IL CORRIERE

DAS LAVAZZA MAGAZIN FÜR KAFFEETRENDS

2/2017

TURIN
Wo der Espresso Tradition hat

AROMA-TASTING
mit 3-Sterne-Koch Kevin Fehling

GASTRO GUIDE
Spitzengastronomie entdeckt Espresso

KULTURSCHATZ
Francesca Lavazza im Interview

Foto: Peter Krausgrill

Foto: Roger Richter

Editorial

Liebe Leser,

das Schöne an Kaffee ist, dass er so viele Facetten hat und sich im Laufe der Zeit stetig weiterentwickelt. Man kann stets davon schwärmen, darüber philosophieren, darüber schreiben und immer wieder neu entdecken. Kaffee gehört seit vielen Jahrzehnten zu unserer Kultur, er ist Tradition und Lifestyle zugleich und rückt immer mehr in den Mittelpunkt, wenn es um Genuss geht. Was das Entdecken der vielfältigen Aromen im Espresso betrifft, so ist dabei noch viel Potenzial vorhanden.
Das beschränkt sich nicht nur auf die anspruchsvollen Kaffeegenießer unter den Verbrauchern, auch die Spitzengastronomie mit ihren erfolgreichen Sterneköchen erkennt dieses Potenzial. Die Zahl der Gastronomiebetriebe, die neben Spitzengerichten auch Spitzenkaffee anbieten, steigt kontinuierlich. Das zeigt, welchen Stellenwert Kaffee inzwischen dort hat, wo es auf besten Geschmack ankommt. Darüber hinaus bietet Premium-Kaffee der Gastronomie die Chance, neben den hervorragenden Menüs einen bleibenden Eindruck beim Gast zu hinterlassen. Und das gelingt am besten mit einem Produkt auf Augenhöhe mit den servierten kulinarischen Kreationen. In der vorliegenden Ausgabe des Il Corriere stellen wir Ihnen deshalb Restaurants und Bars vor, die das bereits erkannt haben und ihren Gästen Premium-Espresso von Lavazza servieren.
Ein weiterer Schwerpunkt der neuen Ausgabe spiegelt auch eines unserer wichtigsten Bestreben wider – die Aromenvielfalt im Espresso erlebbar zu machen. Nicht ohne Grund besuchen uns im Lavazza Training Center in Frankfurt regelmäßig Kaffeeliebhaber, Fachjournalisten, Gastronomen und sogar Sterneköche. Allen gemeinsam ist ein sehr großes Interesse, die perfekte Zubereitung eines Spitzenespressos kennenzulernen und sich für die Aromen im Espresso zu sensibilisieren. Wir dürfen uns also über den Aufbruch in eine aufregende Zeit der qualitativ hochwertigen Kaffees und das Entdecken ihrer Aromenvielfalt freuen.
In dieser Ausgabe haben wir einen ganz besonderen Gast, über den ich mich persönlich sehr freue. Francesca Lavazza, die Urenkelin des Unternehmensgründers Luigi Lavazza, spricht im Interview mit dem Il Corriere über ihre Familie, ihr künstlerisches Engagement, über ihren berühmten Namen und natürlich über Espresso und wo sie ihn in ihrer Heimatstadt Turin am liebsten genießt.
Ich wünsche Ihnen jetzt viel Spaß und Lesevergnügen mit der neuen Ausgabe und Sie können sich schon jetzt auf zahlreiche Events und Aktionen mit Lavazza im Jahr 2018 freuen.

Mit herzlichen Grüßen

Dr. Oliver Knop
Geschäftsführer Lavazza Deutschland

IL CORRIERE

KAFFEEKOMPETENZ

GASTRONOMIE & LOCATIONS

KUNST & KULTUR

MESSEN & EVENTS

NEWS

IMPRESSUM
Herausgeber: Luigi Lavazza Deutschland GmbH / Geschäftsführer Dr. Oliver Knop
Platz der Einheit 2 / 60327 Frankfurt am Main / Telefon: +49 69 631551-63
E-Mail: de.kundenservice@lavazza.com / Redaktion: Luigi Lavazza Deutschland GmbH
Planung und Projektleitung: Britta Cecily Voss / Titelfoto: Shutterstock/Marco Saracco
www.lavazza.de

Inhalt

Kaffeekompetenz

6 *Auf Aromenjagd: die Fachpresse beim Espresso-Tasting im Lavazza Training Center*

8 *Im Fokus: Foodblogger „Schmackofatzo“ über Trends und Premium-Kaffee*

Gastronomie & Locations

10 *Kulinarische Genüsse im Mittelpunkt: der erste Teil des Il Corriere Gastro Guide Deutschland*

Kunst & Kultur

20 *Auf Spurensuche: Bars und Cafés in Turin*

24 *Im Interview: Lavazza Kulturbotschafterin Francesca Lavazza*

Messen & Events

28 *Hoch im Norden: Aroma-Event bei 3-Sterne-Koch Kevin Fehling im „The Table“ in Hamburg*

32 *Große Bühne: das Avant Garde Cuisine Festival Chef-Sache*

34 *Neue Trends: Lavazza auf der Messe Südback in Stuttgart*

36 *Espresso-Vorstellungen: Lavazza auf dem Bar Convent in Berlin*

38 *Food on High Heels: das Zurheide Gourmet Festival 2017*

Nachgefragt

42 *Im Interview: Sternekoch Nelson Müller besucht das Lavazza Training Center in Frankfurt*

News

44 *Neuigkeiten aus der Lavazza Kaffeewelt*

AUF AROMEN-JAGD: DIE KOMPLEXE GESCHMACKS-WELT DES ESPRESSOS

Lavazza lud die Fachpresse zu einem Espresso-Tasting in das Lavazza Training Center in Frankfurt ein. Auf dem Programm stand das Thema „Aromen“ und wie man sie in einem perfekten Espresso wahrnimmt.

Fotos: Stephan Rauh

Süß, sauer, beerig oder schokoladig? Für Ulrike Neiß, Leiterin des Lavazza Training Center, reine Geschmacksache.

Lavazza Barista Paul Kaiser zaubert Latte Art in die Tasse.

Kursteilnehmer auf Aromensuche.

Man sagt über Espresso, dass er sich aus bis zu 1.000 Aromen zusammensetzt. Eine beachtliche Zahl, die zeigt, wie komplex unser Lieblingsgetränk ist. Zum Vergleich: Beim Wein hat man weniger als die Hälfte an Aromen nachgewiesen.
Um das Thema „Aromen im Kaffee“ zu veranschaulichen, lud Lavazza zahlreiche Vertreter der Presse in das Lavazza Training Center nach Frankfurt ein. Mit Lavazza Kafa Forest Coffee und Alteco Organic Premium Blend wurden gleich zwei Espressos mit einer besonderen und sehr unterschiedlichen Aromenvielfalt vorgestellt. Auf der einen Seite der Single Origin Kafa, dessen Exklusivität sich durch eine selektierte Ernte von Hand, sehr geringe Produktionsmenge und eine auf diese Bohnen zugeschnittene Röstung zeigt. Er bietet sich besonders für die Top-Gastronomie an.
Auf der anderen Seite Alteco, Lavazzas erster Bio-Espresso, der aus einer Höhenregion Mittelamerikas stammt.
Gemeinsam mit Lavazza Deutschland hat die Gewürzmanufaktur „Spirit of Spice“ aus Willich sogar ein Alteco Espresso-Gewürz entwickelt, das die Aromen dieses Kaffees besonders herausgreift und erlebbar macht. Es wird bereits für Verkostungen im Lavazza Training Center eingesetzt. Die Gewürzmischung besteht aus Alteco-Bohnen, Kakaonibs, geröstetem Malz, Sesam und Ringelblume.
Die Zerlegung und Analyse der Aromen beider Espressos wurde durch verschiedene Geschmacksvergleiche verdeutlicht. So standen verschiedenen Nussarten, Schokolade, Hopfen, Honig und Rosinen zum Verkosten bereit, um eine Verwandtschaft und Harmonie mit dem Aroma des fertigen Espressos zu erkennen.
Natürlich gehört viel Erfahrung und Übung zur detaillieren Wahrnehmung der komplexen Aromenvielfalt. Die dominanteren Noten hingegen ließen sich deutlich erschmecken.
Nach einem informativen Theorieteil über Kaffeesorten, Anbau sowie Herkunft und qualitätsbildende Faktoren beim Espresso folgte der ebenso spannende Praxisteil. Hier bekamen die Gäste einen kleinen Einblick in die Welt der Baristas und mussten feststellen, dass es gar nicht so einfach ist, selbst mit den besten Bohnen einen feinen, italienischen Espresso mit nussbrauner, fester Crema in die Tasse zu bekommen. Für die meisten war das die erste praktische Erfahrung mit einer professionellen Siebträgermaschine. Gleichzeitig wuchs die Erkenntnis, dass die Tätigkeit eines Baristas eine Handwerkskunst ist, deren feine und präzise Arbeit nun jeder ganz anders zu schätzen weiß.
Zum Abschluss eines abwechslungsreichen Tages stellte sich Dr. Oliver Knop, Geschäftsführer von Lavazza Deutschland, den Fragen der Besucher. In einer informativen Gesprächsrunde erfuhren die anwesenden Journalisten Wissenswertes rund um Lavazza und seine hochwertigen Espressos und auch wo Herausforderungen und Ziele für die Zukunft liegen. Ein ganz großes Ziel dabei: das Qualitätsbewusstsein der Espresso-Genießer zu schulen, ihnen die signifikanten Qualitätsmerkmale eines italienischen Espressos zu verdeutlichen und von einem durchschnittlichen Espresso abgrenzbar zu machen.
Ein weiterer Schwerpunkt des Lavazza Engagements ist auch, enger mit der Top-Gastronomie, insbesondere der Sternegastronomie zu kooperieren. Dort, wo beste Qualität ganz besonders im Fokus steht, da muss auch die hervorragende Qualität eines Espressos gesichert sein. ☛

Auf die Gäste wartete ein spannender Tag im Training Center.

