøkrav med 20% i alle sine konkurranser

– Miljøkravene kommer for fullt, sier Endre Klungland i Tradebroker. De som jobber med miljøaspektet skaffer seg et forsprang. Vi vektlegger miljøkrav med 20% i alle våre konkurranser.

Nylig vant Pelican Rouge en kaffeavtale med årlig verdi på mellom 22 og 25 millioner, men med et betydelig potensiale. Kontrakten gjelder i tre år. Her ble kravene fra Svanemerket lagt inn i miljøkravene.

Selv om prisen er høyere, har så mange som 34 av medlemmene valgt å benytte seg av denne kaffeavtalen. Og Klungland er klar. De store kommer til å etterspørre svanemerkede kaffeløsninger i fremtiden.

HVORDAN BLI SVANEMERKET

De som ønsker Svanemerket må gjennom en søknadsprosess. Selve søknadsavgiften er kr. 25.000. De ulike kravene kan lastes ned på svanemerket.no. Miljømerking kan bidra i prosessen med veiledning.

– Vi håper at både private og offentlige virksomheter velger svanemerkede kaffetjenester. Da kommer flere til å drikke kaffe, te og kakao merket med økologiske og sosiale bærekraftsmerker. Ta kaffepause med god miljøsamvittighet, sier Tormod Lien.

FAKTA OM SVANEMERKEDE KAFFETJENESTER

- Minst 90 prosent av kaffen skal være økologisk. Te, melk, sukker, kakao: 50 prosent økologisk til sammen.
- Minst 30 prosent av kaffen skal være sertifisert med en merking for sosialt ansvar. Te, kakao, sukker: 10 prosent til sammen.
- Strenge energikrav til kaffemaskinen.
- Svanemerket stiller strenge krav til hvilke stoffer som kan inngå i den platen og metallet som kommer i kontakt med kaffen og de andre matvarene som brukes i maskinen. Miljø- og helsefarlige stoffer som flammehemmere, halogenerte organiske forbindelser og mykgjørere som ftalater er forbudt.
- Ingen rengjøringskemikalier som er klassifisert som miljø- eller helsefarlige kan brukes.
- Eventuelle engangskopper som leveres sammen med kaffetjenesten skal være svanemerkede eller være laget av fornybart materiale.
- Alle sjåførere som arbeider med vedlikehold av maskinen skal ha gjennomgått kurs i miljøtilpasset kjøring. Bilene som brukes skal oppfylle Euronorm 5.

WATERLOGIC FØRST UTE MED SVANEMERKET KAFFETJENESTE

Salgssjef Magnus Hillestad smiler fornøyd. Fredag 28. april ble det klart at Waterlogic er klar med Norges første svanemerkede kaffeløsning for bedrifts-markedet. Han har vært prosjektleder og jobbet seg gjennom kravene godt hjulpet av kollegaer og leverandører.

– Dette var ikke håpløst, selv om enkelte av kravene var tøffe. Maskinprodusenten ble blant annet utfordret på tilførsel av bly til kaffevannet. Dette ble målt etter en ny EU-standard. Vi var i kontakt med flere laboratorier for å få utført disse testene, for her mangler både metode og erfaring. Men vi kom i mål, sier Magnus, og understreker at de kravene som ble stilt ikke var urimelige.

Waterlogic har bygget opp en Svane-merket kaffeløsning, og det er ikke bare kaffe og maskin som inngår i løsningen. Forbruksvarer, biler, sjåfører, hygiene – alt er underlagt strenge krav. Det betyr naturlig nok noe høyere pris, men Hillestad har tro på at dette ikke er et blaff.

– Offentlige virksomheter har gått foran når det gjelder å etterspørre sertifiserte produkter. Sakte men sikkert kommer næringslivsaktørene på banen. Noen store og enkelte små virksomheter med høy miljøbevissthet kommer til å fokusere på dette, tror Hillestad. Og vi i Waterlogic ville ikke sitte på gjerdet og vente.

OM STIFTELSEN MILJØMERKING I NORGE

Miljømerking forvalter de to offisielle miljømerkene Svanemerket og EU Ecolabel i Norge. Miljømerkede produkter og tjenester har gjennomgått en objektiv miljøvurdering.

I 1989 besluttet Nordisk Ministerråd å opprette en frivillig offisiell miljømerking, Svanemerket. Stiftelsen Miljømerking i Norge ble opprettet for å forvalte de offisielle miljømerkene i Norge.

Stiftelsen ledes av et styre med medlemmer oppnevnt av Barne- og likestillingsdepartementet, miljøvernmyndighetene, Næringslivets Hovedorganisasjon, Hovedorganisasjonen Virke, Landsorganisasjonen i Norge, Forbrukerrådet, handelskjedene og miljøorganisasjonene.

Svanemerket er et helhetlig miljømerke som stiller krav til alle relevante miljøproblemer som kan oppstå i hele produktets livssyklus. For å kunne benytte Svanemerket, må kravene til det aktuelle produktet (vare eller tjeneste) være innfridd og et kontrollbesøk være utført. Det utstedes så en lisens som gjelder for tre eller fem år. Rapportering skjer årlig.

KAFFEN SMAKER BEDRE MED RENT UTSTYR.



Anbefales av norske kaffeprodusenter.



www.cleandrop.no

Vi har et bredt sortiment av konditorvarer og bakverk som harmonerer godt med våre kaffevarianter.

SNAKK MED OSS OM FOODPAIRING

PALS
— 1964 —
KAFFE

KAKE- OG KAFFESPESIALISTEN

A/S Pals kundeservice, tlf. 66 77 06 00, kundeservice@pals.no - pals.no

=OSLO ÅPNER KAFFEBAR I SOMMER

Det er full fart i Akersgata i Oslo. Lokaler er på plass og oppussingen er i full gang. For nå skal Stiftelsen Erlik åpne kaffebar midt i Oslo Sentrum.

=Oslo har i snart tolv år gitt vanskeligstilte og rusavhengige i hovedstaden en verdig jobb gjennom gatemagasinsalg. Nå vil Stiftelsen Erlik, som står bak gatemagasinet, gi denne gruppa enda en mulighet for lønnet arbeid, jobbtrening, kompetanse og mestring. Et tilbud med fastere rammer, som ligger nærmere en normal jobb enn det å selge =Oslo. Sommeren 2017 skal =Kaffe åpne dørene.

– =Kaffe er en kaffebar som skal konkurrere med de etablerte kjedene i Oslo om byens kresne kaffekunder. Vi skal være i tet på kvalitet, på service og på pris. Det eneste som skal skille =Kaffe fra de andre aktørene, er at menneskene bak disken har en litt annen bakgrunn enn andre baristaer, sier Gunvor Hægstad i stiftelsen Erlik.

=Kaffe vil ha to miljøarbeidere på jobb og to profesjonelle baristaer. De rusavhengige forplikter seg til å jobbe 2–3 dager i uka og opplæringen har startet. Første introduksjonskurs foregikk hos Norsk Kaffeinformasjon 5. mai og stemningen stod i taket etter hvert

som espressomaskinens hemmeligheter ble avslørt. Marit Lynes og Madeleine Solheim Johnsen sørget for at grunnleggende kunnskap om riktig bryggeteknikk kom på plass hos den motiverte gjengen.

– De har ofte levd et tøft liv og falt utenfor arbeidslivet. Enkelte av dem har aldri tidligere vært i ordinært arbeid, sier Camilla Svingen, daglig leder i Erlik, og en av drivkreftene bak prosjektet.

=Kaffe skal, i likhet med gatemagasinet =Oslo, driftes kommersielt og på sikt ikke være avhengig av bevilgninger fra stat, kommune eller sponsorer. Dette sikrer en mer forutsigbar og stabil drift, og tryggere arbeidsplasser. Et eventuelt overskudd skal brukes til å åpne flere filialer, og gi enda flere vanskeligstilte sjansen til å gå på jobb hver dag, lære et fag og delta i samfunnet. Dette er ekte sosialt entreprenørskap.

=Kaffe skal, i likhet med gatemagasinet =Oslo, være en berikelse for byen. Det skal være et sted hvor møter mellom

mennesker i vidt forskjellige livssituasjoner bryter ned fordommer og maner til ettertanke.

– Kundene våre er de samme du finner i alle byens kaffebarer, mens de ansatte er mennesker som lever i samme by, men i en annen verden. Da vi i vinter fortalte om prosjektet i pressen, var responsen overveldende. Vi tror Oslofolk kommer til å slutte opp om og støtte =Kaffe, som de har gjort med gatemagasinet =Oslo, avslutter Camilla Svingen.



=OSLO

Norsk gatemagasin, grunnlagt 2005, solgt av vanskeligstilte mennesker i Oslo. Utkommer hver måned i et opplag på normalt 15 000 eksemplarer. Bladet blir utformet og redigert av profesjonelle journalister og fotografer. Redaktør: Lars Aarønes. Ca. 250 aktive selgere (2017). 1500 selgere registrert siden oppstart. Overskudd fra salget går tilbake til selgerne.

Hensikten med bladet er å hjelpe rusavhengige og vanskeligstilte til et bedre liv gjennom hjelp til selvhjelp («verdig arbeid»), skape debatt om rusomsorg og øke medmenneskelig engasjement og holdningsendringer overfor rusavhengige og andre vanskeligstilte.

Fra 2009 spredte Erlik seg til flere byer på Østlandet. Utenfor Oslo heter magasinet =Norge, men innholdet er det samme. To ansatte og mange eksterne journalister fyller femti reklamefrie sider hver måned. I dag finner du gatemagasinet i Sarpsborg, Tønsberg, Drammen, Kongsvinger, Hamar, Gjøvik og Lillehammer.

Kilde: Store Norske Leksikon og =Oslo

TV-SERIE OM KAFFE

– Matkanalen er nå i sluttfasen av innspillingen av en ny serie om kaffe med programleder Line Verndal som programleder. Vi har vært i Columbia, Brasil, Italia, Nederland, England – og ulike steder i Norge, sier Øivind Lindøe i Matkanalen.

Serien starter på Matkanalen i slutten av august og består av totalt 6 episoder – fra bønne til kopp. Dokumentarutgaven på tre kvarter vises på TV3 15. august.

– Dette er ikke hverdagskost, sier Marit Lynes i Norsk Kaffeinformasjon. Det er bare å glede seg. Her får det norske folk en unik anledning til å lære «alt» om kaffe.

