

# Rebellieren für einen bewussteren Kaffeegenuss

Schlechter Kaffee ist den Roast Rebels ein Graus. Sie plädieren dafür, Kaffee und seinen Konsum mehr zu zelebrieren. Zum Beispiel durch Heimröstung.

«Wir rebellieren dagegen, dass Kaffee nur als schneller Wachmacher getrunken wird. So dunkel geröstet, dass man ihn mit Milch und Zucker strecken muss, um ihn überhaupt zu mögen», beantwortet Ingo Albrecht die Frage, wogegen die Roast Rebels eigentlich rebellieren. Der Unternehmer hat Roast Rebels 2016 zusammen mit seiner Frau Nina gegründet.

Das Paar setzt sich dafür ein, dass Kaffee bewusst getrunken und mit allen Sinnen wahrgenommen wird. Der Kaffeegenuss soll so zelebriert werden, wie jener von Wein, Whisky oder Tee. «Wir kämpfen dafür, dass Kaffeetrinker die Unterschiede des Terroirs und den Charakter der jeweiligen Bohnensorten schmecken können. Und damit auch die ganze Arbeit und Liebe, welche die Bauern in den Anbau und die Verarbeitung der Bohnen stecken.»

Um dieses Ziel zu erreichen, beginnen die Roast Rebels mit ihrer Arbeit möglichst weit vorne an der Wertschöpfungskette: beim Rohkaffee. «Wir wissen von jeder Bohne von welcher Farm oder Kooperative sie stammt und wie dort gearbeitet wird», sagt Ingo Albrecht. Er bezieht den Rohkaffee von ausgewählten Händlern, die nach seinen Qualitätskriterien arbeiten und den Kaffee meist direkt von den Bauern beziehen.

**«Je heller ein Kaffee geröstet ist, desto besser lassen sich die einzelnen Aromanuancen herauschmecken.»**

INGO ALBRECHT

Zwar rösten die Roast Rebels selber, doch ihre Hauptaufgabe besteht darin, Laien in die Welt des Röstens einzuführen und sie mit dem dafür Nötigen zu versorgen. Vom Rohkaffee übers Heimröstgerät bis hin zum Know-how.

Die Roast Rebels verfügen über einen Online-Shop, haben aber kein Ladenlokal. Dafür ar-



**Serie Kaffee**  
Hier erfahren Sie alles über Kaffee: vom Anbau über Röstung, Zubereitung und Konzepte bis zu den Menschen dahinter.



Ingo Albrecht liebt guten Kaffee. Die Grundlagen des Röstens hat sich der Marketingfachmann in Kursen geholt, das spezifische Fachwissen sich selber beigebracht. Unter anderem durch intensives Probieren und Studieren. ZVG

beiten sie eng mit dem «Chuchilade», einem Familienbetrieb im Herzen Solothurns, und der «Kaffee Werk Stadt» in Zürich zusammen. Hier führen sie Kurse und Kaffee-Events durch.

*Chance für die Gastronomie*

Zu den Roast-Rebels-Kunden zählen zurzeit vorwiegend Privatpersonen, die vertieft in die Aromen-

welt des Kaffees eintauchen und eigene Kreationen erschaffen wollen. Doch Ingo Albrecht möchte in Zukunft vermehrt auch Gastgeber für einen bewussteren Umgang mit Kaffee sensibilisieren. «Wir prüfen, ob wir bald Röstler mit einem grösseren Fassungsvermögen anbieten. Damit wird das Selberrösten auch für Wirte interessanter.» Die Betriebe können sich von ihren Mitbewer-

bern durch hauseigene Kaffeemischung, die Frische und das Röstenerlebnis abheben. Zudem ist roher Kaffee im Einkauf billiger als gerösteter, und durchs Lokalwäbernder Duft von frisch geröstetem Kaffee kurbelt den Absatz an.

