

David vs. Goliath – oder wie kleine und große Kaffeeröster ihr Produkt veredeln

Autor: Oliver Ramme

"Und jetzt schütten wir in die Schale ca. sechs Kilo Costa Rica rein. Und jetzt beginnt der eigentliche Röstvorgang. Wenn wir den Schieber aufmachen, fällt der Kaffee in diese Trommel."

Das ist Fred Schamong. Er hat den Ein-Mann-Betrieb von seinem Vater übernommen und betreibt die Schamong Rösterei im Kölner Stadtteil Ehrenfeld.

"Sehen sie die Trommel, die sich dreht? An dieser Stelle fällt der Kaffee dann raus, ist fertig geröstet und geht dann auf ein Kühlband."

Das ist Dr. Jochen Wilkens, er leitet die Forschungsabteilung bei Tchibo in Hamburg. Tchibo - Eduscho ist einer der größten Kaffehersteller Deutschlands. Nicht nur durch Fusionen kann man am umkämpften Kaffeemarkt bestehen:

"Da gibt es drei Möglichkeiten. Wenn man preiswerten Kaffee einkaufen will, dann kann man das auch. Dann ist es die Menge, die wir einkaufen und das weitere ist die Kunst, wie wir aus diesen Preiswerteren Kaffees den optimalen Kaffeegeschmack zaubern durch eine Optimierung der Röstbedingungen."

Fred Schamong: *"Ich gehe mal davon aus, die wollen die breite Masse erreichen. Und die hat in dem Sinne keinen feinen Geschmack. Deshalb nehmen die den auch nicht. Wenn sie ihn nehmen würden, wäre der viel zu teuer. Der ist ja im Einkauf auch sehr teuer, zum Beispiel ein Mexiko Margogupe. Dann müssten sie den im Verkauf so teuer machen, dass die Masse den nicht kaufen würde."*

"Ca. Fünf Minuten sind vergangen. Jetzt können wir an dem Probenzieher sehen wie er wird. Sehen sie, er wird jetzt langsam etwas dunkler. Jetzt kann man auch schon sagen: Ist der gut oder nicht – riechen sie mal daran!"

Dr. Jochen Wilkens: *"Wir können von jeder Röstmaschine Proben ziehen. Vor während und nach dem Prozess. Und dann kann man sich den Kaffee angucken und wir haben darüber eine Normlichtleuchte mit einem standardisierten Licht wie in einer Druckerei und sich dann die Bohnen anschauen und beurteilen wie der Röster läuft."*

Sechs Röstmaschinen stehen bei Tchibo in Hamburg. Jeder Apparat röstet zwei Tonnen die Stunde, rund um die Uhr, voll automatisch. Die Fabrik gleicht dem Maschinenraum eines Ozeanriesen. Stahlträger, Eisentreppen, Neonlicht und vibrierende Plattformen, auf denen die garagengroßen Röster installiert sind. Ungewöhnlich nur der Geruch. Kaffee statt Diesel.

Gleiches bei Schamong. Der Röstvorgang in dem 30 Jahre alten Gerät betört nicht nur die Nase, sondern verbreitet sich im ganzen Landen. Das metallene Ungetüm steht neben dem Schaufenster. An einer gusseisernen Trommel - so groß wie eine Pauke - sind Kaminrohre und Blechbehälter befestigt. Die Zeiger der Messgeräte vibrieren im Takt der Maschine. 300 Kilo Bohnen röstet Schamong die Woche:

"Im Gegensatz zu den anderen sind wir sehr klein. Nur wir können uns deshalb behaupten, weil wir keinen Konsumkaffee verkaufen, sondern Gourmetkaffee. Unsere Sorten sind keine Mischungen, sondern reine Sorten zum Beispiel einen reinen Columbia oder einen reinen Nicaragua oder...."

Die großen Röster hingegen setzten auf Mischungen.

"Darkblend, da haben wir also zwei Sachen gemacht, indem wir mit einer besonderen Provenienzen sowie mit der Technologie gespielt haben. Hier haben sie das Zusammenspiel von Guatemala, Brasil Kolumbien und Keniakaffee und dann noch mal Darkblend und noch mal eine dunkle Röstung gemacht um was raus zu kitzeln. Auch hier Zusammenspiel unterschiedlicher Provenienzen und halt eben die Röstgeschwindigkeit und Temperatur."

Das ist Christian Esselun. Er gehört zu den wenigen sogenannten Verköstern in Deutschland. Er und seine Kollegen überwachen bei Tchibo den laufenden Prozess mit ihrem Gaumen. Und sie entwerfen neue Produkte:

"Mäßig bis voll, viel Säure, tolles Aroma, viel Aroma, sehr anhaltender, kräftiger Geschmack des Kaffees..."

Dr. Jochen Wilkens: *"Ich habe das Gefühl, dass sich bei den großen Anbietern nicht mehr viel tun wird, es wird immer drei, vier große geben, die dafür sorgen, dass die Kaffeepreise nicht in den Himmel wachsen, aber ich glaube es gibt Chancen für Kleinröster, die eine ganz bestimmte Kundengruppe bedienen können, die nicht so sehr auf den Preis achten müssen, dafür aber mit interessanten Rohkaffees ihre Kunden zu versorgen."*

Fred Schamong: *"Dann wollen wir mal – vier mal Costa Rica! 32.80 bitte..."*

Eine Kundin: *"Es ist ähnlich wie bei Wein. Selbstverständlich könnte ich kalifornischen Wein kaufen, der immer gleich schmeckt. So ist das auch bei dem Markenkaffee, der immer gleich schmeckt. Und hier sieht man so kleine Unterschiede. Manchmal ist er besonders gut gelungen. Ich fühle mich hier bestens betreut."*