Etter å ha smuguttet på noen av klippene er hun overbevist om at dette er et skikkelig bidrag til folkeopplysning om kaffe.



OM MATKANALEN:

Matkanalen er en helt ny T, V-kanal som ble lansert i Norge 1. desember 2015. Matkanalen vises på Altibox kanal 16, Canal Digital Satellit 21, Canal Digital Kabel 36, Get kanal 35, Viasat, Nextgentel kanal 19RiksTV underholdningsportalen og kanal 38. Kanalen når dermed 80% av Norge gjennom basispakkene. Kanalen viser både egne og innkjøpte serier og programmer for å inspirere alle matinteresserte. Kanalen er reklamefinansiert og sendes på TV, hver dag og natt, hele uken

STEFAN SJÖDIN ER NY DAGLIG LEDER I BONAMAT NORGE AS

Stefan Sjödin har jobbet som Key Account Manager i Bonamat de siste to årene, og er således kjent med både bedriften og produktene, samt kaffebransjen for øvrig.

– Jeg gleder meg til å fortsette det gode arbeidet som er lagt ned i Bonamat gjennom en årrekke. Vi jobber hver dag for å vedlikeholde og utvikle en merkevare vi er stolte av, forteller Stefan og peker på utvalget av kaffemaskiner som spenner fra både små og store kaffetraktere til større automater med ferske kaffebønner.

Bonamat Norge AS teller i dag 6 ansatte. Fra lokalene på Gjøvik driftes forhandler

porteføljen som sprer seg over hele landet. Morselskapet Bravilor Bonamat BV har sitt hovedkontor med både utvikling, produksjon og lager

i Nederland. Sortimentet består av et stort utvalg av maskiner for tilberedning av drikke, med spesielt fokus på kaffespesialiteter og varmt vann.



ESPEN GJERDE NY STYRELEDER I NORSK KAFFEINFORMASJON

Espen Gjerde, direktør i Joh. Johannson Kaffe erstatter Torgeir Sveine fra Coop Norge Industri som styreleder i Norsk Kaffeinformasjon. Gjerde ble enstemmig valgt på generalforsamlingen 26. april 2017.

Gjerde har lang fartstid fra mat- og drikkenæringen, først Tine, deretter ulike lederoppgaver i Asko og Norgesgruppen. Før han kom inn i norsk kaffebransje i 2011 var han administrerende direktør i Meny.

– Jeg er opptatt av både kvalitet og opplevelse, sier Espen Gjerde. Norsk

Kaffeinformasjon representerer en sterk kaffekultur hvor kvalitet alltid har stått i fokus. Kaffe er i tillegg nordmenns sosiale drikk og byr på positive opplevelser i hverdagen. Bransjen står sammen og deler kunnskap og erfaringer. Jeg gleder meg til å ta fatt på oppgaven, understreker Gjerde.

– Espen sitter i styret både i Solberg & Hansen, Dromedar, Nordic Approach og Varoma, og har all nødvendig erfaring og kunnskap som skal til for å lede vårt styrearbeid, sier Marit Lynes, daglig leder i Norsk Kaffeinformasjon. Jan Erik Glimsholt fra Kjeldsberg Kaffebrenneri er nytt styremedlem.

Ellers fortsetter resten av styret bestående av Bård Gundersen fra Black Cat Kaffe og Tehus, Atle Engelsen fra Jacobs Douwe Eberts Norge, Lise Raanaas Hovind fra Pals, Jan Fredrik Hagen fra Moccamaster Nordic og Liv Haugen fra Metos.





DEN VERDIFULLE KAFFEGRUTEN

Det meste av kaffegruten går rett i restavfallet og til forbrenning. Det er jo veldig synd med tanke på næringsinnholdet og de gode egenskapene gruten har, sier Siri Mittet, gründer og ildsjel i Gruten AS.

Mer enn 35 tusen tonn brent kaffe brygges og nytes av norske kaffedrikkere årlig. Det er mye i forhold til antall mennesker her til lands. Med 12 millioner kaffekopper daglig ligger vi helt i verdenstoppen når det gjelder kaffekonsum per innbygger.

Om lag 98,5% av kaffen blir grut, resten er kaffestoffer som nytes i koppen.

– Mengden er enorm, sier Siri Mittet, som har blitt profesjonell grutinnsamler, med flere grutprodukter i salg.

GRUTEN ER VERDIFULL

Det er for galt å kvitte seg med alle de verdifulle stoffene som finnes i kaffegruten, tenkte Siri for noen år siden og bestemte seg for å gjøre noe med saken. Verdifulle stoffer som nitrogen, cellulose, oljer og fettstoffer og ikke minst antioksidanter må kunne nyttiggjøres. Kaffegrut er velkjent for kosmetikkindustrien og kan benyttes i såpe og skrubber. Så skaffet hun en lastesykkel og begynte å tråle kaffebarene i Oslo på jakt etter grut. Journalistene kastes seg over Siri. Det ble mye oppmerksomhet og hyggelige

reportasjer om dette positive miljøtiltaket, som i tillegg har vist seg å overleve.

– Nå har vi en fulltidsansatt, en på timebasis, en i praksis, og et aktivt styre som bidrar i utviklingen av bedriften, sier Siri, som har hendene fulle.

Siri jobber mye med formidlingsaktivitet. Hun holder foredrag, organiserer kurs om soppyrking i kaffegrut, såpelaging og markkompost. Målgruppen er både privatkunder, organisasjoner, foreninger og bedrifter og Gruten samarbeider



både med store og små aktører rundt om i landet

– Det siste året har vi produsert såper og skrubber for blant annet Øyafestivalen, UiO/Blindern, Kolonihagen og ISS/Telenor, sier Siri fornøyd. Nå er vi i gang med et større prosjekt med Starbucks. Dette går veien!

KAFFEGRUT I HAGEN

Sommeren står for døra og mange har fått øynene opp for kaffegruten i hagen. Den er glimrende i kompost og til jordforbedring. Den kan brukes til jorddekking (mulching) og den holder uønskede dyr bort fra plantene i hagen.

– Marken elsker kaffegrut, den skaper god jordstruktur forklarer Siri. Og den kan brukes til å dyrke østerssopp.

Siri vet det meste om kaffegrut og kreativiteten tar ingen ende. Ønsker du å lære mer eller komme i kontakt med Siri og resten av gjengen er det bare å gå inn på www.gruten.no.



KAFFA BLIR NUOVA SIMONELLI-FORHANDLER

Foodtech Interiør og Storkjøkken er importør og distributør av Nuova Simonelli-maskiner i det norske markedet. Nå har brenneriet Kaffa blitt med på laget og skal sørge for at enda flere toppprodukter når kresne baristaer rundt om i landet.

For det er toppmodellen Victoria Arduino Black Eagle og ikke minst den suksessrike kvernen Mythos Kaffa skal konsentrere seg om. Nuova Simonelli har siden 2008 vært offisiell maskinleverandør til World Barista Championship.

– Vi vil hjelpe våre kunder til å tilberede og selge kaffe på aller beste måte. Da er vi avhengige av utstyr som vi kan inn og ut, sier daglig leder Erik Rosendahl i Kaffa. Nuova Simonelli har hatt veldig god kontakt med brennerier over hele verden og fulgt med på det som rører seg innenfor baristakulturen. Både maskin og kvern har alt det som skal til for å tilberede den beste kaffen.

Med Kaffa på laget satser Foodtech enda sterkere på det profesjonell baristamiljøet. Kaffebarene Java og Mocca har erstattet sine espressomaskiner med Black Eagle og Mythos.

– I miljøet rundt Kaffa finner vi noen av de flinkeste kaffefolkene i landet, sier Raymond Wiig i Foodtech.

Kaffa vil jobbe strategisk mot brenneri og baristamiljøet med fokus på VA388 maskiner når det gjelder spisskompetanse bønner og maskin. Foodtech vil ivareta ordinær service, og resten av spekteret



til Simonelli / Victoria Arduino. Foodtech vil også fokusere på å bruke sin kompetanse innen prosjekt og komplette leveranser av kaffebarer etc.

– Man trenger god logistikk og maskinpark også utover en god espressomaskin, understreker Raymond. Her har vi 25 års erfaring som vi ønsker å dele.

VA388 BLACK EAGLE har vært offisiell konkurransemaskin i World Barista Championship siden 2015.

Mythos One



HIPSTER UT I VERDEN

Johan Aglen, Global Sales Manager i 3TEMP kan smile fornøyd om dagen. «Vidundertrakteren» Hipster har oppnådd mye positiv omtale og etter iherdig besøk på messer rundt om i verden ser det nå ut til at 3TEMP lykkes med å bygge global distribusjon. I løpet av de siste to årene distribueres Hipster i mer enn 20 land og 4 kontinenter.

– Veksten kommer med økt interesse for filterbrygging i land hvor espressoen tradisjonelt står sterkt, sier Johan Aglen. Kombinert med vekst innenfor spesialkaffe merker vi at kresne kunder vil ha skikkelig bryggeutstyr.

3TEMP har nylig inngått avtale med den internasjonale kjeden JOE & THE JUICE. Avtalen inkluderer levering av HIPSTER samt IoT-løsningen som blant annet gjør det mulig å standardisere og dele bryggeoppskrifter via en app.



CEO Patrick Stridsberg (v) og Johan Aglen demonstrerte Hipster i Dublin i 2016





BOULE OG KAFFE I OSLOS FLOTTESTE BAKGÅRD?

Midt i hjertet av Oslo ligger en hage nesten ingen vet om. Prindsen hage var i sin storhetstid Oslos frodigste og fineste prydhage. Nå er portene igjen åpnet.

Inspirert av ulike prosjekter rundt om i Europa som Stedsans i København og Prinzessinnengarten, har en gjeng entusiaster satt i gang arbeidet med å føre Prindsens Hage tilbake til en grønn lunge. Stedet skal fylles med aktiviteter som boule, krokett, bordtennis, hesteskokast, fire på rad, kubbe, jenga, bowling, hackysack, skotthyll, cornhole, ladder-golf og sjakk. Kapasiteten er på over 2000 mennesker.

