boon

KOFFIE TOT DE KERN

KENNIS & KUNDE over zetmethodes en stijlen
DUURZAAM & BETROKKEN over herkomst en ambacht
MENS & MOMENT over smaak en koffiecultuur

Maand van de koffie

Maak kans op een Djoser reis naar...

Staat je koffie, eh, koffer al klaar?

1. Koop in oktober 2 actieproducten bij Albert Heijn
2. Maak je mooiste koffie-selfie
3. Ga naar www.ah.nl/maandvandekoffie Upload jouw koffie-selfie én kassabon
4. Maak kans op een Djoser reis naar een land van koffieherkomst

Tanzania

Vietnam

Colombia

Brazilië

Djoser

PER LAND 5 REIZEN VOOR 2 PERSONEN VOOR 10 DAGEN
GA NU NAAR AH.NL/MAANDVANDEKOFFIE VOOR DE ACTIEVOORWAARDEN

Inhoud

BOON #1, 2018

1 Kennis & kunde

WORD IN 10 STAPPEN BEGINNENDE KOFFIEKENNER

#01. Arabica vs robusta 7
#02. Koffievragen 8
#03. Koffiemigratie 10
#04. Koffie en smaak 12
#05. Yes filter 14
#06. No filter 18
#07. Oploskoffie 23
#08. Cups 26
#09. Pads 28
#10. Koffie in Nederland 30

Snelcursus Nederlandse koffiegeschiedenis pagina 30

2 Duurzaam & betrokken

OVER HERKOMST EN AMBACHT

La Laguna, groen hart van Honduras 36
Koffie van kiem tot kopje 42
I have a coffee dream 48
Keurmerken op een rij 52
Koffiebranden doe je zo 54
Future Coffee Project 60

3 Mens & moment

OVER SMAAK & KOFFIECULTUUR

Op punten 66
Baristatips voor thuis 70
Koekje erbij? 74
Melkkoffietrends 80
Het leven is koffie – drie portretten 84
Ik & mijn koffie 88
Bakkie doen met... Art Rooijakkers 90

coverillustratie: Klaartje Pander

PERLA ORIGINS TANZANIA

DUURZAME KOFFIE MET DE UNIEKE SMAAK VAN TANZANIA

AAN DE VOET VAN DE KILIMANJARO ONTWIKKELT PERLA MET LOKALE BOEREN EEN NIEUWE KOFFIEPLANT DIE IS OPGEWASSEN TEGEN DE TOENEMENDE DROOGTE. DEZE BONEN HEBBEN EEN UNIEKE MILDE & FRUITIGE SMAAK.

Alleen verkrijgbaar bij Albert Heijn

Perla — KOFFIEBRANDERS

Voorwoord

GA NAAR PERLA.NL/SMAAKWIJZER OM TE ZIEN WAAR DEZE VIJF KLEUREN VOOR STAAN

ICO VAN RHEENEN: **Sommige uitspraken vergeet je niet. Zoals het** festivalfilosofietje op pagina 87: 'Als je te veel wilt zien, mis je ook veel.' Ik dacht daarbij: Dat kan ook gelden voor winkelen in de supermarkt. Ik vertaal losjes: Wie juist veel opties heeft, valt misschien wel vaker terug op zijn kooproutine. En mist de vernieuwing, de voor hem geschiktere producten en misschien de verborgen juwelen. Er valt nog zoveel te ontdekken.

Ik was 'een bakkie doen' bij Diederik Kok. Diederik is Category Manager Koffie & Thee bij Albert Heijn (zie ook pagina 61) en initiatiefnemer van dit magazine. We spraken over BOON, over oktober, de Maand van de Koffie. Over de doelen. Waarmee zouden we mensen willen helpen? Hij: 'Ik hoop dat na het lezen van BOON mensen weten waar koffie vandaan komt en hoe koffie gebrand wordt, en dat ze geïnspireerd raken om thuis koffie te herontdekken.' Vooral door die twee uitspraken is BOON dus BOON. We dachten: eerst Albert Heijn klanten kleine stappen laten zetten. Basiskennis delen. Tot de kern komen.

Vandaar ons eerste katern, Kennis & Kunde, waarin we tien schijnbaar eenvoudige koffievragen beantwoorden. En daarom het tweede katern, Duurzaam & Betrokken, waarmee we je wegwijs willen maken op het gebied van koffie en duurzaamheid. Omdat duurzaamheid een belangrijke nieuwe 'smaak' is geworden. Want genieten met een gerust hart, is dat niet lekkerder?

Tot slot het derde katern, Mens & Moment, dat als koekje bij de koffie dient. Als crema óp de koffie. We denken dat deze pagina's je inspireren om nog meer van koffie te genieten.

Zullen we elkaar dat sowieso beloven? Dat we nog meer van (h)eerlijke koffie gaan houden en op ontdekkingsreis gaan in de rijke wereld van koffie. Je bevindt je bij start. Hier.

Colofon

Catharina ter Kuile, **Kim Morlog**, **Niels van Attekum** en **Diederik Kok** (Categorie Koffie & Thee Albert Heijn); **Renate Hellingman-Rode**, **Sigrid Willems** (Inspiratie Team Albert Heijn)

Ico van Rheenen (creative director); **Patrick Keeler** (artdirection & creatie); **Majel van der Meulen** (vormgeving); **Pieter Bas Bouwman**, **Vivian Keulards**, **Jelle Rietveld**, **Clemens Rikken**, **Jitske Schols** (fotografie); **Ingrid Bockting**, **Klaartje Pander**, **Mischa de Wilt** (illustraties); **Lars Hamer**, **Karina Hof**, **Sophie Fleur Jongebloed**, **Moniek Smit**, **Sander van Werkhoven** (redactie); **Nicole Willemse** (tekst & eindredactie); **Maaike Burger**, **Martin van Tellingen** (lithografie, Neroc); **Eversfrank Groep** (drukwerk)

© **Albert Heijn**, Zaandam 2018

Maand van de koffie

Een initiatief van Albert Heijn i.s.m. Perla, Jacobs Douwe Egberts, Café Royal en Nestlé.

MAAK KANS OP EEN REIS NAAR LAND VAN KOFFIEHERKOMST
GA NAAR PAGINA 2

Welke smaak past bij jou?

En dan is er koffie D·E Lekkere koffie

TEKST **LARS HAMER**
ILLUSTRATIE **MISCHA DE WILT**

Is een boon een boon? **#01**

Boon vs. boon

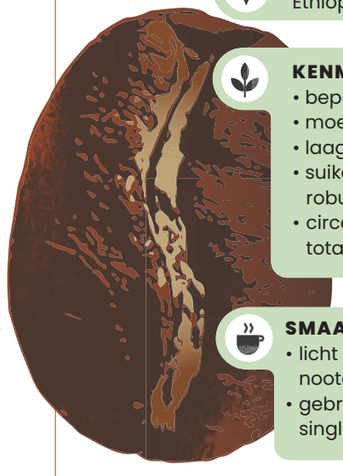
ER BESTAAN TIENTALLEN KOFFIESOORTEN, MAAR DE **ARABICA** EN DE **ROBUSTA** ZIJN DE BELANGRIJKSTE. LEES HIER HOE ZE VAN ELKAAR VERSCHILLEN.

Arabica

COFFEA ARABICA

De ongebrande arabicabonen zijn rond, maar lopen vaak spits toe. De kleur kan verschillen van geelachtig tot groengrijs en blauwgrijs.

OORSPRONG
Ethiopië en Jemen



KENMERKEN
- beperkte oogst opbrengst
- moeilijk om te telen
- laag in cafeïne
- suikergehalte 2x hoger dan robusta
- circa 60 procent van het totale volume aan koffie

SMAAK
- licht bitter, zoetig, fris, nootachtig, chocolade
- gebruikt als blend of single origin

OPMERKELIJK
De bloesem van de arabica ruikt een beetje naar jasmijn. Na een eerste wetenschappelijke beschouwing noemden ze hem dan ook *Jasminum arabicum*.

Robusta

COFFEA CANEPHORA

De ongebrande robusta-bonen zijn kleiner, ronder en iets zwaarder dan de arabica. De bonen zijn meestal bruingroen van kleur.

OORSPRONG
Centraal- en West-Afrika en Ethiopië

KENMERKEN
- grote opbrengst
- makkelijk om te telen
- hoog in cafeïne
- hoog in antioxidanten
- circa 40 procent van het totale volume aan koffie

SMAAK
- sterk, bitter, beetje aards
- meestal gebruikt in blends

OPMERKELIJK
Door het populairder worden van koffiedrankjes (ice coffee, zoetere koffievarianten) is robusta vanwege de sterke smaak en lagere prijs de laatste jaren weer meer gevraagd.

LIEVE Moniek

Moniek Smit is koffie-expert, barista en allround koffieliefhebber. Voor BOON beantwoordt ze brandende, persoonlijke en opmerkelijke koffievragen.

#02

Koffiepads, ja of nee?

Lieve Moniek, wat vind jíj eigenlijk van koffiepads?

INE VAN DER VELDEN (75), HEERLEN

‘Voor veel mensen zijn koffiepads een uitkomst. Ze zijn gemakkelijk in gebruik, ze geven weinig rommel én je kunt er makkelijk mee variëren zodat iedereen zijn eigen smaak drinkt. Een nadeel van pads is dat de koffie na maling smaak verliest. Daarom kies ik zelf voor versgemalen koffie. Daarvoor heb ik wel een koffiemolen nodig en moet ik zelf de hoeveelheid koffie bepalen. Als jij dat niet wilt, heb je met pads altijd de juiste hoeveelheid koffie, kant-en-klaar in een filter. En zet je nooit te veel koffie. Gemak dient de mens. Na filter zijn pads de meest gebruikte zetmethode.’

Capsules versus pads

Lieve Moniek, mijn huisgenoot wil een capsule-apparaat aanschaffen omdat die koffie beter zou zijn. Is dat zo? En is dat niet enorm duur in vergelijking met pads?

SOPHIE SCHULKEN (18), NIJMEGEN

‘Koffiedrinkers die voor gemak gaan, kunnen kiezen uit verschillende apparaten voor pads en capsules. Qua smaak is er verschil tussen pads van filterpapier en capsules die luchtdicht zijn. De smaakintensiteit van koffie gaat achteruit zodra koffie gemalen is en in contact is gekomen met zuurstof, licht of vocht. Al binnen enkele uren is koffie een deel van zijn aroma’s kwijt. Als je voor gemak kiest én van een volle koffiesmaak en -geur houdt, is een cupje of capsule aan te raden. Capsules zijn over het algemeen duurder dan pads. Aan jou dus de keuze of je enig prijsverschil ervoor overhebt. Groeten aan je huisgenoot.’

Keuzestress

Lieve Moniek, sinds kort heb ik een nieuwe koffiemachine waar koffiebonen in gaan. Ik heb sindsdien verschillende koffiebonen geprobeerd, met wisselend succes. Duurdere koffie was niet altijd beter dan goedkope en bekende merken waren niet altijd beter dan onbekende. Hoe kies ik de beste koffie en waar koop ik die?

BIANCA TERWISSCHA (53), HEERENVEEN

‘Goede koffie is subjectief. Wat jij lekker vindt, dat is goed. En dat kunnen uiteraard verscheidene koffies zijn. De smaak is afhankelijk van veel factoren die je niet altijd allemaal kent. Waar je op kunt letten is: de herkomst, of het een melange is, hoe donker de koffie is gebrand en welke smaken je kunt verwachten. Deze informatie staat vaak op de verpakking. Koffie uit Tanzania smaakt heel anders dan koffie uit Brazilië. Het is handig om voor jezelf bij te houden welke koffie je lekker vindt en welke minder, dat helpt je al bij de keuze. Ook verschillende momenten leiden tot andere voorkeuren. ‘s Ochtends wil je misschien een kick, ‘s avonds een zachtere koffie als afsluiter van het diner, en een koffie met melk als genietmoment in het weekend.’

Cappuccino doe je zo

Lieve Moniek, ik drink graag cappuccino bij een koffietentje om de hoek bij mijn werk. Het zou fijn zijn als ik in het weekend thuis ook een cappuccino kan maken. Hoe doe ik dat?

KERREN SCHOONEMAN (49), SCHAGEN

‘De barista in het koffietentje heeft de tools, de kennis en de apparatuur die nodig zijn voor een perfecte cappuccino. Met krachtige koffie als basis, vermengd met warme melk (nooit laten koken!) in een grote mok kom je thuis een heel eind. Je kunt nog variëren met melk, bijvoorbeeld met soja- of kokosmelk. Ik gebruik voor de romigheid altijd volle melk. Voor een goede schuimlaag is naast verwarming van de melk ook extra lucht nodig. Het geheim voor mooi glad schuim, in plaats van inzakkend belletjesschuim, is een ronddraaiende beweging van de melk tijdens het verwarmen en lucht toevoegen. Je kunt dit bereiken door flink met een garde te kloppen in korte, kleine cirkels. Een automatische melkopschuimer, bijvoorbeeld van Philips of Nespresso, die de melk verwarmt en ronddraait, werkt goed. Ook het aanbod aan melk en koffiesiropen wordt steeds breder in de supermarkt, waardoor je als een ware thuisbarista aan de slag kan.’

Koffie van her en der

Lieve Moniek, ik koop al jaren dezelfde koffie voor mijn filterapparaat. Nu zie ik steeds meer bijzondere koffie in de supermarkt, uit verschillende landen. Is die koffie beter?

NICOLETTE KOSSEN (47), DEN HELDER

‘Het aanbod van koffie is zeker veranderd, het lijkt meer en meer op de keuze die er is in wijn. Je “vertrouwde koffie” is waarschijnlijk een blend. Een blend is een mix van koffiesoorten met altijd hetzelfde smaakprofiel; zo sta je nooit voor verrassingen. Koffie uit één gebied of land noemen we “single origin”. Deze koffie geeft dan ook een karakteristiekere smaak dan een blend. Zo smaakt een koffie uit Zuid-Amerika meer naar noten en cacao en mag je van een Oost-Afrikaanse koffie frisse fruittonen verwachten. Single origin is dus niet per se beter dan een blend, wel anders.’

Je ‘vertrouwde koffie’ is waarschijnlijk een blend: een mix van koffiesoorten met altijd hetzelfde smaakprofiel

Italiaanse koffie

Lieve Moniek, ik houd van koffie en zet het altijd op z’n Italiaans in een mokkapot op het gasfornuis. Ik koop altijd Italiaanse koffie die er speciaal voor geschikt is. Dat is de beste, toch?

RON FRUSCH (47), AMSTERDAM

‘Wat de beste koffie is, dat bepaalt ieder voor zich. Een van de redenen waarom ik van koffie houd – waarschijnlijk net als jij – is dat iedereen een eigen smaak, ritueel en voorkeur kan en mag hebben. Koffie uit Italië is niet per definitie beter dan koffie die bijvoorbeeld in Nederland wordt gebrand. Italië heeft wel een andere koffiegeschiedenis en -cultuur, waardoor de koffie vaak donkerder en wat scherper is. Een groot misverstand is dat er gedacht wordt dat er in Italië ook koffieplanten groeien (zie pagina 10, red.). Dat is niet het geval. Voor je mokkapot heb je een wat fijnere maling nodig dan voor filterkoffie en een iets grovere dan voor espresso. Het is dus verstandig om koffie te kopen die de juiste mokkapotmaling heeft, of te kiezen voor koffiebonen als je zelf thuis een koffiemolen hebt. De koffie hoeft niet per se in Italië te zijn gebrand, dus misschien kom je nog een nieuwe favoriet tegen.’

Cafeïne

Lieve Moniek, is cafeïnevrije koffie gezonder dan gewone koffie?

MARC COENEN (29), BODEGRAVEN

‘Koffie zonder suiker past in een gezond eetpatroon met de Schijf van Vijf. Alleen kookkoffie en koffie gezet met een cafetière staan niet in de Schijf van Vijf, omdat er veel cafestol in zit. Dat is een stof die het cholesterol verhoogt en daarom niet goed is voor de bloedvaten. Vanwege het cafestol geldt ook het advies niet meer dan twee tot drie kopjes espresso of koffie van cups te drinken. Verder gelden er beperkingen vanwege cafeïne in koffie. Gezonde volwassenen kunnen ongeveer 400 milligram cafeïne per dag innemen zonder dat er negatieve effecten te verwachten zijn. Dat komt neer op ongeveer vier kopjes koffie per dag. Bij een kleine hoeveelheid, bijvoorbeeld met het drinken van een à twee kopjes koffie, verbetert cafeïne de concentratie en prestatie. Te veel cafeïne kan rusteloosheid, angstgevoelens, slaapproblemen of hoofdpijn teweegbrengen.’

Meer vragen?

We hebben er onszelf een hoop gesteld en geven op de volgende pagina’s antwoord.

#03

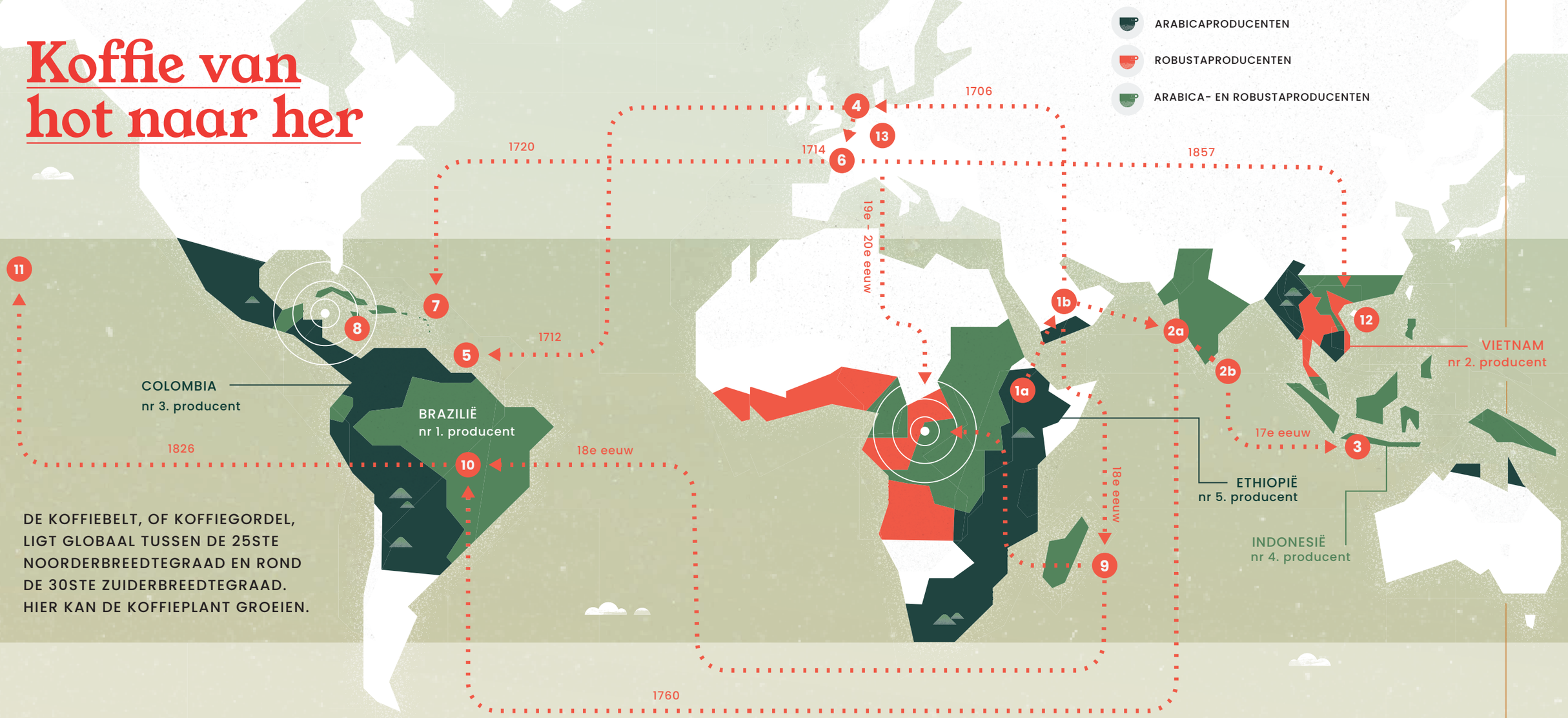
Waar ligt de koffiebelt? Hoe migreert koffie?

INFOGRAPHIC LARS HAMER, MISCHA DE WILT

Koffie van hot naar her

TOP 5 KOFFIE-PRODUCERENDE LANDEN

1. BRAZILIË
2. VIETNAM
3. COLOMBIA
4. INDONESIË
5. ETHIOPIË



DE KOFFIEBELT, OF KOFFIEGORDEL, LIGT GLOBAAL TUSSEN DE 25STE NOORDERBREEDTEGRAAD EN ROND DE 30STE ZUIDERBREEDTEGRAAD. HIER KAN DE KOFFIEPLANT GROEIEN.

1. **Tussen de 5e en 15e eeuw** De oorsprong van koffie ligt in Ethiopië, vanwaar het zich langzaam verspreidt naar Jemen.
2. **Tussen 1665 en het einde van de 17e eeuw** Koffie arriveert met Indiase en Hollandse kooplieden in India en Ceylon (het huidige Sri Lanka).
3. **1696** Adriaan van Ommen, commandeur van de Malabarkust (in Zuidwest-India) stuurt wat koffieplantjes naar zijn collega in Batavia, wat we nu Jakarta noemen.
4. **1706** De koffieplant arriveert in Amsterdam en wordt opgekweekt in de Hortus Botanicus in Amsterdam.
5. **1712** Hollanders experimenteren met koffieteelt in Suriname.
6. **1714** Lodewijk de 14e krijgt een koffieplantje cadeau van de bestuurders van de stad Amsterdam.
7. **1720** Frankrijk brengt koffie naar Martinique. Ongeveer tegelijkertijd start ook Brazilië met koffieteelt met planten uit Martinique en landen ten noorden van Brazilië waaronder Suriname en Guyana.
8. **18e eeuw** Koffie verspreidt zich over het Caribisch gebied en Midden-Amerika.
9. **18e eeuw** Het eiland Réunion haalt koffie uit Jemen en vandaaruit wordt het weer doorgegeven naar Afrika en Brazilië.
10. **1760** Brazilië weet de hand te leggen op koffieplanten of zaaigoed uit Goa, India.
11. **1826** Vanuit Brazilië gaat koffie naar Hawaï.
12. **1857** Koffie komt vanuit Frankrijk aan in Vietnam.
13. **Eind 19e, begin 20e eeuw** Vanuit Europa (met name Frankrijk, Duitsland en België) wordt in de verschillende Afrikaanse koloniën koffie aangeplant.