Ute Bornholt, Inhaberin von Spirit of Spice, erläutert das Alteco Gewürz.

„Der Espresso ist die Visitenkarte eines Hauses.“

Der Food- und Lifestyleblogger „Schmackofatzo“ Stephan Rauh ist ein „Süßer“: Er liebt Käsekuchen und genießt dazu am liebsten einen Kaffee – ganz besonders gerne einen original italienischen von Lavazza.

Stephan, wie man deinem Food- und Lifestyleblog entnehmen kann, bist du ein ausgesprochener Genießer. Welche Rolle spielt für dich Kaffee? Kaffee ist für mich der nötige Kick am Morgen und ein perfekter Start in den Tag. Aber er gehört für mich auch immer dazu, wenn ich mal eine kleine Auszeit nehmen möchte. Bei mir muss es ein Cappuccino oder ein richtig guter Espresso sein. Den lasse ich mir aber gerne vom Fachmann servieren. Im Moment habe ich zu Hause übrigens den Alteco von Lavazza in der Maschine. Der schmeckt lecker und ist als Bioprodukt auch gut fürs Gewissen.

Was gehört für dich zwingend dazu, wenn du einen Kaffee serviert bekommst? Ich schätze eine kleine Süßigkeit als Begleiter. Das kann ein Keks sein, aber auch ein Stück Schokolade. Am liebsten frisch und nicht aus der Portionspackung.

Einige Cafés informieren ihre Kunden über die Produkte, zum Beispiel mit Aromakarten. Wie stehst du dazu?
Es gibt ja zwei Varianten, Kaffee zu konsumieren. Manchmal braucht man einfach einen schnellen Muntermacher, da spielen Informationen zu Mischung, Herkunft und so weiter nur eine nebensächliche Rolle. Wenn man seinen Kaffee bei anderer Gelegenheit richtiggehend zelebriert, ist man dagegen an allen Details rund um den Kaffee interessiert.

Welche Kaffeesortimente wünschst du dir in der Gastronomie? Espresso, Cappuccino, Caffè Latte, Filterkaffee – diese Bandbreite ist ja der absolute Standard. Darüber hinaus wird in der Regel nicht unterschieden. Ich fände es toll, wenn man zusätzliche Auswahlmöglichkeiten hätte, zum Beispiel unter verschiedenen Geschmacksrichtungen oder Stärken wie mild, ausgewogen und stark wählen könnte. Auch aromatisierte Kaffees könnte ich mir vorstellen. Gerade in der Vorweihnachtszeit bekommt man Lust auf bestimmte Aromen wie Vanille oder Zimt. So gesehen würde ich mich freuen, wenn das Sortiment saisonal abgestimmt wäre.

Was muss man beachten, um einen perfekten Kaffee in die Tasse zu zaubern? Ich bin kein ausgebildeter Barista, doch selbst als Amateur weiß man, dass Mahlgrad und Temperatur von entscheidender Bedeutung sind. Ich persönlich probiere so lange aus, bis mir der Kaffee optimal schmeckt. Manchmal würde ich mir detaillierte Empfehlungen zur Zubereitung auf den Verpackungen wünschen.

Was rätst du Gastronomen, um dem Gast höchstes Kaffeevergnügen zu bieten? Der Espresso ist die Visitenkarte eines Hauses, einerseits der Auftakt, aber auch der Abschluss am Ende eines Menüs. Deshalb darf man gerade beim Espresso die Chance nicht vertun, sein Haus in bestem Licht darzustellen.

Du bist ein Fan von Lavazza Kaffee. Kannst du uns verraten, warum? Lavazza gibt mir das gute Gefühl, ein ganz authentisches Produkt in Händen zu halten. Dazu kommt das italienische Lebensgefühl, das mit jeder Tasse Lavazza Kaffee transportiert wird. Wenn ich einen Espresso von Lavazza trinke, fühle ich mich sofort zurückversetzt in meine Reise nach Rom, die kleinen Cafés, das Dolce Vita, die sommerlichen Temperaturen …

Wo siehst du Lavazza hinsichtlich der Punkte Qualität, Angebotsbandbreite und Innovation? Der hohe Qualitätsstandard bei Lavazza steht außer Frage. Dazu kommt eine riesige Bandbreite an Produkten, darunter auch nachhaltige Kaffees, die heute stark nachgefragt werden. Lavazza ist eine Marke mit Tradition und doch modern, einfach nicht verstaubt wie manch andere Marke, die es schon seit Generationen gibt. In der Weiterentwicklung der Marke Lavazza sehe ich hohe Innovationskraft. Lavazza ist es gelungen, nicht nur mit der Zeit zu gehen, sondern sogar vorzupreschen und auch das junge Publikum anzusprechen.

Welche Aromen findest du im Kaffee besonders wohlschmeckend bzw. bemerkenswert? Für mich sollte sich ein Kaffee weich anfühlen. Ich bevorzuge eine schokoladige und nussige Note. Bei einem Cappuccino, den ich am liebsten trinke, spielt der Schaum jedoch auch eine wichtige Rolle. Hier freue ich mich über einen Barista, der dies in Perfektion hinbekommt.

Du trinkst ja gern Lavazza Alteco. Welche Aromen sind beim Alteco besonders bestimmend und wohlschmeckend? Der Lavazza Alteco trifft genau meinen Geschmack. Er ist nicht zu herb und hat eine mittlere Röstung. Der Geschmack von Schokolade mundet mir dabei besonders. Ich nutze Alteco in meinem Vollautomaten. Aber auch hier teste ich immer verschiedene Mahlstufen und suche den für mich perfekten Mahlgrad.

Welche Trends siehst du rund um den Kaffee? Kaffee ist inzwischen ein Lifestyleprodukt geworden. Viele Menschen möchten gerne eine tolle Kaffeemaschine in der Küche stehen haben und damit experimentieren. Dazu kommen all die Accessoires vom Geschirr bis zum Kaffeelöffelchen. Darüber hinaus kann man feststellen, dass Kaffee auch als Zutat beim Kochen, vor allem in der Spitzengastronomie, vermehrt zum Einsatz kommt. Ich denke da zum Beispiel an 3-Sterne-Koch Kevin Fehling, der ein spezielles Kaffee-Gourmet-Menü entwickelt hat.

Welche Aromen im Kaffee lassen sich deiner Meinung nach besonders gut kombinieren? Kannst du zum Foodpairing mit Kaffee einige konkrete Beispiele nennen, die auch in der Gastronomie gut umsetzbar sind? Foodpairing ist spannend. Kaffee passt zu Süßem und Herzhaftem. Gerade in der Wildsaison könnte ich mir auch vorstellen, Kaffee als Geschmacksträger oder Vermittler einzusetzen. Als „Fond“ wäre sogar ein „Cold Brew“ vorstellbar.

Als Foodblogger hast du in Sachen Trends die Nase vorn. Welcher Innovation würdest du einen durchschlagenden Erfolg prophezeien? Ich würde dem Kaffee auch auf der herzhaften Seite eine Chance geben. Ich könnte ich mir zum Beispiel ein Olivenöl mit einem Hauch Kaffee vorstellen oder ein Salz mit etwas Kaffeeabrieb. Vielleicht kann man auch, ähnlich wie eine Salzkruste, eine Kruste oder ein Bett aus Kaffee ausprobieren. Oder Fleisch mit Kaffeebohnen räuchern und Körnerkissen mit Kaffeebohnen füllen? Das bringt mich zu einem entscheidenden Punkt beim Kaffee: dem unvergleichlichen Duft. Ich stecke sofort die Nase rein, wenn ich eine Packung Kaffee öffne. Bei mir auf dem Klavier steht sogar ein Schälchen mit frisch gemahlenem Kaffee, einfach weil das so wunderbar riecht. Vielleicht könnte man ja ein Duftgefäß für Kaffee entwickeln oder eine Essenz, die langanhaltenden Kaffeeduft transportiert?

„Kaffee gehört für mich immer dazu, wenn ich im Alltag eine kleine Auszeit nehmen möchte.“

Fotos: Stephan Rauh / ad comm

Durch seine Foodblogs lernt Stephan Rauh alias „Schmackofatzo“ einige der besten Köche Deutschlands kennen. Hier Sternekoch-Legende Harald Wohlfahrt.

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Gastro GUIDE

Teil 1

Dieser Il Corriere startet mit einer neuen Serie. Wir stellen die aktuellen Hotspots der deutschen Gastronomieszene vor, wo man erstklassige Speisen und original italienischen Espresso von Lavazza genießt.

JRE JEUNES RESTAURATEURS

Restaurant Ente* // Wiesbaden

Weltoffen und immer überraschend.