Her blir det også hagedrift med fokuset på bruksplanter som humle og urter som kan brukes til mat og drikke. Målet er



å bli landets mest miljøvennlige møteplass, hvor innovasjon og bærekraftighet

både for natur og mennesker. I løpet av fem år skal landets første nullutslipps veksthus med servering etableres. Prindsen hage satser på et mangfoldig serveringstilbud. Fra Skippergata kommer Beets, et heløkologisk matkonsept som skal tilby byens aller beste vegetarmat. Matinkubatoren Frævleik kuraterer en matstand, der flere av byens mest spennende restauranter vil ha gjestespill og servering

Ikke minst vil det blir servert varm og kald økologisk kaffe og te fra Oslobrenneriet LIPPE.

DEN GULE POSEN

Det tradisjonsrike brenneriet i Trondheim fylte 160 år i 2016 og har alltid vært i kaffehyllene med sine gule poser. I 2013 ble et nytt sortiment lansert og ny design på posene fulgte med. De ulike sortene fikk ulike farger og en frisk palett åpnet seg for kundene. Det var imidlertid «den gule posen» folk flest forbandt med Kjeldsberg, og nå fremstår Kjeldsberg enkel, klar og stødig. Mottoet er ordentlig kaffe. All unødvendig dekor er fjernet og alle posene er gule.

– Kaffen skal smake godt og vi skal oppføre oss ordentlig, sier Jan Erik Glimsholt, sjefen hos Kjeldsberg i Trondheim. Vi er den minste av de største kaffehusene. Vi har en sterk lokal forankring men vi brenner for hele landet. Vi skal være tydelig og ujølete og vi skal gjøre det enkelt for folk. Derfor kun gule poser

og derfor et folkelig budskap i markedsføringen.

– Så er vi stolte av at alle kaffen er sertifisert. Ordentlig kaffe betyr også at vi skal oppføre oss ordentlig! All kaffen vi produserer er enten UTZ- eller Fairtrade-sertifisert. Vi jobber for en mer bærekraftig produksjon og forbedrede sosiale forhold for de som dyrker kaffebønnene våre. Vår Fair Trade filterkaffe er den eneste du finner i dagligvaremarkedet som er både økologisk og Fair Trade-sertifisert, sier Glimsholt. Hvilket land kaffebønnene kommer fra i denne posen avhenger av sesong, slik at kaffen alltid skal være optimal og smake så godt som mulig. I månedsskifte februar/mars kom varianten fra Peru inn i hyllene hos REMA 100 og Bunnpris, og neste parti vil være fra Guatemala.

Kjeldsberg relanserer pulverkaffe med en ny og bedre blanding. Designet har også blitt oppgradert slik at det passer sammen med resten av produktene i den gule kaffehylla. Den tidligere glassemballasjen er byttet ut med et såkalt PET-glass, som er vesentlig lettere. Kjeldsberg er også ute med en ny variant i kapselsortimentet; en sterk Lungo.



«DEN SORTE KATTA» SOVER IKKE

Black Cat Kaffe og Tehus har levert kvalitetsvarer til Oslofolk i 112 år, og hører med blant de gamle gode familiebedriftene. Men tiden står ikke stille hos Black Cat, som de siste par årene har gjort flere grep for å møte fremtiden.

Mange forbinder den legendariske spesialforretningen i Grensen med navnet Black Cat, men dette er bare et lite vindu i den etter hvert ganske omfattende virksomheten på Grini rett utenfor Oslo.

Da Black Cat flyttet fra Røa til Grini Næringspark i 2015 ble det bygget opp et helt nytt brenneri og installert en 50 kg Diedrich som brenner 70 – 80 tonn i året. Neste investering blir en pakkemaskin.

– Kaffeproduksjonen øker for hvert år. Vi leverer til kaffebarer, kafeer, restauranter,

hoteller og kaffe- og tebutikker, forteller daglig leder Lars Røst Christoffersen. Da tredje generasjon og eier Bård Gundersen valgte å fokusere på salg, konsept og strategi, rykket den blide salgslederen opp i sjefsstolen.

Lars har en spennende og annerledes bakgrunn enn mange andre i kaffebransjen. Etter flere år i Storbritannia, med studier i politikk og filosofi, en master i Business og fire år hos Goldman Sachs, vendte han tilbake til Norge og tok seg en lagerjobb på Black Cat. De eksotiske duftene må ha gjort noe med han, for han ble værende, fortsatte med salg og har nå ansvaret for hele virksomheten.

– Vi regner med å omsette for om lag 50 mill totalt i 2017, forteller Lars. Kaffe utgjør en tredel, det samme gjør salg av Jura-maskiner. Resten stammer fra te og diverse tilbehør. På brenneriet holder

Alexander Aker og Ionnas Lazos til. Alexander bruker mye tid på kunder, og sørger for hyppige cupping. Kaffen kjøper Black Cat fra Nordic Approach, Collaborative Coffee Source, Cup of Excellence og har ellers mange kontakter i utlandet. I tillegg har Black Cat sin egen kaffeplantasje i Nicaragua.



Daglig leder Lars Røst Christoffersen

NYE HODER I EDEN SPRINGS

Ola Dagliden har tatt over som Managing Director i Eden Springs Nordic og Thomas Brodersen ble i desember ny salgssjef i Norge.

Thomas er ny i bransjen, men har med seg lang fartstid som Sales Manager og Country Manager innenfor shippingbransjen.

Det er vann og kaffe som står i sentrum hos Eden Springs og her finnes ambisjoner om å styrke posisjonen i markedet. Kaffen får de fra svenske Arvid Norquist og italienske Lavazza.

Eden Springs har mer enn 300 ansatte med distribusjonsnett over hele Europa.



Thomas Brodersen

NY ICO-SJEF

José Dauster Sette er utnevnt som ny Executive Director i The International Coffee Organization. Beslutningen ble tatt under møtet til The International Coffee Council i London i mars.

Sette kommer fra Brasil og er ansatt for en femårsperiode. Han har lang erfaring fra internasjonal handel og kommer fra stillingen som leder for International Cotton Advisory Committee.

Sette har tidligere hatt oppgaver i ICO blant annet som leder for drift fra 2007 til 2012 og som interimsleder fra 2010 til 2011.

International Coffee Association (ICO) er den internasjonale organisasjonen for produsent- og konsumentlandene. Hovedoppgaven er å møte de utfordringer verdens kaffesektor står overfor gjennom internasjonalt samarbeid. ICO har hovedkvarter i London og har 78 medlemsland.



KAFFEBRENNERIET MED NYTT BRENNERI

Kaffebrenneriet åpnet eget brenneri i nye lokaler i desember 2016. Brenneri- og importsjef Ola Brattås er storfornøyd med lokalene rett over gata til Kaffebrenneriets hovedkvarter på Grønland i Oslo.

– Her har Norsk Bygdekvinnelag holdt hus i en årrekke, men nå er lokalene pusset opp og huser en egen cuppelab, Kaffebrenneriets nettbutikk, kontorer og selvsagt en flunka ny Probat med kapasitet på 22 kg, sier Ola. Tre dyktige kaffebrennere, David Salas, Hanne Sørensen og Guro Fuglesteg har hendene fulle og forsyner Kaffebrenneriets 36 kaffebarer med Cup

of Excellence, Direkte handel og sesongens kaffe.

– Vi har hatt lokalene i kikkerten lenge, og er veldig fornøyd, sier Steinar Paulsrud, en av Kaffebrenneriets to gründere. Vi har alltid hatt en målsetning om å tilby unik kvalitets- kaffe til våre gjester og brenneriet er en viktig del av denne strategien.

SELECTA OVERTAR PELICAN ROUGE

Om ikke det europeiske konkurranse- synet setter seg på bakbeina, vil Selecta Group overta Pelican Rouge i løpet av 2. kvartal 2017. For Norden omfatter dette Pelican Rouge sin virksomhet i Norge og Finland, da deres virksomheter i Sverige og Danmark ble solgt i 2016.

– Både for Selecta Group som helhet, og spesielt Selecta Norge, gir dette oppkjøpet store muligheter for vekst og utvikling, skriver Selecta i en presse- melding. Med den felles kunnskapen og erfaringen i selskapene, vil det kunne muliggjøre en raskere implementering av ny teknikk, samt videreutvikling av systemverktøy og innovasjonsutvikling.



Foto: Kaffebrenneriet

KAFFA BRENNER KAFFE TIL KOLONIHAGENS NYE PRODUKT-SERIE I REMA 1000

Med mål om å levere den beste kaffen i norsk dagligvarehandel har KAFFA nå gått inn i et samarbeid med Collaborative Coffee Source, Kolonihagen og REMA 1000

– Det har vært en reise vi har gjort sammen for å finne rett kaffe, riktig forpakning men fremfor alt riktige vilkår for alle parter. Vi vil gjøre dette på vår måte og ikke på kompromiss med våre kjerneverdier, sier Erik Rosendahl, daglig Leder på KAFFA i Oslo.

Collaborative Coffee Source, som importerer råkaffen til Norge, arbeider med sine relasjoner med mål om å betale produsentene en høy pris for en så høy kvalitet som overhode mulig. Av all kaffen som selges under Kolonihagen- navnet går 2 kr per solgte pose til de som arbeider med kaffen på gårdene eller foredlingsstasjonen der kaffen blir produsert.

I første omgang blir det kaffe fra fire opprinnerler - to kvernet til filter og to hele bønner. Å kverne kaffen var et stort steg for KAFFA, som har solgt hele bønner og anbefalt folk å kjøpe kvern siden starten for 12 år siden. Den malte kaffen blir bærtørket kaffe av arten Catuai og Bourbon fra Brasil, og en vasket bourbon fra Guatemala. De hele bønnene blir en delvis bærtørket Catuai fra Costa Rica og vasket SL28/SL34 fra Kenya.

– Vi har en unik mulighet til å få flere til å oppdage spesialkaffe. Kan vi hjelpe til med å kverne en del av kaffen så gjør vi

gjørne det. Det viktige er opplevelsen av ordentlig kvalitet i koppen, og den er vi trygg på.

– Vi kommer til å arbeide med flere produsenter i hvert land ut fra størrelsen på gårdene, og alltid brenne kaffen for å få ut dens fulle potensial, sier Erik Rosendahl.

For Kaffa representerer avtalen med Kolonihagen høyere produksjon i brenneriet på Ryen og ny pakkemaskin er installert.



