

KAFFEE

Wo man sich für die Bohne interessiert

Seit Latte macchiato und Espresso Alltagsgetränke geworden sind, ist Kaffee mehr als bloß ein Wachmacher. Sondern auch ein Thema für Feinschmecker und Puristen.

VON Tobias Feld | 17. September 2010 - 07:29 Uhr

© Oli Scarff/Getty Images



Ein Barista in London schäumt Milch auf

Das Godshot in der Immanuelkirchstraße 32 im Berliner Bezirk Prenzlauer Berg scheint auf den ersten Blick nur eine weitere Kaffeeschänke von vielen zu sein. Doch das kleine Ladenlokal unter dem Schild mit der silbernen Pistole auf schwarzem Hintergrund und dem Schriftzug *The Future Urban Coffee Klub* ist nicht bloß ein Café, sondern auch Ausdruck einer neuen Kaffeekultur. Eingeweihte erkennen es bereits am Namen: *God Shot* bezeichnet im englischen Kaffeejargon einen vollkommenen, tiefschwarzen und fast öligen Schuss Espresso.

Seit zwei Jahren betreiben Karl-Uwe Bayer und Axel Höfer das Godshot. Sie sind Teil einer wachsenden, weltweiten Gemeinschaft von Feinschmeckern. Der Kaffeegenuss ist für sie wie eine Weinverkostung. Und sie sind bereit, für hochqualitativen Kaffee ein Vielfaches des handelsüblichen Preises zu bezahlen. Sie bezeichnen sich als Barista; das italienische Wort für Barmann ist in der globalen Kaffeeszene zum Inbegriff des Kaffeeliebhabs und Kaffeekünstlers geworden. Während der Massenmarkt mit Wort- und Kalorienungetümen wie einem Grande Half-Decaf Latte mit Peppermint-Sirup aufwartet, geht es den Barista tatsächlich um die Essenz, um Kaffee in seiner reinsten Form.

So anspruchsvoll man auch im Godshot hinsichtlich der Qualität des Kaffees ist, so puristisch und spezialisiert ist die Karte: Darauf finden sich Kaffee-Milch-Spezialitäten

wie der "Flat White" aus Neuseeland, ein doppelter, besonders intensiver Espresso mit einem Hauch von Milchschaum. Oder der "Gibraltar" aus den Vereinigten Staaten, der auf denselben Kaffee Milchschaum satt aufsetzt.

Diese dritte Welle der Erneuerung der Kaffeekultur versteht sich, natürlich, als Bewegung von Puristen. Zucker im Espresso ist tabu, dafür darf über den Geschmack von Orangenzesten im Abgang des Kaffees gefachsimpelt und diskutiert werden. Über die Ergebnisse tauscht sich die Kaffeeszene in entsprechenden Blogs oder in den Foren des Zubehörhändlers "Black Pirate Coffee Crew" aus. Dort finden sich nicht nur ein Reiseführer mit besuchenswerten Kaffeeschänken, sondern auch ellenlange Debatten, ob der "Flat White" nicht Verrat am Cappuccino sei.

Nach Wein und Whiskey, Olivenöl, Schokolade und Salz scheint es, als wäre Kaffee der neueste Gegenstand der ambitionierten Feinschmeckerei – und willkommener Anlass, die Vollendung des eigenen Geschmacks vor sich selbst und anderen unter Beweis zu stellen. International wird das alles freilich schon längst ebenso heiß gekocht. Bereits in den 1980ern kamen Röster wie der US-Amerikaner David Dallis auf die Idee, ihre Bohnen direkt bei den Produzenten zu erwerben und diese einem wesentlich schonenderen Röstverfahren zu unterziehen. Doch der große Erfolg blieb aus. Noch hatte man weder den grünen Lifestyle noch den Hang zum Feinschmeckertum auf seiner Seite.

© Kevork Djansezian/Getty Images



Nun scheint die Zeit dafür gekommen. Die [New York Times](#) verhandelt auf ihrer neuen "Topics Coffee Page" das Thema ebenso leidenschaftlich, wie die neue Modekollektion von Marc Jacobs. Kein Wunder, die Vereinigten Staaten von Amerika gelten als das Mutterland der Barista-Kultur, die vollendete Kaffees ebenso im Sinne hat, wie den ökologisch- und sozialverträglichen Anbau von Kaffee.

Nur langsam fasst die Bewegung nun auch in Deutschland Fuß. Das Verhältnis der Deutschen zu "ihrem Kaffee" ist seit jeher Sinnbild für den Zustand der Gesellschaft. In den Nachkriegsjahren war Kaffee zunächst wertvolles Schmuggelgut, um später durch

den Filter gebrüht zum Inbegriff des Wirtschaftswunder zu werden. Seit der Mitte der 1990er sorgte die globalisierte Kaffeehauskultur, an deren Spitze sich Anfang des neuen Jahrtausends Starbucks setzte, dafür, dass Espresso, Cappuccino und Latte macchiato als *Coffee-To-Go* bekannt wurde. 150 Liter Kaffee konsumiert laut Kaffeeverband der Deutsche im Schnitt im Jahr, Tendenz steigend. Den Deutschen ist ihr Kaffee dabei lieb, aber nicht unbedingt teuer: In den letzten Jahrzehnten verlor Kaffee, im Gegensatz zu den allgemeinen Lebensmittelpreisen, kontinuierlich an Wert.

Von den stolzen Preisen der neuen Kaffeekultur, die den Kaffeebauern nach Angaben des US-amerikanischen

Kleinstauflagen von Mikroröstern interessieren indes nicht allein Feinschmecker und deren Publikationen. Laut eines US-amerikanischen Branchenreport wurden 2009 bereits 13,65 Milliarden Dollar mit solchen Spezialkaffees umgesetzt; immerhin ein Drittel des amerikanischen Kaffeemarktes. Schon fragt das *Time Magazine* erstaunt, ob sich diese Bewegung nicht längst mit Starbucks messe – und ob die Kaffeeliebhaber nicht sogar den überzeugenderen Ansatz hätten.

"Hohe Preise und eine enge Bindung zu den Bauern sind für uns kein Selbstzweck", sagt auch Mike Phillips. "Es lässt sich auf eine schlichte Formel bringen: je exzellenter das Umfeld, in dem die Kaffeefrucht gedeihen kann, desto exzellenter der Kaffee."

Phillips, Barista in Chicago, sollte es wissen. Gerade erst gewann er die Weltmeisterschaften der Kaffeekünstler.

COPYRIGHT: ZEIT ONLINE

ADRESSE: <http://www.zeit.de/lebensart/essen-trinken/2010-09/kaffee-trends>