Die ENTE ist seit über 38 Jahren eine kulinarische Institution in der hessischen Landeshauptstadt und weit über das Rhein-Main-Gebiet hinaus von Gourmets sehr geschätzt. Seit 1980 wird das Restaurant ununterbrochen von den Restaurantkritikern des Guide Michelin mit einem Stern gekrönt.

Seit 2006 ist Michael Kammermeier Küchenchef und federführend verantwortlich für die feinen Kreationen, wobei er und sein Team sich die Inspirationen aus der ganzen Welt holen. Dabei entstehen Gerichte, die in ihrer Kombination überraschen und für besondere Geschmackserlebnisse sorgen. Auch die Klassiker werden durch seine persönliche Note interpretiert, wie die „Knusprige Heide-Ente“, eine Reminiszenz an die Geschichte des Restaurants.

Natürlich darf zum Abschluss seiner exzellenten Menüs ein entsprechender Espresso nicht fehlen. Hier hat sich Michael Kammermeier für Lavazza Kafa entschieden. Ein ganz besonderer Espresso, der mit seiner Exklusivität und seinem Geschmackserlebnis den Gaumen seiner Gäste verwöhnt. „Wir erzählen unseren Gästen auch gerne etwas zu Lavazza Kafa. Uns ist es sehr wichtig, dass sie bewusst wahrnehmen, dass sie hier einen besonderen Espresso in der Tasse haben.“

Wiesbaden

RESTAURANT ENTE*
Kaiser-Friedrich-Platz 3–4
65183 Wiesbaden
Telefon: +49 611 133666
E-Mail: ente@nassauer-hof.de
www.nassauer-hof.de

Fotos: Roger Richter

Klassisch-elegantes Ambiente und seit 1980 kontinuierlich mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Chefkoch Michael Kammermeier sorgt für eine Küche mit Finesse und gelungenen Kontrasten. Seinen Gästen und sich selbst gönnt er einen Lavazza Kafa Single Origin.

Stuttgart

WARANGA
Kleiner Schloßplatz 15
70173 Stuttgart
Telefon +49 711 997992-66
E-Mail info@waranga.de
www.waranga.de

Waranga // Stuttgart

Coole Musik, coole Drinks, heißer Espresso.

Auf der Terrasse in entspannter Atmosphäre und bei einem Glas Wein den Blick über Stuttgart schweifen lassen oder bis in die Nacht bei cooler Musik und guten Drinks abfeiern: Das bietet in modernem Big-City-Flair der Szene-Club WARANGA.

Der CLUB befindet sich im 1. Stockwerk der WARANGA BAR direkt im Herzen von Stuttgart. Die Gäste erwartet eine außergewöhnliche Club-Atmosphäre in stilvollem Ambiente. Das junge, ambitionierte Bar-Team bietet einen erstklassigen Service und die Musikauswahl der DJs sorgt mit abwechslungsreichen Sounds für einen passenden musikalischen Rahmen.

Auf der Getränkekarte findet sich ein geschmackvoll ausgewähltes Angebot an Spirituosen, Longdrinks und Cocktails. „Lavazza Kaffee ist in allen Varianten ein sehr wichtiger Bestandteil unseres Sortiments“, sagt Melanie Allgaier, die Inhaberin des Warranga. „Egal ob als Klassiker wie Latte Macchiato, Milchkaffee und Cappuccino oder als moderner Cold Brew. Espresso wird dabei gern von Business-Gästen in der Mittagspause bestellt. Und am Abend servieren wir der Szene-Kundschaft dann einen ‚Espresso Tonic‘. Für mich bringt Lavazza Kaffee die gewünschte Qualität für original italienischen Genuss, Entspannung oder den Extra-Kick eines puren Espressos zu später Stunde – ganz nach dem Motto ‚Life begins after coffee‘.“

Inhaberin und Chefin des Warranga, Melanie Allgaier, mag Ästhetik, Farben und plakatives Design. Eine Tasse Lavazza Espresso ist für sie eine kleine Auszeit vom Alltag.

Fotos: Roger Richter

Fotos: Nelson Müller

Sternekoch, Buchautor und TV-Star Nelson Müller ist bekannt für seinen überraschenden Stilmix und ein bekennender Cappuccino-Genießer. Seine Gäste verwöhnt er mit original italienischem Lavazza Espresso.

Restaurant Schote* // Essen

Essen und Seele.

Mitten im Herzen des Ruhrgebiets, im dicht bewohnten Essener Kneipen- und Ausgehviertel Rüttenscheid, liegt die SCHOTE, das Restaurant des Sternekochs Nelson Müller. In einem Ambiente, das mit dunklem Holz, hellem Leder, festlichen Kronleuchtern und afrikanischen Details vielerlei Einflüsse vereint, warten geschmackliche Entdeckungsreisen besonderer Art.

„Wir alle brauchen Essen, das die Seele umarmt, mit Geschmäckern, die man aus der Kindheit kennt“, sagt Nelson Müller. Er und sein Team der Schote kreieren Menüs mit dem Besten aus beiden Welten: „Roots and Culture“. Gerichte aus klassischen, bodenständigen Zutaten, ideenreich verarbeitet, geben Erdung und bringen vielleicht das eine oder andere wieder ins Gleichgewicht. „Es gibt nämlich sonne und sonne Tage.“

Mit einem Lavazza Espresso kommt auch eine italienische Nuance in den Kultur-Mix. Denn exklusive Menüs brauchen natürlich einen exklusiven Espresso. Wer eine Erkundungsreise durch die europäische Kulturhauptstadt des Jahres 2010 unternimmt, sollte in der Schote unbedingt Halt machen.

Essen

RESTAURANT SCHOTE*
Emmastraße 25
45130 Essen
Telefon: +49 201 780107
E-Mail: schote@nelson-mueller.de
www.restaurant-schote.de

Fotos: Roger Richter

Luxus-Hideaway zwischen Rhein und Reben. „Schlossherr" Hans B. Ullrich ist sichtlich stolz auf Haus und Küche und genießt bei einer Tasse Lavazza Espresso.

Kronenschlösschen // Eltville-Hattenheim

Große Küche in stilvollem Ambiente.

Das KRONENSCHLÖSSCHEN wurde Mitte des 19. Jahrhunderts von einem Frankfurter Galeristen als Wohn- und Ausstellungshaus für seine Künstler errichtet und später zu einem Hotel und Restaurant umgebaut. Das historische und reizvolle Erscheinungsbild des Gebäudes, die Nähe zu Frankfurt und die idyllische Lage zwischen Weinbergen und Rhein macht das Kronenschlösschen zum „Landhotel par exellence".

Die in vielen Gourmet-Guides hoch bewertete Küche sorgt für genussvolle Kreationen. Küchenchef Simon Stirnal veredelt mit höchstem handwerklichen Können ausgewählte Zutaten zu raffinierten Köstlichkeiten. Und die „Beste Weinkarte Deutschlands" sorgt für eine passende Weinbegleitung.

Nachdem verschiedenste Kaffeemarken getestet wurden, hat man sich eindeutig für das Servieren von Lavazza Kaffee entschieden. Die außergewöhnliche Qualität von Lavazza ist für ihn dabei ausschlaggebend gewesen, so Inhaber Hans B. Ullrich. Denn für ihn und seine Gäste steht Qualität immer an erster Stelle. Dem ist nichts hinzuzufügen.

Eltville-Hattenheim

KRONENSCHLÖSSCHEN
Rheinallee
65347 Eltville-Hattenheim
Telefon: +49 6723 640
E-Mail: info@kronenschloesschen.de
www.kronenschloesschen.de

JRE
JEUNES RESTAURATEURS

Scharffs Schlossweinstube* // Heidelberg

Regional. Saisonal. Für Gourmets.

In diesem fürstlichen Ambiente wird ein Restaurantbesuch zu einem unvergesslichen Erlebnis. Denn SCHARFFS SCHLOSSWEINSTUBE befindet sich direkt im Heidelberger Schloss. Der Einrichtungsstil vereint gekonnt die Welt der herrschaftlichen Zeit mit der Eleganz und dem Komfort von heute.

Wo früher die Kurfürsten aus der Pfalz residierten und speisten, verwöhnt nun Martin Scharff die Feinschmecker der Region und aus aller Welt. Und das so vorzüglich, dass er bereits seit 25 Jahren ununterbrochen mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wird. Seine ausgefallenen Kreationen bedienen sich sowohl aus der regionalen Küche als auch aus der französisch-mediterranen Kräuterküche.

Was den Kaffee betrifft, so legt Martin Scharff ebenfalls viel Wert auf Geschmack und Stil. Ein echter italienischer Espresso von Lavazza ist für ihn Lebensgefühl und Gelassenheit pur. Auch sein Dessert-Klassiker seit über 20 Jahren – „Espresso-Mousse" – hat Espresso als wesentlichen Bestandteil. Für ihn bestimmt eindeutig die Qualität der Zutaten die Qualität des Essens. Und auch nach einem fürstlichen Mahl bleibt das Niveau erstklassig – mit einem original italienischen Espresso von Lavazza.