KOLONIHAGEN

Kolonihagen leverer økologiske råvarer hjem til privatkunder og restauranter. Kolonihagen driver også en økologisk restaurant på Frogner og bakeri på Lilleborg i Oslo. I 2013 startet Kolonihagen bryggeri i en kjeller på Grønnerløkka og leverer økologisk øl til egne restauranter. De samarbeider med Færder Mikrobryggeri om øvrig produksjon og salg..

Etterspørselen etter økologisk mat er større en hva produsentene kan levere. Slik var det ikke da Kolonihagen startet for 12 år siden, med en liten håndfull kunder som fikk levert en kasse med økologisk mat på døra. Tallet økte til flere tusen og i 2016 ble Kolonihagen kjøpt av Rema 1000. Det betyr at Rema 1000 styrker sitt tilbud på økologisk mat og at Kolonihagen kan vokse ut av Oslo.

NYTT FRA ESPRESSOSPESIALISTEN



Espressospesialisten er representert både i Stockholm og København og i 2016 kom på New York på kartet.

Julian Stolanowski (tidligere Lippe) tok i fjor over ansvaret for kurs i Barista School. og Hanne Morstad ble ansatt som teknikker.

Norø har blitt en viktig kunde med sin raske vekst i Oslo og har gått fra å være en ren brennerikunde til en omfattende kjedekunde.

Ellers er bryggesystemene Hipster fra 3Temp og Steam-punk fra Alpha Dominche lansert. To nye lanseringer er rett rundt hjørnet; espressomaskinene Modbar og Eversys.



CAFFÈ VERO VOKSER I TELEMARK

Det rører på seg i Telemark. Her har det ikke vært tett mellom verken kaffe-brennerier eller kaffebarer, men nå har Porsgrunn fått sitt eget kaffebrenneri og antallet kaffebarer øker.

En vesentlig bidragsyter er Caffè Vero, som har agentur på de italienske Caffè

Vero-produktene, og på kort tid har åpnet tre kaffebarer.

Caffè Vero Norge importerer og leverer kaffe i hele bønner, kaffekapsler, es-pressopods, filtermalt, istekonsentrat og andre produkter tilknyttet kaffe. Etter at den første kaffebaren ble åpnet

på Down Town kjøpesenter i Porsgrunn 2016, har det driftige ekteparet Mette og Stig Andengaard åpnet to til; på Saga Gråtenmoen og Bøsenderet.

Det har også blitt tid til å lage egen kaffe for fotballaget Odd i Skien og travkaffe Klosterskogen Travbane.

HVA LIKER KAFFEN BEST?

Emballasjeindustrien får av og til kjeft i opphetede miljødiskusjoner. Men i et kaffeperspektiv er det ikke tvil om at den rivende utviklingen.

En av de fremste innenfor emballasje på verdensbasis er Amcor. Med 31 000 ansatte fordelt på 190 fabrikker i mer enn 40 land er det en riktig stor aktør som stikker innom Norsk Kaffeinformasjon for å fortelle om den siste utviklingen.

Kaffe er viktig for Amcor, og selskapet har vært medlem i Norsk Kaffeinformasjon i flere år. Det understreker både Birger Fagernes, salgssjef i Norden og Elisabeth Tunheim med ansvar for Norge. Amcor i går bredt i alle markeder, men om lag en tredel av omsetningen i Vest Europa er på såkalt fleksibel emballasje. – Vi bruker mye ressurser på produktutvikling, understreker Birger. Hva liker kaffen best, er det spørsmålet vi må stille

oss. Det koker ned til to ting; barriere og ventil. Barriere som holder oksygen, lys og fuktighet ute, og ventil som sørger for at gassene slipper ut. For nybrent kaffe lekker gasser en stund etter brenning, og den må slippe ut om ikke posene skal ese opp som en ballong.

– Det nye for oss er at ventilen er innebygget i posen. Normalt har man en egen applikator. De kan bli satt på feil, falle av eller stoppe i maskinen. «Ventil rett på rull» har mange kvalitetsmessig fordeler for kaffen, i tillegg til mindre svinn og høyere hastighet med færre stopp. Produktet kalles Vento og ble lansert offisielt i september 2016. Nå er produktet på markedet og flere norske kaffebrennerier har startet testing og bruk av løsningen.

En av de som var tidlig ute var Cemo i Kristiansand. Steinar Svenning, brennerimester, er storfornøyd. – Vi hadde

problemer med ventilene i den forrige løsningen, sier Steinar. Nå har vi hatt Vento i snaut et år uten problemer.

– Amcor leverer i dag ikke ferdiglagde poser med Vento, så det er gjerne de litt større brenneriene som står på kundelista, hvorav Amcor i dag er ledende i Europa. Men fortvil ikke, testing er allerede i gang på ståposer, og vi håper dette kommer på markedet om ikke altfor lenge, avslutter Birger.



550-SIDERS KAFFEBOK FRA NESPRESSO

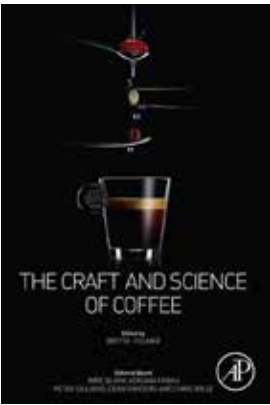
Nespresso har lansert en real referanseguide med Brita Folmer som redaktør. 550 sider og 20 kapitler utarbeidet som et samarbeidsprosjekt mellom 61 forfattere fra 30 ulike organisasjoner.

Brita Folmer er Science and Nutrition Manager i Nespresso, og vi følger kaffeplanten fra sin opprinnelse i Øst Afrika til sin nåværende rolle som et globalt produkt som påvirker millioner av liv over hele kloden. Her kombineres forskning og innsikt fra vitenskapsfolk,

kaffedyrkere, baristaer og andre bransjefolk. Boka fokuseres ikke bare på botanikk, foredling og brygging, men forsøker å utvide lesernes kollektive forståelse av ulike problemer, potensielle løsninger og innbyrdes relasjoner i hele kaffekjeden, i følge Daily Coffee News.

Bidragsytere er blant annet Christopher Wille, Imre Blank, Adriana Farah, Peter Giuliano, og Dean Sanders.

Boka koster kr. 658 i innbundet versjon.



VERDENS KAFFEPRODUKSJON

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

ICO produserer en del statistikk, og vi bringer her den siste rapporten som viser verdens kaffeproduksjon fra 2013 til 2016. Som med all statistikk for råvareeksport vil det være usikkerhet knyttet til tallene. Ulike kaffetradere produserer egne rapporter og kaffeproduksjonen kommenteres av en rekke internasjonale eksperter fortløpende. Mens denne tabellen viser kalenderår, opererer kaffebransjen gjerne med «kaffeår» som avviker fra kalenderår.

Om vi ser på verdensdelene, er Sør-Amerika desidert størst, og det er særlig **Brasil** som drar opp – ingen land produserer mer kaffe. 55 millioner sekker kaffe ble shippet fra Brasil i 2016 – mer enn en tredel av verdens kaffeproduksjon. Brasil har vært størst i mer enn 100 år og

opplevde i 2016 en oppgang på 9 prosent etter flere år med nedgang.

Brasil leverer mest kaffe til Norge, om lag 45 prosent av vår import kommer derfra.

Vietnam er nummer to blant verdens kaffeprodusenter, og har mer enn 15 prosent av verdensmarkedet. Landet produserer overveiende Robusta, og eksporten til Norge er relativt sett lavere enn posisjonen ellers skulle tilsi.

Colombia er nummer tre i verden med om lag 10 prosent av produksjonen. Verdens største produsent av vasket Arabica eksporterte mer til Norge i 2015 enn året før og ligger på andreplass. Produksjonen har økt hvert år siden 2012 og nyplanting av mer resistente planter har gitt veldig gode resultater.

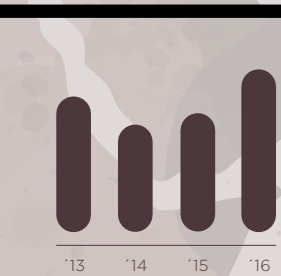
HVOR KJØPER NORGE KAFFE FRA?

IMPORT AV RÅKAFFE TIL NORGE I 2016 (TONN)

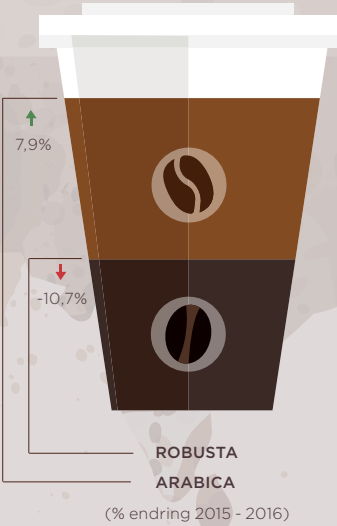
Brasil	15 690 588
Colombia	10 069 851
Guatemala	3 489 534
Kenya	1 418 651
Vietnam	1 091 521
Costa Rica	1 041 187
Nicaragua	500 554
Peru	428 048
Etiopia	326 915
Honduras	238 062
Indonesia	167 365
Papua New-Guinea	126 026
India	124 172
Tanzania	87 244
El Salvador	50377
Rwanda	37 605
Bolivia	13 119
Spania	7 219
Burundi	4 753
Uganda	4 222
Mexico	3 634
De Forente Arabiske Emirater	2 530

TOTAL PRODUKSJON ALLE LAND 2013 - 2016

(I TUSEN KG SEKKER)



	2013	2014	2015	2016	% endring 2015-2016
TOTAL	146 580	142 508	144 752	151 624	0.1%
Arabica	86 997	84 686	84 635	95 204	7.9%
Robusta	59 583	57 822	60 117	56 419	-10,7%



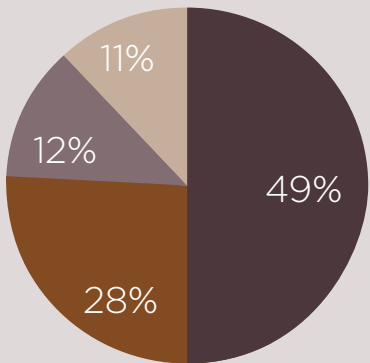
VERDENS KAFFEPRODUKSJON TOTALT 2013 - 2016

Tall fra International Coffee Organization.