*Die jeweils richtige Bohne für Röst-Anfänger und -Köner*

Für erste Röstversuche empfiehlt Ingo Albrecht die brasilianische Bourbon-Bohne: «Sie ist unkompliziert, hat eine gewisse Süsse, wenig Säure, schmeckt leicht nussig und ergibt einen guten, mehrheitstauglichen Alltagskaffee.» Etwas kapriziöser, teurer und daher für geübte Röstler faszinierend, ist die kolumbianische Geisha-Bohne. «Sie schmeckt nach Jasmin, Ananas und Beeren. Sie hat einen leichten Körper wie Tee. Sie muss hell geröstet und als Spezialität verkauft werden.» Auch sonst plädiert Albrecht dafür, Kaffee eher hell zu rösten: «Je heller die Röstung, desto besser lassen sich die einzelnen Aromanuancen herauschmecken.» RICCARDA FREI

## Zur Person

2016 gründete Ingo Albrecht mit seiner Frau Nina zusammen die Firma Roast Rebels. Das Paar teilt die Liebe zu Kaffee und zum Reisen. Insgesamt bereisten sie 50 Länder, viele davon Kaffeeanbaugelände. Ingo Albrecht ist ausgebildeter Röster und Mitglied der Specialty Coffee Association sowie der Roaster Guild of Europe.

# Eine packende Idee, aber noch keine Partner? Stuttgart hilft Newcomern

Publireportage

Potenzielle Gastro-Gründer können sich auf einer speziellen Plattform an der Intergastra-Messe in Deutschland präsentieren.

Start-ups boomen und entwickeln mehr visionäre Tools, Produkte und Dienstleistungen denn je. Die zum zweiten Mal im Rahmen der europäischen Fachmesse Intergastra stattfindende «Newcome» in Stuttgart vom 3. bis 7. Februar 2018 bietet speziell Markteinsteigern eine Plattform, ihre Innovationen für den Gastro- und Hotelbetrieb zu präsentieren.

Unterschiedliche Beteiligungspakete gewährleisten, dass die Start-ups den idealen Auftritt für ihr Unternehmen finden. Partner sind der Hotel- und Gaststättenverband Dehoga Baden-Württemberg und das Ifex, die Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg.

*Auf der Showbühne mit Experten*

Wer seine Ideen gut verkaufen will, muss mitreissen können und wissen, mit welchen Argumenten in wenigen Augenblicken aus Zu-



An der Stuttgarter Fachmesse ist es auch für Schweizer Jungunternehmer interessant, neue Produkte zu zeigen. INTERGASTRA

hören Unterstützer werden. Der so genannte Elevator Pitch auf der Dehoga-Bühne gibt Gründern genau diese Möglichkeit. Inspiriert von einem kurzen Fahrstuhlgespräch, für das nicht mehr als drei Minuten Zeit bleiben, präsentie-

ren potenzielle Gastro-Gründer ihre Konzepte auf der Showbühne renommierten Branchenexperten. Die Sieger treten in weiteren Wettbewerben gegeneinander an, der erste Preis im Landesfinal ist mit 3000 Euro dotiert. Auch wer

nicht an einem der Wettbewerbe teilnimmt, hat auf der «Newcome» garantiert keine Langeweile. Das spannende Programm bietet zahlreiche Vorträge und Diskussionen im Zukunftslabor und Möglichkeiten zum Netzwerken und Aus-

tausch mit erfahrenen Gastroexperten. Besucher können ausserdem einen Blick in die Zukunft der Gastronomie werfen, denn die Ergebnisse des Wettbewerbs «Restaurant der Zukunft» werden ebenfalls im Newcome-Bereich ausgestellt. (RUP)

## Über die Intergastra

Die ganze Welt des Gäste-Business – das ist der Anspruch der Intergastra, eine der wichtigsten und mittlerweile grössten europäischen Fachmessen für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung, die vom 3. bis 7. Februar 2018 in Stuttgart stattfindet. Das umfassende Angebot auf über 100 000 Quadratmetern brachte 2016 knapp 100 000 Besucher mit rund 1300 Ausstellern aus dem In- und Ausland zusammen. Und die Erfolgsgeschichte geht weiter: Mit dem Bau der neuen Messehalle 10 bietet die Messe ab 2018 mit 115 000 Quadratmetern noch mehr Platz für Innovationen und Trends. Küchentechnik und Food, Ambiente und Ausstattung, Dienstleistungen, handwerklich hergestellte Glacen und Sorbets, Getränke und Kaffee – das sind die Themen, zu denen sich die Fachbesucherinnen und Fachbesucher aus dem In- und Ausland informieren.



Mehr Informationen unter:  
[www.intergastra.de](http://www.intergastra.de)