Ieder z’n smaak

KOFFIETELERS, KOFFIEHANDELAREN, KOFFIEBRANDERS, ZE PROEVEN ALLEMAAL JÓUW KOFFIE. DAAR KUNNEN WE VAN LEREN! WANT VEEL VAN DE KARAKTERISTIEKEN DIE DE PROFESSIONALS HERKENNEN, KUN JE THUIS OOK PROEVEN.

TEKST **LARS HAMER, ICO VAN RHEENEN** FOTO **JELLE RIETVELD**

Hoe smaakt koffie? Hoe werkt smaak? Hoe kun je koffiesmaak beïnvloeden?

#04

Het smakenwiel, wat is dat?

De verschillende smaken en aroma’s die je in koffie tegenkomt zijn in kaart gebracht als een wiel van smaak. Dat gaat van relatief simpele smaken als ‘fruitig’ of ‘bloemig’ tot smaken die alleen de professionals proeven, zoals het verschil tussen ‘appelzuur’ en ‘boterzuur’. Zowel Jacobs Douwe Egberts als Perla hebben dit smakenwiel teruggebracht tot vier of vijf keuzes. Peter Veenendaal van JDE: ‘Onderzoek toont aan dat consumenten drie koffiesmaak-voorkeuren hebben: mild, medium en dark roasted. Bij milde smaak onderscheiden we zacht en rond enerzijds en wat zuurder anderzijds. Ingeval van medium lopen smaakvoorkeuren uiteen van rond en verfijnd en tot pittig. Terwijl donker gebrande koffie complex, bitter en toch evenwichtig kan zijn tot voor sommigen zelfs ruw, scherp en intens.’ Zie het als drie kleuren die elk vele tinten hebben. ‘Dit heeft geresulteerd in smaak-categorieën die mensen snappen, van verfijnd en rond tot intens en espresso.’

PETER VEENENDAAL:
‘Er zijn wel vijfentwintig knoppen waaraan koffiemakers draaien om de koffiesmaak te bereiken die jij wilt. Daarbij kan de melangeur er zélfs rekening mee houden dat het eindproduct straks met melk wordt bereid, of dat er smaken wel of niet zullen overheersen als de gebruiker de koffie met een bepaalde dosering gebruikt. Zie mij als een muziekproducent aan een mengpaneel die de schuiven hier en daar en zus en zó openzet, tot het perfecte geluid is bereikt.’

KIJK OP PINTEREST.COM VOOR AFBEELDINGEN VAN HET SMAKENWIEL

KOFFIEKENNER #02

PETER VEENENDAAL is internationaal koffie-expert bij Jacobs Douwe Egberts. Al 40 jaar raakt hij, zoals hij zelf zegt, niet uitgeleerd over koffie. Achter de term ‘koffie-expert’ gaan eigenlijk nog veel meer functies schuil. Analist, entrepreneur, probleemoplosser, smakendeskundige. En koffiefanaat vooral.

Hoe kan het dat mijn favoriete koffie altijd hetzelfde smaakt?

Koffie proeven is één, maar koffie-leveranciers stoppen niet na het proeven. In de meeste pakken koffie zit een blend, een mix van verschillende koffiebonen uit verschillende landen met verschillende eigenschappen. Door de verschillende smaken in een bepaalde verhouding te mengen, bereikt de koffiemaker de gewenste, vertrouwde smaak. Het is de kennis en kundigheid van de ‘melangeur’ die ervoor zorgt dat jouw favoriete koffie smaakstabiel is. Grondstof, proces en zetmethode zijn de drie elementen waar de melangeur naar moet kijken. Al deze ‘settings’, zoals Peter Veenendaal ze noemt, moeten perfect zijn. Dus de bonen zijn perfect gekozen, het brandproces is perfect naar smaakwensen gevolgd en er is, zo goed als kan, rekening gehouden met de zetmethode. Veenendaal voegt toe: ‘Een lungo smaakt anders als ie gezet is met een espresso-machine dan met een drukfilter-machine, ook al worden dezelfde bonen gebruikt die op dezelfde manier zijn gebrand. En vergeet de rol van water niet! Dat smaakt overal anders.’

PETER VEENENDAAL:
‘Opmerkelijk. Gevraagd naar de smaakintensiteit die mensen prefereren, overschatten ze zichzelf nogal. Stel, iemand denkt smaakkracht 8 te willen, dan wijst de praktijk vaak uit dat zijn échte voorkeur, na bijvoorbeeld twee weken proberen, uitkomt op smaakkracht 7. Maak hier maar een vuistregel van: als je denkt van heel pittige koffie te houden, ga er dan maar vanuit dat je van nét even iets minder pittige koffie zal blijken te houden. Overigens houdt in de werkelijke wereld maar zo’n 3 procent van extreem smakende koffie en – het zal je niet verbazen – gaat zo’n 50 procent voor medium, voor rond, voor evenwichtig. Voor mainstream.’

Welke smaken zijn er?

Koffie bevat wel 1200 smaak-componenten en is daarmee complexer dan bijvoorbeeld wijn. Je zult merken dat koffie bij nader inzien een beetje zuur smaakt. Probeer eens te achterhalen aan welk zuur het je doet denken. Citroen en limoen zijn beide zuur, maar toch hebben ze een andere smaak. Zo kun je zuur in koffie proberen te definiëren. Probeer hetzelfde maar eens voor het bittertje in koffie. Neigt dat naar kruidig of naar bijvoorbeeld chocolade of rook? Proeven maakt je bewust van je eigen voorkeur. Daar zijn geen regels voor.

PETER VEENENDAAL:
‘Smaak van “de grondstof koffie” wordt, net als bij wijn, bepaald door zijn omgeving. Arabicabonen groeien op hoger gelegen hellingen waardoor ze langzamer groeien en complexere smaken kunnen ontwikkelen. Daarbij spelen ook zaken als bodemgesteldheid, positie op de helling, hoeveelheid neerslag, de grootte van de bessen, en wat al niet meer, een rol. En ook het moment waarop de koffiebessen geplukt worden. We onderscheiden bessen van oranje tot rood tot rood-paars. Bij zogenaamde superselectie – van de allerbeste bessen – wordt er zó vaak binnen een groeiperiode geplukt dat alleen de paarse, perfect rijpe bessen gekozen worden die van ábsolute topkwaliteit zijn.’

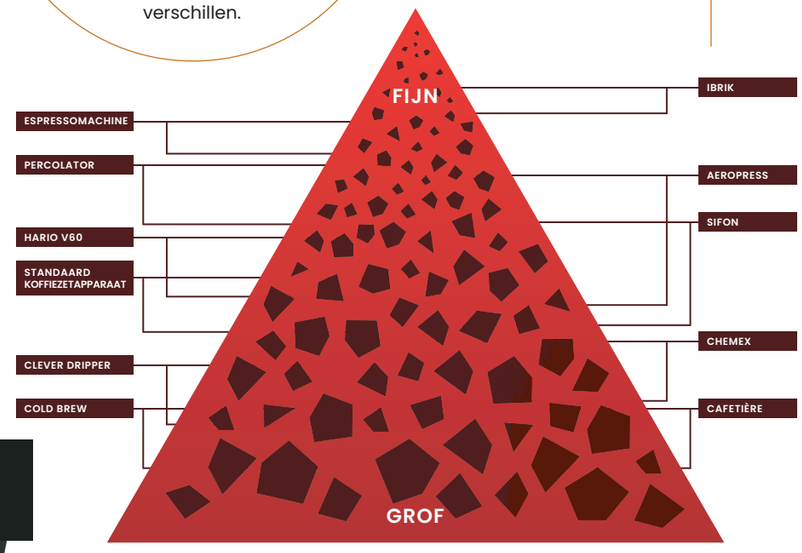
Yes filter

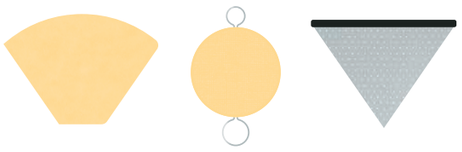
IN NEDERLAND IS GEFILTERDE KOFFIE DE MEEST GEDRONKEN KOFFIE. IEDEREEN HEEFT Z'N EIGEN TRUCS OM HET PERFECTE FILTERBAKKIE TE ZETTEN, OOK DE PROFESSIONALS. HET IS EEN WARE WETENSCHAP. WAT IS HANDIG OM TE WETEN?

TEKST **MONIEK SMIT** ILLUSTRATIES **MISCHA DE WILT**

Gewone koffie

Een heerlijk antwoord op de vraag welke koffie je wilt. Bedoel je een kop zwarte koffie zonder fratsen en niet overdonderend sterk? Dan vraag je om filterkoffie – ook aan de barista in dat hippe tentje in de stad. Op vakantie in het buitenland heb je gegarandeerd een plaatselijke ervaring als je een 'koffie' bestelt. Rome, New York, Tokio; koffieculturen verschillen.





Ken je filter

In 1908 ontwerpt Melitta Bentz de eerste papieren filter, om de bittere smaak veroorzaakt door het laten trekken van koffie in kokend water te voorkomen.
De klassieke filter is conisch met een rechte onderkant. De randen aan de zijkant en onderkant zorgen ervoor dat de koffie vrij tussen het filter en de filterhouder kan stromen. Veel koffieliefhebbers vouwen om die reden de randen juist om. Verschillende filtermethodes hebben filterzakjes met een ander formaat, vorm of papierdikte. Van breed en plat voor grote filtermachines tot smal en puntig voor de elegante Chemex.

Tuit versus fluit

Opschenken met een fluitketel kan, maar geeft ook een oncontroleerbare plons water op de koffie. Speciale opschenkkannen hebben een lange, golvende tuit waarmee je rustig en constant kunt schenken, bijvoorbeeld van Hario, Bonavita of Kalita.

Waterwijs

98 procent van je koffie is water. Ideaal koffiewater heeft de juiste mix van calcium, magnesium en waterstofcarbonaat. Kort lesje scheikunde: calcium helpt om de koffie vol en romig te maken (mondgevoel), magnesium is er voor de frisse smaken en waterstofcarbonaat beheert de balans in koffie. Compleet gefilterd water maakt de koffie vlak en wat saai van smaak, kraanwater geeft weinig ruimte voor frisheid en balans. Bronwater uit de fles is een eenvoudige oplossing. Voor de echte koffie-nerd is er zelfs speciaal koffiewater te koop.

Visite? Filteren!

Met een (gevouwen) filter, versgemalen koffie en bronwater heb je in no-time hippe mokken filterkoffie 2.0 voor grotere gezelschappen gemaakt. De Nederlandse handgemaakte filtermachines van Moccamaster worden internationaal gewaardeerd wegens techniek, design en degelijkheid. Een goede filtermachine heeft een temperatuurbeheersing (88-96 graden) en een rustige, pulserende watertoevoer op de koffie in de filter.

Extractie

Met heet water onttrek je je oplosbare stoffen aan koffie. 70 procent van gemalen koffie is niet oplosbaar en verandert na het zetten in koffiedrab. 30 procent is wel oplosbaar en geeft de smaak, het aroma, de kleur en het mondgevoel aan koffie. Niet de complete 30 procent is lekker, bij te veel extraheren (meer dan ongeveer 20 procent) wordt koffie bitter, scherp en onaangenaam. Zelfs de beste koffie kan zo veranderen in een bittere drank. Verschillende variabelen, die we zelf kunnen controleren, hebben invloed op de extractie.

1. **Brew ratio.** Verhouding koffie en water. Uitgangspunt: 30 gram koffie voor ½ liter water. Versgemalen koffie – vers omdat alle stoffen dan nog beschikbaar zijn en gemalen om het water de kans te geven de stoffen te extraheren.

2. **Watertemperatuur.** Koud water vraagt om een enorm lange contacttijd met de koffie, heet water gaat een stuk sneller. Te heet water kan de smaken en het aroma letterlijk verbranden, dus houd een maximum van 96 graden aan.

3. **Maalgraad.** Fijngemalen koffie loopt minder snel door dan grof gemalen koffie. In combinatie met de brew ratio is dit een variabele om mee te experimenteren.

4. **Contacttijd.** Deze meet je om de extractie te controleren. Bij doorloopfilterkoffie is 4 tot 6 minuten een goede basis. Duurt het langer, dan is de koffie te fijn, is er te veel koffie gebruikt of is het water te koud. Gaat het veel sneller? Dan is de koffie te grof of gebruik je te weinig koffie.

In de maling

Of je nu een handmaler of een elektrische koffiemolen gebruikt, versgemalen koffie, dat is de eerste stap naar echt lekkere filterkoffie. Voor filterkoffie maal je medium tot grof, vergelijkbaar met de korrel van zand tot kristalsuiker. Fijngemalen koffie geeft de oplosbare stoffen te snel aan het water, waardoor de koffie bitter kan worden. Als koffie langer in aanraking is met water, bijvoorbeeld bij Clever Dripper of Aeropress, gebruik je een grovere maling koffie. Bij 'doorloopkoffie', kies je voor medium-grof.

Nieuwe filterrituelen met oude ontwerpen

KALITA WAVE
- ✚ De platte bodem geeft een brede verdeling van de koffie
- ➖ Zorgvuldig opschenken met een cirkelbeweging is vereist

HARIO V60
- ✚ Ontwerp helpt het water geleidelijk langs het filter te laten lopen
- ➖ Loopt snel door bij te snel opschenken

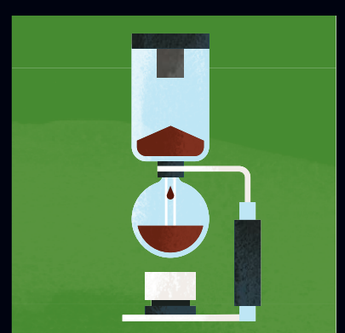
CLEVER DRIPPER
- ✚ Loopt pas door bij plaatsing op kan of kop, extractie is zo te verlengen
- ➖ Kans op overextractie

AEROPRESS
- ✚ Simpel en snel, een handige tool voor op reis
- ➖ Door de druk is de extractie moeilijker te controleren, experimenteren is vereist

CHEMEX
- ✚ Het design geeft je een koffie-ervaring met ultiem aroma
- ➖ Het dikke filterpapier haalt wat body uit de koffie

CAFETIÈRE
- ✚ Simpel, snel, voor een volle koffiesmaak
- ➖ Er kan - zeer minimaal - wat koffiegruis in je kopje belanden

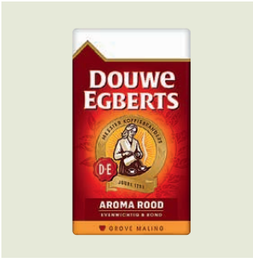
Smaken verschillen, zetmethodes ook. Probeer en experimenteer. It's fun!



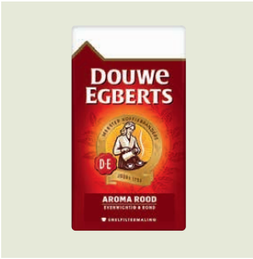
SYPHON
- ✚ Elegant en een show op zich
- ➖ Het water wordt snel te heet, de koffie kan bitter worden

Filterkoffie, 'slow coffee'… even lekker, hip als vertrouwd

Ga voor meer keuze naar **ah.nl**



- **DOUWE EGBERTS AROMA ROOD GROVE MALING**
  Evenwichtig en rond van smaak. Geschikt voor cafetière of percolator.



- **DOUWE EGBERTS AROMA ROOD SNELFITERMALING**
  Met zijn ronde, harmonieuze smaak en geurige aroma sinds 1753 vertrouwd.

- **IDEE KOFFIE CLASSIC**
  Stoffen die de maag zouden kunnen irriteren zijn uit de koffie verwijderd, smaak en aroma zijn behouden.

- **PERLA HUISBLENDS MILD SNELFILTERMALING**
  100% Arabicabonen. Extra zacht en verfijnd. Extra mild voor de maag.

- **PERLA HUISBLENDS AROMA SNELFILTERMALING**
  Mooi uitgebalanceerd, vol en rond van smaak en geurig, medium gebrand.

- **PERLA BIOLOGISCH AROMA SNELFILTERMALING**
  Medium roast, mild en evenwichtig van smaak.

- **VAN NELLE SUPRA**
  Zeer fijn gemalen. Klassieke combinatie van robusta- en arabicabonen.

- **PERLA ORIGINS ETHIOPIË SNELFILTERMALING**
  Topkwaliteit koffie uit Ethiopië. Licht gebrand. Proef het fruitige aroma.

- **CAFÉ INTENCIÓN ECOLÓGICO SNELFILTERMALING**
  Biologische Fairtrade arabicakoffie met een zachte en volle smaak.

- **DOUWE EGBERTS EXCELLENT 5 FILTERKOFFIE**
  100% Arabica melange. Mild gebrand, waardoor fruitige en bloemige accenten bovenkomen.

- **AH BASIC AROME FILTERKOFFIE**
  UTZ-gecertificeerde snelfilter-maling voor je dagelijkse kopje koffie zonder fratsen.

- **PERLA HUISBLENDS MOKKA SNELFILTERMALING**
  Licht gebrande bonen, 100% arabica, met een zacht, intens geurend en rijk aroma.

- **FAIRTRADE ORIGINAL KOFFIE AROMA SNELFILTER**
  De lekkerste bonen van over de hele wereld die het samen goed kunnen vinden in jouw kop.

- **SEGAFREDO CASA GEMALEN ESPRESSO**
  Thuis genieten van espresso die je kent uit een bar. Extra donker gebrand.

En dan is er… nóg meer koffiekeuze!

Ga naar **ah.nl**

No filter

ESPRESSO BETEKENT LETTERLIJK: ONDER DRUK. VOOR ESPRESSO IS ALTIJD DRUK NODIG OM HET WATER DOOR DE FIJNGEMALEN KOFFIE TE PERSEN. VANDAAR DE INDRUKWEKKENDE MACHINES EN HET KENMERKENDE GELUID. WAT IS NOG MEER BELANGRIJK OM TE WETEN?

TEKST **MONIEK SMIT**
ILLUSTRATIES **MISCHA DE WILT**

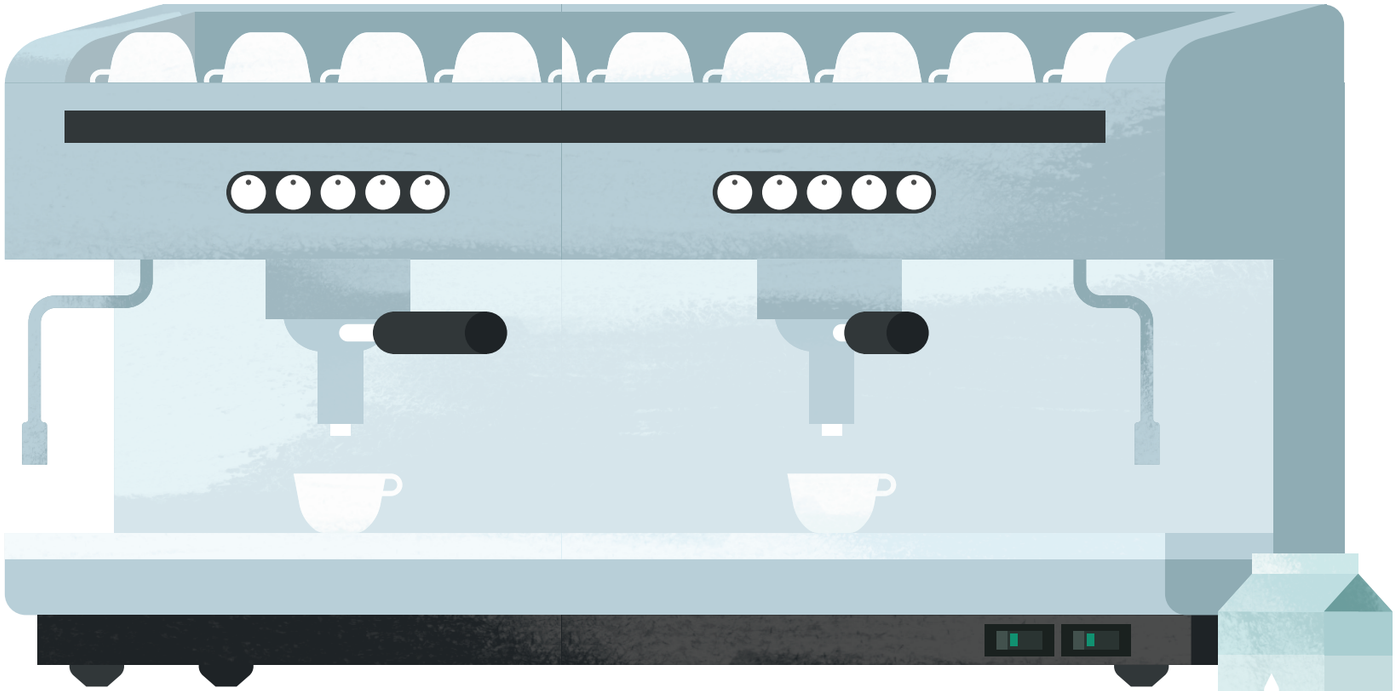
Espressotijdmachine

1855
Eerste espressomachine van Luigi Bezzera

1945
Eerste pistonmachine van Gaggia

1961
Eerste pompmachine van Faema

1970
Eerste duo boiler machine van La Marzocco



Machtige machines

Espressomachines zijn imposant, ze zorgen voor de juiste druk en temperatuur met een pomp en boiler. Een echte espresso komt niet uit een volautomatisch apparaat, al komt laatstgenoemde steeds dichter in de buurt van de prestaties die een 'echte' glimmende machine levert.

Wetenschap

De extractie van een espresso is pure wetenschap, alles is meetbaar. De basis: 30 ml espresso in 25 seconden door 10 gram koffie onder druk van 9 bar met een temperatuur van 88-92 graden. Barista's spreken over 'grams in and grams out'. Ze wegen de koffie die gebruikt wordt (meestal voor een dubbele espresso) en vervolgens wegen ze de espresso.

Crema

Als koffie onder druk wordt gezet, ontstaat er boven op de espresso een laagje: crema. Crema bestaat uit olie, proteïne en suiker die van nature in koffie zitten. Gefilterde koffie heeft nooit crema, omdat deze niet door het filterpapier heen komt. Ook koffie die niet vers is of niet onder druk wordt gezet moet crema missen.