LAND	2013	2014	2015	2016	%
Sør Amerika	72 828	69 954	68 951	74 420	7,9%
Asia & Oseania	46461	45 666	48 967	43 110	-12%
Mexico & Sentral Amerika	16 598	17 116	17 291	17 740	2.6%
Afrika	16 243	15 987	16 229	16 353	0.8%

KAFFEPRODUKSJON FORDELT PÅ VERDENSDELER 2016 (I TUSEN 60 KG SEKKER)

- Sør Amerika (74 420)
- Asia & Oseania (43 110)
- Mexico & Sentral Amerika (17 740)
- Afrika (16 353)



VERDENS KAFFEPRODUKSJON TOTALT 2016

(I TUSEN 60 KG SEKKER)

Tall fra International Coffee Organization.

LAND	2016	% ENDRING 2015-16
Brasil	55 000	9.2%
Vietnam	25 500	-11.3%
Colombia	14 500	3.5%
Indonesia	10 000	-18.8%
Etiopia	6 600	-1.7%
Honduras	5 934	2.9%
India	5 333	-8.1%
Uganda	3 800	4.1%
Peru	3 800	15.1%
Guatemala	3 500	2.3%
Mexico	3 100	10.7%
Nicaragua	2 100	-1.7%
Elfenbenskysten	2 000	5.7%
Costa Rica	1 486	-9.0%
Papua New Guinea	900	26.4%
Tanzania	800	-14.0%
Kenya	783	-0.7%
El Salvador	623	12.9%
Ecuador	600	-6.9%
Laos	500	7.1%
Kamerun	480	22.8%
Madagaskar	475	5.7%
Thailand	435	-10.3%
Den Dominikanske Republikk	400	0.0%
Venezuela	400	-20.2%
Haiti	350	2.3%
Kongo	335	3.7%
Andre Afrika	286	2.1%
Rwanda	240	-13.8%
Burundi	235	-14.3%
Guinea	200	13.1%
Filippinene	200	-3.9%
Yemen	125	-9.7%
Togo	119	47.3%
Andre	117	13.9%
Panama	115	6.0%
Cuba	100	0.2%
Bolivia	90	0.9%
Andre Mexico & Sentral Amerika	32	-2.0%
Andre Sør Amerika	30	0.3%
TOTAL	151 624	0.1%

SLIK DRIKKER NORDMENN KAFFE

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



12,8 mill.

Totalt kaffekonsum i Norge ligger på 3,7 kopper daglig blant kaffedrikkene. Dette tilsvarer rundt 12,8 millioner kopper kaffe per dag.



Nær 3 av 4 drikker KAFFEN SVART

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

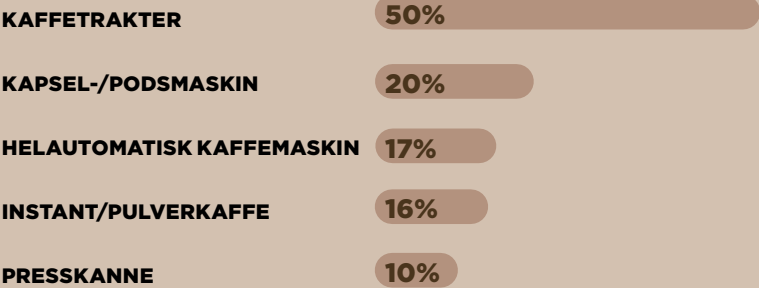
2% bruker sukker

19% bruker melk eller fløte

Kilde: NKIs kaffeundersøkelse 2016, Ipsos MMI

Kaffetrakteren er favoritten

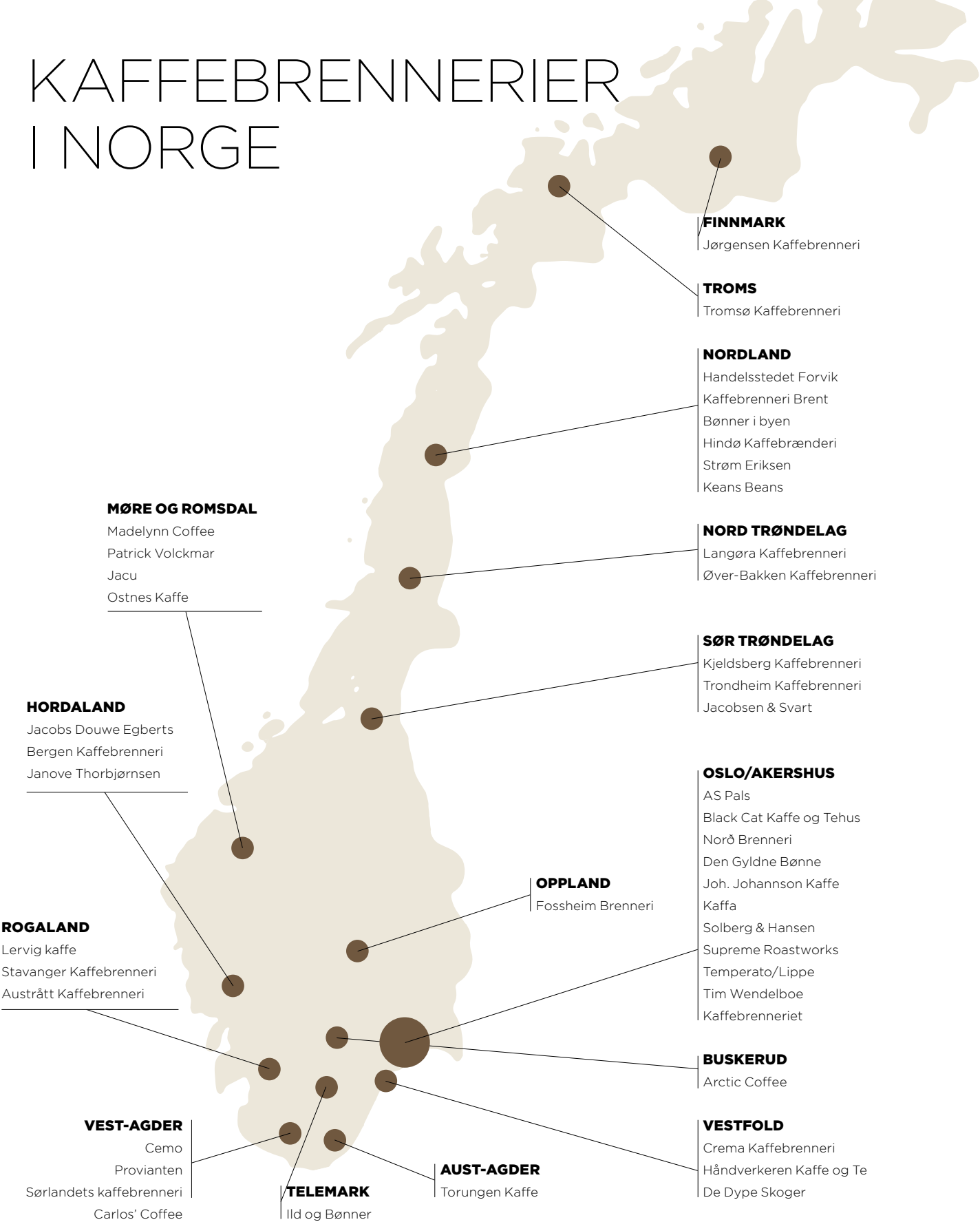
Kaffetrakter er den viktigste kilden til kaffekonsumet for nordmenn



9,4 kg.

Hver nordmann forbruker 9,4 kg. råkaffe

KAFFEBRENNNERIER I NORGE





KAFFEBAR- OVERSIKTEN 2017

ØSTFOLD

Coffeelicious - Eidsbergveien, Askim
Kaffebrenneriet - Stortorvet 9, Fredrikstad
Verdensspeilet - Nygaardsgata 23A, Fredrikstad
Waynes Coffee Tista Senter - Waltersgate 4, Halden
Park Bar og Cafe - Dronningensgt. 25, Moss
Mors Café - Sjøgt. 2, Moss
Kaffedilla - Sigvat Skalds gate 2 A, Sarpsborg
Kaffeliten Te og Kaffebær - Glengsgt. 30 , Sarpsborg

AKERSHUS

Haveli Kaffebær - Trekanten, Asker
Kaffebrenneriet - Strøket 8, Asker
Kårner Kaffebær - Torvveien 15, Asker
Kaffebrenneriet - Fornebu S, Bærum
Kaffebrenneriet Sandvika - Engervannsv. 39, Bærum
Kaffetid - Rykkin Senter Munins vei 1, Bærum
Kokeliko Kaffebær - Vøyenengt. 9, Bærum
Starbucks - Sandvika Storsenter, Bærum
Steam kaffebær - Bekkestua, Bærum
Stockfleth's - Fornebu S, Bærum
Stockfleth's - Sandvika Storsenter, Bærum
Kaffebrenneriet - Jessheim Storsenter, Jessheim
Kaffemakeriet - Jessheim Storsenter, Jessheim
Starbucks - Jessheim Storsenter, Jessheim
Kaffehjørnet - Eidsivagt 7, Eidsvoll
Huset Norasone Kaffebær - Nittedalsgata 21, Lillestrøm
Kaffemakeriet - Metro , Bibliotekgt. 30, Lørenskog
Starbucks Oslo Airport - Oslo Lufthavn Gardermoen
Kaffebær'n på Kolbotn - Kolbotnveien 6, Kolbotn
Stockfleth's - Ski Storsenter, Ski
Cafe Barista - Strømsveien 61, Strømmen
Kaffebrenneriet - Strømmen Storsenter, Strømmen
Black Cat Kaffe og Tehus - Sjøskogveien 7, Winterbro
Waynes Coffee - Rådhusplassen 33, Ås

OSLO

Baratt Kaffebær - St.Olavsgate 24, Oslo
Café Rouleur - Ullevålsveien 16 A, Oslo
Coffi - Kirkeveien 48, Oslo
Edwards Kaffebær - Schous Plass 1, Oslo
Espresso House - Grünerløkka, Nordre Gate 18, Oslo
Espresso House - Grüners gt. 1, Oslo
Espresso House - Aker Brygge, Stranden 1, Oslo
Espresso House - Byporten, Jernbanetorget 6, Oslo
Espresso House - Continental, Olav V's gate 2, Oslo
Espresso House - Flytogterminalen, Jernbanetorget 1, Oslo
Espresso House - Galleriet, Schweigaardsgate 6, Oslo
Espresso House - Gunerius, Storgata 32, Oslo
Espresso House - Hambros Plass, Pilestredet 9, Oslo
Espresso House - Steen & Strøm, Nedre Slottsgate 8, Oslo
Espresso House - Bislett, Thereses gate 52, Oslo