Heidelberg

SCHARFFS SCHLOSSWEINSTUBE*
IM HEIDELBERGER SCHLOSS
Schlosshof 1
69117 Heidelberg
Telefon +49 6221 8727010
E-Mail schlossweinstube@
heidelberger-schloss-gastronomie.de
www.heidelberger-schloss-gastronomie.de/scharffs-schlossweinstube/

Fotos: Roger Richter

Wir lehnen uns nicht zu weit aus dem Fenster, wenn wir behaupten, dass Sternekoch Martin Scharff stets die richtige Wahl bei den Zutaten für seine fürstlichen Menüs trifft – und natürlich auch beim Espresso.

München

ROCCA RIVIERA
Wittelsbacherstraße 15
80469 München
Telefon +49 89 28724421
E-Mail hello@roccariviera.com
www.roccariviera.com

Rocca Rivera // München

Dolce Vita und Laissez-faire in Monaco di Bavaria.

Das ROCCA RIVIERA beeindruckt mit glamourösem 70er-Retrostil. Schon beim Hereinkommen weiß man nicht, wohin man zuerst schauen soll. Das Erdgeschoss dominiert eine gewaltige Bar aus Onyx-Marmor, die Galerie ist eingefasst von einer Brüstung aus Glas und Messing. Loungesofas, Bistrosessel und Barstühle mit edlen Stoffen fordern die Aufmerksamkeit des Betrachters ebenso wie bunt-plakative Tiertapeten. Alles wirkt wie eine französisch-italienische Filmkulisse aus einer anderen Zeit.

Die mediterranen Einflüsse setzen sich bei den Speisen fort. „Wir sind selbst oft in Italien und in Frankreich und bringen das auf den Tisch, was wir in beiden Ländern gern essen“, erläutert Uli Springer das Konzept des Restaurants, das er mit Dino Klemencic betreibt. Von feinen Kleinigkeiten bis zum dekadent-köstlichen „Plateau Royal mit Hummer“ ist für jeden Geschmack etwas dabei – der Gast wird sogleich in eine Welt südlich der Alpen entführt.

Gute Drinks stehen natürlich auch auf der Karte, wobei dem Lieblingsdrink von James Bond, dem Martini („gerührt und nicht geschüttelt“) mit kreativen Variationen eine besondere Ehre erwiesen wird. Und ein original italienischer Espresso von Lavazza sorgt schnell wieder für einen klaren Kopf und den Extra-Kick für den Heimweg.

Uli Springer und Dino Klemencic haben ein Händchen für Stil und besonderen Geschmack. Das beweisen sie nicht nur bei der Einrichtung, sondern auch bei der Wahl ihres bevorzugten Espressos – natürlich von Lavazza.

Fotos: Tim Köck

Fotos: Roger Richter

Maître de Cuisine André Großfeld bevorzugt seinen Kaffee schwarz und stark. Seine Gäste freuen sich über das hervorragende Aroma des Lavazza Espressos nach dem Menü.

Villa Merton // Frankfurt am Main

Neobarock trifft Kulinarik

Die VILLA MERTON befindet sich in Frankfurts Diplomatenviertel und wurde 1927 nach Wünschen des Unternehmers und Politikers Richard Merton gebaut. Unter stuckverzierten Decken wird ein perfektes Zusammenspiel von Ambiente und exzellenter Küche geboten. Neben dem Gourmetrestaurant gibt es noch ein Bistro mit Innen- und Gartenbewirtung sowie großzügige Räumlichkeiten für Feste und Tagungen.

Das Küchenteam unter der Leitung von Sternekoch André Großfeld bietet exquisite deutsch-französische Küche. Bis zu acht Komponenten finden sich auf einem Teller, aber „ohne Schnickschnack“, betont Großfeld. Natürlich bekommt auch das Auge etwas geboten, aber Geschmack steht für ihn immer an erster Stelle. In Großfelds Küche wird viel Wert auf Nachhaltigkeit gelegt und es werden saisonale Produkte aus der Region bevorzugt, die Frische und Aroma versprechen.

Mit den meisten seiner Lieferanten existiert bereits seit Jahren eine enge Zusammenarbeit, auch mit Lavazza. Großfeld schätzt dabei neben der Qualität des Kaffees den Service und die professionellen Maschinen. Großfelds Gästen fällt Lavazza Kaffee ebenfalls positiv auf. Und auch bei seinen kulinarischen Kreationen kommt Kaffee zum Einsatz, unter anderem bei seinem Lamm-Rezept, bei seiner Créme Brûlée und anderen Desserts. Da muss die Qualität stimmen. Der obligatorische Espresso nach dem Menü muss für André Großfeld auch aus folgendem Grund außergewöhnlich gut sein: Er ist der letzte „Gang“ und der letzte Eindruck, der bleibt.

Frankfurt am Main

VILLA MERTON*
IM UNION INTERNATIONAL CLUB
Am Leonhardsbrunn 12
60487 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 703033
E-Mail info@restaurant-villa-merton.de
www.restaurant-villa-merton.de

Fotos: Nils Werner Wiemers

In der ehemaligen Wäscherei serviert Chef Andreas Hoffmann höchstpersönlich frisch gebrühten Lavazza Espresso für waschechte Gourmets. Seine Gäste sind überzeugt: Das ist der beste Espresso Berlins.

Lavanderia Vecchia // Berlin

Gourmets unter Wäscheleinen.

Beim Betreten der LAVANDERIA VECCHIA wird einem sofort klar, dass hier etwas anders ist, als man es von den meisten Restaurants gewohnt ist. Aus einem alten Wäschereibetrieb ist nämlich eine höchst ungewöhnliche Location geworden – eine Art „Wäscherei-Restaurant“. Man nimmt inmitten einer authentischen Dekoration aus gespannten Wäscheleinen mit Geschirrtüchern, allerlei Wäschereimaschinen und Wasserbottichen Platz. Ein unbeschreibliches Erlebnis aus Farben, Raum, Klängen, Duft und Geschmack erwartet die staunenden Gäste. Unwillkürlich denkt man an Italien, Neapel, Rom, Hinterhofwäscherei.

Auf abgewetzten stilechten Tischen werden köstliche Speisen einer ländlichen italienischen Küche serviert, mit den passenden Weinen und Olivenöl höchster Güte. Ein italienisches Küchen- und Serviceteam macht die Illusion, an einem anderen Ort zu sein, perfekt.

„Wir wollten einen Ort wie in Italien schaffen, an dem man schnell einen guten Espresso trinken kann“, erklärt Andreas Hoffmann, der dieses einzigartige Restaurant zusammen mit seiner Frau betreibt. Für Lavazza Kaffee hat man sich in erster Linie aufgrund der Qualität und der italienischen Authentizität entschieden, aber auch, „weil das Geschirr in Lavazza Blau und Weiß am besten zur Einrichtung passt“, scherzt Hoffmann augenzwinkernd. Buon appetito!

Berlin

LAVANDERIA VECCHIA
Flughafenstraße 46
12053 Berlin
Telefon +49 30 62722152
E-Mail info@lavanderiavecchia.de
www.lavanderiavecchia.de

Hensslers Küche // Hamburg

Mit Spaß bei der Sache.

Mitten im Hamburger Hafen direkt an der Elbe befindet sich HENSSLERS KÜCHE. Eine Location, in der die unterschiedlichsten Events und Feiern veranstaltet werden und spannende Kochkurse zu verschiedenen Themen und Schwerpunkten stattfinden. Die Kurse vereint eine stets lockere Atmosphäre sowie das anschließende, gemeinsame Essen. Gute Laune ist hier Programm. Eine attraktive Location, wo man sehr flexibel auf die individuellen Wünsche der Gäste reagiert.

„Hensslers Küche ist in gewisser Weise auch eine Art ‚Spielplatz‘ für mich“, sagt Steffen Henssler selbst. „Wir haben immer neue Ideen für besondere Aktionen, die es so noch nicht gegeben hat. Auch ‚Live Cooking‘ ist stets ein ausgesprochenes Highlight.“

In Hensslers Küche haben guter Geschmack und gute Laune die Vorherrschaft. Die Gäste sollen einen rundum schönen Abend haben und sich wohlfühlen – dazu gehört natürlich auch ein Espresso von Lavazza. Einfach mal selbst erleben.

Hamburg

HENSSLERS KÜCHE
Neumühlen 1
22763 Hamburg
Telefon +49 40 303915-65
E-Mail info@hensslerskueche.de
www.hensslerskueche.de

Chef de Cuisine Steffen Henssler liegt das Wohl seiner Gäste am Herzen. Und der Spaß darf nie zu kurz kommen.

Fotos: Stefan Hensler

Bildquelle: Edelmann, Italien

Die Familie Lavazza vor der Via San Tommaso, 10: Giuseppe, Antonella und Marco Lavazza sowie Alberto, Manuela und Francesca Lavazza.

Bars und Cafés in Turin

Wo der Espresso Tradition hat

Turin ist alles andere als eine langweilige Industriestadt im nördlichen Italien und seine Historie ist weitaus interessanter, als man vermuten würde. Hier begann vor über 120 Jahren auch die Erfolgsgeschichte von Lavazza. In der Via San Tommaso, 10 verkaufte Luigi Lavazza die ersten eigenen Caffè-Mischungen – ein Meilenstein in der Entwicklung seines noch jungen Unternehmens und der gesamten Kaffeekultur Italiens. Heute ist diese geschichtsträchtige Adresse ein feines Restaurant und Café mit vielen bildlichen Erinnerungen aus den Gründerjahren an den Wänden. Hier kann man neben einem perfekten Espresso auch feinste italienische Küche genießen, umgeben von Motiven legendärer Lavazza Kalender. Und wer weiter durch die Turiner Altstadt schlendert, entdeckt an vielen Ecken und Plätzen historische Kaffeehäuser, die so anmuten, als sei hier die Zeit stehen geblieben. Wir begeben uns auf eine kleine Zeitreise und stellen Ihnen einige der zahlreichen historischen Cafés und Bars vor, die mit zum Schönsten gehören, was die Stadt zu bieten hat.