Latte art

Met oorsprong in Italië, geperfectioneerd in Azië. Complete dierentuinen verschijnen in je latte. De basis is een hartje, en dat is al een hele kunst. De figuren worden uit de losse pols in de crema geschonken, waardering voor de barista mag worden gegeven.

Advies hoe je dit thuis kan doen?

In Italië een barman, in de rest van de wereld is het de man of vrouw achter de espressomachine. In Nederland sinds vijftien jaar een echt beroep in de horeca, met een pretentieus jaarlijks kampioenschap. Een barista gebruikt deze tools om zo goed mogelijk te kunnen werken.

KOFFIEMOLEN
Steeds vaker een 'grind on demand': een perfecte hoeveelheid koffie, per portie gemalen.

TAMPER
De 'stempel' waarmee de barista de koffie in de filterhouder aandrukt. Let op: een filterhouder wordt vaak piston genoemd, dit klopt echter niet. Een piston is het deel van de espressomachine waar samen met de filter de gemalen koffie in gaat.

WEEGSCHAAL
Een barista controleert zijn espressoshots door regelmatig te wegen, zowel de hoeveelheid koffie per shot als het resultaat.

DOEKJES
Gemalen koffie en vocht, dat is geen goede combinatie. Een barista houdt de werkplek altijd schoon en droog.

Bovendien schuimt hij de melk nooit direct naast de koffiemolen en maakt hij na ieder gebruik het stoompijpje schoon.

MELKKANNEN
In verschillende maten; 'melkmanagement' is een belangrijk deel van het werk van een barista.

ESPRESSOMACHINE
De trots van iedere barista, perfect afgesteld met 2-4 groepen, klaar om 4 tot 8 kopjes tegelijk te zetten .

Koffiegolven

De afgelopen jaren heeft de wereld van koffie een snelle ontwikkeling gekend.

1e GOLF
Italië heeft nog altijd een traditionele espressocultuur: een snelle shot aan de bar.

2e GOLF
De Amerikaanse espressocultuur van grote meeneembekers en 'tweede huiskamers in de stad' veroveren de hele wereld.

3e GOLF
Onafhankelijke koffiebars en -branders gaan voor pure en bijzondere koffie, minder toevoegingen en meer verhalen over oorsprong.

4e GOLF
In ontwikkeling, maar onvermijdelijk: de technologische innovatie neemt een deel van het handwerk over, waardoor er nog meer ruimte komt voor persoonlijke smaakvoorkeuren en bijzondere koffieverhalen.

Espresso + melkkoffie

Er zijn vele espressovarianten, je kent ze van de menukaart in de koffiezaak. Sommige komen mét 'microfoam'. Dat is warme, romige, gladde opgeschuimde melk (dus zonder zichtbare luchtbelletjes) – dat kan ook een plantaardige optie zijn, zoals sojamelk. Maar wat is wat?

RISTRETTO

De korte variant van een espresso met hoge concentratie

ESPRESSO

Puur en het liefst dubbel

AMERICANO

Espresso gezet op 2 delen heet water; Italiaanse koffie voor Amerikanen

LUNGO

De lange variant van een espresso met 45 ml water

FLAT WHITE

Dubbele ristretto of espresso met 1 deel melkschuim

CAPPUCCINO

Espresso met 2 delen melkschuim met schuimlaag

CAFFÉ LATTE

Espresso met 2 à 3 delen melkschuim, liefst met art

LATTE MACCHIATO

Variatie op caffé latte; espresso geschonken in 250 à 300 ml melkschuim

MACCHIATO

Een espresso met een 'vlekje' melkschuim

Vind je favoriete boon en malen maar

Ga voor meer keuze naar **ah.nl**

- **AUSTRALIAN ESPRESSO BEANS DARK ROAST**
  Een verantwoorde pittige dark roast koffie; geschikt voor cappuccino en latte macchiato.

- **PERLA ORIGINS TANZANIA**
  Intens fruitige koffie van de Kilimanjaro in Tanzania. Licht gebrand met milde tonen van zoetheid.

- **ILLY ESPRESSO CAFFE IN GRANI**
  Hoogwaardige arabicakoffie met een volle, zachte en licht kruidige smaak.

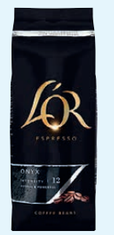
- **PERLA SUPERIORE ESPRESSO SCURO BONEN**
  Donker gebrande, volle espresso met fijne bitters en tonen van chocolade.

- **DOUWE EGBERTS AROMA ROOD KOFFIEBONEN**
  Een aromatische, ronde en evenwichtige melange. Medium gebrand.

- **LAVAZZA ESPRESSO BONEN**
  Medium gebrand. Blend van arabica- en robustabonen. Smaken van pure chocolade en noten.

- **PERLA HUISBLENDS DECAF BONEN**
  Geniet ieder moment van een cafeïnevrije espresso, latte macchiato of cappuccino.

- **PERLA ESPRESSIMO NAPOLI BONEN**
  Proef de intense smaak en rokerige tonen van deze donker gebrande espresso.



- **L'OR ESPRESSO ONYX**
  Intense, uitgesproken, pure espresso. Superieure, donker gebrande arabica- en robustabonen.

- **SEGAFREDO CASA ESPRESSO GUSTO CREMOSO**
  Intense smaak met rijk aroma, ideaal voor lungo of espresso na het diner.

- **MEDELLIN SECRET LA LUISA, COLOMBIA**
  Frisse afdronk, mooi gebalanceerd met een heerlijke toets van chocolade.

- **CAFFÈ VENEZIA ESPRESSO EXTRA DARK BEANS**
  Extra donker geroosterde bonen voor écht krachtige Italiaanse espresso(variant).

- **PELLINI TOP DISPENSER 18 STUKS**
  Pads speciaal voor piston. Zoete, delicate en overtuigende Italiaanse smaak.

- **FAIR TRADE ORIGINAL ESPRESSO EXTRA DARK ROAST BONEN**
  Intense, licht zoete smaak. Mooi in balans.

Liever mild en fruitig of juist intens en donker?

Ga voor nog meer variatie **ah.nl**

Nestlé
Good Food, Good Life

ONTDEK ONZE NIEUWE ABSOLUTE ORIGINS

100% BIOLOGISCH

Op de steile hellingen van de Sierra Nevada-heuvels in Colombia groeien onze unieke Arabica-bonen. 100% biologisch geteeld volgens de tradities van de Tayrona-stam. En dat proef je terug in onze Lungo. De grote hoogtes in combinatie met het gevarieerde klimaat zorgen voor een unieke aromatische smaak. Zo kun je thuis op de bank even wegdromen naar de andere kant van de wereld. Ontdek naast onze Lungo ook onze Espresso's uit Honduras en Peru. Exclusief verkrijgbaar bij Albert Heijn en op dolce-gusto.nl.

NESCAFÉ Dolce Gusto
COFFEE IS NOT JUST BLACK

KOFFIEKENNER #03

ARTHUR VAN KEEKEN is directeur koffie- en chocoladedranken retail bij Nestlé.

Wat is oploskoffie?
Hoe smaakt het?
Was is de charme?

#7

De oplossing

Wereldwijd is oploskoffie de meest gedronken koffievariant. In Nederland is het een stille kracht: bekend, onbegrepen, maar toch goed voor een groot gedeelte van alle koffieverkopen. Wat weten we er eigenlijk van? Acht vragen, acht antwoorden.

1 **Wat is oploskoffie eigenlijk?**
Voor oploskoffie wordt sterke koffie gezet, niet heel anders dan we gewend zijn. Die koffie wordt gedroogd en dat kan worden gedaan met twee verschillende methodes. Dat gebeurt door de koffie te vernevelen in een ruimte van ongeveer 250 graden Celsius. Of juist via een vriesproces van -40 graden Celsius. Het eerste proces lijkt op het maken van melkpoeder. Tegenwoordig is de vriesmethode populairder; die levert oploskoffie op met het meeste aroma.

2 **Is oploskoffie iets nieuws?**
Niet echt. De allereerste oploskoffie verscheen in 1771, maar had zonder twijfel een andere kwaliteit dan we nu gewend zijn. Moderne oploskoffie komt rond 1910 op de markt. In 1938 stapt Nestlé met Nescafé in deze markt en groeit uit tot het grootste merk in dit segment. Na 1945 komt Nederland via Amerikaanse soldaten voor het eerst in aanraking met oploskoffie. Nescafé was naast onder meer kauwgom onderdeel van hun rantsoen. In de jaren vijftig groeit de markt voor oploskoffie. Ook andere merken gaan oploskoffie produceren. In 1958 zijn er maar liefst 35 verschillende merken te koop, naast Nescafé onder andere Moccona van Douwe Egberts.

3 **Hoe smaakt oploskoffie?**
Naar koffie natuurlijk, luidt het flauwe antwoord. Maar de smaak verschilt per land en merk. Net zoals een Italiaan graag een strakke espresso drinkt en de gemiddelde Hollander over het algemeen blijer wordt van een vrolijk bakje filterkoffie. Starbucks oploskoffie in de Verenigde Staten smaakt anders dan oploskoffie van Lavazza in Italië.

TEKST **LARS HAMER** BEELD **JELLE RIETVELD**

'Mijn favoriete smaak is Espresso, 100% arabica. Van Nescafé uiteraard'

‘Toen ik nog op een etage in Amsterdam woonde, had ik geen koffiezetapparaat. Ik gebruikte alleen Nescafé Espresso sticks. Nooit klachten over gehad’

Oploskoffie

#7

4 Hoe populair is oploskoffie?

In Nederland is oploskoffie goed voor ongeveer 11 procent van de koffiemarkt. Wereldwijd zijn de cijfers nog indrukwekkender; de verkopen van oploskoffie zijn wereldwijd sinds 2000 ongeveer verdrievoudigd. Tegenwoordig worden vier van de tien kopjes koffie gemaakt met oploskoffie. De belangrijkste oploskoffie-drinkers wonen ten oosten én westen van ons. De UK is namelijk het derde grootste land in aantal kopjes oploskoffie. In Rusland, een groot deel van Azië en ook Australië en Nieuw-Zeeland geeft men de voorkeur aan oploskoffie. Die laatste landen zijn echt grootverbruikers. Wereldwijd gaat het om bijna 1 miljard kopjes oploskoffie per dag!

5 Wat is de charme van oploskoffie?

Het kortste antwoord: gemak én het feit dat je oploskoffie zo goed kunt afstemmen op jouw (smaak)voorkeuren. Het is een uitkomst bij een gehaast ontbijt maar zeker ook buitenshuis, op kantoor, op het sportveld, op de camping en op een berg. Dat laatste bewezen Edmund Hillary en Tenzing Norgay al in 1953. Op de flanken van het Ganesh Himal gebergte dronken ze even een Nescafé om daarna de Mount Everest te beklimmen.

6 Geeft oploskoffie de bekende cafeïnekick?

Zeker. Je wordt van oploskoffie in de ochtend net zo wakker als van een gewoon kopje koffie; de intensiteit van de kick hangt af van de gebruikte bonen. Arabicabonen geven koffie die lager is in cafeïne dan robustabonen. Dat geldt voor verse koffie én oploskoffie.

7 Heeft oploskoffie nadelen?

Oploskoffie is gemakkelijk, lekker, lang houdbaar en meestal goedkoper dan bonenkoffie. De koffieliefhebber die voor aroma en zijn eigen zetmethode gaat, zal toch eerder kiezen voor gemalen bonenkoffie. In zijn algemeenheid kun je stellen dat oploskoffie wat minder subtiel kan zijn en een eigen smakenpalet heeft.

8 Nog meer belangwekkende feiten?

Niet iedereen weet dat je oploskoffie goed kunt gebruiken in toetjes en gebak. Het simpelste en misschien wel het beste idee is vanillevla mengen met geklopte slagroom en oploskoffie naar smaak. ’n Paar keer roeren. Schep het mengsel in een mooi kommetje, vertel dat je dit recept voor *crème au café* hebt gekregen van een beroemde Franse chef en je bent de koning(in) van de avond.

NESCAFÉ GOLD
Karakteristieke premium koffiemelange. Aan deze Nescafé Gold zijn fijn-gemalen, verantwoord geteelde arabicabonen toegevoegd. Zachte smaak en rijk aroma.

NESCAFÉ ESPRESSO STICKS
Handige eenkopszakjes voor intense, smaakvolle Italiaanse koffie met een cremalaagje. Gemaakt van 100% arabicabonen uit de beste koffieregio’s.

NESCAFÉ WHITE CHOC & PISTACHIO MOCHA
Arabica- en robusta-bonen, melk, witte chocolade en pistachenotensmaak. In eenkopszakjes.

#08

Ieder z'n smaak, ieder z'n cup. Kun je meerdere merken cups gebruiken?

TEKST **LARS HAMER**
BEELD **JELLE RIETVELD**

Nespresso® en Nescafé® Dolce Gusto® zijn merkeigendom van derden, die geen relatie hebben met Delica AG, Jacobs Douwe Egberts en Ahold Delhaize Coffee Company.

Cupje koffie

KOFFIE IN CAPSULES IS RAZEND POPULAIR. HET IDEE IS OOK REDELIJK BRILJANT: JE STOPT KOFFIE IN EEN HERMETISCH SLUITENDE CAPSULE WAARDOOR VERSHEID IS GEWAARBORGD. DRUK EROP, EN KLAAR BEN JE. IEDEREEN EEN THUISBARISTA!

NESPRESSO®
begint in 1986 met koffie in cups als 'kantoorconcept', voordat ze in 1989 voor de consument beschikbaar komen. In 2006 start George Clooney reclame te maken voor de koffie. In 2007 opent de eerste Nespresso-winkel aan de Champs-Elysées in Parijs. Vanaf nu is de koffie niet alleen online maar ook in winkels te koop.

Er worden iedere dag 2,25 miljard koffie cups gedronken

L'OR, PERLA en **CAFÉ ROYAL** ontwikkelen een eigen capsule die past in de voor Nespresso® ontwikkelde machines. De consument krijgt hiermee nog meer keuze en kan de koffie nu ook in de supermarkt kopen.

In de bredere onderkant van het cupje zit een systeem dat een bepaalde druk kan verdragen, maar op een bepaald moment breekt om de koffie door te laten. Door die druk krijg je een mooi crema-laagje.

NESCAFÉ® DOLCE GUSTO®
start in 2006. Dit systeem is ook van Nestlé, maar anders dan met Nespresso kun je hiermee ook varianten met melk maken, en zelfs chocolade en thee. Je stopt simpelweg het gewenste cupje in het apparaat en je bepaalt de passende druk voor het betreffende cupje. Van mild tot ristretto.

Kwaliteitskoffie wordt meteen na het branden (naar het gewenste smaak-profiel) gemalen en in de exacte hoeveelheid voor één kopje (tussen de 5 en 7 gram) aan de capsule toegevoegd en hermetisch gesloten. Daarmee blijven versheid en vooral ook smaak en aroma behouden.

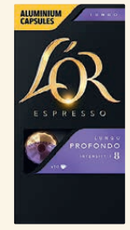
Capsules zijn onder te verdelen in espresso's en lungo's. Oftewel een klein kopje sterke koffie (40 ml water) of een 'langere' koffie (110 ml water). Voor een klein kopje koffie is een korte doorlooptijd en fijngemalen koffie nodig, voor lungo's een langere doorlooptijd en grover gemalen koffie. Sommige merken leveren ook capsules met melk of chocolade.

Ieder z'n 'cuppa'; voor elke voorkeur een capsule

Ga voor meer keuze naar **ah.nl**

- **PERLA ORIGINS SUMATRA CAPSULES 10 STUKS**
  Krachtige en aromatische donker gebrande koffie uit Sumatra. Aards en kruidig.

- **L'OR ESPRESSO OR ROSE KOFFIECUPS 10 STUKS**
  Krachtige koffie met kruiden- en karamelaroma's. Exclusief verkrijgbaar bij Albert Heijn.



- **L'OR ESPRESSO PROFONDO KOFFIECUPS 10 STUKS**
  Intens en kruidig aroma van geroosterde amandelen en uitdagend zoethout.

- **L'OR ESPRESSO COLOMBIA KOFFIECUPS 10 STUKS**
  Volle single origin espresso met een complex en lichtzurig karakter.

- **CAFÉ ROYAL CARAMEL CUP 10 STUKS**
  Elegante espresso, verfijnd met een zacht karamelaroma, voor ongeëvenaarde koffiebeleving.

- **PERLA SUPERIORE LUNGO ORIGINALE CAPSULES 10 STUKS**
  Harmonieus en toegankelijk. Zoete en donker gebrande tonen.

- **PERLA HUISBLENDS LUNGO CLASSIC CAPSULES 10 STUKS**
  Medium roast lungo met een heerlijke volle, ronde smaak.

- **PERLA BIOLOGISCH LUNGO CLASSIC CAPSULES 10 STUKS**
  Soepel en gebalanceerd. Met zijdezacht crèmelaagje.

- **PERLA HUISBLENDS ESPRESSO RISTRETTO CAPSULES 10 STUKS**
  Een echte intense krachtpatser. Ideaal voor een kickstart.

- **L'OR ESPRESSO DECAFFEINATO KOFFIECUPS 10 STUKS**
  Elegante espresso met noten van cacao en wilde bessen.

- **NESCAFÉ DOLCE GUSTO LUNGO 16 STUKS**
  Een stijlvolle kop koffie met een rijk aroma en een fluweelzachte crema-laag.

- **CAFÉ ROYAL LUNGO DOLCE GUSTO COMPATIBLE 16 STUKS**
  100% Arabicabonen. Exclusief verkrijgbaar bij Albert Heijn.

- **CAFÉ ROYAL CAPPUCCINO DOLCE GUSTO COMPATIBLE 16 STUKS**
  Sterke espresso met zoetig schuim. Exclusief bij Albert Heijn.

- **NESCAFÉ DOLCE GUSTO BIOLOGISCHE ESPRESSO PERU 8 STUKS**
  Proef o.a. zoethout en zwarte bessen. Exclusief bij Albert Heijn.

- **NESCAFÉ DOLCE GUSTO CAPPUCCINO 16 STUKS**
  Een volle espresso met een licht zoete melkschuimlaag.

#09

Koffiepads zijn lekker handig. Wat moet je erover weten?

TEKST **LARS HAMER** BEELD **JELLE RIETVELD**

Kies je pad

TOEN ER IN 2001 EEN MACHINE WERD ONTWIKKELD WAAR JE KLEINE GEVULDE FILTERTJES IN KON DOEN, VOOR MAAR ÉÉN OF TWEE KOPJES KOFFIE, WAS DE STILLE REVOLUTIE IN KOFFIELAND EEN FEIT. GROTE KANNEN KOFFIE WERDEN IN VEEL NEDERLANDSE HUISHOUDENS VERVANGEN VOOR LOSSE KOPJES; KOFFIE IN JOUW SMAAK OP HET DOOR JOU GEWENSTE TIJDSTIP.

SENSEO is de bekendste zetmethode met losse koffiepads. De machine pompt in ongeveer een halve minuut heet water door de pad ('kussentje' in het Engels). Het systeem is een samenwerking van Jacobs Douwe Egberts (voor de koffie) en Philips (voor het apparaat). Hollands glorie in optima forma.

VANAF 2006 mogen ook andere merken dan JDE koffiepads ontwikkelen voor de Senseo-machine. Veel supermarkten in Nederland hebben nu eigenmerk-pads. Maar ook bekende koffiemerken als Lavazza, Perla en Café Royal hebben pads ontwikkeld die geschikt zijn voor de Senseo-machine.

Wereldwijd zijn er al meer dan 28 miljoen Senseo-apparaten verkocht

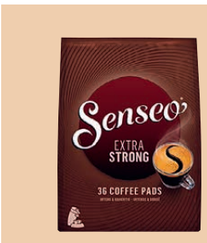
Per jaar produceert alleen al Jacobs Douwe Egberts **958.170** pads - en dat is dan voor de Nederlandse markt. Om je een indruk te geven, dat aantal pads komt overeen met 1,7 keer de wereld rond, als je ze allemaal achter elkaar legt.

Nederland zet dagelijks 6,31 miljoen kopjes koffie met een pad

Kies je eigen pad, puur of met smaak

Ga voor meer keuze naar **ah.nl**

- **PERLA HUISBLENDS CLASSIC ROAST PADS 36 STUKS**
  Mooi uitgebalanceerd, vol en rond van smaak en zeer geurig.



- **SENSEO EXTRA STRONG KOFFIEPADS 36 STUKS**
  Pittige koffie van diep gebrande arabica- en robustabonen.

- **SENSEO DECAF KOFFIEPADS 36 STUKS**
  Smaakvolle Originals-variant van medium gebrande cafeïnevrije arabica en robusta.

- **SENSEO CLASSIC 36 STUKS**
  Een evenwichtige koffie van medium gebrande bonen met een zachte crema-laag.

- **PERLA HUISBLENDS TOFFEE PADS 18 STUKS**
  Medium gebrande bonen, verrijkt met toffeesmaak. Anders, daarom juist zo lekker.

- **PERLA HUISBLENDS HAZELNOOT PADS 18 STUKS**
  Donker gebrande koffiebonen. Verrijkt met een smaak van hazelnoot.

- **PERLA HUISBLENDS TOFFEE PADS 18 STUKS**
  Medium gebrande bonen, verrijkt met toffeesmaak. Anders, daarom juist zo lekker.

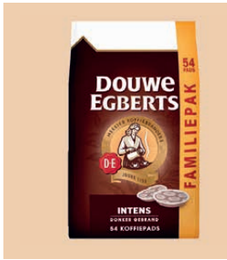
- **PERLA BIOLOGISCH CLASSIC ROAST 36 STUKS**
  Medium roast biologische koffie met schuimlaag. Vol, evenwichtig en rond.

- **PERLA HUISBLENDS MOKKA PADS 56 STUKS**
  Aangenaam zacht en verfijnd van smaak. Ideaal voor ieder moment van de dag.

- **SENSEO CAPPUCCINO 8 STUKS**
  Een ronde koffie met mooi melkschuim. Vol, zoet en romig van smaak.

- **SENSEO CAFÉ LATTE KOFFIEPADS 8 STUKS**
  Een heerlijke koffie verkeerd met melkschuim. Vol, zoet, romig en rond.

- **AH BASIC COFFEE PODS DARK ROAST 36 STUKS**
  Donker gebrande koffie. Goede prijs, voor een goed koffiemoment.