Espresso House - Bogstadveien 36 A, Oslo
Espresso House - CC-Vest, Lilleakerveien 16, Oslo
Espresso House - Frogner, Frognerveien 58, Oslo
Espresso House - Parkveien 27, Oslo
Espresso House - Pilestredet 39 D, Oslo
Espresso House - Skøyen, Karenslyst alle 7, Oslo
Espresso House - Solli Plass, Henrik Ibsens gate 90 D, Oslo
Espresso House - St. Hanshaugen, Waldemar Thranes gt. 3, Oslo
Espresso House - Ullevål, Kirkeveien 166, Oslo
Espresso House - Valkyriegata 9, Oslo
Espresso House - Vinderen, Slemdalsveien 63 B, Oslo
Espresso House - Stovner senter 3, Oslo
Espresso House - Vogts gate 46, Oslo
Espresso House - Ekebergveien 28B, Oslo
Espresso House - Karenslyst Allé 7, Oslo
Espresso House - Trelastgt. 3, Oslo
Evita Espresso - Smalgangen 9, Oslo
Evita Espresso - Brugt. 17, Oslo
Evita Espresso - Mandallsgt. 10, Oslo
Evita Espresso - Sørengaia 103, Oslo
Fuglen - Universitetsgt. 2, Oslo
Gram cafe - Stockfleths gate 60 A, Oslo
Hendrix Ibsen - Vulkan 20, Oslo
Java Espresso & Kaffeforretning - Ullevålsveien 47, Oslo
Javelin- Bøgt. 10, Oslo
Kaffe & Juice - Waldemar Thranesgt. 72, Oslo
Kaffebrenneriet - Løvenskiolds gate 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Akersgata 16, Oslo
Kaffebrenneriet - Akersgata 45, Oslo
Kaffebrenneriet - Bryggetorget 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Fjordallén 7, Oslo
Kaffebrenneriet - Karl Johans gate 24 - Spikersuppa, Oslo
Kaffebrenneriet - Karl Johans gate 7 - Arkaden, Oslo
Kaffebrenneriet - Hieronymus Heyerdahlsgt. 1, Rådhuspl., Oslo
Kaffebrenneriet - Saga kino, Stortingsgata 28, Oslo
Kaffebrenneriet - Storgata 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Universitetsgata 18, Oslo
Kaffebrenneriet - Vestbanen, Brynjulf Bulls plass 2, Oslo
Kaffebrenneriet - Vikaterassen - Ruseløkkveien 14, Oslo
Kaffebrenneriet - Griniveien 1, Røa, Oslo



Kaffebrenneriet - Karenslyst Allé 22, Oslo
Kaffebrenneriet - Parkveien 25, Oslo
Kaffebrenneriet - Skovveien 8, Oslo
Kaffebrenneriet - Thereses gate 35b, Oslo
Kaffebrenneriet - Ullevålsveien 39, Oslo
Kaffebrenneriet - Valkyriegata 3, Oslo
Kaffebrenneriet - Danneviksveien 18, Oslo
Kaffebrenneriet - Grønlandsleiret 32 - Brannstasjonen, Oslo
Kaffebrenneriet - Markveien 60, Oslo
Kaffebrenneriet - Thorvald Meyers gate 25A - Birkelunden, Oslo
Kaffebrenneriet - Thorvald Meyers gate 55, Oslo
Kaffebrenneriet - Vitaminveien 7/9 - Storo, Oslo
Kaffebrenneriet - Colosseum
Kaffebrenneriet - Lørenveien 43, Oslo
Kaffegutta - Vogts gate 58, Oslo
Kaffestjernen - Stovner Senter 3, Oslo
Karabista Kaffebær - Middelthunsgt. 25, Oslo
Kroghs Kaffebær - Youngstorget 2, Oslo
Lille Valkyrien Kaffe og Tehus - Jacob Aalls gate 17, Oslo
Lighthouse Coffee - Løkkegangen 1-3, Oslo
Mersmak Kaffebær - Østensjøveien 79, Bryn Senter, Oslo
Mocca Kaffebær - Niels Juels gt. 70B, Oslo
Norð - Haslevangen 16, Oslo
Norð - Nygt. 3, Oslo
Norð Grünerløkka - Thorvald Meyers gate 72b, Oslo
Norð Parken - Forskningsparken Gaustad Alleen 21, Oslo
Norð Hellsfyr - Strømsveien 96, Oslo
Norð Grensen - Grensen 20, Oslo
Norð Løren - Lørenveien 44, Oslo
Norð Colosseum - Essendropsgate 9, Oslo
Norð Klingenberg - Haakon VII's gate 1, Oslo
Norð Skøyen - Karenslyst Alle, Oslo
Norð Solli - Henrik Ibsens gt 90, Oslo
OsloK - Jacob Aalls gt 54, Oslo
Peloton - Torggt. 36, Oslo
People & Coffee - Rådhusgt. 21, Oslo
Pust Kaffebær - Slemdalsveien 1, Oslo
Retrolykke Kaffebær - Markveien 33, Oslo
Solberg & Hansen, Mayhallen, Vulkan 5, Oslo
Starbucks - Torggata 17 B, Oslo
Starbucks - Oslo City Stenersgata 1 A, Oslo
Starbucks - Oslo S Jernbanetorget 1, Oslo
Starbucks - Bogstadveien 60 A, Oslo
Starbucks - Skøyen, Handelsområdet, Karenlyst Alle 11, Oslo
Starbucks - BI Nydalen, Nydalsveien 37, Oslo
Starbucks - Aker Brygge, Stranden 7, Oslo
Steam kaffebær - Østbanehallen, Oslo
Steam kaffebær - CC Vest, Oslo
Steam kaffebær Eger - Karl Johans gate 23 B, Oslo
Stockfleth's- Munkegata 2, Oslo
Stockfleth's - Tøyengata 53, Oslo



Stockfleth's - Steners gate 1, Oslo
Stockfleth's - Tinghuset CJ Hambros plass 4, Oslo
Stockfleth's - Bygdøy Allé 56, Oslo
Stockfleth's - Lille Grensen, Oslo
Stockfleth's - Prinsens gate, Oslo
Stockfleth's - Vestbanen, Brynjulf Bulls plass 2, Oslo
Stockfleth's - Schous plass, Oslo
Supreme Roastworks - Thorvald Meyersgt. 18, Oslo
Tim Wendelboe - Grüners gt. 1, Oslo
Waynes Coffee Storgata - Hammersborggata 2, Oslo
Waynes Coffee Tjuvholmen - Lille Stranden 4, Oslo

HEDMARK

Eat Kaffespesialisten - Nygata 22, Brumunddal
Cafe Uno - Torggt. 71, Hamar
Professo - Strandgt. 53, Hamar
William's Kaffebær - Jernbanegt. 17., Kongsvinger

OPPLAND

Café Kaffka - Storgata 11, Gjøvik
Gul Kaffebær - Jernbanegata 7, Gjøvik
Kaffekoppen - Storgt. 36, Dokka
Granstunet Kaffebær - Smiegt. 17, Gran
Kaffegutta - Storgt. 80, Lillehammer

BUSKERUD

Jovalen Kaffebær - Strømsø Torg 1, Drammen
Kaffekværna - Nedre Storgt. 6, Drammen
Starbucks Magasinet Drammen - Nedre Storgate 6 Drammen
Kaffebær'n - Buskerud Storsenter, Krokstadelva

VESTFOLD

Klovnen Kaffebær - Langgt. 21, Holmesgrand
Lille Holmestrand Kaffebær - Langgt. 29, Holmestrand
Kafferiet - Langgt. 2, Horten
Stopp! Kaffebær - Storgt. 20, Horten
Traktern Kaffebær - Falsensgt. 11, Horten
Håndverkeren Kaffe og Te - Kongensgate 17, Sandefjord
Abraham Kaffebær Nedre - Langgt. 25, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær - Øvre Langgt 44, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær Haugar - Gråbrødregt. 17, Tønsberg
Bare Barista Kaffebær Jernbanen - Jernbanegt. 8, Tønsberg
Kafferiet Tønsberg Torg - Storgaten 36, Tønsberg
Verftet Kaffebær - Rambergveien 15, Tønsberg
Waynes Coffee Foyn - Foyn Storgaten 30-32, Tønsberg
WITH Bakst & Kaffe - Halfdan Wilhelmsens Alle 22, Tønsberg
Fruene kaffebær, gaver & hobby - Andebu Senter. Andebu
Majas Bakeri og Kaffebær - Dronningensgate 34, Larvik

TELEMARK

Roxy Kaffebær Sønstebø Tunet- Bøgata 36, Bø i Telemark
Caffè Vero - Bø senteret, Stasjonsvegen 28, Bø i Telemark Carbiden
Kaffebær & Pub - Storgt. 32, Notodden
Caffè Vero - Down Town, Kulltangveien 70, Porsgrunn
Caffè Vero - Saga, Porsgrunnsveien 50, Skien
Kaffe og Thespecialen - Storgata 112, Porsgrunn
Kaffehjørnet - Telemarksgata 6, Skien
Kremen Smoothie og Kaffebær - Ulefossvegen 32, Skien
Kaffibaren - Rjukanvegen 17, Rauland
Hos Rasmus Spiseri & Kaffebær - Kåsmyra, Drangedal
Carbiden Kaffebær - Storgt. 32, Notodden



AUST AGDER

Café Lindvedske Hus - Nedre Tyholmsvei 7b, Arendal
Aases Verden - Sentrum, Evje
Picasso Kaffebær - Odden 1, Grimstad
TRIO kafé og kaffebær - Torvet 1, Grimstad

VEST AGDER

Parken Kaffebær - Byparken, Farsund
Kaffebørsen & Presterud - Elvegt. 24, Flekkefjord
Camillo Bastrup - Kaffebær Markens gate 53, Kristiansand
Con Amor Kaffebær - Skippergt. 21, Kristiansand
Cuba Life - Tollbodgt. 6, Kristiansand
Laura's Coffee Bar - Rådhusgt. 10, Kristiansand
Mean Bean Kunstmuseet - Skippergt. 24, Kristiansand
Waynes Coffee - Sørlandssenteret, Kristiansand
Hjerterom Kaffe & Te - Venneslamoen 16, Vennesla
Vivio Kaffebær - Markensgate 42, Kristiansand
Lykke Interiør & Kaffebær - Amfi Vågsbygd, Kristiansand

