



### Maschinentrends

Guten Kaffee gibt es auch zu Hause - unsere Experten verraten wie  
**07**



### Grün, weiss, schwarz?

Die Sortenvielfalt steht für Tradition, Kultur und Genuss  
**12**



### Sasa Sestic

Der World Barista Champion 2015 erzählt von seiner grössten Leidenschaft  
**14**



# Fairer Preis für guten Kaffee

**Kaffee ist längst nicht mehr einfach Kaffee.**

Vom Speciality-Coffee-Boom profitieren auch die Kaffeebauern: Für gute Qualität zahlen Röster nämlich deutlich mehr als für fair gehandelte.



**Gudrun Schlenzcek**  
Journalistin und Agronomin

Die Qualitätsoffensive beim Kaffee ist vergleichsweise jung. Erst Ende der Neunzigerjahre startete Kaffee hierzulande seine Karriere als eigentliche Spezialität. Der Kaffee erhielt damit seine Rolle als Genussprodukt, welche ihm eigentlich zusteht. Speciality Coffees eroberten den Markt. Barista-Weltmeisterschaften wurden zum Publikumsevent. Die Wissenschaft entdeckte die schwarze Bohne als Forschungsobjekt: An der Fachhochschule in Wädenswil kann man sich inzwischen zum Kaffeespezialisten mit akademischem Titel ausbilden lassen.

Die Auszeichnung als Arabica-Sorte reicht dabei schon längst nicht mehr als Qualitätskriterium, heute profitieren sich Röster mit Lagenkaffees exotischer Anbauregionen bis hin zu jenen spezifischer Plantagen, hochwertiger Robusta mauserte sich zur Spezialität. Für die gewünschte Qualität ist der Röster gefordert, deutlich mehr als den Weltmarktpreis zu zahlen. Ein guter Kaffee ist dem Konsument inzwischen aber auch etwas

wert, der Siegeszug von Nespresso in den Schweizer Haushalten spiegelt die neue Verbrauchergunst bestens.

#### Gute Preise tun Gutes

Ein Koch der auf Topqualität setzt, kauft seine Rohware direkt beim Produzenten ein, er weiss, dass das Resultat auf dem Teller nicht besser sein kann, als das, was in den Kochtopf wandert. Ein solcher Koch pflegt einen direkten Kontakt zum Bauern, Produktionsprozesse werden gemeinsam optimiert, die Abnahme garantiert. Nicht anders beim Kaffee: Das Ergebnis in der Tasse bestimmt die erst grüne und dann geröstete Bohne entscheidend mit. Immer mehr Spezialitätenröster pflegen den direkten Kontakt zu Kaffeeplantagen aus aller Welt. Das Internet hilft massgeblich mit, die grossen Distanzen zu den Anbauländern zu überbrücken. Online geht die Bestellung für die nächste Ernte raus, werden Verträge abgeschlossen. Besonders weit entwickelt ist die im Juni von jungen Schweizern gegründete Einkaufsplattform [algrano.com](http://algrano.com). Hier treffen Röster

direkt auf Kaffeebauern. Automatisierte Übersetzungen erleichtern eine Kommunikation über Sprachgrenzen hinweg.

Für die nötige Qualität wird nicht nur über Weltmarktpreis, es wird auch deutlich über der Fair-Trade-Mindestprämie eingekauft. Das ist gut so, denn der Fair-Trade-Preis gilt schon längst nicht mehr unbedingt als existenzsichernd. Der faire Handel beim Kaffee fasste Fuss in einer Zeit, als Kaffee noch als schlichter Muntermacher in den Tassen dampfte, als Massenprodukt: Der Weltmarktpreis sank, faire Preise und soziale Standards retteten viele Kaffeebauern. Die Lebenshaltungskosten vieler Anbauländer sind inzwischen massiv gestiegen, der Preis des fairen Handels hat mit dieser Entwicklung nicht Schritt gehalten.

Hier trifft Markt auf ethische Absichten. Bei Algrano lautet die Strategie: Den Kaffeebauern nicht einfach helfen, wenn es ihnen schlecht geht. Sondern gutem Kaffee seine Käufer und seinen Preis verschaffen. Ohne Zwischenhandel, ohne Industrieriesen, die auch verdienen wol-

len. Bei einem ersten Pilot mit nicaraguanischen Produzenten lag der online zwischen Bauer und Röster direkt ausgehandelte Rohkaffeepreis zweieinhalbmal über dem Fair-Trade-Preis. Diese Differenz kann noch grösser sein: Für Top-Qualitäten zahlen Röster durchaus das Zwanzigfache.

#### Transparenz statt Label

Ist direkt gehandelter Qualitätskaffee also die Antwort fürs gute Gewissen? So einfach ist es auch wieder nicht. Was dem Direkteinkauf nämlich fehlt, ist das, was dem fairen Handel auszeichnet: die externe Kontrolle, die verbindlichen Standards. Das wissen auch die Direkteinkäufer, ihre Antwort ist die totale Transparenz. Und selbst der Direkteinkaufspreis ist oft noch zu tief «für ein anständiges Leben der Produzenten», wie ein Traditionsröster aus dem Baslergebiet es ausdrückt. Für den Verbraucher wird das Kaffeetrinken dadurch nicht einfacher. Bewusster Konsum hatte aber schon immer seinen Preis. Und der darf, was Kaffee betrifft, ruhig höher sein.

Folgen Sie uns



MediaplanetSwitzerland



@MediaplanetCH



@mediaplanetch



MediaplanetCH



mediaplanetch

Managing Director: **Fredrik Colfach** Produktions- und Redaktionsleitung: **Marcel Koller** Layout und Bildbearbeitung: **Janine Simmen** Project Manager: **Dama Zindel** Kontakt Mediaplanet: **Aras Özcan**  
Kontaktangaben Tel: +41 (0)43 540 73 00 E-mail: [redaktion.ch@mediaplanet.com](mailto:redaktion.ch@mediaplanet.com) Fotos: **iStock/ZVG** Druck: **DZZ Druckzentrum Zürich AG** Distribution: **Tages-Anzeiger**

PHILIPREPORTAGE



## KAFFEEGENUSS GEPAART MIT DESIGN UND INNOVATIVER TECHNOLOGIE

Eine Kaffeemaschine, die Kunst und Design vereint und gleichzeitig einen unvergleichlichen Kaffee zaubert gibt es nicht? Doch! Die NESCAFÉ Dolce Gusto Stelia & Drop bringen alles zusammen: ein aussergewöhnliches Design, inspiriert durch Klassiker der modernen Kunst, der Dramatik eines Tropfens Kaffee und geschmacklichem Hochgenuss.

Dank der intuitiven Touchscreen-Bedienung braucht es nur einen

Fingertipp, um einen perfekten Espresso mit samtiger Crema, einen schaumigen Latte Macchiato oder einen vollmundigen Chococino wie aus dem Coffee-Shop geniessen zu können. Mit einer einzigen Berührung kann man die Grösse des Getränks auswählen und den Kaffee nach den individuellen Wünschen geniessen - für einen traumhaften Kaffee-Moment.

[www.dolce-gusto.ch](http://www.dolce-gusto.ch)