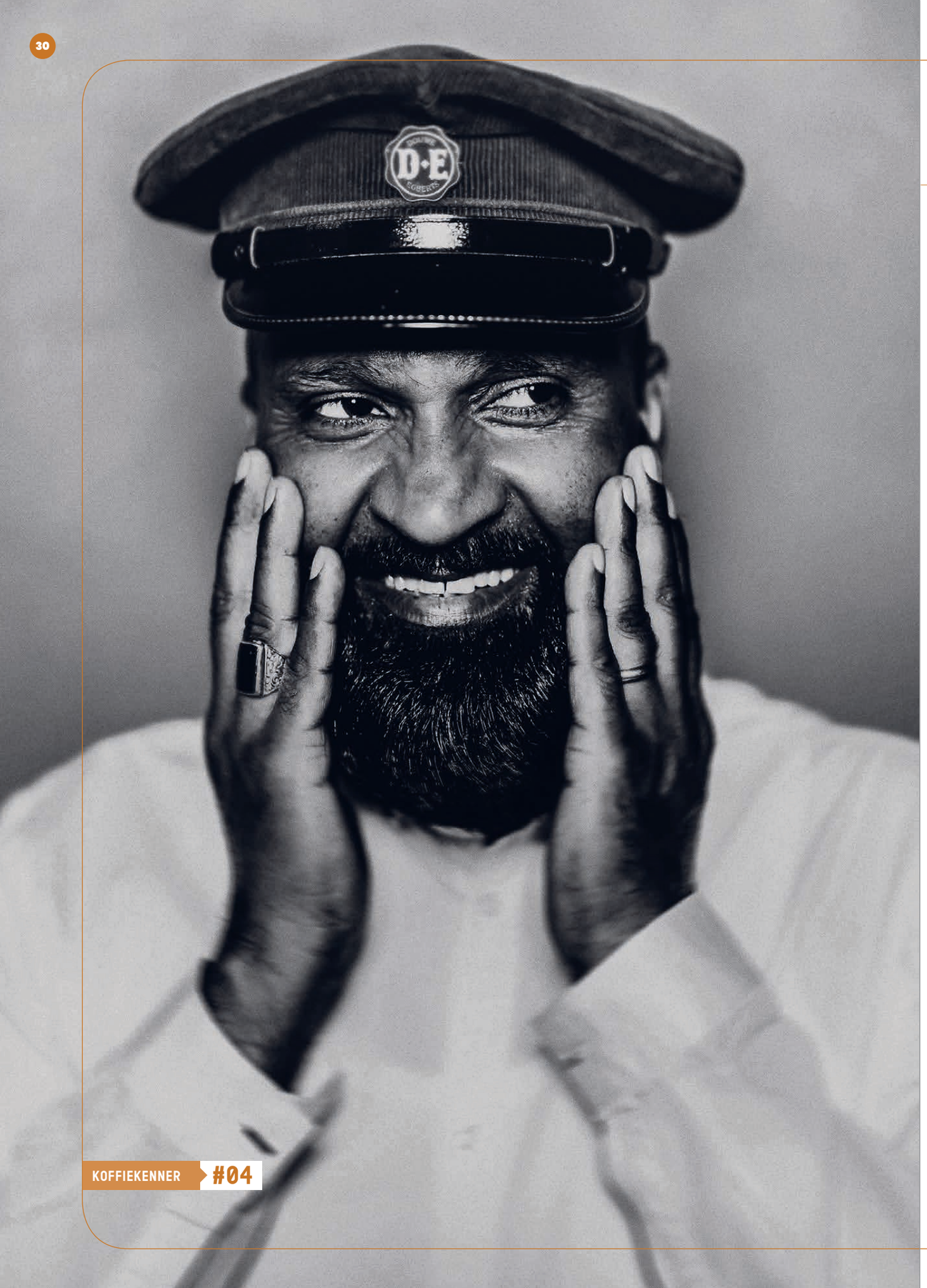


- **DOUWE EGBERTS INTENS KOFFIEPADS 54 STUKS**
  Donker gebrand, vol en pittig. Arabica- en robustabonen uit Afrika en Azië.

- **LAVAZZA KOFFIEPADS CLASSICO 36 STUKS**
  Italiaanse blend met krachtig aroma en subtiele noten van gedroogd fruit.

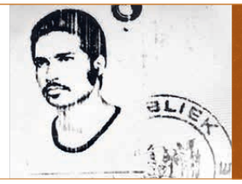
Handig, snel, altijd je eigen smaak

Meer koffiepads vind je op **ah.nl**



KOFFIEKENNER #04

TEKST LARS HAMER
BEELD JITSKE SCHOLS



Koffie door de jaren heen: hoe en wat? #10

Meester Egberts

ROY NANHEKHAN IS IN 38 JAAR BIJ JACOBS DOUWE EGBERTS UITGEGROEID TOT HISTORISCH GEWETEN VAN HET BEDRIJF. DE OPRICHTER VAN HET HERITAGE CENTER GEEFT ONS EEN LES NEDERLANDSE KOFFIEGESCHIEDENIS.

‘In het begin van mijn tijd bij Douwe Egberts werkte ik bij expeditie. Eigenlijk was ik in Nederland op vakantie vanuit Suriname, maar ik zag dat er een banenmarkt was, dus ik dacht: waarom niet? Ik was trots dat ik zomaar werd aangenomen. Mijn retourticket heb ik dus niet gebruikt. Bij mijn vader in Suriname stonden vroeger de koffiestruiken gewoon in de tuin, de bessen snoepten we als kind zo van de plant. M’n eerste koffie heb ik met hem gedronken. We zouden het nu “slow coffee” noemen, denk ik. Zelf gedroogde en geroosterde koffiebonen, gemalen en overgoten met heet water. Mijn vader liet de koffiedrap bezinken en we dronken de koffie met melk en suiker. Ik drink iedere dag koffie, maar die smaak heb ik nooit meer geproefd.’

‘Suriname is zoals iedereen weet een van de voormalige koloniën van Nederland. Minder bekend is dat Suriname een belangrijk koffieland was. Halverwege de 18e eeuw kwam de helft van de koffie die werd verhandeld in Nederland uit Suriname. De rest kwam uit het Verre Oosten, met name Java. En ook een deel uit het Midden-Oosten. Suriname was in eerste instantie een soort testtuin. In het Verre Oosten hadden de Nederlanders al her en der koffie geplant en vanuit de Hortus in Amsterdam werden koffieplanten of -zaden verscheept naar Suriname om te zien of ze daar aan zouden slaan. En dat lukte. Vanuit Suriname, en ook vanuit de Franse koloniën, werd koffie verspreid over het Caribisch gebied en Midden- en Zuid-Amerika.’

‘Friesland, of Joure om precies te zijn. Dat was de plek waar het begon voor DE. Egbert Douwes startte in 1753 een winkeltje in wat ze toen koloniale waren noemden. Koffie, thee en tabak. Rond 1780 kwam hun zoon, Douwe Egberts (1755-1806), in de winkel bij zijn ouders werken. Zijn ouders kozen ervoor om in de winkel De Witte Os te blijven werken. Koffie werd in die tijd in Nederland vooral ongebrand verhandeld. Mensen brandden de bonen zelf in een pan of in speciale bollen boven het vuur. Maar dat was gedoe natuurlijk; je moest ze niet te hard branden want verbrande koffie is bitter en niet lekker. Maar als je de koffie te kort brandt dan heeft hij weer veel minder smaak. Na het branden moest je de bonen zelf ook nog malen of vijzelen. De meeste mensen kennen het nog wel van hun ouders of grootouders. Dat was nog best zwaar werk hè, dat malen.’

‘Innovatie, dat is het sleutelwoord in onze koffiewereld. De eerste innovaties waren het in de winkel branden en malen. Door de uitvinding van het vacuüm verpakken, rond 1900, kon de kwaliteit van gemalen koffie langer behouden blijven. Het zetten van Nederlandse koffie werd makkelijker door de ontwikkeling van de eerste koffiezetapparaten. De laatste decennia zijn de innovaties wat individualistischer; we zetten vaker een kopje koffie voor één persoon, op het moment dat we het zelf willen. ‘Coffee for one’ was daartoe de eerste stap. Met Senseo hebben we echt een groot verschil gemaakt. De laatste jaren zijn daar de cups bijgekomen.’

‘Iedereen drinkt koffie op zijn eigen manier. Dat is ook één van de dingen die ik zo leuk vind. We zeggen in Nederland dat je koffie niet mag zetten met kokend water. Dat gaat ten koste van de aroma’s. Maar in het Midden-Oosten koken ze koffie juist wel. Meerdere malen zelfs, om de koffie daarna te laten bezinken. Ongeveer zoals mijn vader het ook deed. Andere landen voegen specerijen toe. Of ze geven de voorkeur aan oploskoffie. We zijn met het oploskoffiemerk Moccona bijvoorbeeld heel groot in Australië.’

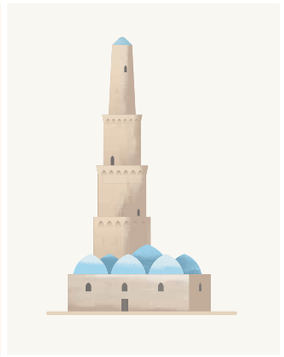
‘In het begin was koffie vooral een drankje van de elite. Koffie was letterlijk peperduur. Toen er meer geproduceerd werd, daalde de prijs en werd koffie een volksdrank. Warm, sterk en in grote hoeveelheden. De laatste jaren is de keuze enorm gegroeid. Je kunt kiezen voor een ristretto of espresso, alle koffievarianten met melk, traditionele koffie, ijskoffie. Verzin het maar. Fantastisch toch?’

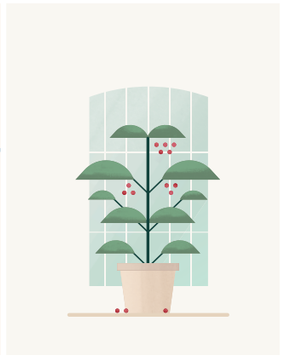
Koffie door de jaren heen: hoe en wat?

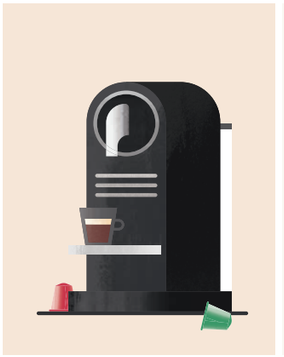
#10

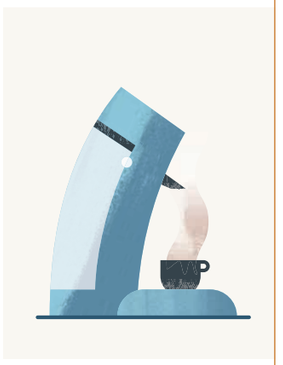
Koffiegeschiedenis in vogelvlucht

‘De Hortus Botanicus in Amsterdam en Leiden waren vanuit wetenschappelijk oogpunt natuurlijk heel belangrijk, maar uiteindelijk ook vanuit commerciéél perspectief. Ik vind het een mooi idee dat de koffiestruiken in de tuin van mijn vader vrijwel zeker rechtstreeks afstammen van de planten uit de Hortus in Amsterdam.’ ROY NANHEKHAN









13e – 16e eeuw

Het lijkt erop dat men de pitten van de bessen, de koffiebonen, gaat roosteren. In Jemen noemen ze het drankje dat ermee gemaakt wordt ***qahwah***. Een naam die eerder bestemd was voor een soort wijn, maar nu verschuift naar het alcoholvrije drankje van de koffieplant. Andere onderzoekers stellen dat het branden van koffie pas begint aan het begin van de 16e eeuw.

16e EEUW
Damascus, de hoofdstad van Syrië, staat bekend om het hoge niveau van ijzer smeden. Het op grote schaal branden van koffiebonen vraagt om goed materiaal dus het ligt voor de hand dat in Damascus voor de eerste keer veel koffie op hoge temperatuur werd gebrand. Het staat vast dat de koffie die in **1554** in Istanbul werd gedronken, gebrand was.

± 1570
Europa leert de koffieplant kennen, maar dan vooral in wetenschappelijke kringen als exotische plant. In de Arabische wereld is koffie dan al een populaire drank. In 1582 beschrijft het reisverslag van de Duitser Leonart Rauwulf hoe de Arabieren koffie dronken; zwart als inkt.

17e eeuw

1616
Koopman Pieter van den Broecke komt als eerste Nederlander aan in de aan de Rode Zee gelegen havenstad **Mocha, Jemen.** Hier maakt hij kennis met koffie en koffiehuizen.

1620
Hollandse handelaren ontdekken in China thee. De komende decennia is de theehandel veel belangrijker dan de handel in koffie.

1645
In Venetië opent een eerste koffiehuis. Venetiaanse handelaren varen immers regelmatig naar Noord-Afrika en het Midden-Oosten.

1652
In Londen wordt het eerste koffiehuis geopend.

1660
De Hollandse VOC-handel ziet stijgende koffieconsumptie. De koffie wordt bijvoorbeeld aan de Engelsen verkocht.

1672
Ook Parijs heeft haar eerste koffiehuis.

1679
Net als thee werd koffie in Nederland in de 17e eeuw gezien als exotisch medicijn. In 1679 schrijft geneesheer en essayist Cornelis Bontekoe: ‘Koffie werkt de appetiet op en bevordert de spijsvertering.’ Hij zag koffie ook als hartversterker, goed voor het bloed, als middel tegen hoofdpijn en keelpijn, waterzucht en oorpijn.

1683
In Wenen wordt de eerste cafetaria geopend, waar overigens al langer koffie wordt gedronken. Naar verluidt werd koffie in Wenen geserveerd met suiker en geklopte melk of slagroom. Zo’n mix die lijkt op een cappuccino noemen we nu nog **Wiener melange**.

EINDE 17e EEUW
Hollanders bemachtigen wat stekjes van de koffieplant. De stekjes worden naar Batavia gestuurd om daar in een siertuin te belanden. Van koffieplantages was nog geen sprake.

18e eeuw

1704
De koffieplanten doen het zo goed in Batavia dat de eigenaar van de tuin de zaden cadeau doet aan diverse stamhoofden in het binnenland.

1706
Koffieplantstekjes arriveren in Amsterdam. In de **Hortus Botanicus** groeien ze uit tot forse struiken. Stekjes daarvan duiken op in verschillende botanische tuinen in Europa.

1712
Hollanders experimenteren in Suriname met het aanplanten van koffie, afkomstig van de planten in de Hortus in Amsterdam. Waarschijnlijk belandt zaaigoed van deze koffieplanten ook in andere landen in het Caribisch gebied.

1714
Lodewijk de 14e krijgt van het stadsbestuur van Amsterdam een koffieboompje cadeau, die hij laat overbrengen naar de Jardin des Plantes in Parijs.

TUSSEN 1711 EN 1721
De export van ‘Javaansche Coffy’ groeit van 894 naar 116.783 pond.

1720
De eerste koffieplanten, afstammelingen van het Amsterdamse struikje, wordt door de Fransen aangeplant op Martinique. Vandaar verspreidt koffie zich over het Caribisch gebied en Midden-Amerika, Frans-Guyana en Brazilië.

1750
Surinaamse koffie heeft een marktaandeel van 50 procent. De koffieprijzen zijn flink gedaald waardoor koffie niet meer alleen een product is voor de elite.

1753
Egbert Douwes en zijn vrouw Akke Thijsses openen hun kruidenierswinkel. **Koffie, thee en tabak zijn de belangrijkste producten.** Dit is het begin van het bedrijf Douwe Egberts.’

19e eeuw

TUSSEN 1810 EN 1814
De **percolator** wordt uitgevonden.

1824
De Nederlandse Handelsmaatschappij wordt opgericht als opvolger van de VOC. De NHM moet de koffiehandel nieuw leven inblazen. Brazilië is inmiddels een grote leverancier van koffie. In een Nederlands koffiehuis kun je kiezen tussen een bakkie uit Mocha, Java, Suriname of Brazilië.

1855
Wereldtentoonstelling Parijs; de eerste espressomachine wordt geshowd, maar anders dan de moderne espresso heeft de koffie door een gebrekkige druk nog niet een crèmelaagje.

1860
De roman *Max Havelaar* verschijnt. ‘Ik ben makelaar in koffi (zo werd het geschreven, red.) en woon op de Lauriergracht no 37’, is de eerste zin.

1895
Albert Heijn start in het washok achter de eerste winkel in Oostzaan met het branden van koffie.

20e eeuw

±1900
De techniek van het vacumeren wordt uitgevonden. Hierdoor kan gemalen koffie veel langer vers blijven.

1908
Melitta Bentz krijgt een patent op haar papieren koffiefilters.

1911
Albert Heijn opent aan de Oostzijde in Zaandam de eerste koffiefabriek.

1924
Douwe Egberts start met het eerste spaarsysteem van Nederland. Jaarlijks gaan ruim 2,5 miljoen geschenken over de toonbank.

1947
De moderne espressomachine van uitvinder Gaggia wordt geïntroduceerd. Nu wordt de koffie onder hoge druk gezet en ontstaat het kenmerkende laagje *crema*.

1954
De eerste elektrische koffiezetautomaat Wigomat is een feit.

1986
Nestlé begint met vier soorten cupjes en vijf werknemers aan de verkoop van het koffiesysteem **Nespresso**.

21e eeuw

2001
Douwe Egberts introduceert in samenwerking met Philips het **Senseo** koffiezetapparaat met koffiepads.

2006
Douwe Egberts start de burendag. In **2008** sluit het Oranjefonds zich aan bij dit initiatief waarmee mensen dichter bij elkaar gebracht worden en buurten socialer en leuker worden. In 2017 deden bijna 6000 buurten mee met de burendag.

2012
Douwe Egberts neemt de CoffeeCompany, opgericht door Dick de Kock en Rick Bekkema in de Leidsestraat in Amsterdam, over. De gespecialiseerde koffieketen is een goede aanvulling op de Douwe Egberts Cafés. Nu is Douwe Egberts ook voor de consument buitenshuis een vertrouwd merk.

® Registered trademark of a company of the Melitta Group 5958

DE MELITTA® GOURMET KOFFIEFILTER
MET AROMAPOR®PLUS-GAATJES,
MAAKT JOUW KOFFIE
OVERHEERLIJK!

Melitta® het geheim van goede koffie

Duurzaam & betrokken

Van kiem tot kopje › PAGINA 42
Gebrand op het beste › PAGINA 54
Future Coffee Project › PAGINA 60

Koffie met een groen hart

Van de koffiebonen die het Zwitserse Café Royal per jaar nodig heeft, is ongeveer 20 procent afkomstig uit Honduras, 5 procent daarvan specifiek uit La Laguna. Het project La Laguna helpt om de kwaliteit van de bonen te verbeteren, maar bovenal om boeren een beter leven te bieden.

TEKST SANDER VAN WERKHOVEN FOTO'S CAFÉ ROYAL ILLUSTRATIES KLAARTJE PANDER

Na aardolie is koffie het meest verhandelde product op deze aardbol. Aan de basis van ieder kopje zwart goud dat 's ochtends de wereld helpt om wakker te worden, staan veelal kleine koffieboertjes. Miljoenen zijn het er. Met vaak een zwaar leven. Op hun kleine lapjes grond moet hard worden gewerkt om één keer per jaar koffiebonen te kunnen oogsten. En valt dit een keer tegen dan ligt bittere armoede al snel op de loer. 'Dat moet anders', dachten ze twee jaar geleden bij het Zwitserse koffiebedrijf Café Royal. In de straal van een paar kilometer rondom het dorpje La Laguna, gelegen in het noordwesten van Honduras, werden met een aantal lokale partijen afspraken gemaakt om zowel de kwaliteit van de koffie te verbeteren, als het leven van de boeren.

SNEL VERWERKT

Zo'n driehonderd koffieboeren zijn actief in dit gebied. Om genoeg geld te verdienen, was het aantal kilo's vaak belangrijker dan de kwaliteit. 'Voor de beste kwaliteit is het juist

belangrijk om de koffie zo snel mogelijk na de oogst te verwerken', zegt Philip Schallberger namens Café Royal. De voormalige Zwitserse baristakampioen is zelf parttime-koffieboer. 'Een koffieboon is een bes waarvan je de pit nodig hebt. Na het plukken moet dit vruchtvlees snel worden verwijderd om rotting tegen te gaan. Hierna moeten de dan nog groene bonen op een goede manier gedroogd worden.' Een belangrijke eerste stap om dit rondom La Laguna te verbeteren was de installatie van een 'eigen' ecologische ontpulper en een drooginstallatie. Oftewel, de 'beneficio'. De nieuwe machine verbruikt bovendien 80 procent minder water dan voorheen voor het wassen en ontpulpen nodig was.

KOFFIEKOORTS

Sinds La Laguna beschikt over de nieuwe machines, hoeven de boeren niet meer urenlang te rijden naar de grote stad om daar hun bonen te verkopen aan de tussenhandel. De verwerking vindt nu in de eigen regio plaats en wordt zo volledig in eigen hand gehouden. 'De kwaliteit van de bonen die we inkopen is al beter en stabieler', zegt Schallberger. 'Toen ik er voor het eerst was, was het oogsttijd. Er was sprake van een soort koffiekoorts; iedereen was tegelijk aan het oogsten en wilde zoveel mogelijk bonen naar de stad brengen. De infrastructuur voor de verwerking van de bonen is sterk verbeterd. De boeren selecteren hierdoor veel meer op kwaliteit.' Het verschil proefde hij al tijdens zijn laatste bezoek aan La Laguna. Hij zette er een cupping-sessie op poten, wat betekent dat een kleine hoeveelheid van de net geoogste koffiebonen ter plekke wordt verwerkt, gebrand en gemalen. De resultaten? 'Drastische verbetering in kwaliteit.'

UTZ-CERTIFICAAT

Nu de tussenhandel voor een belangrijk deel is verdwenen en Café Royal de boeren de afname van alle geoogste bonen garandeert, zijn de volgende stappen van de samenwerking in voorbereiding. 'Van de driehonderd samenwerkende boeren zijn er inmiddels zo'n honderd UTZ-gecertificeerd. We verplichten de boeren hier niet toe, maar zij die er wel op over willen gaan worden begeleid.' En dat is belangrijk, benadrukt Schallberger. 'We willen de kwaliteit van de koffie nog verder verbeteren, en uiteindelijk de boeren een hogere opbrengst bezorgen, zonder de grond uit te putten. Want dat is waar het UTZ-certificaat voor staat.'