ROGALAND

Anno Kaffebær - Jærvegen 538, Kleppe
Mocca Kaffebær - Storgt. 29, Egersund
Newsman CoffeShop - Amfi Madla Madlakrossen 7, Hafrsfjord
Hos Carlos - Strandgt. 70, Haugesund
Totalen Kaffebær - Haraldsgt. 173, Haugesund
Waynes Coffee Amanda - Longhammarvegen 27, Haugesund
Landhandelen med Kaffebær - Gamleveien 14, Sokndal
Kaffehjørnet Bygnes - Fotvegen 1a, Kopervik
Små Øyeblikk Kaffebær - Randabergveien 378, Randaberg
Coffeeberry - Vågsgt. 34, Sandnes
Hashtag Kaffe - Vågsgata 33, Sandnes
Newsman CoffeShop Kvadrat - Gamle Stokkavei 1, Sandnes
Rostrup Kaffi & litt Te - Langgt. 18, Sandnes
Steam Kaffebær, Kvadrat - Gamle Stokkavei 1, Sandnes
Amys Café & Bar AS - Salvågergata 7, Stavanger
Blue Bird Kaffebær - Kongsgt. 48, Stavanger
Coffeeberry - Klubbgt. 3, Stavanger
Kaffehuset - Østervåg 14, Stavanger
Rustik Cafe Straen Senteret - Lars Hertervigsgt. 6, Stavanger
Starbucks - Domkirkeplassen, Hospitalgata 6, Stavanger
Steam Kaffebær - Klubbgata 5, Stavanger
Waynes Coffee Arkaden Storsenter - Klubbgata 5, Stavanger
Waynes Coffee Tasta Senter - Tastatunet 1-3, Stavanger

HORDALAND

Bergen Kaffebrenneri - Kong Christian Frederiks plass 4, Bergen
Det Lille Kaffekompaniet - Nedre Fjellsmauet 2, Bergen
Dromedar Galleriet - Torgallmenningen 8-10, Bergen
Dromedar Kaffebær - Strandgaten 81, Bergen
Espresso House - Bergen Storsenter Strømgaten 8, Bergen
Espresso House - Olav Kyrresgate 11, Bergen
Kaffelade Galleriet - Torgallmenning 8, Bergen
Kaffemisjonen - Øvre Korskirkealmenningen 5, Bergen

Klosteret Kaffebær - Klosteret 16, Bergen
Starbucks - Neumanns gate 25, Bergen
Starbucks Kjøttbasaren - Vetrilidsallmenningen 2, Bergen
Waynes Coffee Xhibition - Småstrandgaten 3, Bergen
59 Grader Nord - Osen 2, Stord
Tre Brør - Vangsgt. 28, Voss

SOGN OG FJORDANE

Bakeriet Kaffebær - Måløy Stormarked, Deknepollen
Aroma Cafe - Strandgt. 48, Florø
Kaffibaren - Gate 1 nr 74, Måløy
Didriks Kafe & Gaver - Eidsgaten 38, Nordfjordeid
Stryn Kaffebær & Vertshus - Tonningsgata 19, Stryn

MØRE OG ROMSDAL

Madelynn Coffee - Gerhard Voldnes veg 11, Fosnavåg
Liebhaber Kaffebær DA - Veiholmen, Smøla
KaffeBaren - Sjøgt.55, Ulsteinvik
Kaffekoppen Kaffebær - Industrigata 12, Volda
Fugl Føniks Kaffibar - Vikegata 17, Ørsta
Dromedar Moa Amfi - Langelandsveien 25, Ålesund
Dromedar Ålesund Storsenter - Grimmegata 1, Ålesund
Jacu - Parkgata 18 A , Ålesund
Lyspunktet Café - Kipervikgata 1A, Ålesund
Nomaden Espressobar - Apotekergt. 10, Ålesund
Waynes Coffee - First Hotel Atlantica, Ålesund

SØR TRØNDELAG

Oss Tållåst Kaffebær - Nyvegen 3, Oppdal
Café Aksen - Sluppenveien 15, Trondheim
Dromedar - Nedre Bakklandet 3, Trondheim
Dromedar - Nordregate 2, Trondheim
Dromedar Bakke Bru - Nedre Bakklandet 77, Trondheim
Dromedar Moxness - Olav Tryggvassonsgate 14, Trondheim
Jacobsen & Svart - Ferjemannsveien 8, Trondheim
Kaffebrenneriet - Dronningens gate 9, Trondheim
Kaffebrenneriet - Nedre Bakklandet 2, Trondheim
Krem Kaffe & Juice - Falkenborgveien 1, Trondheim
Krem Kaffebær - Krambugt. 3, Trondheim
LatteLiten Kafe & Bar - Kjøpmannsgt. 48, Trondheim
Starbucks - Solsiden, Beddingen 8, Trondheim
Starbucks - Kongensgate 10-14, Trondheim
Waynes Coffee City Syd - Østre Rosten 28-30, Trondheim

NORD TRØNDELAG

Kystpikene - Yrjars gate 12, Brekstad
E@internettkafe - Meieribakken 4, Straumen, Inderøy
Kafe Fenka - Kirkegata 66, Levanger
Krus Kaffebær - Namsos Storsenter, Namsos
Cafe Madam Brix - Kirkegata 7, Steinkjer
Kaffebaren Hos Oss - Kjøpmannsgt 27, Stjørdal
Starbucks Coffee - Værnes Lufthavn, Stjørdal

NORDLAND

Babel - Barista og Hjemmebakst - Torvgt. 6, Bodø
Cielo Melkebaren - Storgata 16, Bodø
Java Kaffebær - City Nord, Bodø
Kaffebrenneri Brent - Dreyersgate 3, Henningsvær
Caffe Latte - Kongensgt. 40, Narvik
Miscela kaffebær - Torggt. 23, Sortland
Handelsstedet Forvik - Forvikveien, Vevelstad

TROMS

Kaffemøya Bardufoss Torgsenter - Torgsenteret, Bardufoss
En Kaffe Te' - Storgata 11, Finnsnes
Hermann Kaffebær - Storgata 7, Finnsnes
Cafe A`vec lunsj og kaffebær - Rådhusgata 4, Storsteinnes

KAFFEBARER PÅ UNIVERSITET OG HØYSKOLER

I oversikten over kaffebarer har vi ikke med alle kaffebarene som
befinner seg på høyskoler og universiteter rundt om i landet. Og det
er ikke få. Bare Studentsamskipnaden i Oslo driver 10 ulike steder:

STUDENTSAMSKIPNADEN I OSLO OG AKERSHUS

Barbras - Høgskolen i Oslo og Akershus, Kjeller
Drama - Høgskolen i Oslo og Akershus, Andrea Arntzens Hus
Eric - Domus Medica
Georg - Georg Sverdrups hus
Kaffelars - Høgskolen i Oslo og Akershus, Bislett
Lillefri kaffebær P42, Høgskolen i Oslo og Akershus
Lise - Helga Engs hus
Trygve - Eilert Sundts hus
Valentin - Georg Morgenstiernes hus
Åse - Harald Schjelderups hus

STUDENTSAMSKIPNADEN PÅ VESTLANDET

Kaffebaren UB - Haakon Shetelig's plass 7, Bergen
Muntlig - Parkveien 1, Bergen
NHH Kaffebær - Helleveien 30, Bergen
HiB Kronstad - Innalsveien 28, Bergen
Slippen Kaffebær BI - Kong Christian Frederiks plass 5
Kaffebaren, Sørhauggata 100, Haugesund

STUDENTSAMSKIPNADEN I TRONDHEIM

Cafe-sito Dragvoll
Cafe-sito Realfag
Cafe-sito Stripa



Nomis Kaffebær Kanebogen - Verkstedveien 7, Harstad
Nomis Kaffebær Sjøkanten - Skilleveien 5, Harstad
Kaffebønna - Strandtorget 1, Tromsø
Kaffebønna - Stortorget 3, Tromsø
Kaffebønna - Jekta Storsenter, Tromsø
Kaffebønna - Forskningsparken, Tromsø
Perez Kaffebær - Skippergata 6, Tromsø
Risø Mat & Kaffebær - Strandgt. 32, Tromsø
Tromsø Kaffebrenneri - Nerstranda Kjøpesenter, Tromsø

FINNMARK

Porten til Finnmark kaffebær - Langfjord Bygdetun, Langfjordbotn
Kaffestallen - Vardøvegen 9, Vadsø
Unnis kaffebær - Strandgt. 16, Vardø

STUDENTSAMSKIPNADEN I STAVANGER

Bokkafeen - Kjølv Egelands Hus

STUDENTSAMSKIPNADEN I AGDER

Kafé Kampus - Gimlemoen 25D, Kristiansand

STUDENTSAMSKIPNADEN I INNLANDET

Kaffebær/Studenten - Lillehammer

STUDENTSAMSKIPNADEN I SØRØST-NORGE

Kafé Amfi - Campus Vestfold, Bakkenteigen, Horten

STUDENTSAMSKIPNADEN I ÅS

Café Klubben - Campus Ås

STUDENTSAMSKIPNADEN I ØSTFOLD

Cafe Remmen - Halden

NORGES ARKTISKE STUDENTSAMSKIPNAD

Balansen - Handelshøyskolen, Tromsø
Kaffebaren C8H10N4O2, Campus Huginbakken 22, Tromsø

STUDENTINORD

Alexandra - Bodø



KAFFEBAR-KJEDENE

Norsk kjede etablert 1994 av Steinar Paulsrud og Thomas Pulpan. Første butikk i Thereses gate i Oslo. Siste butikk åpnet på Colosseum i mars, deretter står Løren og Hegdehaugsveien for tur. Søsterselskapet Kaffebakeriet leverer alt av bakervarer og søtsaker til butikkene. Nytt brenneri ble åpnet i desember 2016.



Kaffebrenneriet
STEDET FOR GOD KAFFE

Antall kaffebarer	36
Omsetning 2016	234 mill.
Eiere	Steinar Paulsrud og Thomas Pulpan og Norgesgruppen Servicehandel AS
Kaffeleverandør	Solberg & Hansen + eget brenneri
Bakervarer	Kaffebakeriet.