Fotos: Alamy / Karte: shutterstock

Al Bicerin

Piazza della Consolata, 5

Direkt vor der Basilica della Consolata, Turins schönster Kirche, liegt das AL BICERIN, ein winziges, im Jahr 1783 gegründetes Cafè mit holzverkleideten Wänden und weißen Marmortischen. So unspektakulär das Café auch wirken mag, so legendär ist sein Name. Denn hier wurde im 18. Jahrhundert ein Getränk erfunden, das noch heute zu den traditionellen Turiner Caffé-Spezialitäten gehört und nach seinem Geburtsort getauft wurde: der Bicerin (piemontesisch für „Gläschen“). Er besteht aus Espresso, Kakao und einem Löffel Sahne und wird klassisch in einem tulpenförmigen Glas serviert. Am besten schmeckt er natürlich hier, in authentischer Umgebung. In früheren Zeiten warteten hier übrigens die Hofdamen an den Tischen des Al Bicerin auf ihre Herrinnen, die in der Kirche zur Madonna della Consolata beteten. Dies war das einzige für Frauen „angemessene“ Café, da hier kein Alkohol, sondern lediglich Kakao und Kaffee serviert wurden.

Gran Bar

Piazza Gran Madre di Dio, 2

Die GRAN BAR liegt direkt neben der Kirche Gran Madre di Dio im exklusiven Wohnviertel „La Collina“ („der Hügel“). An diesem Standort gibt es seit dem Jahr 1845 ein Café. Während man seinen Caffè trinkt und dazu vielleicht ein Cornetto, die italienische Variante des Croissants, genießt, kann man durch die riesigen Fenster bis zum Ufer des Po und auf die „Murazzi“ (die Flussmauern) sehen. Der Parco del Valentino, die „grüne Lunge“ der Stadt, der seit dem 19. Jahrhundert existiert, befindet sich in unmittelbarer Nähe. Beobachten kann man hier auch, wie man typischerweise in Turin am liebsten frühstückt – im Stehen an der Theke mit einem starken Espresso, den man in Italien schlicht und einfach nur „Caffè“ nennt.

Guido Gobino
Via Giuseppe Luigi Lagrange, 1

Die Schokoladenmanufaktur von Guido Gobino liegt inmitten der Turiner Altstadt. So unscheinbar die Adresse wirken mag, Guido Gobino zählt zu den besten Chocolatiers Europas. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 1946. Die Qualität, die der kleine Betrieb durch sorgsame Handarbeit liefert ist überragend und letztlich auch verantwortlich für den Erfolg. Vor allem der dunkle Nougat – die Gianduja – ist hervorzuheben. Durch ein von Napoleon verhängtes Handelsembargo kamen die piemontesischen Schokoladenhersteller auf die Idee, den nur in geringen Mengen erhältlichen und sehr teuren Kakao aus Jamaika mit gerösteten piemontesischen Haselnüssen zu mischen: Die Gianduja-Schokolade war erfunden. Die wie ein Dreispitz-Hut geformte Gourmetpraline Gianduiotto wird traditionell in einer goldfarbenen Aluminiumfolie verpackt. Die Crema Gianduja gehört zu den besten Nuss-Nougat-Cremes der Welt.

Foto: Sebastiano Rossi

Caffè San Carlo
Piazza San Carlo, 156

Das traditionsreiche CAFFÈ SAN CARLO befindet unter den Arkaden der gleichnamigen Piazza San Carlo im Zentrum Turins. Die Einrichtung ist geprägt von Spiegeln, Wänden mit Blattgoldmustern, Sitzmöbeln mit rotem Samt, Kronleuchtern und Marmor. Das Café wurde im Jahr 1822 gegründet und ist dank vieler Intellektueller populär geworden. 1836 wurde das Caffè San Carlo wegen umstürzlerischer Machenschaften zwangsweise geschlossen. Es eröffnete aber bereits wenige Monate später unter einem neuen Namen und mit einem neuen Besitzer. Dass die Einrichtung vieler Cafés rund um die Piazza San Marco die Bombardierungen der Alliierten im Zweiten Weltkrieg ohne größere Schäden überstehen konnten, hat einen bestimmten Grund. Sobald die Sirenen die ersten Luftangriffe ankündigten, sammelten die Mitarbeiter der Cafés alle wertvollen und zerbrechlichen Gegenstände und brachten sie in die Keller der Kaffeehäuser, wo sie bis zum Kriegsende aufbewahrt wurden.

Caffè Fiorio
Via Po, 8

Zwischen Piazza Castello und Piazza Vittorio Veneto, unter den Arcaden der Via Po, liegt das CAFFÈ FIORIO.
Das 1780 gegründete Café wurde 1845 neu ausgestattet mit einem Interieur, das noch heute im Original vorhanden ist. Imposante Kronleuchter, Marmortische und -theke aus Siena, Polstermöbel mit Samtstoffen sowie alte Spiegel beeindrucken die staunenden Besucher.
Unter den Stammkunden des Caffè Fiorio waren im 19. Jahrhundert viele Adelige, Staatsmänner, konservative Intellektuelle und Parlamentsmitglieder. Sie trafen sich hier, um über Politik zu diskutieren.
Das Fiorio hat jedoch noch eine weitere Besonderheit: Es war in den 1950er Jahren das erste Café in Turin, das Eis in einer Eiswaffel verkaufte. Die Geschichte besagt, dass der Eigentümer eine raffinierte Idee hatte, um seine in Turin noch unbekannten Eistüten zu bewerben: Er engagierte elegant gekleidete Models, die mit einer Eiswaffel in der Hand die Via Po entlangspazierten – der Erfolg der Eiswaffel lies nicht lang auf sich warten.

Pasticceria Abrate
Via Po, 10

Ebenfalls in der Via Po, neben dem Caffè Fiorio gelegen, befindet sich die PASTICCERIA ABRATE. Wenn man in italienischen Cafés auch Gebäck serviert, dann wird das „Caffè“ zur „Caffè-Pasticceria“, wie in diesem Fall die Pasticceria Abrate. Hier findet man eine große Auswahl regionalen Kleingebäcks, der „Pasticcini“, das man zu seinem Kaffee genießen kann. Besonders zu empfehlen ist das Miniatur-Brandteiggebäck „Bignole“, das mit zahlreichen köstlichen Füllungen erhältlich ist. Der Brandteig wurde 1540 zwar in Frankreich erfunden, aber von einem italienischen Koch namens Panterelli. Besonders verehrt wurde das Gebäck im Piemont. Die Herzöge und Könige des Hauses Savoyen liebten Süßigkeiten über alles und beschäftigen daher am Hof stets die besten Konditoren. Ihre Begeisterung ging so weit, dass sie sogar eine „Universität“ für Konditoren gründeten.

ENGAGEMENT ZWISCHEN KUNST UND KAFFEE

„Ich freue mich immer sehr, wenn die Erwähnung meines Nachnamens ein Lächeln hervorruft.“ Das sagt Francesca Lavazza, Urenkelin des Firmengründers Luigi Lavazza nicht ohne Stolz auf das, was Lavazza in über 120 Jahren Familien- und Firmengeschichte erreicht hat. Die „Lavazza Culture & Arts“ – Botschafterin spricht über ihr Engagement in Kunst und Kaffee sowie über Tradition und Innovation.

„Lavazza Culture & Arts“ – Botschafterin Francesca Lavazza.

Francesca Lavazza, Sie sind die Urenkelin des Lavazza Gründers Luigi Lavazza. Können Sie uns beschreiben, was Ihr Urgroßvater für Sie bedeutet? Ist er ein Vorbild für Sie? Falls ja, inwiefern? Die Familien- und Firmengeschichte von Lavazza ist über 120 Jahre alt – und es ist eine Geschichte, die von Leidenschaft, Neugierde, Unternehmergeist und Erfolg geprägt ist und die wir über vier Generationen hinweg intensiv gelebt und mitgestaltet haben. Ich gehöre zur jüngsten Generation und hoffe, dass wir all dies irgendwann an die nächste Generation übergeben können.
Die Geschichte hinter Lavazza begann im Jahr 1895, als es meinem Urgroßvater Luigi nach zwei Missernten wirtschaftlich nicht sehr gut ging. Also nahm er sein Schicksal in die Hand, lieh sich 50 Lira (das entspricht heute ein paar Euro) und zog in die Nähe von Turin. Dort arbeitete er als Verkäufer – bis zu dem Tag, an dem er das Konzept der Kaffeemischung erfand, d. h. des Kombinierens mehrerer Kaffeesorten aus verschiedenen geografischen Regionen: ein Merkmal, das noch heute die meisten unserer Produkte einzigartig macht. Auch dank dieser frühen Erfindung ist Lavazza heute eines der größten Kaffeeunternehmen in Italien und der Welt.
Dieser Unternehmer- und Innovationsgeist ist unserer Familie bis heute erhalten geblieben und ist Grundlage für alle unseren unternehmerischen Handlungen. Mein Urgroßvater ist tatsächlich eine große Inspiration für mich.