> **'We willen de koffieboeren een hogere opbrengst bezorgen, zonder de grond uit te putten'**
>
> Philip Schallberger

Wat is het uiteindelijke doel van jullie samenwerking met La Laguna?

'We hebben meerdere doelen. Allereerst om het aantal UTZ-gecertificeerde boeren te vergroten, net als het volume van het aantal koffiebonen. Nu al garanderen we de boeren van La Laguna dat we al hun koffiebonen kopen en dus is het in ons gezamenlijke belang dat de opbrengst ieder jaar meer wordt. Uiteindelijk willen we met Café Royal

een voorbeeldfunctie vervullen en het meest inspirerende koffiemerk in de wereld worden. Over vijf jaar moet iedereen La Laguna koffie drinken.'

Is er een contract afgesloten voor een bepaalde tijd?

'Nee hoor. In principe zijn we de samenwerking aangegaan voor onbepaalde tijd.'

Waar ben je tot nu toe het meest trots op?

'Dat we als bedrijf lokaal, in Laguna, steun kunnen bieden, het verschil kunnen maken. We leren er alle mensen kennen, we delen onze ervaringen, we leren van elkáár. Uiteindelijk levert dat niet alleen een mooi product op, maar ook een echt en eerlijk verhaal.'

Smaakt de koffie van La Laguna ook anders? Zoals bij wijn de herkomst bepalend is voor de smaak?

'Het is grappig dat je de vergelijking met wijn maakt, want wij doen dat zelf ook wel eens. Net zoals je wijn hebt voor verschillende momenten, zo is dat ook bij koffie het geval. Omdat er in Europa geen koffie wordt verbouwd, nou ja, een kleine beetje op Gran Canaria dan, weet de gemiddelde Europeaan er veel minder vanaf dan van wijn. Anders dan bij druiven is niet zozeer de grond van invloed op de uiteindelijke smaak, maar wel het type boon én de manier van verwerken. Bij koffie oogst je niet het fruit, maar het zaad van het fruit. Een heel verschil. Daarom ligt bij La Laguna de nadruk juist op de verwerking. Doordat we daarin geïnvesteerd hebben, is de kwaliteit van de koffie al sterk verbeterd.'

Wijnbouw is door de opwarming van de aarde ook in Nederland prima mogelijk. Geldt dat op termijn ook voor koffie?

'De toekomst van koffie is best onzeker. Koffie wordt nu voornamelijk verbouwd in landen rond de evenaar. Er zijn prognoses dat in 2050 nog maar de helft van de hoeveelheid koffie geoogst kan worden. Dat heeft ook te maken met uitputting van de aarde. Daarom moet je koffieboeren meer toegang tot kennis geven waardoor ze hun productiemethoden kunnen verbeteren zonder de grond verder te belasten. Duurzamer werken dus. Een koffieboer kan maar één keer per jaar oogsten, dus krijgt ook maar één keer per jaar betaald. Dan is het niet altijd makkelijk om op de langere termijn te denken, maar uiteindelijk zal dat wel moeten gebeuren. Wij zijn met La Laguna in ieder geval bezig om de kennis te verbeteren.'

CAFÉ ROYAL BIJ ALBERT HEIJN

'We hebben een La Laguna lijn van koffiecapsules. Op termijn willen we ieder jaar een limited edition aanbieden die we steeds net wat anders roosteren en die dus ook telkens anders smaakt', licht Phillip Schallberger van Café Royal toe.

Milde, evenwichtige UTZ-gecertificeerde koffie met subtiele karamel- en amandelaroma's en een citrusfrisse zuurgraad. Geschikt voor Nespresso® systeem. UTZ-gecertificeerde koffie.

Milde, uitgebalanceerde, UTZ-gecertifieerde single origin koffie met een delicate zuurgraad en een verfijnd aroma. 100% Arabica bonen, vol van smaak.

Nespresso® is merkeigendom van derden, die geen relatie hebben met Delica AG.

'Koffie houdt Honduras bezig, zowel de mensen als de economie'

Koffieboer Miguel

Van kiem tot kop

Zo gewoon, zo alledaags, zo'n kopje koffie. Maar niet heus. Heb je je weleens afgevraagd welke fases koffie van bes tot bakkie doorloopt? Kijk en lees.

TEKST **KARINA HOF, SOPHIE FLEUR JONGEBLOED**
ILLUSTRATIES **INGRID BOCKTING**

1 Teelt

Uit de koffieboon groeit een koffiestruik. Deze struik groeit het best in het (sub)tropische klimaat rondom de evenaar, de zogenaamde koffiebelt of koffiegordel, tussen de Steenboks- en Kreeftskeerkring. Koffie groeit in drie fases van kiem tot bes. Als eerste ontkiemt de koffieboon tot jonge plant, met frisse groene bladeren. Drie tot vier jaar na het planten komt de plant in bloei. De plantage wordt bedekt met witte bloesem. De geur van de bloemen doet denken aan jasmijn. De bloeiperiode is van korte duur. Al na een paar dagen verliest de plant zijn bloemblaadjes. Dan duurt het nog acht maanden tot de besjes tevoorschijn komen. Daar draait het om: de bessen zijn gevuld met twee koffieboontjes per vrucht. In het begin zijn ze nog groen, maar de bessen kleuren langzaam steeds roder. De struiken blozen.

2 Oogst

De dieprode bessen zijn klaar voor de pluk. Over het algemeen wordt koffie één keer per jaar geoogst - hoewel er ook landen zijn die het hele jaar door plukken. Omdat de bessen van dezelfde koffieplant niet altijd gelijkmatig rijpen, is het beter voor de kwaliteit om met de hand te plukken. Koffie oogsten is bewerkelijk en zwaar.

Ontpulpen van de koffiebes kan op drie manieren

3 Ontpulpen en verwerken

Na de oogst start de verwerking van de koffiebessen. Het vruchtvlees rondom de koffieboontjes moet verwijderd worden: ontpulpen. Dat gebeurt vaak op de koffieplantages met behulp van een machine. Er zijn verschillende methodes voor het ontpulpen: een droge, vochtige en 'honing'-methode.

De **droge methode** is de oudste methode, aan zon immers geen gebrek in koffielanden. De bessen worden gesorteerd op kwaliteit en vochtgehalte, zodat ze straks gelijkmatig drogen. Dan mogen de bonen een aantal weken zonnebaden op terrassen of bedden. Het droogproces zorgt ervoor dat de buitenschil, de pulp en de slijmlaag om de boontjes loskomen. De **'honing'-methode** volgt hetzelfde principe, alleen wordt hier het slijmlaagje, 'de honing', niet verwijderd, maar samen met de boon gedroogd.

De **vochtige methode** is bewerkelijker maar komt de smaak van de koffie ten goede. De bessen krijgen een bad in een groot waterbassin. Na het weken worden ze overgebracht naar een systeem met stromend water. Hierdoor komt de buitenschil los en scheidt de pulp zich van de boon. Daarna ondergaat de boon nog verschillende fermentatieprocessen om de rest van het kleverige vruchtvlees te verwijderen.

In deze fase wordt ook wel gesproken van 'perkamentkoffie'. Om het 'perkament', de dunne achtergebleven hoornlaag om de koffieboon, te verwijderen, gaan de bonen door een machine en worden gepeld, soms gepolijst, en vervolgens gesorteerd en geclassificeerd op basis van hun kwaliteit. De glanzende groene boon die overblijft, is klaar voor de export.

4 Transport

Verpakt in jutezak of sisal balen en big bags komen de groene bonen in containerschepen terecht: klaar om naar hun bestemming te reizen. Koffie is een delicaat product en gevoelig voor geuren, vocht en temperatuurschommelingen. Daarom wordt elke stap in het transport met zorg en precisie uitgevoerd. De partijen rauwe koffie worden gekocht door zogeheten 'groene-bonenkopers'. De kopers zijn verantwoordelijk voor de inkoop voor giganten zoals Starbucks, Nestlé en Jacobs Douwe Egberts. Er zijn ook kleine onafhankelijke handelaren en importeurs actief op de koffiemarkt. Zij bevoorraden de kleinschalige ambachtelijke branderijen.

Transport gebeurt met grote zorg, want koffie is een delicaat product dat gevoelig is voor geur, vocht en temperatuurschommelingen

De koffiebrander brandt zijn bonen zoals een poëet zijn woorden voelt

5 Branden

Het brandproces opent de aroma's in de rauwe koffiebonen. Iedere boon heeft een eigen brandprofiel. Dat is het recept voor de koffie; het vertelt hoe lang en op welke temperatuur er gebrand moet worden en welke kleur de koffieboon moet krijgen. Wie dat brandprofiel bepaalt? De getrainde neus van de koffiebrander. De koffiebrander brandt zijn bonen zoals een poëet zijn woorden 'voelt', en de parfumeur de noten van een parfum opbouwt. Er zijn dan ook veel stijlen en filosofieën over de juiste manier van koffiebranden. Soms worden computerprogramma's gebruikt ter ondersteuning: grafieken brengen de temperatuur en het kleurverloop in beeld. Veel branders zijn puristen en vertrouwen enkel op hun zintuigen. Branden is een ambacht van proeven, ruiken en kijken.

LEES MEER OVER KOFFIEBRANDEN
VANAF PAGINA 54

De donker geroosterde bonen worden gemalen en verpakt om er verse koffie van te kunnen zetten bij je thuis

6 Malen en zetten

Na het branden worden de donker geroosterde bonen gemalen en verpakt om er vervolgens verse koffie van te zetten bij je thuis of in welke openbare gelegenheid ook. Het malen van de koffiebonen gebeurt tegenwoordig meestal met elektrische koffiemolens, hoewel er ook nog handkoffiemolens zijn. Grof of juist fijn gemalen? Dat hangt af van de koffiezetmethode en van de koffiemachine. In de regel geldt: grofgemalen koffie voor filter en fijngemalen koffie voor espresso.

I have a coffee dream

Emilie Duijvestijn, product manager Nescafé, wilde met eigen ogen zien hoe hun duurzaamheidsprogramma Grown Respectfully nu écht ter plekke werkt. Dus: rugzak om en met twee collega's naar West-Lampung in Indonesië.

TEKST **ICO VAN RHEENEN** BEELD **EMILIE DUIJVESTIJN** PORTRETFOTO **JITSKE SCHOLS**

In één minuut: wat houdt Grown Respectfully in?

'Het Nescafé Plan, het fundament van Grown Respectfully, heeft zich in 2010 gemanifesteerd; daarvóór was er al intensief contact met onze koffieboeren en deed Nestlé al veel om de boeren te helpen, het had echter nooit een naam gekregen. In Indonesië bijvoorbeeld, is er al in 1994 een begin gemaakt met het project. We richten ons binnen het Nescafé Plan op drie hoofdonderwerpen. Allereerst de koffieboeren. Die krijgen trainingen in beter bodemgebruik, watermanagement, verhoging van productiviteit en het reduceren van kosten. Ook leren we boeren beter omgaan met hun financiën (een bankrekening openen, inzicht krijgen in marktprijzen). Daarnaast leveren we ziekteresistente koffieplanten (intussen 160 miljoen stuks, met als ambitie 220 miljoen in 2020, red.) aan koffieboeren met wie we samenwerken. Ook richten we ons op de lokale gemeenschappen. Met initiatieven zoals schoonwatervoorzieningen, sanitaire projecten en educatie over gezonde voeding voor kinderen en vrouwen. Pijler drie van het plan is voetprintverkleining om zodoende een bijdrage te leveren aan een betere planeet. Specifiek: watergebruik bij koffieteelt terugdringen, broeikasgassen reduceren en een zero-wastebeleid in alle Nestlé oploskoffiefabrieken in 2020.'

Of nog concreter?

'De harde doelen zijn: in 2030 50 miljoen mensen een gezonder leven te laten

‘Harde doelen voor 2030: 50 miljoen mensen gezonder laten leven, 30 miljoen broodwinningen verbeteren, volledig milieuneutraal werken’

leiden, 30 miljoen broodwinningen te hebben verbeterd en om volledig milieuneutraal te werken. Dat alles conform de doelstellingen van de Verenigde Naties.’

Wat zijn de grootste obstakels?

‘Omdat we de grootste koffieproducent ter wereld zijn (ongeveer 10 procent van de totale wereldproductie) is het enorme aantal boeren en het laten documenteren en verifiëren van onze inkoop een uitdaging. Er zijn wereldwijd 25 miljoen koffieboeren. Het is nu nog niet mogelijk om 100 procent inzichtelijk te krijgen of de allerkleinste koffieboeren zich aan de richtlijnen houden die wij en de keurmerken onderschrijven als verantwoord ondernemen. Wij kunnen onze koffie traceren tot op plantageniveau, maar nog niet het handelen van elke boer controleren.’

Huh?

‘Wat ik in Indonesië heb gezien is: er zijn grote en kleine koffieboeren. Die kleine boeren zijn ook écht kleine boeren, met zeer kleine koffieplantages, die vaak ook andere producten verbouwen en verkopen. Zij leveren maar weinig koffie aan handelaren, aan traders. Met traders gaan we langetermijnafspraken aan. Zij en wij werken volgens Nestlés strikte en ambitieuze gedragsregels.’

Staat koffiekwaliteit altijd op één of weegt duurzaamheid soms zwaarder?

‘Het verzekeren van de toekomst van koffie is onze missie. We geloven dat we door hulp boeren betere kwaliteit koffie kunnen laten verbouwen. Daarmee creëren zij een betere toekomst voor zichzelf, maar wij profiteren er indirect ook van. We noemen dit “creating shared value”. Dit is ingebed in alles wat we doen.’

Terug naar Indonesië. Ben je bij trainingen geweest?

‘Die vinden elke maand plaats op de koffieplantage waar ik was. Ik was onderdeel van een groep van dertig boeren. De trainingen worden gegeven door Nescafé-landbouwdeskundigen, in samenwerking met Rainforest Alliance, die onderzoek doen op demo-farms en de daar opgedane kennis verspreiden. Na een theoretisch deel gingen we de plantage op om samen te bepalen hoe koffieplanten gesnoeid moeten worden, om ze gezond te houden en productiever te maken. Ook kregen we les hoe verdelgingsmiddelen gebruikt moeten worden om oprukkende koffieschimmels het hoofd te bieden. Een derde deel van de training was leren een tweede gewas te planten. Intussen gaat het om zo’n honderdduizend trainingen per jaar, wereldwijd. Een vrouw vertelde me dat haar productiviteit door de trainingen én betere gewassen is verdubbeld.’

Waarom een tweede gewas?

‘Enerzijds om voor de boeren meerdere inkomensstromen te creëren, anderzijds om hun koffieproductiviteit te verbeteren. Op de plantage waar ik was, werden bananenbomen geplant omdat deze schaduw bieden aan de koffieplanten, waardoor er minder water nodig is om ze in goede conditie te houden. Ook peper gaat goed samen met koffie. Door peperaanplant vindt er minder ziekteoverdracht plaats. Bovendien is peper een relatief duur product, waarmee de boeren extra kunnen verdienen en meerdere inkomstenmomenten hebben.’

Werkt het plan in alle landen hetzelfde?

‘Per regio wordt gekeken welke hulpbehoefte er is aan de hand van de drie pijlers van Grown Respectfully. In de ene regio is er behoefte aan moestuin-initiatieven voor vrouwen en kinderen, omdat ze te weinig voedingsstoffen binnenkrijgen, zoals in Indonesië het geval bleek. In Kenia heeft Nestlé geholpen om microgemeenschapsbanken te creëren, een soort dorpsgeldkistjes. Voor de maanden waarin er niet wordt geoogst is op deze manier geld opzij gezet. In Indonesië worden vrouwen gestimuleerd om aan het werk te gaan en zelfstandiger te worden.’

Wat raakte jou in Indonesië het meest?

‘Zóveel raakte me. Wat voor ons super basaal is, bijvoorbeeld sanitaire voorzieningen, is daar vaak nog afwezig en daarmee is de levenssituatie gezondheidsbedreigend. Zo is een klein Nestlé-initiatief om zestig wc’s te bouwen opgepikt door de lokale overheid en zijn er intussen een heleboel wc’s aangeboden aan de allerarmsten. Maar ook zag ik jonge landbouwdeskundigen, van mijn leeftijd, uit koffiefamilies. Die, in tegenstelling tot veel van hun leeftijdgenoten, niet naar de stad trokken, maar landbouwkunde hadden gestudeerd om in hun eigen regio de toekomst van koffie veilig te stellen en hun ouders te adviseren in het beter verbouwen van koffie. Mooi om te zien. Daar schuilt zoveel eer in.’

Mijn ervaringen in West-Lampung

1. De Nescafé-landbouwdeskundige legt uit welke takken je weg moet knippen om de productiviteit van de plant te verhogen.
2. Vrouwen gooien koffiebonen op, waardoor het vliesje om de boon wordt verwijderd.
3. Bezoek aan een basisschool waar het Nestlé Healthy Kids programma actief is, met aandacht voor goede voeding, hygiëne en genoeg bewegen.
4. De boer plukt de rijpe koffiebessen.
5. Een moestuin gecreëerd speciaal voor vrouwen uit Lampung. Ze leren in de moestuin groenten verbouwen en krijgen educatie over betere voeding. De planten en groenten die ze verbouwen, nemen ze mee naar huis om er een inkomen mee te generen voor de toekomst.
6. Tijdens de Farmer Field School training kom ik in gesprek met koffieboer Ibulensa. Ze vertelt dat haar productie is toegenomen door de trainingen en laat vol trots haar vers geplukte koffiebessen zien.
7. Een gloednieuwe waterpomp die de mensen voorziet van schoon water.
8. De koffieboer toont zijn bankrekening, die hij via zijn mobiele telefoon kan inzien en gebruiken. Dit nieuwe systeem, ontwikkeld in samenwerking met Rabobank, leert 16.000 koffieboeren beter om te gaan met hun inkomen en zij sparen nu zelfs geld.

Zuivere koffie

Wie een lekker bakkie wil drinken, doet dat liever met een goed gemoed. Daarom koop je koffie met een duurzaam keurmerk. Topidee. Keurmerken te over. Maar zien we door de bonen het regenwoud nog wel?

TEKST **NICOLE WILLEMSE** ILLUSTRATIE **INGRID BOCKTING**

UTZ CERTIFIED

STRATEGIE
Verhoging van de productiviteit en kwaliteit door duurzame landbouw. Doel: hogere marktprijzen (dus hogere beloning), waarmee koffietelers kunnen investeren.

WAT KRIJG JE ERVOOR?
- Kwaliteitsgaranties tegen een 'normale' prijs.
- Je doet een bijdrage aan het verbeteren van de toekomst van koffieboeren, arbeiders en hun families.

WAT KRIJGEN ZIJ ERVOOR?
- Landbouwopleidingen die een hogere bonenkwaliteit en meer opbrengsten geven en daarmee hogere inkomens.
- Betere arbeidsomstandigheden, zorg voor toekomstige generaties.

WAT JE MOET WETEN
- UTZ is het grootste certificeringsprogramma ter wereld en heeft meer dan 480.000 koffieboeren onder zijn hoede.
- UTZ Kapeh, vanaf 2007 UTZ Certified, werd in 1999 opgericht door een Guatemalteekse boer en de Ahold Coffee Company om de stagnerende koffieproductie vlot te trekken. Begin 2018 is UTZ gefuseerd met de Rainforest Alliance. Tot 2022 kom je UTZ nog tegen in de winkel.

DE BESTE KEUZE VOOR…
Wanneer je op zoek bent naar kwaliteitskoffie die je met een gerust hart kunt drinken.

AANGESLOTEN KOFFIEMERKEN:
Perla, Café Royal, Segafredo en L'Or.

Gedragscodes

Gedragscodes zijn geen keurmerken. Een voorbeeld is de 4C Association: Common Code for the Coffee Community. Die eist respect voor maar liefst 28 principes en wil zo onaanvaardbare praktijken bij het produceren van koffie uitroeien. Denk aan kinderarbeid en milieuschade. Nestlé bijvoorbeeld is er lid van.

UTZ en AH

Albert Heijn heeft 239 koffie-artikelen, waarvan 59 procent gecertificeerd is; 49 procent UTZ, 1 procent Rainforest Alliance, 3 procent Fairtrade en 6 procent biologisch.

Merk of keurmerk?

Check logo's en keurmerken op keurmerken.net en labelinfo.be.

RAINFOREST ALLIANCE

STRATEGIE
Promoot sinds 1986 het behoud van regenwouden. Richt zich op middelgrote tot grote plantages en let op de arbeidsomstandigheden. Rainforest Alliance werkt met de standaarden van het Sustainable Agriculture Network (SAN): een onafhankelijk wereldwijd netwerk van organisaties in duurzame landbouw.

WAT KRIJG JE ERVOOR?
- Je draagt bij aan verbeterd welzijn voor de arbeiders.
- Behoud van de biodiversiteit en natuurlijke hulpbronnen.

WAT KRIJGEN ZIJ ERVOOR?
- Trainingen voor koffieboeren om arbeidsomstandigheden, arbeidsvoorwaarden, vakbondsvrijheid en bijdragen aan de lokale gemeenschap te borgen.
- Hulp om de kwaliteit van het land voor de toekomst te behouden.

WAT JE MOET WETEN
- Rainforest Alliance heeft bijna 4,4 miljoen hectare ontbossing weten tegen te gaan in risicovolle gebieden.

DE BESTE KEUZE VOOR…
Natuurminnende koffiedrinkers.

AANGESLOTEN KOFFIEMERKEN:
Perla, Café Royal, L'Or, Segafredo en een gedeelte van het assortiment van Lavazza.

FAIRTRADE

STRATEGIE
Democratie en eerlijke handel. Fairtrade (Max Havelaar) richt zich vooral op coöperaties van kleine koffieboeren en eerlijke inkomens, en laten aangesloten boeren beloven de nationale en internationale milieuregelgeving na te leven.

WAT KRIJG JE ERVOOR?
Je biedt verbeterde sociale en werkomstandigheden op de plantages en helpt armoede oplossen.

WAT KRIJGEN ZIJ ERVOOR?
- Vaste minimumprijzen voor de oogst plus extra premies voor investeringen.
- Democratische besluitvoering met respect voor arbeidsrecht.
- Een betere onderhandelingspositie en toegang tot de wereldmarkt.