Nordens største og raskest voksende kaffebarkjede, etablert i 1996, med 296 kaffebarer i Sverige, Norge, Finland og Danmark. Espresso House har åpnet 8 nye kaffebarer i Norge siste året. Bygger i disse dager Nord-Europas mest moderne brenneri innen spesialkaffe etter å ha kjøpt Johan & Nyström i 2016. Johan & Nyström er et prisbelønt svensk kaffebrenneri som ble startet i 2004. Espresso House vil dermed være meget godt rustet for fremtiden med eget brenneri og solid erfaring fra Johan & Nyström.



Antall kaffebarer	31
Omsetning 2015	173 mill.
Eiere	Jab Holding Company, Tyskland
Kaffeleverandør	Solberg & Hansen, eget brenneri Q4 2017
Bakervarer	Espresso House Bakery + 2 lokale bakerier i Oslo

Starbucks åpnet sin første kaffebar i Seattle i 1971 og fortsetter å vokse. Det siste tallet viser 25175 butikker i 75 land. Sør-Afrika er blant de nye. Etter at Starbucks etablerte seg på Gardermoen i 2012 er de nå oppe i totalt 19 butikker i Norge. Flere nyåpninger kommer i 2017, blant annet på Grønland i Oslo, Torgterrassen i Stavanger og K32 i Kristiansand.



STARBUCKS®

Antall kaffebarer	17
Omsetning 2016	170 mill.
Eiere	Starbucks Corporation. Umoe Restaurant Group driver Starbucks i Scandinavia
Kaffeleverandør	Starbucks
Bakervarer	Starbucks samt lokale bakerier og leverandører



Svensk kaffebarkjede, etablert 1994 i Stockholm med rundt 140 kaffebarer i seks land. Wayne's Coffee ble etablert i Norge i 2008 og ble drevet som franchise, eid av Selvaag Invest og driftet av Pacamara Drift. Det svenske driftsselskapet har nå overtatt avtalene til tolv av kafeene i Norge mens seks av kafeene Oslo har blitt en del av Norð.

Antall kaffebarer	12
Omsetning 2016	86 mill.
Eiere	Franchise i Norge. Eies av Selvaag Invest, og driftes av Pacamara Drift AS
Kaffeleverandør	Waynes har sin egen kaffeblending som brennes i Nederland.
Bakervarer	Nærbakst



Norð har vokst kraftig siste året etter overtakelsen av seks av Waynes Coffee sine kaffebarer i Oslo. I tillegg restaurant Norð og Natt på Tøyen og eget bakeri. Norð kaffebrenneri ble etablert i 2016. Nå skal bli Nord bli Oslos beste bakeri, og de blir fullt fokus på brød i tiden fremover.

Antall kaffebarer	11
Omsetning 2016	50 mill.
Eiere	Østkantgutta AS
Kaffeleverandør	Norð Brenneri
Bakervarer	Norð Bakeri

Stocfleths ble etablert som spesialforretning innen kaffe allerede i 1895, og ble på 1990-tallet omgjort til kaffebarer. Stockfleths har vilje til vekst, men ikke på bekostning av kvalitet og riktig lokasjon.



Antall kaffebarer	10
Omsetning 2015	45 mill
Eiere	Solberg & Hansen, Fourxp AS
Kaffeleverandør	Solberg & Hansen
Bakervarer	Brødbakeriet

Dromedar ble etablert av Preben Oosterhof og Andreas Hertzberg i 1997 i Trondheim og har kaffebarer i Trondheim, Bergen og Ålesund. Som Kaffebrenneriet har de etablert et eget bakeri som leverer til alle avdelingene. Dromedarbakeriet holder til i Trondheim og har eget utsalg. Ny kaffebar åpner på Solsiden i Trondheim august 2017.



Antall kaffebarer	9
Omsetning 2016	32 mill
Eiere	Solberg & Hansen
Kaffeleverandør	Solberg & Hansen
Bakervarer	Dromedarbakeriet

NY GODKJENT FRISKBRYGGER

Det er ikke hver dag at ECBC sertifiserer nye friskbrygere, men i februar 2017 kunne JDE Professional stolt vise fram en ny godkjente kaffemaskin på SMAK-messen.

Modellen bærer navnet JDE Omni ES + og finnes i to varianter; B2C, med to beholdere og kverner for hele bønner, espresso og kaffe og FB med én beholder for espresso og én for automatmalt kaffe.

– Norsk Kaffeinformasjon har gjort en god jobb med å fortelle markedet at godkjent utstyr er avgjørende for en god kaffeopplevelse, sier Ronny Sivertsen i JDE. Vi har i flere store anbud observert at innkjøper har brukt deler av godkjenningsskravene fra NKI – eller satt krav om ECBC-godkjent utstyr. Ronny Sivertsen har hatt ansvar for de tekniske tilpasningene hos JDE.

– Med denne godkjenningen vil vi stå sterkere i et krevende marked. Godkjenningssprosessen sammen med NKI har i tillegg vært svært lærerik og profesjonell for oss som leverandør av kaffeutstyr, sier Ronny.

Wittenborg selger 9100 gjennom flere forhandlere i Norge. JDE Professional har derimot en helt egen utgave av denne maskinen, som heter Omni. Omni betyr «alt», og indikerer at denne maskinen kan ta seg av hele behovet for kaffe og varme drikker.

Hva er det som kjennetegner en såkalt EC-BC-godkjent maskin? Vi spør Stig Hiller,

teknisk sjef i Norsk Kaffeinformasjon og ansvarlig for testene i European Coffee Brewing Centre.

– Vi ser ikke på design og funksjonalitet. Dette er jo tipp topp moderne maskiner med WiFi, Bluetooth, touch-skjerm og alle tenkelige funksjoner. Vi tester kun bryggeenheten som sitter inni maskinen, og det vi ser etter er om maskinen kan møte kravene til tid og temperatur. Med de modifikasjoner som JDE har utført, kan denne modellen brygge kaffe innenfor de kravene vi stiller, sier Stig.

– Dette er en typisk kaffemaskin for kontormarkedet, men produktkvaliteten, utseende og alle de tekniske nyvinningene gjør den i tillegg attraktiv i flere markeder, understreker Ronny Sivertsen.

Omni har en kaffebrygger som lager tradisjonell sort kaffe og kaffe creme av nykvernete bønner med varierende trykk. Eget kammer for espresso-bønner sørger for en skikkelig espresso eller americano. Og vil du ha en cappuccino eller latte brukes melkepulver av 100% melk.



GODKJENTE FRISKBRYGGERE (EN KOPPS AUTOMATER)

Bravilor Bonamat	Coffee Queen	Rhea	Spengler	Veromatic	Wittenborg	WMF
Freshground XL 420 Freshground 310 Freshmore 310 Espreous	CQube M CQube L CQube EVO	Cino XS Grande	BTC 50 BTC 25	Pro Line Ultimate Pro Star Vario B2B	JDE Omni ES+B2C JDE Omni ES + FB	8000 S Combination F WMF 1500 S

GODKJENTE KAFFEMASKINER



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

GODKJENTE TRAKTERE FOR HJEMMEMARKEDET

Kitchen Aid	Melitta	Moccamaster	OBH	Severin	Wilfa
Kitchen Aid 5KCM0802	Excellent Steel Excellent Steel Thermo Aroma Excellent Aroma Signature Aroma Signature de luxe Aroma Elegance Aroma Elegance de Luxe Aroma Elegance Therm de Luxe	alle modeller	Gravity Legacy	Cafe Caprice Cafe Caprice Thermo	Svart Presisjon Svart Optimal Classic

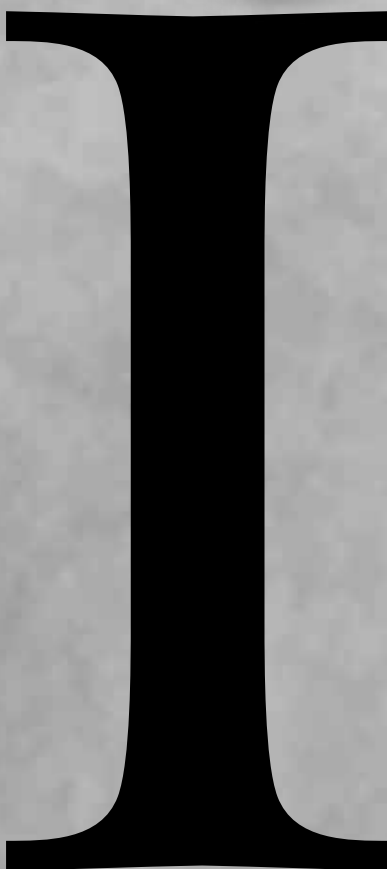
GODKJENTE TRAKTERE FOR DET PROFESJONELLE MARKED

Bravilor Bonamat	Brewmatic	BUNN	Coffee Queen	Technivorm	3Temp
Mondo Matic Matic Twin TH THa Aurora	Ambassador	Axiom CWT CWTF CWTFa ICBA Smartwave Bunn o matic VP 17 Bunn o matic U3'	Tower Single Tower Cater M2 m/ plast filterholder	Thermoking Moccaking Moccaserve CD Grand CD Thermo	Hipster

Medlemmer i Norsk Kaffeinformasjon

			
			
			
			
			
	 <i>Good Food, Good Life</i>		
		  Strong brands of Crem International	
			
			 



KAFFE ER VIKTIGERE ENN DU TROR

Det drikkes over 4 milliarder kopper kaffe årlig i Norge. Det sier litt om hvor viktig kaffe er for oss. Kaffekoppen følger oss fra frokost, gjennom dagen og som avrunding på et bedre måltid. Som leverandør av kvalitetskaffe i mer enn 150 år, har Joh. Johansson Kaffe utviklet kaffeutvalget i takt med nordmenns vaner. Alt fra Fairtrade kaffe til kjente og kjære produkter som ALI Kaffe og Evergood Kaffe. Uansett hva slags type gjester du har, er god kaffe en sikker investering og den lille prikken over i-en, som kan heve opplevelsen.

**GREEN
WORLD**
ØKOLOGISK KAFFE

**FARMER'S
COFFEE**

**EVERGOOD
KAFFE**

ALI
KAFFE

**COFFEE OF
THE WORLD**
Selected Coffees

roberta

**HOT
stop**

ARDENTE

CON FORZA

JOH. JOHANNSON KAFFE – kjent for god kaffe siden 1866

www.joh-caffe.no