Gehen Sie häufig zur Via San Tommaso, an den Ort, an dem Lavazza gegründet und Kaffeegeschichte geschrieben wurde? Was bedeutet dieser Ort für Sie? Via San Tommaso ist ein Sinnbild dafür, wie wir unsere bescheidenden Wurzeln und die reiche Geschichte von Lavazza mit der Stadt Turin und mit einem modernen Unternehmen verbinden. Das in einer historischen Umgebung gelegene Restaurant serviert hervorragende Küche, die von unseren piemontesischen Wurzeln inspiriert ist, und schmückt seine Wände mit Motiven aus dem jährlichen Lavazza Kalenderprojekt, das ich mehrere Jahre lang betreut habe. Das gefällt mir sehr gut.

Wie hat Luigi Lavazza die Kaffeeszene in Turin mit der Entwicklung seiner Mischungen beeinflusst? Ich glaube, dass mein Urgroßvater seit der Unternehmensgründung einen großen Beitrag dazu geleistet hat, dass Turin zum weltweiten Kaffee-Mekka wurde. Heute ist dies noch immer an den wunderschönen historischen Cafés erkennbar, die seit jeher Lavazza Kaffee servieren – und davon gibt es in der Stadt nicht wenige.

Ihr Urgroßvater ist in Turin sowohl in der Wirtschaft als auch in der Kultur eine Berühmtheit. Werden Sie und andere Familienmitglieder erkannt, wenn Sie in der Stadt einen Espresso genießen? Mein Nachname erweckt häufig Interesse, wenn ich mich irgendwo vorstelle – zum Glück auf positive Weise. Ich freue mich immer sehr, wenn die Erwähnung meines Nachnamens ein Lächeln hervorruft. Das bedeutet, dass unser Espresso ein Teil des täglichen Lebens ist und mit angenehmen, entspannten Momenten verbunden wird.

Können Sie die Entwicklung der Café- und Kaffeebar-Szene von der Zeit Ihres Großvaters bis heute beschreiben? Hat sich die Anzahl oder die Art der Cafés verändert? Ist der Geist derselbe geblieben? Turin-Besucher sind überrascht, wenn sie sehen, wie viele historische Kaffeebars aus dem 19. Jahrhundert noch immer betrieben werden. Trends kommen und gehen. Aber der authentische italienische Espresso hat den Geist der Stadt niemals verlassen, und dabei spielte unser Unternehmen schon immer eine wichtige Rolle.

Was ist derzeit der neueste Trend in der Kaffeeszene von Turin? In Turin liebt man seit jeher klassische Getränke wie Espresso und Bicerin (das berühmte Turiner Getränk aus heißem Kaffee und Kakao). Dennoch interessiert man sich auch für die Aromen neuer Single-Origin-Espressos.

Wo ist in Turin derzeit der angesagteste Ort für einen Espresso? In Turin gibt es zwar viele „modische“ Orte, um Espresso zu trinken. Ich persönlich liebe es aber nach wie vor, einen Espresso in einem der zahlreichen historischen Cafés im Stadtzentrum zu genießen.

Wo trinken Sie Ihren Espresso am liebsten? Wie gesagt, meine Lieblingsorte sind die traditionellen Kaffeebars. Dazu zählen das Caffè San Carlo, das Bicerin (der Geburtsort des gleichnamigen Getränkes), das Caffè Fiorio, die Gran Bar und das Caffè Elena.

„Unser Espresso ist ein Teil des täglichen Lebens und wird mit angenehmen, entspannten Momenten verbunden.“

Sie sind die „Lavazza Culture & Arts“-Botschafterin. Wo liegt die Verbindung zwischen Kunst und Kaffee? Die ersten Schritte machten wir mit dem unübertroffenen Meister der Werbung Armando Testa, der in den späten 1950er Jahren zusammen mit Lavazza unvergessliche Werbeslogans und international bekannte Figuren wie Caballero und Carmencita erschuf. Eine intensive Verbindung mit der Kunst ging Lavazza jedoch 1993 mit dem legendären Lavazza Kalenderprojekt ein. Mit dieser Initiative würdigt das Unternehmen die fotografische Kreativität einiger der wichtigsten Fotografen unserer Zeit. Der Lavazza Kalender ist ein kraftvolles Instrument zur Vermittlung der unternehmerischen Werte sowie zur Stärkung der internationalen Wahrnehmung unserer Marke – die Bilder des Kalenders sind ein Marketing- und Kommunikationsmittel auf internationaler Ebene. In jüngster Zeit, d. h. in den letzten drei Jahren, ging es in unserem Kalender auch um das Engagement des Unternehmens auf dem Gebiet der sozialen Verantwortung.
Als von Kreativität und Innovation geprägtes Unternehmen versuchen wir kontinuierlich, unsere Arbeit im Bereich Kunst und Kultur als eine der wichtigsten Säulen unserer internationalen Strategie zu erweitern. So können wir Lavazza als Premium-Kultmarke positionieren und weltweit an großen Ausstellungen in den wichtigsten kulturellen Institutionen mitwirken – und zugleich unser Produkt einem internationalen, an Kunst und Kultur interessierten Publikum präsentieren.

Ist künstlerisches Engagement bei Lavazza Tradition? Zusätzlich zu den eben erwähnten Aktivitäten hat Lavazza in den letzten Jahren sein Engagement zur Unterstützung von Kunst und Kultur ausgedehnt. In diesem Rahmen kooperieren wir mit einigen der weltweit bekanntesten kulturellen Institutionen, wie mit den Musei Civici di Venezia, mit dem Kulturmuseum MUDEC in Mailand und seit Kurzem mit der Eremitage in Sankt Petersburg. Diese Partnerschaft wurde erst im Dezember 2016 bekanntgegeben. In Turin arbeiten wir mit Camera (italienisches Zentrum für Fotografie) und der Fondazione Merz zusammen und wirken an den wichtigsten internationalen Kunst- und Fotografieveranstaltungen mit. Außerdem pflegen wir eine großartige Partnerschaft mit dem Guggenheim Museum in New York. Diese begann im Jahr 2014 mit der Unterstützung von „Italian Futurism, 1909–1944: Reconstructing the Universe“ und hat sich seitdem zu einer mehrjährigen inspirierenden Zusammenarbeit entwickelt. Mit unserer in diesem Jahr begonnenen Kooperation mit der Peggy Guggenheim Collection in Venedig ist Lavazza nun ein Guggenheim Global Partner.
Und schließlich wurde ich – unabhängig von der Zusammenarbeit des Unternehmens mit Guggenheim in New York – im März 2016 in das Board of Trustees des Museums gewählt.

In welchen Kunstbereichen sind Sie besonders aktiv? Was ist der Grund für diese Vorliebe? Ich sammle zeitgenössische Kunst und Fotografie – Grund dafür ist meine persönliche Verbindung mit diesen Medien. Vielleicht ziehen mich diese auf natürliche Weise an, da ich so viele Jahre lang das Markenimage von Lavazza gemanagt habe. Darunter war auch unser jährliches Lavazza-Kalenderprojekt, für das Größen wie Helmut Newton, Annie Leibovitz, Steve McCurry und dieses Jahr Denis Rouvre gearbeitet haben.

Was sind Ihrer Meinung nach die Meilensteine in der Entwicklung des Unternehmens Lavazza? Es gibt so viele Meilensteine … Seit der Erfindung der Kaffeemischung bis zur Zubereitung des ersten Espressos im Weltraum im Rahmen des ISSpresso-Projektes: Die über 120-jährige Geschichte von Lavazza basiert auf Leidenschaft, Neugierde, Unternehmergeist und Erfolg. Diese Unternehmensgeschichte leben und gestalten wir ganz intensiv seit vier Generationen bis heute. Von der Kaffeeproduktion über Verpackung und Kommunikation bis hin zu hochmodernen technologischen Produkten – Lavazza scheute vor Risiken nie zurück. Für unser Unternehmen bedeutet das die Verbreitung der authentischen italienischen Kaffeekultur und zugleich die Aufladung der Marke mit neuen Bedeutungen, jedoch stets in engstem Kontakt mit unseren ursprünglichen Familienwerten und unserem Erbe. Seit 1895 gehört es zur unternehmerischen Philosophie von Lavazza, sich durch Innovationsgeist von anderen abzuheben.
Für Lavazza bedeutet Tradition nicht einfach die Wahrung der Vergangenheit. Es heißt auch, schwierige Zeiten mit Kraft und Durchhaltevermögen zu überstehen und uns selbst immer wieder als innovative und authentische italienische Familie mit einem soliden, auf Werten gegründeten Fundament neu zu erfinden.
Gerade bereiten wir uns auf die Präsentation der neuen globalen Unternehmenszentrale in Turin Anfang 2018 vor. Der vom Architekten Cino Zucchi gestaltete Gebäudekomplex im Herzen der Stadt soll nicht nur ein LEED-zertifizierter Firmensitz sein, sondern insbesondere ein öffentlicher Ort mit zahlreichen einzigartigen Elementen, unter anderem einem Museum, das dem Erbe des Unternehmens und der Kaffeekultur gewidmet ist, sowie dem in Zusammenarbeit mit dem berühmten Koch Ferran Adrià entwickelten Restaurant CONDIVIDERE by Lavazza und vielem mehr. Unsere neue Unternehmenszentrale bestärkt die Verbindung mit unserer Heimatstadt Turin und trägt zudem zur Entwicklung eines unterschätzten Stadtteils bei.