WAT JE MOET WETEN
- Fairtrade stimuleert langdurige handelsrelaties (minimaal twee jaar).
- Wereldwijd zijn 1210 boerencoöperaties aangesloten.
- Max Havelaar werd in 1988 opgericht door Nederlandse ontwikkelingswerkers.

DE BESTE KEUZE VOOR…
Sociaal-maatschappelijke koffiedrinkers.

AANGESLOTEN KOFFIEMERKEN:
Fairtrade Original, Café Oké, Café Intención.

EKO

STRATEGIE
Koffie produceren die voldoet aan de eisen die de Europese wet- en regelgeving aan biologische landbouw en voedselproductie stelt. De nadruk ligt op milieuvriendelijk werken en dierenwelzijn.

WAT KRIJG JE ERVOOR?
De garantie dat je koffie biologisch is geteeld, dus zonder kunstmatige bestrijdingsmiddelen, genetische modificatie en kunstmest.

WAT KRIJGEN ZIJ ERVOOR?
Hogere prijzen voor koffiebonen.

WAT JE MOET WETEN
- Bij koffie gaat biologisch regelmatig samen met fairtrade.
- EKO is een van de grondleggers van het Europese keurmerk voor de biologische landbouw (het groene blaadje) en hanteert dezelfde eisen, behalve dat EKO-gecertificeerden daarbovenop elke drie jaar minstens twee concrete duurzame verbeterdoelen formuleren. EKO volgt de IFOAM-principes, o.a. waar het gaat om energiegebruik, verpakkingen, sociale aspecten en eerlijk zakendoen.

DE BESTE KEUZE VOOR…
Milieu- en diervriendelijke koffiedrinkers.

AANGESLOTEN KOFFIEMERKEN:
Perla Biologisch, Australian en verschillende biologische varianten van Fairtrade Original, Café Oké, Café Intención en Segafredo.

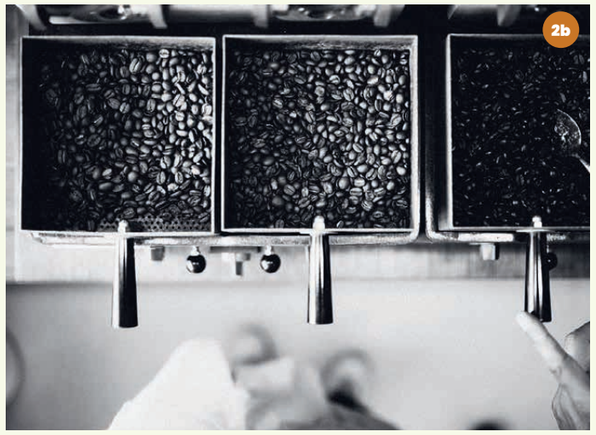
Gebrand op het beste

Bij het branden van koffie veranderen de kleur, structuur, grootte en vooral de smaak en het aroma van de groene boon. We gingen op een korte stage bij koffie-expert en melangeur André Hoinkis om te zien, ruiken en proeven hoe Perla in Zaandam al 120 jaar koffie maakt voor iedere smaak.

TEKST SOPHIE FLEUR JONGEBLOED BEELD PIETER BAS BOUWMAN

1

2a



2b

3

4

KOFFIEBRANDEN DOE JE ZO

Perla heeft een team van drie koffie-experts die de hele dag niets anders doen dan het waarborgen en waar mogelijk verbeteren van de kwaliteit van de koffie van Perla.

1. CUPPING
Een team van topproevers slurpt luid een mengsel van gemalen koffiebonen en water uit diepe lepels. Het slurpen zorgt voor extra zuurstof waardoor de koffiearoma's vrijkomen. Tijdens zo'n cupping-sessie wordt ten behoeve van de smaak geen filter gebruikt. Cupping-sessies vinden bij Perla wel drie keer per dag plaats. Vooral om de constante kwaliteit van de koffie te waarborgen. Omdat fitheid directe invloed heeft op smaakervaring, proeven André en zijn collega's bijvoorbeeld niet als zij verkouden zijn of niet lekker in hun vel zitten. Na een cupping-sessie wordt vastgesteld of de kwaliteit overeenkomt met de kwaliteitscode van het betreffende land van oorsprong.

2. BRANDPROFIEL
Na het selecteren van de beste bonen stelt de koffiebrander een recept op: een brandprofiel. Het brandprofiel is het verloop van temperatuur, tijd en de gewenste kleurwaarde. Koffiebonen uit Zuid-Amerika worden in de regel langer gebrand dan bonen uit Afrika. Zo komen de fruitige aroma's beter tot hun recht (*2a*). Het brandprofiel hangt af van de eigenschappen van de boon, de samenstelling van een melange en de zetmethode van de koffie (*2b*). Voor filterkoffie worden de bonen licht tot medium geroosterd, voor *French press* medium en voor espresso donker. Ook de smaak van de koffiedrinker telt. Doordat Perla alleen voor de Nederlandse markt beschikbaar is kan de koffie perfect worden afgestemd op de Nederlandse klant. De smaakvoorkeur van Nederland is vaak wat pittiger dan bijvoorbeeld van Duitsland of België.

Van origine

123 jaar geleden begon Albert Heijn achter in zijn eerste winkeltje in Oostzaan met het branden en melangeren van koffie. Dat was het begin van Perla koffie. Perla is een A-merk dat alleen verkocht wordt bij Albert Heijn.

Sinds het einde van de 19e eeuw reizen Perla's koffiebranders de hele wereld over op zoek naar de beste koffiebonen. Want elk gebied, elke grondsoort, heeft zijn eigen unieke invloed op de koffieboon. Wie op zoek is naar rijke en exotische smaken, probeert eens de Origins lijn, met kenmerken van specifieke regio's van de landen van herkomst: Ethiopië, Colombia, Guatemala, Brazilië, Java, Sumatra en Tanzania.

3. CONTAINER
De groene bonen hebben hun bestemming bereikt. Vroeger in jutezakken, nu worden de koffiebonen in bulk aangeleverd. Het oogt minder authentiek, maar volgens André is deze transportmethode beter voor de smaak. 'We willen natuurlijk niet dat koffie naar jute smaakt.'
Wanneer de container begint met lossen wordt iedere dertig seconden een sample afgenomen, tot de container leeg is; een belangrijke kwaliteitsgarantie. Deze samples worden geproefd en beoordeeld. Goedgekeurd en consistent? Dan mag de groene koffie naar de silo's voor opslag. André heeft een bijzonder reukvermogen en kan op basis van de geur en vorm vertellen waar de koffiebonen vandaan komen.

4. ZEEFMACHINE EN SILO
Voordat de rauwe koffiebonen in silo's in opslag gaan, worden ze gezeefd. Koffiebonen komen rechtstreeks van het land, dus willen er nog wel eens souvenirs meereizen: takjes, touwtje, kiezels en andere voorwerpen van de plantage. Deze worden er uiteraard zorgvuldig uit gefilterd.

5

5. MELANGEREN
De branderij telt tientallen silo's waar de bonen naar herkomst en profiel worden gesorteerd. Iedere silo biedt huisvesting aan één soort koffieboon. Alleen al voor de Braziliaanse bonen zijn meerdere silo's gereserveerd. De kenmerken van Braziliaanse koffiebonen zijn perfect voor een Hollands bakkie: tonen van noot, melk en chocolade passen uitstekend bij de Nederlandse smaakvoorkeur. Om melanges te maken rekent het computersysteem op basis van het brandprofiel precies uit hoeveel groene bonen uit iedere silo naar de brander getransporteerd moeten worden. Het melangeren gebeurt bij Perla voor het brandproces: Blend Before Roasting (BBR). Daar heeft Perla bewust voor gekozen. Sommige koffiebranders melangeren de koffiebonen pas na het branden. Maar volgens Perla experts is dit de beste methode om een consistente smaak te creëren die goed past bij de Nederlandse smaak.

6. BRANDERS
André laat trots de allereerste koffiebrander zien, die hij speciaal uit Colombia heeft meegenomen (*6a*). Het is een 'tiësto': een gloeiend hete steen. Tegenwoordig bestaan er in de koffiewereld twee typen branders: een trommel-, vroeger op gas of hout en nu elektrisch, en een airflow-brander. In de onderzoeks- en experimenteerruimte van Perla staat nog zo'n traditionele trommelbrander (*6b*). De trommel draait rond als een wasmachine en wordt vanaf de onderkant verwarmd. Als het vocht uit de koffieboon is opgegaan in rook begint het brandproces. De koffie 'crackt' open en maakt een geluid dat vergelijkbaar is met het poppen van popcorn. 'Je ruikt het land, het werk van de boer', zegt André. Op grote schaal werkt Perla met airflow-branders (*6c*). De koffiebonen worden gebrand met hete lucht. Dit geeft Perla meer controle over de snelheid van het branden waardoor de smaak verfijnder is. Een langere brandtijd zorgt voor warme noot- en chocolade-aroma's, terwijl een kortere brandtijd voor mooie zuren zorgt die de koffie fruitiger maakt. De drie variabelen tijdens het branden zijn temperatuur, tijd en kleur. Afhankelijk van het brandprofiel ligt de luchttemperatuur tussen de 300-400 graden Celsius. In de boon zelf ligt deze tussen de 190-230 graden Celsius. Om het karamellisatieproces, de Maillardreactie, te stoppen, heeft een brander naast een hete kamer een koelkamer waar de temperatuur nog maar 30 graden Celsius is. Na het branden wordt de koffie nog een keer schoongemaakt. Eerst worden de vliesjes weggeblazen. Daarna zorgt de 'ontstener' dat er niets achterblijft wat niet in koffie thuishoort.

7. SILO VAN DE GEBRANDE BONEN
Tijd om de gebrande koffie te laten rusten in silo's. Een paar uur is genoeg. Groene bonen worden binnen zes maanden gebruikt. Dan zijn ze vers en leveren ze de beste smaak en aroma's. Gebrande bonen worden niet langer dan vijf uur blootgesteld aan zuurstof.

8. EINDPRODUCT
Nadat de eindkwaliteit van de bonen is gecupt, is de koffie klaar om gemalen en verpakt te worden.

Perla bij Albert Heijn

PERLA LUNGO ORIGINALE KOFFIEBONEN

PERLA ESPRESSO ORIGINALE KOFFIEBONEN

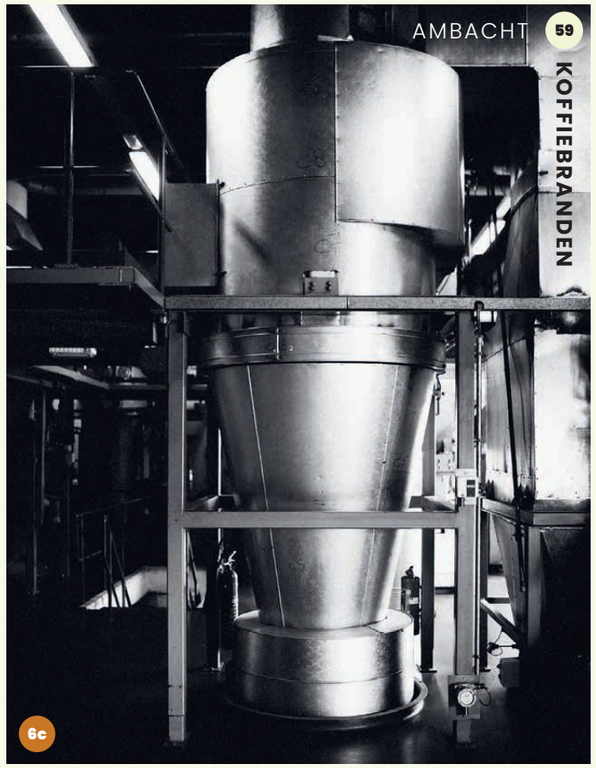
PERLA ESPRESSO SCURO CAPSULES

PERLA ESPRESSO FORTE CAPSULES

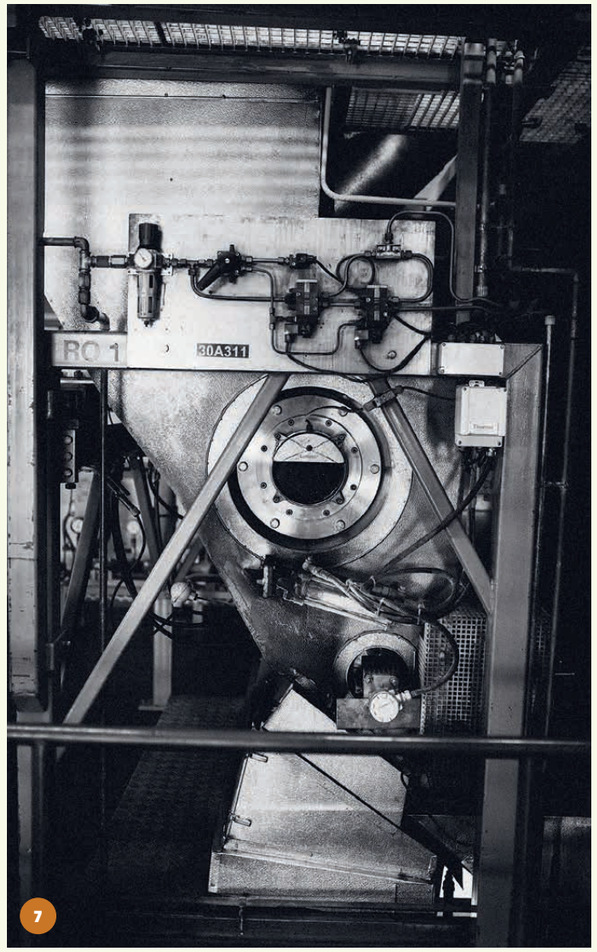
'Perla heeft een speciaal brandprofiel ontwikkeld voor deze topkoffielijn Superiore. Je kunt de kunst van het branden in deze koffies proeven, denken wij. Deze koffies getuigen van respect voor de koffieboer én voor de koffieliefhebber.'

6a

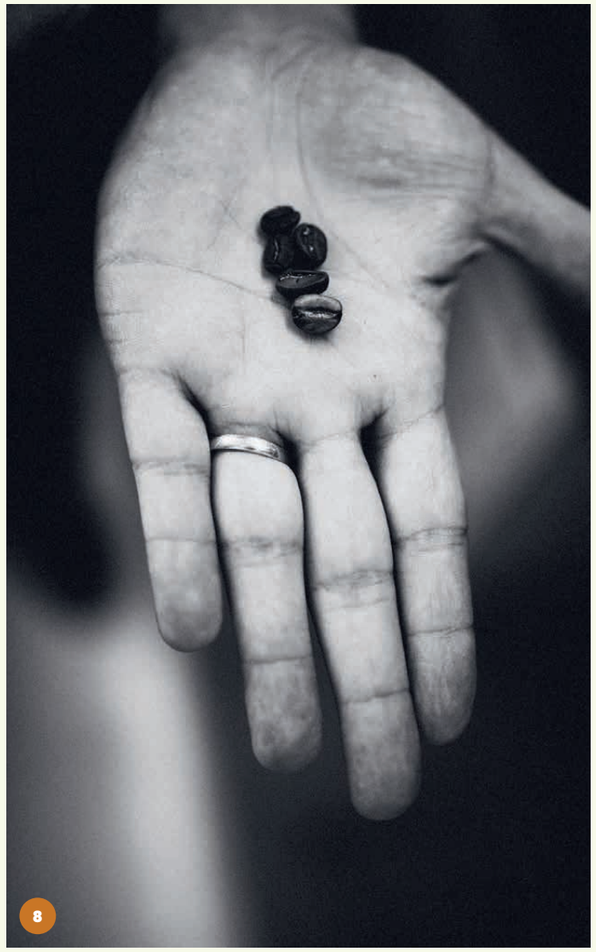
6b



6c



7



8

Future Coffee

Wie zich bekommert om de toekomst van koffie, steekt zijn handen uit de mouwen. Zo geschiedt bij Perla. Met het Future Coffee Project gaat de Zaanse koffiebrander bij de bron aan de bak om teruglopende koffieproductie het hoofd te bieden. Hoe? Zo!

FOTO JELLE RIETVELD

Next level duurzaam

Voor Albert Heijn en Perla is het Future Coffee Project een vólgende stap in duurzaamheid naast klimaatneutraal produceren. Perla is sinds de start van dit millennium voorloper op dit gebied. Zo zijn alle ruim 100 artikelen van Perla UTZ-gecertificeerd. UTZ is het grootste keurmerk voor duurzame koffie ter wereld. UTZ is ooit opgericht op initiatief van Ahold samen met een koffieboer uit Guatemala.

LEES MEER OVER UTZ OP PAGINA 52

Wat is Perla Future Coffee Project?

Met steun van Perla worden nieuwe koffieplanten gekweekt in een gerenoveerde kwekerij bij de Kilimanjaro in Tanzania. Door Bourbon en Kent koffieplantvarianten te kruisen ontstaat een koffieplant die beter bestand is tegen droogte door klimaatwijzigingen. Deze sterkere koffieplant wordt in grote hoeveelheden ter beschikking gesteld aan lokale koffieboeren. Ook worden de boeren getraind om de planten zo goed mogelijk te beschermen. Betere koffieoogsten en hogere koffiekwaliteit zijn daar het resultaat van.

Project

Richard Benedict Woiso
Tanzania

‘Het maakt me blij dat de koffieboeren die lang moesten reizen voor koffieplanten nu hier vlakbij planten kunnen krijgen, die - met de goede begeleiding die ze krijgen - meer opbrengen. Met de inkomsten van de kwekerij kan ikzelf nu geld steken in mijn varkens- en pluimveebedrijfje en bouwen aan een nieuwe toekomst.’

1

André Hoinkis
Manager Coffee Blends Ahold Delhaize Coffee Company

‘Koffie is zeer gevoelig voor schommelingen in temperatuur en regenval. Door klimaatverandering komt koffieproductie onder druk te staan van oprukkende andere gewassen. Wij van Perla hebben besloten om niet af te wachten en maar te zien of het wel of niet meevalt met het schaarser worden van koffie. Daarom investeren we in Tanzania in koffieplanten die de droogte beter kunnen trotseren. We breiden dit succesvolle project uit naar andere gebieden waar de koffieplant het moeilijk heeft. Betere koffie, betere teelt en blijere mensen, dat zijn de doelen.’

‘Toen we met dit project begonnen, wisten we nog niet precies hóe, maar wel dát we iets moesten doen met klimaatverandering. En dit begint allemaal op het niveau van de boer. We kwamen uit in Tanzania, omdat juist daar veelal kleine boeren te maken hebben met steeds langere periodes van droogte. De gevolgen hiervan zijn groot: lagere productie, lager inkomen en lagere kwaliteit van koffie. Dat willen wij niet en daarom willen wij hen helpen door te investeren in kwekerijen en in kennis van landbouwpraktijken.’

2

Martijn Duin
Sourcing Ahold Delhaize Coffee Company

PERLA ORIGINS TANZANIA
Licht gebrande 100% aromatische arabicabonen met frisse fruittonen van citrusfruit, blauwe bes en jasmijn.

‘Perla is een samenwerking gestart met de Ushiri kwekerij in het Rombo district, het gebied aan de voet van de Kilimanjaro in Tanzania. Deze coöperatie hebben we uitgekozen omdat wij wilden samenwerken met boeren die UTZ-gecertificeerd zijn. De duizend boeren die onderdeel zijn van dit project hebben dus toegang tot betere koffieplanten, die zullen resulteren in betere oogsten. En ook worden de boeren geschoold in zogenaamde Good Agricultural Practices, zodat zij een grotere en kwalitatief hoogwaardigere koffieoogst zullen hebben. En dus meer inkomen.’

3

Charlotte de Smeth
Manager Product Ahold Delhaize Coffee Company

‘Het project draagt bij aan het verbeteren van de leefomstandigheden in Tanzania, maar heeft ook een positieve invloed op onze klanten hier. Deze single origin blend brengt namelijk de smaak van Kilimanjaro koffie naar Nederland. Een intens fruitige koffie met een zoete en verfijnde smaak. Heerlijke en eerlijke koffie. Om met een gerust hart van te genieten.’

4

Diederik Kok
Category Manager Koffie & Thee Albert Heijn

Ann Christopher Anthony
Tanzania

‘Zes van mijn tien kinderen zijn nog afhankelijk van me. Door dit project en het geven van een tweede jeugd aan mijn coffee farm kan ik hen scholing garanderen. Ik ben enthousiast over m’n huidige inkomen. Ik heb nu een bankrekening, draag bij aan een social zekerheidsfonds en spaar intussen voor mijn pensioen.’

‘De bijzondere omstandigheden rondom de Kilimanjaro zorgen voor de karakteristieke smaak van de handgeplukte arabicabonen. Vervolgens doen de branders van Perla er alles aan om dit smaakprofiel te behouden, door de bonen licht en langzaam te roosteren. Dat levert een intens fruitige koffie op, met een wat zoete, vooral subtiele smaak.’

5

Stephanie Tan-Hamilton
Trade Marketeer Ahold Delhaize Coffee Company

Perla

nieuw

ONTDEK DE RIJKE SMAKEN VAN ONZE **GOLD COLLECTION**

100% ARABICA BONEN

EXCLUSIEF · VERKRIJGBAAR · EXCLUSIEF · VERKRIJGBAAR · BIJ ALBERT HEIJN

Ontdek de nieuwe L'OR Gold Collection, geïnspireerd op de meest kostbare soorten goud. Met deze drie unieke blends van pure Arabica bonen geniet je van hoge kwaliteit espresso's met een complex en rijk aroma. Alle L'OR aluminium espresso capsules zijn speciaal ontwikkeld voor jouw Nespresso®* koffiemachine. Bekijk ons uitgebreide assortiment op www.lorespresso.com.

L'OR GA VOOR NIETS MINDER DAN GOUD

*Merk van een derde partij die niet verbonden is met JACOBS DOUWE EGBERTS. Zie lijst van geschikte koffiemachines op www.lorespresso.com.

Mens & moment

Koekje bij de koffie? › PAGINA 74

Wat zijn de melkkoffietrends? › PAGINA 80

Hoe drinkt Art Rooijakkers zijn bakkie? › PAGINA 90

Op punten

Als ‘extreem sparen’ een sport was, zouden deze drie mensen een podiumplek pakken. Punten knippen en spullen van Douwe Egberts en Perla sparen: het hoort bij koffie als koek.

TEKST **ICO VAN RHEENEN** BEELD **CLEMENS RIKKEN**

Milou Stoffels

– MEERSSEN –

‘Ik ben in de Douwe Egberts winkel in Maastricht verliefd geworden op het Oilily servies. Verkocht was ik. Meteen daarna ben ik ervoor gaan sparen. Ik heb heel veel punten van mijn oma gekregen. Niet alleen van oma trouwens, maar van alle familieleden, inclusief mijn ouders. En ook van buren, kennissen, zelfs kennissen van mijn opa en oma’s. Daardoor had ik het servies in vier jaar bij elkaar gespaard – met extra dank aan mijn vader, die een grote koffieleut is. Omdat we sámen voor het servies hebben gespaard, is het éxtra feest als het op verjaardagen op tafel komt. Het is toch al zo vrolijk, met z’n kleuren, stippen en gouden randje. Ik heb nog 21.000 punten liggen. Ik woon nog bij mijn ouders, maar zodra ik een eigen plek heb, ga ik ook andere spullen uitzoeken. Theeglazen bijvoorbeeld. En verder sparen.’

Mark Bakker

– NIJMEGEN –

‘Weggooien is zonde’, antwoordt Mark Bakker op de vraag waarom hij met DE-punten sparen begon. ‘En zonder gekheid: het aanbod in de catalogus en in de geschenkenwinkel vind ik mooi.’ De bewaarblikken met name. Daarvan heeft hij er intussen ruim veertig in zijn verzameling. Ook zeldzame, zoals een Frans-Nederlandstalige, uit België. En een prachtig kerstblik. ‘Die wat bleke, rechts boven op de kast.’

Op die verzamelkast zijn Mark en zijn vrouw hartstikke trots. ‘Het is een gezamenlijke hobby, waar onze dochter wat minder voor warm loopt’, lacht Mark, die ‘vrij toevallig eigenlijk’ al 24 jaar bij Jacobs Douwe Egberts werkt. Nog iets op de wensenlijst? ‘Een heleboel, maar de antieke blikken zijn duur. Vooral een dubbeldeurs winkelblik met DE-logo’s, die als reclameobject en als koffiedrager werd gebruikt, zou een gouden aanvulling zijn.’

Martin Gerssen

– AMSTERDAM –

‘Wat ik mooi vind,’ zegt Martin Gerssen, ‘is dat je aan de ronde blikken ziet dat er ook al in de jaren zeventig een retrotrend heerste. Want het zijn replica’s van bewaarblikken uit de jaren twintig of dertig.’ Hier is een deskundige aan het woord. Dat ís Gerssen, die in het voormalige huis van Piet Hein woont, waarvan de bovenste twee etages als pakhuis werden gebruikt door scheepsman Frans Gerrits. Waarschijnlijk ook voor koffie. Gerssen, beheerder van Stichting Albert Heijn Cultureel Erfgoed, verzamelt zowel blikken van Perla als andere historische merken, zoals Delicata en Droste. ‘Ik heb er maar een paar die niets anders doen dan pronken op de schouw, want ik vind het belangrijk dat de blikken functioneel zijn. Ik gebruik ze. Voor suiker, thee en koffie natuurlijk.’

Doen: werp een blik op albertheijnerfgoed.nl

ROSE VAN ASTEN
deed nationaal en internationaal mee aan vele koffiecompetities en mag zich daarom Dutch Barista Champion, Latte Art Champion en Cupping Champion noemen. Tegenwoordig jureert ze. Rose is gecertifieerd baristatrainer en geeft onafhankelijk advies aan merken en bedrijven. Haar koffieatelier bevindt zich in Andelst, vlak bij Nijmegen waar ze jarenlang werkte en het koffievak leerde bij café De Blonde Pater.
www.rosevanasten.com

Barista A CASA

Wat doet een barista eigenlijk? We togen naar Andelst om basiskennis te lenen van barista Rose van Asten. Om thuis ‘ietsje meer barista te kunnen zijn’: in 7 slokken.

TEKST ICO VAN RHEENEN BEELD JELLE RIETVELD

BARISTA BASICS

1 Dit doet een barista

‘Een barista maalt koffie op zó’n manier dat-ie er de juiste smaken uit kan halen. Hij of zij gebruikt vervolgens een machine om die smaken uit de koffie te persen. Een barista heeft kennis van bonen, van machines, van smaak, van techniek, en maakt daarmee voor iemand een fantastische koffie, in welke variant hij of zij deze ook bestelt.
Ik kan ruiken en zien waar de koffie vandaan komt. De kleur van de gebrande bonen biedt me al voorinformatie; de bonen vertellen me wat ik er aan smaak uit kan halen. Zoals een aardbei die wit, groen of knalrood is ook voorinformatie geeft.
Koffieoogsten, die het hele jaar plaatsvinden, verschillen van elkaar. Koffiebranders maken voorselecties uit die oogsten. En samen met de brander bepaal ik m’n favorieten waarmee ik wil werken.’

2 Ken je boon, maal zelf

‘Robustabonen zijn niet per definitie inferieure bonen, maar wel kun je zeggen dat ze minder smaakcomplex zijn. Een hele hoge kwaliteit robusta heeft niet de smaaknuances die arabica heeft. Ook leuk om te weten: cafeïne maakt koffie bitter. Als je cafeïne laat verdampen, verdwijnen er ook aroma’s. Doe je dat bijvoorbeeld met super goede arabicabonen, dan verliezen die ook die smaak. Bonenkeuze is belangrijk, maar niet alles. Het product koffie is nog niet klaar! Bonen zijn het beginpunt. Mensen die zich beginnen te verdiepen in koffie zijn vaak bereid best wel wat uit te geven aan een koffiemachine, is mijn ervaring. Maar ze zouden een goed deel van hun budget beter kunnen besteden aan een goede koffiemaler. Een handmolen koop je trouwens al voor een paar tientjes. Vers malen maakt veel verschil.’

3 Proef goed, durf te benoemen

‘Omschrijvingen op verpakkingen zeggen niet altijd alles, vind ik. Proef zelf, adviseer ik altijd. En proef eens drie verschillende koffies naast elkaar. Dan leer je verschillen herkennen en benoemen en ervaar je eerder zuur,- bitter- en zoetverschillen in koffie.
Je leert er koffie door te erváren in plaats van alleen als “gewoon koffie” te benoemen. Dúrf te benoemen! Verlies je angst om te associëren en om eigen termen te gebruiken. Omschrijf met woorden die je misschien normaal niet bij koffie zou bedenken. Bij het omschrijven van wijn zijn we dat wat meer gewend, maar in het geval van koffie lopen we vaak bij een handjevol termen vast. Dat omschrijven is een kwestie van doén. Van trainen. Wat jij proeft, dát klopt.’

4 Wees avontuurlijk

‘Ik merk dat het aantal avontuurlijke koffiedrinkers groeit. Kocht je vroeger een bankstel voor dertig jaar, tegenwoordig wil je toch vaker van interieur veranderen, niet? Waarom zou je ook niet eens een andere koffie drinken dan je vertrouwde keuze? Ik denk ook dat leergierigheid ermee begint om het simpel te houden. Als ik wedstrijden jureer, benoem ik soms wel dertig tonen in een koffie. Dat hoeft thuis niet. Houd het beperkt tot drie of vier aroma’s die je het sterkst proeft, ook écht herkent, dan gaat er al een wereld open. Ook smaakavonturen beginnen met kleine stappen. Proef je “tonen of noten” van fruit? Welk fruit dan? Aardbei, banaan, mango of citrus? Citrus? Mandarijn, grapefruit of citroen? Rijp of jong? Elke keer een stap verder.’

Een barista heeft kennis van bonen, van machines, van smaak, van techniek, en maakt daarmee – en dat kan thuis ook iedereen – een fantastische koffie

5 Herken een goede kop koffie

'Laten we eerst onderscheid maken tussen espresso en filterkoffie. Een espresso heeft een gesloten crema. En je moet op het eerste oog geen belletjes kunnen zien. Goed gezette filterkoffie is wat moeilijker direct te herkennen. De koffie heeft een mooie roodbruine gloed, dat zegt al wel veel.
Als koffie sterk of slap is, zegt dat trouwens niet iets over de smaak. Je kunt een heel aromatische koffie slap of sterk maken. Koffie met fruittonen, die meestal als mild wordt ervaren, kun je ook sterk zetten. Slap of sterk heeft alleen te maken met de hoeveelheid koffie die je gebruikt. Een koffie met zware chocoladetonen, die misschien sterk smaakt, kan ook slap gezet zijn.'

BITTER BEST?

'De espressocultuur is overgewaaid uit Italië. Medio 20e eeuw bepaalde de Italiaanse overheid dat iedereen recht had op koffie voor een redelijke prijs. Daarom is de koffie-barprijs er nog steeds zo laag. Omdat hierdoor destijds te weinig winst op koffie gemaakt kon worden, werd er druk gezet op koffiebranders om bonen donkerder te branden. Bij donkerdere branding wordt koffie bitterder. Dus je hebt minder bonen nodig voor een stevige smaak. Wij zijn, genietend van goed gezette espresso op vakantie in Italië, de bittere smaak - onterecht - gaan associëren met kwaliteit.'

6 Bewaar je koffie beter

'Op versheid van de koffie gaat het het vaakst mis. Mensen kopen een kilo koffie, omdat dat goedkoper is, terwijl ze beter 250 gram kunnen kopen. Licht, lucht en vocht beïnvloeden de kwaliteit van koffie negatief. Dat is niet anders dan bij wijn. Koffie is een natuurproduct net als bijvoorbeeld wijn of brood. Je kunt stellen dat bonen hun smaak beter behouden dan gemalen koffie. Door koffie te malen vergroot je de oppervlakte waar licht en lucht bij kan. Bewaar koffie hoe dan ook zo donker en koel mogelijk. In de diepvries? Daar bestaat discussie over. Koffie die te lang in de vriezer ligt, droogt uit en veroudert dus ook. Vergelijk het met brood dat lang in de vriezer heeft gelegen. Of cups een oplossing zijn? Als je weinig koffie drinkt wellicht wel.'

7 Kijk nog eens in het schap

'Zoek eens naar wat lichtere brandingen. Mensen veronderstellen dat espressobranding altijd van hogere kwaliteit is. Branding zegt weinig over de kwaliteit. Espressobrandingen zijn in mijn optiek vaak iets té donker. In eerste instantie maak je door branden aroma's vrij, maar op een gegeven punt brand je aroma's weer weg. In lichtere branding ervaar je meer subtiliteit en proef je bijvoorbeeld fruittonen. En niet alleen maar mokka. Smaak is persoonlijk. Belangrijkst is misschien nog wel dat mensen openstaan voor andere smaken en bijvoorbeeld donker gebrand niet per definitie zien als kwaliteit. Ga op avontuur en proef verschillen.'

MEER WETEN OVER KOFFIEBRANDEN?
GA NAAR PAGINA 54

MELANGEREN
SINDS 1895
SMAAK INTENSITEIT
KOFFIE IS ALTIJD EEN GOED IDEE
Perla
— KOFFIEBRANDERS —
NAPOLI ESPRESSOBONEN
ORIGINS SUMATRA
HUISBLEND AROMA SNELFILTERMALING
ONTDEK EEN WERELD AAN SMAAK
PITTIG, FRUITIG, SOEPEL OF INTENS. MET EEN FILTER, PAD, BONEN OF CAPSULE. WAT JE SMAAK OOK IS, BIJ ONS VIND JE ALTIJD EEN KOFFIE DIE BIJ JE PAST. PROEF, ONTDEK EN GENIET NOG MEER VAN KOFFIE.
Alleen verkrijgbaar bij Albert Heijn
UTZ Certified

TEKST **KARINA HOF** RECEPTUUR **LARS HAMER** BEELD **JELLE RIETVELD**

KOEKJE erbij?

Yin en yang. Donder en bliksem. Viktor en Rolf. Sommige verbintenissen zijn onverbreekbaar. Ook die tussen koffie en koek. Hoe komt dat zo?

‘*Koekje bij de koffie heilig voor Nederlanders*’, kopte nieuwswebsite nu.nl in 2013. In het artikel werden resultaten uit onderzoek aangehaald. Onder meer dit indrukwekkende cijfer: 90 procent van de Nederlanders vindt dat er bij koffie en thee een koekje geserveerd moet worden. Natuurlijk, het onderzoek werd uitgevoerd om de lancering van een kant-en-klaar koekjesdeeg op te luisteren. Maar toch. Ik las vooral bevestiging van wat ik zag en proefde.

ONGEVRAAGD

Als Amerikaanse die in Amsterdam woont, beleef ik het ritueel al meer dan tien jaar in de horeca. Als je een warme drank bestelt, lift er een koekje op het schoteltje van je kop of op de deksel van je meeneembeker mee. Van charmant asymmetrische kruidnoten in de aanloop naar de feestmaand tot speculaas in glimmende papiertjes jaarrond. Een koekje zal er zijn, ongevraagd meestal ook. Zonder twijfel kennen andere landen vergelijkbare combinaties. De Italianen verstaan de kunst van het staand consumeren van cornetti (al dan niet gevulde broodjes lijkend op brioche en croissants, red.) bij hun cappuccini. Spanjaarden dunken hun koffie begeleidende churro’s in een kommetje warme chocoladesaus. Maar nergens is koffie en koek zo’n gewoonte als in Nederland. Dus vraag ik me af: waar komt deze gewoonte vandaan?

SERVICE

Het Nederlands Bakkerijmuseum heeft geen pasklaar antwoord. ‘Dit soort dagelijkse uitingen zijn vaak niet vastgelegd in documenten. Ze ontstaan vaak gewoon door de algehele cultuur in een maatschappij’, volgens een vertegenwoordiger. Cees Holtkamp van Patisserie Holtkamp in Amsterdam schat dat de gewoonte pas twintig jaar oud is. ‘Als je nu in een restaurant één koekje krijgt, dan is dat eigenlijk een service. Maar als je vroeger een kop koffie bestelde, dan kreeg je er niets bij’, zegt hij.

COOKIES

Feit is dat het begrip koffie met koek ‘als een soort vaste verbinding’ zo ver terug gaat als 1798, ontdekte Nicoline van der Sijs, hoogleraar historische taalkunde van het Nederlands aan de Radboud Universiteit en auteur van *Cookies, Coleslaw, and Stoops. The Influence of Dutch on the North American Languages*’. Van der Suis wijst erop dat de Nederlanders toen al koek naar New York brachten, de stad waarin koekjes uiteindelijk *cookies* werden (en waar ik eeuwen later werd geboren). Dus zou het niet een idee zijn voor de VS om de Hollandse gewoonte om een koekje bij de koffie te serveren eens te adopteren? Nou ja. Om Louis van Gaal in zijn beste Engels te quoten: ‘That is another koek.’

Specu-noir

> RECEPT OP PAGINA 78

10x koffie & koek

1 **Hollandse filterkoffie** (bijvoorbeeld Perla Origins Java) vraagt natuurlijk om een Hollands koekje. Ontdek een nieuwe stroopwafelsmaak zoals BANAAN-KARAMEL.

2 **L'Or Espresso Ristretto** drink je het liefst puur. Een mooie combinatie kan een stukje PURE CHOCOLADE VAN DELICATA zijn, bijvoorbeeld uit Costa Rica. Die smaakt zelfs al een beetje naar koffie.

3 **Café Royal Espresso forte** drink je ook het liefst zonder fratsen. Nou vooruit, wat mooie Italiaanse bitterkoekjes erbij? In goed Italiaans AMARETTI MORBIDI ALLA MANDORLA. Dat laatste betekent amandel; altijd goed bij koffie.

4 **Cappuccino** is een allemansvriend, ook als het gaat om 'wat erbij'. Hoe ver durf je te gaan? KOKOSKOEKEN MET DUBBELE CHOCOLADE? Of toch een KOEK MET ROGGE, SPELT EN BLAUWE BES?

5 **Nescafé Dolce Gusto Vanilla macchiato**, een mond vol maar dan heb je ook wat. Een BOTERWAFELTJE van Jules Destrooper gaat prima samen met de vanillesmaak.

6 **Senseo caramel**, nu we toch in de koffie met smaak zitten. Een STROOPKOEK HAVER-ZEEZOUT-CARAMEL? Waarom niet.

7 **Americano**, dat is een sterke koffie aangelengd met heet water. Dus doe als een echte 'Americano' en eet er RED VELVET CHOCOLATE CHIP COOKIES bij.

8 **Perla Latte Macchiato** is een milde koffie dus ontspan, ga rustig zitten, en neem er een WITTE CHOCOLADEREEP BIJ MET RIJST-CRISPIES. Of die met PISTACHE, HAZELNOOT EN CRANBERRY.

9 **Flat white**. Doe als de Spanjaarden en maak de CHURRO'S die hiernaast staan. Makkelijker dan je denkt.

10 Combineer **Nescafé Azera Espresso intenso** met een funky, STROOPWAFEL MANGO EN CHILI.

Alle producten zijn ook te koop via **ah.nl**

Amandel-koffiekoekjes

Omdat we niet genoeg krijgen van koffie bevatten deze koekrecepten óók koffie

Churro's

> RECEPTEN OP PAGINA 78

– MAAK DEZE HIPPE KLASSIEKERS ZELF! –

Specu-noir

110 g roomboter, op kamertemperatuur
100 g lichte basterdsuiker
50 g donkere basterdsuiker
snuf zout
250 g bloem, gezeefd
10 g bakpoeder
2 el koekkruiden
2 el espressokoffie (kan ook van een zakje en wat eetlepels water)
150 g poedersuiker

1 Meng de boter met de lichte en donkere basterdsuiker in een kom. Je kunt een pollepel gebruiken, een mixer met deeghaken of gewoon je handen. Voeg het zout, de bloem, het bakpoeder en de koekkruiden toe en kneed tot een deeg. Je hoeft niet lang door te kneden; als het allemaal aan elkaar blijft plakken is het goed. Wikkel het deeg in plasticfolie en leg het een uurtje in de koelkast. Langer mag ook; de smaak wordt alleen maar beter.

2 Verwarm de oven voor op 150 °C. Haal het deeg uit de koelkast, laat even iets zachter worden en kneed het kort door. Rol het op een met bloem bestoven werkblad uit tot een plak van 3 mm (of dikker als je van flinke koeken houdt). Je kunt het deeg ook verdelen en het in porties uitrollen als je dat prettiger vindt. Snijd of steek koekjes uit het deeg en leg het op een met bakpapier beklede bakplaat. Van de restjes deeg kun je weer een balletje maken, uitrollen en koekjes maken.

3 Bak de koekjes 30 minuten (of wat langer als je ze dikker hebt gemaakt). Als ze stevig aanvoelen wanneer je erop drukt, zijn ze klaar. Laat de koekjes afkoelen. Meng tussendoor de koffie met de poedersuiker tot een dikke pasta (pindakaasdikte). Als het te dun blijft voeg je wat suiker toe, als het te dik is wat koffie of water. Bestrijk de koekjes met het koffie-glazuur en laat het glazuur hard worden. Bewaar in een koektrommel.

Churro's

375 ml water
250 g bloem, gezeefd
1 zakje vanillesuiker
1 tl bakpoeder
snuf zout
1 zakje espressokoffie (poeder)
1 ei
1 tot 1,5 liter frituurolie (bijvoorbeeld zonnebloemolie)

OOK NODIG:
spuitzak met kartelmondje (ca 1 cm doorsnede)
hapjespan, wok of frituurpan

1 Breng het water aan de kook. Doe bloem, vanillesuiker, bakpoeder, zout en koffiepoeder in een kom en roer er met een pollepel het kokende water door. Het wordt een dik en taai mengsel. Breek het ei erboven en meng door het mengsel. Dat gaat goed met een pollepel maar kan ook met een mixer met deeghaken. Het wordt eerst een glibberig en klonterig mengsel maar als je rustig roert, wordt het weer een deeg. Schep het deeg over in een spuitzak met kartelmondje.

2 Schenk een laag van ca 6 cm olie in een ruime (hapjes)pan of wok. De olie mag niet boven de helft van de pan uitkomen, want het kan wat gaan bruisen en dan kan het over de rand lopen en dat is gevaarlijk. Verhit tot 180 °C.
Draai de spuitzak stevig aan en knijp de churro's boven de hete olie eruit. Knip het deeg af op de gewenste lengte. Spuit zo nog 3 of 4 churro's in de pan en frituur ongeveer 6 minuten. Keer halverwege om. De churro's zijn klaar als ze goudbruin zijn en het geheel niet meer erg bruist. Je kunt even controleren of ze goed zijn door er een stukje af te knippen; in het midden mag de churro nog een beetje zacht zijn maar niet meer rauw.

3 Laat de churro's uitlekken op keukenpapier en bestrooi meteen met fijn kristalsuiker naar smaak. Maak op deze manier nog meer churro's. Hoe eerder je ze opeet, hoe beter het is. Serveer de koffiechurro's met de chocolade-koffiesaus.

Amandel-koffiekoekjes

250 g (gepelde) amandelen
225 g suiker
15 g geroosterde koffiebonen
3 eiwitten
2 el bloem, gezeefd
1 tl bakpoeder

1 Maal de amandelen en de suiker fijn in een keukenmachine. Hoe fijn hangt af van je smaak en de kracht van je keukenmachine. Wat grove stukjes amandel is zeker geen bezwaar. Voeg de koffiebonen toe en maal nog even door. Het is lekker als er nog stukjes koffieboon zichtbaar zijn.

2 Verwarm de oven voor op 170 °C. Roer de eiwitten los en meng het amandelmengsel erdoor tot een plakkerig mengsel. Voeg de bloem en het bakpoeder toe en roer flink door. Als het wat te nat is en je amandelmengsel wat grover is gebleven, voeg je nog wat bloem toe. Het geheel moet iets worden dat ligt tussen een beslag en een deeg. Als het natter is mislukken de koekjes zeker niet, maar dan blijft hij wat platter.

3 Schep theelepels van dit mengsel op een met bakpapier beklede bakplaat. Houd een beetje afstand want ze worden nog wat groter. Je kunt ook een spuitzak gebruiken met een spuitmondje van ca 1 cm. Dan worden de koekjes wat netter. Bak de koekjes in ongeveer 15 minuten gaar en lichtbruin. Als je ziet dat ze nog een beetje zacht zijn laat je ze iets langer in de oven staan. Past het niet allemaal op een bakplaat, dan bak je de koekjes in twee keer.

Stroopwafel of kokoskoek? Of liever een Amerikaans koekje?

Ga voor meer keuze naar **ah.nl**

- **AH STROOPWAFEL MANGO CHILI**
De vertrouwde stroopwafel waar je zo van houdt. Nu fruitig en een beetje pittig.