Wenn Sie das Unternehmen Lavazza zu den Zeiten Ihres Urgroßvaters mit dem Unternehmen heute vergleichen: Was sind die wichtigsten Unterschiede? Die Entwicklung des Unternehmens ist klar: von einem kleinen regionalen Kaffeeunternehmen hin zu einer weltweit führenden Kaffeemarke. Es war sicherlich eine Herausforderung für meinen Urgroßvater, seine Vision zu leben und ein so revolutionäres Unternehmen zu gründen. Aber durch die Bewahrung genau dieses Geistes können wir noch heute so viele großartige Dinge umsetzen!

Stellen Sie sich vor, Ihr Urgroßvater könnte eine Zeitreise in die heutige Zeit unternehmen – was würde er denken, und welchen Rat würde er Ihnen geben? Ich glaube, er wäre von unserem Unternehmen heute begeistert. Es würde ihm gefallen, dass sein kleiner Laden im Zentrum von Turin heute authentischen italienischen Kaffee in über 90 Ländern weltweit serviert. Sein Rat? Im Leben gibt es immer noch mehr auszuprobieren! ☛

Francesca Lavazza mit dem Fotografen des Lavazza Kalenders Steve McCurry.

Bildquelle: Edelmann, Italien

FOOD-TREND ESPRESSO: DIE ENTDECKUNG DER AROMENVIELFALT

Der Tisch ist gedeckt. Die Gäste können kommen. Ein besonderes Espresso-Gourmet-Dinner wartet auf die Ouvertüre.

Bestandteile des Aroma-Tasting-Aufbaus.

Im „The Table“ in Hamburg zauberte 3-Sterne-Koch Kevin Fehling anlässlich eines Medien-Events ein exklusives Espresso-Gourmet-Dinner auf den Tisch und begeisterte mit seinen Kreationen sowohl Pressevertreter als auch Gourmets.

Fotos: Peter Krausgrill

3-Sterne-Koch Kevin Fehling vom „The Table“ und Dr. Oliver Knop, Geschäftsführer von Lavazza Deutschland, freuen sich über eine gelungene Veranstaltung.

Die Mannschaft vom „The Table“ bei der Zubereitung der Vorspeise Hummertartar mit Holunder, Gurke und Martinischaum.

Espresso ist Kultur. Espresso ist Genuss. Um dieses inspirierende Produkt den Gästen näherzubringen, lud Kevin Fehling gemeinsam mit Lavazza unter dem Motto „Faszination Espresso – eine Reise in die Welt der Aromen“ zu einer besonderen Espresso-Verkostung und einem exklusiven Dinner ein. „Espresso ist ein täglicher Begleiter von mir und bereits seit einiger Zeit experimentiere ich auch mit der Verwendung von Espresso in meiner Cuisine, denn dieses Naturprodukt entfacht ein unglaubliches Feuerwerk an Aromen. In meinen Kreationen geht es mir darum, den ganz eigenen Charakter des Espressos zu erfassen und ihn in der perfekten Kombination mit anderen Zutaten und in der optimalen Dosierung zur Geltung kommen zu lassen“, erklärt Kevin Fehling. „Das heutige Espresso-Gourmet-Dinner ist eine Uraufführung. Ich habe es mit meinem aktuellen Menü ‚Das Tor zur Welt‘ kombiniert. Der Espresso kommt dabei als Aromengeber bei der ungestopften Gänseleber und beim Rehrücken zum Einsatz, ebenso im Dessert, einem ‚Espresso

Ulrike Neiss, Leiterin des Lavazza Training Center, erläutert die Geschmackswelt der Lavazza Kaffees und die unterschiedlichen Aromen der beiden Spitzen-Espressos „Alteco“ und „Kafa“.

Lavazza Barista-Trainer Paul Kaiser beim Aufbrühen eines frischen Kaffees mit Filter in der Chemex-Glaskanne.

Macchiato‘ mit Bienenstich und Haselnuss-Lavendel-Biskuit. Als krönenden Abschluss servieren wir unseren Gästen ‚Duetto di Espresso‘ – eine Inszenierung zweier perfekt zubereiteter Espressos mit harmonisch dazu passenden Köstlichkeiten von uns.“

Die ausgewählten Gäste, darunter zahlreiche Vertreter führender Medienhäuser, sprachen den Kreationen mit sichtlichem Vergnügen zu. Vor allem die ungestopfte Gänseleber mit Lavazza Kafa Forest Coffee, die Jakobsmuschel mit Fruchtchutney und Thaicurryschaum, der Rehrücken mit einer Lavazza Alteco Kaffeejus und das Duetto di Espresso sorgten unter den Gästen für große Begeisterung.

Begleitend zu dem exquisiten Menü wurden die Gäste in die faszinierende Welt der Espresso-Aromen eingeführt. Die Leiterin des Lavazza Training Center, Ulrike Neiss, stellte die beiden Lavazza Produkte für die Spitzengastronomie, den edlen „Kafa Forest Coffee“ aus Äthiopien und den biozertifizierten Espresso „Alteco“, vor. Lavazza Barista-Trainer Paul Kaiser präsentierte dem interessierten Fachpublikum unterschiedliche Zubereitungsmethoden wie den Chemex-Aufguss sowie die Cold-Brew-Methode und erklärte deren Einfluss auf Aroma und Geschmack des jeweiligen Kaffees. Nach dem Menü luden Kevin Fehling und Lavazza zu einem abschließenden Networking und Gourmet-Austausch ein. Dazu kredenzte Mixologe Bernardo Bernard redefinierte Cocktails auf Basis der kleinen schwarzen Bohne, wie einen Espresso Martini, Caffè Mojito oder Caffè Pepper Daiquiri.

Lavazza Deutschland Geschäftsführer Dr. Oliver Knop drückte seine Ziele im schönen Ambiente des Sternerestaurants „The Table“ deutlich aus: „Wir wollen die Espresso-Kultur in Deutschland nachhaltig fördern und bekannter machen. Mit solchen Events können wir zeigen, was alles in der kostbaren Bohne steckt – eine Aromenvielfalt, die sich nicht nur in der Tasse, sondern auch im Menü oder Cocktail hervorragend präsentieren lässt und für geschmackliche Überraschungsmomente sorgt. Wir freuen uns auf weitere, spannende kulinarische Experimente mit Kevin Fehling.“ ☛

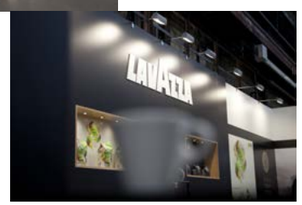
Links: Jakobsmuschel mit Fruchtchutney, Kalamansi und Thaicurryschaum.
Mitte: Rehrücken mit Pfirsich-Melba-Gel, Roter Bete, Spitzkohl, Sellerie und Kaffeejus. Rechts: Ungestopfte Gänseleber mit Kirsche, Haselnuss und Kaffee.

Mit Spannung erwarten die geladenen Gäste, was Kevin Fehling und sein Team gezaubert haben.
Mit am Tisch Foodblogger Stephan Rauh alias „Schmackofatzo“ (links).

Links: Duetto di Espresso: Lavazza Kafa Forest Coffee und Alteco.
Rechts: Cocktail-Kreation von Mixologe Bernardo Bernard, Caffé Mojito mit Lavazza Alteco Espresso, Rum, Minze, Limette und Zimt.

Lavazza Stand-Dekoration mit Motiven der Spitzenköche Massimo Bottura, Kevin Fehling, Harald Wohlfahrt und Davide Oldani.

Fotos: Stephan Rauh/Veronique Held



Chef-Sache-Impressionen: Lavazza Stand und Lavazza Genussbotschafter Harald Wohlfahrt bei seinem Masterclass-Vortrag mit aufmerksamen Zuhörern.

WIR HABEN ESPRESSO ZUR CHEF-SACHE ERKLÄRT

Das Avantgarde Cuisine Festival CHEF-SACHE beweist erneut seine Position als größtes Gastronomie-Symposium im deutschsprachigen Raum. Im September dieses Jahres standen bei der inzwischen neunten Veranstaltung über 50 Top-Referenten auf drei Bühnen.

Auf der Netzwerk-Plattform Chef-Sache trafen sich auch dieses Jahr die kreative Elite der Gastronomie und die Avantgarde der Spitzenköche – diesmal in Düsseldorf, in den Alten Schmiedehallen im Areal Böhler. Besucherrekorde und restlos ausgebuchte Flächen in der Kölner Location machten einen Umzug in größere Räumlichkeiten notwendig. Hier konnten nun auch ganz neue Ideen verwirklicht werden. So wurden erfolgreich eine MASTERCLASS-Bühne und eine spezielle Plattform für Sommeliers, F&B Manager und Servicekräfte, die SCHOOL OF WINE, realisiert. Diese neuen Formate führten nicht nur zu einer Ausweitung der Besucherstruktur von begeisterten Restaurateuren, Köchinnen und Köchen sowie Servicepersonal sondern auch zu einer Ausdehnung in Richtung Weinwelt.