- **AH STROOPKOEK SPECULOOS KARAMEL**
Brossige koek met de traditionele smaak van speculaas en hemelse karamel.

- **AH KOKOSKOEK PIÑA COLADA**
Nieuwe variant op kokoskransen, -makronen en -rochers. Voor tropisch genot.

- **DELICATA REEP HAZELNOOT-PUUR**
Heerlijke chocolade met stukjes geroosterde hazelnoot. Krachtig van smaak.

- **AH BLUEBERRY MUFFIN**
De zachtheid van een muffin in combinatie met de friszure smaak van blauwe bes.

- **AH SALTED CARAMEL TIFFIN**
Over the top American pastry. Niet voor caloriëntellers, maar wel voor moderne genieters.

- **GRAANKOEK SPELT CRANBERRY APPEL**
Toptraktatie met verschillende noten en vruchten. Combineert zoet met zuur.

- **DELICATA REEP BUTTERSCOTCH**
Heerlijke Delicata chocolade met krokante stukjes butterscotch.

- **DELICATA REEP MELK-STROOPWAFEL**
Melkchocolade met een Hollands tintje. Gevuld met stukjes stroopwafel en toffee.

- **DELICATA REEP WIT FRAMBOOS CHEESECAKE**
Zoete witte chocoladereep met cheesecake-vulling en stukjes framboos.

- **AH CHOC CHIP RED VELVET**
Opvallende rode koek. Verrassend bros en krokant met overheerlijke witte chocolade-chunks.

- **DELICATA PUUR 85%**
Sterke en robuust pure Belgische chocolade. Chocolade die een heerlijk ronde koffiesmaak onthult.

- **DELICATA CHOCOLADE 75%**
Pure chocolade met 75 procent cacao. Fruitig en bitter met een friszuur karakter.

- **DELICATA REEP PUUR AARDBEI-BALSAMICO:**
Pure chocolade met een combinatie van aardbei en balsamico. 'Modern classic'.

Van traditioneel tot experimenteel, shop je choc. Je koffie vraagt erom

Andere varianten? Ga naar **ah.nl**

Dubbel shot MELK graag

Nederland draait op de witte motor. Voeg daar cafeïne aan toe en we zijn niet meer te stoppen. Cappuccino's, latte's, macchiato's. Wat volgt? We vroegen barista Jeroen Veldkamp naar de laatste melkkoffietrends.

TEKST SOPHIE FLEUR JONGEBLOED
BEELD JELLE RIETVELD

Wie is Jeroen Veldkamp?

Jeroen Veldkamp is koffieprofessional en gastheer in zijn eigen 'koffiekroeg'. Hij begint zijn carrière in de horeca, waar hij 'magie vindt in het moment van overdracht': cocktails shaken aan tafel, bieren tappen in het zicht van de liefhebber én de perfecte cappuccino neerzetten. In dienst van Douwe Egberts wordt hij twee keer achter elkaar Nederlands Kampioen Barista om vervolgens te besluiten zijn leven aan de mooie boon te wijden. In 2009 opent hij CoffeeLab in Eindhoven en CoffeeLabUC in Den Bosch.

NEDERLAND EN MELKKOFFIE

Geklopt, gestoomd, vol, mager, of plantaardig? Melkkoffietrends te over. In de 17e eeuw was koffie zwart als de nacht en verre van de kwaliteit die we nu kennen. Koffiedrab werd gekookt; het bittere goedje werd eindeloos warm gehouden. Het resultaat was even vies als – toch – populair. Suiker en melk waren duur, dus bleef het lang aanmodderen, tót de Fransen voor verlossing zorgden met, jawel, melk. Café au lait maskeerde de lage kwaliteit van de koffiebonen uit de Franse koloniën. Nederlanders vernoemden de melkkoffie naar deze 'verkeerde' bonen: koffie verkeerd. Zie hier het begin van onze liefde voor koffie en melk(schuim).

Melkkoffie 2.0

Ga zelf thuis aan de slag met recepten uit het Coffee Lab.

Maak de barista in je los. Gebruik thuis voor de melkkoffies hieronder bijvoorbeeld AH Biologisch Soja ongezoet, biologische AH Boerderijzuivel Volle Melk of Oatly Haver barista edition. Probeer en experimenteer.

BOSSCHE BOLLEN SHAKE
Zet **1 (30 ml) espresso (of sterke koffie)**. Voeg de koffie samen met **50 ml volle melk, 20 ml Bossche bollenlikeur (of een andere koffielikeur zoals Kahlua)** en **1 bol vanille-ijs** toe aan een blender. Blend tot een romig geheel. Serveer met slagroom.

FLAT WHITE
Zet **1 (60 ml) dubbele espresso (of sterke koffie)** in een kopje en klop **30 ml melk** op met een garde of melkschuimer. Giet de warme melk onder het schuim op de koffie. Serveer direct.

CORTADO
Zet **1 (30 ml) espresso (of sterke koffie)** in een espressokopje of -glas en klop **30 ml volle melk** op met een garde of melkschuimer. Schep 2 tl van het melkschuim op de koffie. Serveer direct.

COFFEELAB ICED
Zet **1 (60 ml) dubbele espresso (of sterke koffie)** in een serveerkannetje. Voeg **30 ml Friesche Vlag Volle melk gecondenseerd** toe aan een 300 ml pot met deksel of weckpotje. Vul aan met **ijsblokjes** en schenk er **200 ml volle melk** bij. Serveer het kannetje koffie naast de pot met de deksel. Schenk de espresso over de melk, draai de deksel op de pot en schud tot de koffie goed gemengd is.

VIJF DINGEN DIE WE VOLGENS JEROEN VELDKAMP MOETEN WETEN OVER **MELKKOFFIE** EN **MELKKOFFIETRENDS**

1 Alternatieve melk

Plantaardige melk wordt steeds diverser. Was de keuze lang beperkt tot gezoete soja, nu is er een ontelbare hoeveelheid chique noten-, peulvruchten-, en granenmelk. Voor koffiedrinkers met allergieën en dieetwensen is het een uitkomst én het levert mooie nieuwe smaken op voor de avontuurlijke koffiedrinker. Inmiddels staan bij Veldkamp soja-, kokos-, haver- en amandelmelk vast op de kaart. Havermelk en sojamelk zijn favoriet bij zijn barista's, die schuimen goed. De standaardmelk voor zijn cappuccino is op dit moment nog een romige biologische volle weidemelk. 'Maar de standaard zou zomaar een cappuccino met sojamelk kunnen worden', zegt Jeroen.

2 Persoonlijke koffie

Bestellingen nemen toe in complexiteit, terwijl koffiekaarten juist versimpelen. Gasten weten steeds vaker wat ze lekker vinden en maken hun bestelling persoonlijk. In plaats van een macchiato of cortado bestelt de klant bijvoorbeeld een dubbele espresso met een beetje melk en weinig schuim. Klassieke koffies blijven. Maar creativiteit neemt toe.

3 Transparant en traceerbaar

Een verlangen naar kennis over de kwaliteit, herkomst en duurzaamheid van koffie geldt even goed voor de productie van koffie als voor melk. We willen geen melk van stalkoeien en uitgemolken boeren in onze koffie. We willen juist de grassige aroma's in de melk kunnen proeven, de klaver en de bloemen die de koe gegeten heeft. Vergelijk het met de nuances van Franse kaas. Veldkamp verwacht zelfs dat we straks lokale melk gebruiken van boeren en koeien die we bij naam kennen.

4 Instagram

De gezelligheid van koffie reikt tegenwoordig verder dan de koffietafel: we willen ons koffiemoment delen op social media. Dat maakt koffie steeds visueler. Op instagram komen melkkoffies in alle kleuren van de regenboog voorbij. Deze koffies worden gemaakt met poeders van bijvoorbeeld biet, algen, geactiveerd houtskool en lavendel. Jeroen waagt zich niet aan deze trend en vindt het leuker om een handeling van de gast te vragen. De iced CoffeeLab bijvoorbeeld, waarbij je zelf de ijskoffie moet shaken.

5 Minder melk, meer koffie

Romig-zoete melk verzacht de bitters, en brengt de karamelaroma's in koffie naar boven. Dat is volgens Veldkamp de essentie van melkkoffie: een fantastische koffie, die op smaak wordt gebracht met een beetje melk. Niet andersom. Australiërs snappen dat maar al te goed met hun flat white: twee delen espresso, gemengd met één deel warme melk - en dan het liefst het zoete deel van de melk, net onder het melkschuim.

De nieuwe cappuccino volgens Jeroen Veldkamp?
'Misschien wel decaf, met kokosmelk, en met een extra shot'

TEKST **ICO VAN RHEENEN** BEELD **VIVIAN KEULARDS**

Voor de één is koffie een belangrijker levenselixer dan voor de ander. We gingen op zoek naar drie koffiefilosofen. En vonden ze.

HET LEVEN IS KOFFIE

Boon

Linda Schaap
UITVAARTONDERNEMER
DE SCHIPPER & SCHAAP

WIE TRADITIE KOESTERT KIEST KOFFIE EN CAKE

Jeroen van der Wal
FESTIVALGANGER

WIE TE VEEL WIL ZIEN, MIST OOK VEEL

Karina Hof
KOFFIEJOURNALIST

KOFFIE IS DE HARTENKLOP VAN MIJN WERK EN MIJN LEVEN

Uitvaart zuipvaart, worden sommige teraardebestellingen ook wel – met een knipoog – genoemd. Steeds vaker komt er wijn of bier ter tafel bij een uitvaart. ‘En dat kan best mooi en stijlvol zijn’, zegt uitvaartondernemer Linda Schaap, terwijl ze een recente toost op een overledene met wel driehonderd glazen prosecco in herinnering roept. Maar eigenlijk, éigenlijk hoort er koffie bij een afscheid. De koffietafel is ontstaan omdat de overledene in het graf zou moeten meekrijgen wat hij op aarde onmisbaar achtte, dus ook spijs en drank, specifiek koffie en ‘iets broodachtigs’.

‘Een uitvaart is tegenwoordig vaak een weerspiegeling van de persoonlijkheid van de overledene. Terwijl begrafenissen van oudsher over de dood gingen; over de geest, over het wegwassen van zonden. Anders dan Joodse of islamitische gemeenschappen kennen christenen hun tradities niet meer zo goed. Alles mag en moet kunnen.

Dat is natuurlijk ook zo, maar toch. Ik vind het persoonlijk wel mooi als een afscheid traditioneel is, enigszins sober, want er schuilt schoonheid in de uitvaartetiquette, in “hoe het hoort”. Zeker óók in de traditie koffie met cake.’ Of koffie met witbrood en kaas, dat z’n oorsprong kent in armere tijden waarin er voor nabestaanden niet meer dan dát geserveerd kón worden. Linda vindt het gebruiken om te respecteren. Zoals ze ook echte muziek ‘gespeeld op piano harp of viool, al dan niet door een dierbare nabestaande’ vaak indrukwekkender vindt dan spotify-highlights van de overledene. ‘Maar ieder z’n wens.’

KOFFIE IS DE HARTENKLOP VAN MIJN WERK EN MIJN LEVEN

Karina

Karina Hof › KOFFIEJOURNALIST

‘Het is ondenkbaar dat ik als freelance schrijver en redacteur werk zou kunnen verrichten zonder toetsenbord en koffie. Omdat ik geen vaste kantoorplek heb, zijn dit de stabiele factoren in mijn dagelijkse werkleven.
Mijn koffiedag begint met het aanzetten van mijn filterkoffiemachine, een 10-kops Moccamaster. Z’n thermoskaraf houdt koffie wel 6 uur warm, dus als ik aan mijn laatste kopje begin, laten we zeggen rond half 5, is hij lekker lauw.
Ik gebruik allerlei soorten bonen, die ik laat thuisbezorgen, en die ik zelf maal vlak voor gebruik. Voordat ik een filterkoffiemachine had, schonk ik koffie op. Maar nadat ik voor de tweede keer een Chemex had beschadigd, was mijn geduld op.
Als ik erop uit ga voor een interview, of in een café werk, bestel ik wel eens koffie met melk, maar steeds vaker druist dat in tegen de pure bonensmaak waarnaar ik hunker.
Als vaste schrijver voor koffieblog Sprudge, een internationale autoriteit op het gebied van *specialty* koffie, voel ik me bevoorrecht omdat ik betaald word voor wat ik anders ook wel zou doen: heerlijke koffie drinken. Het hoort bij het ritme van schrijven als niets anders. In dat opzicht is koffie net zo zeer de hartenklop van mijn werk als van mijn leven.’

WIE TE VEEL WIL ZIEN, MIST OOK VEEL

Jeroen

‘Tot de hoogtepunten van het driedaagse totaalfestival Lowlands, reken ik de momenten waarop de mij omringende tentjes ‘s ochtends worden opengeritst. De soms brakke hoofden, die zich schuchter richten naar de eerste zachte zonnestralen. De kleine oogjes, die nog niet klaar zijn om het daglicht te trotseren. Zo mooi. En dan is er koffie.
Tijdens het koffieritueel krijgt de festivaldag ervoor kleur. De verhalen komen los. De muzikale hoogtepunten en dieptepunten worden uitgewisseld; kracht bijgezet, tegengesproken, opnieuw gewogen. En meestal wordt dan samen geconstateerd dat we allemaal weer vaak op de verkeerde plekken waren. “Wie te veel wil zien, mist ook veel”, constateerden we dit jaar.
Koffie is meer dan rock ‘n roll. Naast bindmiddel ook geneesmiddel. Koffie, van Nescafé Espresso sticks tot Douwe Egberts Aroma Rood grove maling in de percolator in ons geval, hóórt bij festivalkamperen. Volgend jaar op het Lowlandsprogramma? Doe maar The XX, omdat ze altijd voor warme herinneringen zorgen. Arcade Fire om innerlijke vuurtjes op te stoken. En KISS omdat niemand hen verwacht, maar omdat iedereen hen verdient, en er ook écht vuur moet branden.’

Jeroen van der Wal › FESTIVALGANGER

KOFFIE

ISABELLE SEFFINGA SR. KEY ACCOUNTMANAGER AHOLD NESTLÉ
'Nescafé Dolce Gusto (Absolute Origin) Espresso Honduras.
's Ochtends cappuccino,
's avonds espresso.'

'Wat de koffie zo lekker maakt? Hij smaakt een beetje naar chocolade'

MAARTJE OVERMARS BRAND CREATION MANAGER ALBERT HEIJN
'Cappuccino maak ik thuis met capsules van Perla Superiore Lungo intenso en romige geklopte melk.'

'Op een zaterdagochtend na het sporten van de kids, met de krant aan de keukentafel. Een heerlijk weekendmoment'

MEREL DE JONG JR. PRODUCT MANAGER AHOLD DELHAIZE COFFEE COMPANY
'Filterkoffie gemaakt met een Hario V60 en Perla Origins Ethiopië snelfiltermaling; lekker fruitig en zoet.'

JUDY SCHNITGER-ZWINKELS HEAD OF CORPORATE COMMUNICATIONS NESTLÉ
'Latte macchiato, gemaakt met Nespresso Arpeggio en een simpele handmelkschuimer.'

'Thuis gebruik ik een capsule-apparaat en afwisselend Perla Superiore Espresso Scuro en of Superiore Lungo Originale capsules'

CATHARINA ANNEKE TER KUILE STAGIAIRE CATEGORY KOFFIE & THEE ALBERT HEIJN
'Perla Espressimo Firenze espressomaling is mijn favoriete koffie.'

Welke moderne koffievarianten zijn favoriet bij de koffieprofessionals en hoe maken ze die thuis?

BEELD **JELLE RIETVELD**

'Ik drink mijn koffie meestal uit een glas, omdat je dan de crèmelaag mooi ziet'

STEPHANIE RIBBENS COUNTRY MANAGER CAFÉ ROYAL NEDERLAND
'In de ochtend Café Royal Espresso Forte, 's middags Café Royal Lungo Forte of Café Royal Flavoured edition caramel.'

KAY SCHREUDER SALES MANAGER JACOBS DOUWE EGBERTS
'Cappuccino, maar na het eten een espresso, van L'Or Espresso Colombia.'

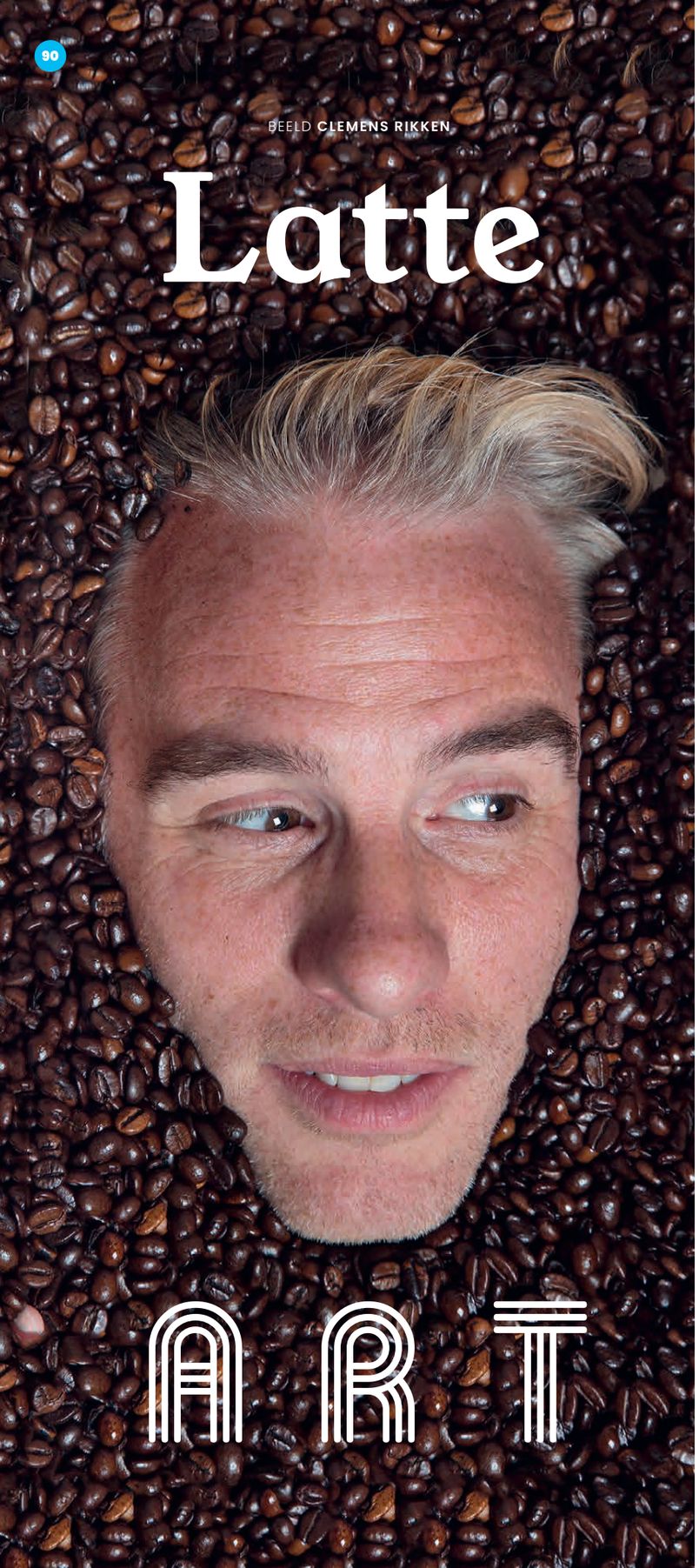
'Karaktervolle en intense koffie, passend bij hoe ik ben'

REIN HANNAH BOJAHR CAMPAIGN ACTIVATION MANAGER ALBERT HEIJN
'Flat white, vrijwel altijd take-away van mijn favoriete koffiezaakje vlakbij.'

BART PELSER KEY ACCOUNTMANAGER JACOBS DOUWE EGBERTS
'Lungo, puur, zonder poespas. Met Douwe Egberts Intens.'

BEELD **CLEMENS RIKKEN**

Latte



ART ROOIJAKKERS
IS TELEVISIEMAKER EN PRESENTATOR. HIJ IS TE ZIEN IN HELDEN VAN DE WILDERNIS OP NPO 1 EN INTUSSEN OOK BIJ ZIJN NIEUWE WERKGEVER RTL 4 (WAAR DE KOFFIE MINDER IS).

Zo

‘Ik drink koffie zoals een Italiaan dat doet - cappuccino in de ochtend, espresso later op de dag – omdat zij verstand hebben van koffie en wij niet. Mag ik deze plek gebruiken om een pleidooi te houden voor het boycotten van iedere horecazaak waar automatencappuccino wordt geschonken? Weglopen, wegblijven en nooit meer terugkomen. Koffie maken is een ambacht, geen lopendebandwerk.’

Moment

‘Sinds ik een tweeling heb, sta ik op tijdstippen op waarop ik vroeger naar bed ging – oké, ik overdrijf. Als zij aan de boterhammen gaan, om 6 uur, half 7 als ik geluk heb, maak ik een strakke cappuccino. En dan kan ik de dag aan. Dat maak ik mezelf in ieder geval wijs.’

Herinnering

‘Een roadtrip naar Zuid-Spanje met mijn liefde. In een gammele Peugeot 205. Net de Franse grens over, in een lokale bar in een klein Spaans plaatsje. De Derde Wereldoorlog leek er uitgebroken, zoveel lawaai maakten de tien mensen in het zaakje. Ze roddelden over de dorpelingen en analyseerden de wedstrijd van Real Madrid op de avond ervoor. Koffiekopjes werden op de bar gesmeten toen we bestelden. Staand aan de bar, nippend aan mijn veel te sterke koffie, was ik volmaakt gelukkig.’

KLASSIEK TEGENDRAADS.
BE ROYAL

GESCHIKT VOOR
Nespresso®*
MACHINES

Deze koffie tilt klassieke koffie naar een hoger niveau, omdat wij hechten aan traditie, maar deze vrijer interpreteren. Café Royal Lungo Classico is namelijk soepel, romig en elegant en streelt uw gehemelte dankzij een fijn zuurtje en zachte aroma’s van jonge koffiebloesem.
cafe-royal.com

* Dit merk is eigendom van derden, die geen enkele relatie met Delica AG hebben.

CAFÉ ROYAL
SWITZERLAND

Nog een bakkie?
Of een ander bakkie?

Kijk voor nog meer keuze en inspiratie op
ah.nl/koffie