So konnten in diesem Jahr die Besucherzahlen deutlich auf über 3.300 gesteigert werden, davon rund 185 Journalisten und Blogger. Zudem stieg die Anzahl der Aussteller auf über 100. Und alle zeigten sich von der neuen Halle begeistert, deren Großzügigkeit, Helligkeit und gestylte Industrie-Atmosphäre zur insgesamt entspannten Stimmung der Veranstaltung beitrug.

Für Spitzenkoch Massimo Bottura ist die Chef-Sache eindeutig „the best organized chef's congress of the world", wie er zufrieden kundgab. Nirgendwo trifft man mehr Kollegen. Niemand bietet ein spannenderes Programm und mehr Entertainment. Unterstützt von einer Vielzahl von Medienpartnern ist die Veranstaltung so zur größten Networking-Plattform und zu einem bedeutenden Branchentreffpunkt geworden.

Lavazza war auf der Chef-Sache mit einem großzügigen Stand vertreten, der die Besucher einlud, italienische Gastfreundschaft zu erleben, die Lavazza Espressos für die Spitzengastronomie zu verkosten und sich mit unserem Team über Kaffee und die vorgestellten Lavazza Maschinen auszutauschen.

Die Masterclass, ausgerichtet von Lavazza, widmete sich ausschließlich einem der wichtigsten Umsatzträger in der Gastronomie, dem Kaffee. Und ebenso wie beim Einkauf von Fisch, Fleisch und Gemüse zählt hier nur eins, die Qualität, damit ein exzellenter Espresso der krönende Abschluss des Menüs wird. Harald Wohlfahrt, Sternekoch-Legende und Lavazza Genussbotschafter, referierte darüber, welche Faktoren die Qualität eines Kaffees beeinflussen und welche Aromenvielfalt im Espresso steckt. Sein spannender Vortrag „Die Kaffeekultur in der Spitzengastronomie" war restlos ausgebucht und die Besucher hörten seinen Ausführungen über die Bedeutung eines Spitzen-Espressos in der Top-Gastronomie interessiert zu. Seine Botschaft fasst er mit klaren Worten zusammen: „Ein Espresso wird zum Ende eines Menüs serviert. Er ist der Abschluss – das große Finale. Der Espresso am Ende gibt geschmacklich noch einmal alles und ist der letzte Eindruck, der von einem Menü hängenbleibt. Ein perfektes Menü braucht zum Abschluss einen perfekten Espresso!" ☛

„EINMAL ESPRESSO ZUM TRINKEN MIT TASSE ZUM AUFESSEN!“

Fotos: Roger Richter

Auch in diesem Jahr wieder sehr beliebt und stark frequentiert: der Lavazza Stand auf der Südback in Stuttgart.

Lavazza präsentierte sich auf der Südback in Stuttgart als perfekten Espresso-Partner für das Bäcker- und Konditorenhandwerk. Eine starke Marke, erstklassige Qualität, kreative Konzepte und Nachhaltigkeit sind überzeugende Argumente, die Kunden und Messebesucher gleichermaßen begeistern.

Lavazza Deutschland Geschäftsführer Dr. Oliver Knop im Gespräch.

Die Südback ist eine der wichtigsten Trendmessen für das Bäcker- und Konditorenhandwerk in Deutschland. Sie ist die Drehscheibe für die Präsentation von Trends, Entwicklungen und technischen Innovationen. Hier tauscht man Ideen, Meinungen und Informationen aus und stellt neue Trends, Entwicklungen und technische Innovationen vor.

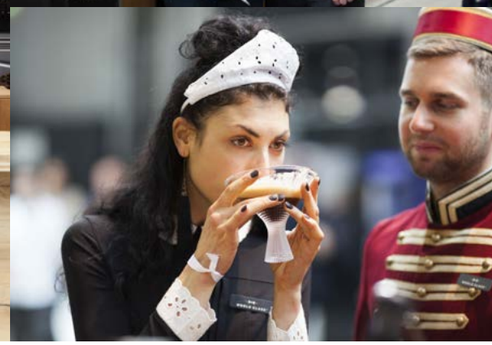
Der italienische Traditionsröster Lavazza präsentierte sich dabei mit passgenauen Lösungen für das anspruchsvolle Bäcker- und Konditorenhandwerk. Um den umkämpften Markt der Frühstücks- und Snackkunden anzusprechen, sind zunehmend neue Konzepte und kreative Ideen gefragt. Viele Bäcker und Konditoren setzen auch verstärkt auf Premiumqualität und das Angebot nachhaltiger Produkte. In diesen Segmenten präsentierte sich der italienische Traditionsröster Lavazza auf der Südback als perfekter Partner und ermöglicht den Unternehmen Profilierung und Umsatzsteigerung im Kaffeegeschäft.

Kaffeekompetenz und Fortschrittexpertise zeigte Lavazza auch gleich mit einer Innovation, die neugierige Besucher sofort in ihren Bann zog: „Coffee in the cone“ heißt der neue Trend. Lavazza präsentierte an seinem Messestand einen original italienischen Espresso, Cappuccino oder Latte Macchiato in einer echten Waffel. Ideal für diejenigen, die gern etwas Neues ausprobieren und nach dem Genuss eines leckeren Kaffees einfach mal die „Tasse“ aufessen möchten. Wir stellen uns auch gleich die Bestellung vor: „Einmal Espresso zum Trinken mit Tasse zum Aufessen, bitte!“

„Es geht schon lange nicht mehr nur um ein gut aufgestelltes Sortiment an Brot, Brötchen, Kuchen und eventuell einen Filterkaffee dazu“, sagt Dr. Oliver Knop, Geschäftsführer Lavazza Deutschland. „Wichtig ist, was der Konsument als Gesamtkonzept in der Bäckerei vorfindet – angefangen beim Interieur bis hin zum perfekten Backwaren- und passenden Kaffeeangebot. Die Bäckereien entwickeln sich immer mehr zu Orten des Konsums. Das ist ein Trend, der anhält. Dabei spielt Kaffee natürlich eine große Rolle.“

Daher liefert Lavazza für den schnelllebigen Bäckereialltag umfassende Konzepte aus einer Hand. Neben einer breiten Produktpalette wurden unterschiedliche Maschinenlösungen von der Filtermaschine über die Siebträgermaschine bis zum Vollautomaten angeboten. Maschinen und Bohnen sind jeweils perfekt aufeinander abgestimmt, zum Beispiel bei der für Vollautomaten optimierten Expert Linie. Die Produkte in neuem Verpackungsdesign transportieren die zentralen Werte des italienischen Traditionsrösters: Qualität, Professionalität und Trendbewusstsein. Das Sortiment bietet bewährtes Aroma in neuem Outfit und umfasst die Sorten „Aroma Top – 100 % Arabica“, „Crema Classica“, „Gusto Pieno“ und „Gusto Forte“. ☛

Fotos: Peter Reinbothe



Impressionen der Lavazza Caffè-Bar auf dem gelungenen Bar Convent 2017. Zufriedene Gesichter beim Lavazza Barista- und Training Center Team.

BCB
BAR CONVENT BERLIN

COLD BREW, NITRO UND DIE „MAGISCHE" PHYSIK

Tradition trifft auf Zeitgeist. Auf dem Bar Convent Berlin 2017 setzte Lavazza als offizieller Kaffeepartner neue Trends in der Barszene.

Am 10. und 11. Oktober fand bereits zum elften Mal der Bar Convent in Berlin (BCB) statt. Hier, wo sich jedes Jahr die Entscheider der Bar- und Getränkeszene versammeln, präsentierte Lavazza auch in diesem Jahr seine original italienischen Espressos und Spitzenkaffees der Branche. Die Lavazza Baristas zauberten für die zahlreichen Besucher ihre italienischen Caffè-Spezialitäten in die Tasse oder ließen zwischendurch auch mal einen Espresso im Glas „schweben". Was auf den ersten Blick nach Zauberei aussah, hatte natürlich mehr mit Physik und Magnetismus zu tun als mit schwarzer Magie. Wobei der „kleine Schwarze" im Glas auf jeden Fall zauberhaft gut schmeckte. Kein Wunder bei einem echten italienischen Espresso à la Lavazza. Auch eine Kaffeezapfanlage und ein „Cold Brew Dripped Tower" sorgten für Aufmerksamkeit.

Neben innovativen Kaffeezubereitungen wie Cold Brew sowie dem neuen Sommertrend Nitro-Kaffee zeigte der Kaffeeröster aus Turin die gesamte Bandbreite italienischer Espresso-kompetenz. Für alle Einsatzzwecke bietet Lavazza der Gastronomiebranche „Rundum-sorglos"-Pakete an, die von Kaffees, Maschinen und Zubehör über Möbel bis zu Rezeptideen, Beratung und professionellem Training durch Baristas reichen. Neben Qualität spielen vor allem Wirtschaftlichkeit und einfache Handhabung entscheidende Rollen.
Auch zum Trendthema Nachhaltigkeit beweist Lavazza seine Innovationskraft. Vorgestellt wurde Lavazza Alteco Organic Premium Blend, ein nachhaltiges Bioprodukt für anspruchsvolle Kaffeegenießer. Alteco erfüllt hohe ökologische Standards und ist mit zwei Gütesiegeln ausgezeichnet, dem EU-Bio-Logo und der UTZ-Zertifizierung. Der neue Biokaffee von Lavazza positioniert sich im gehobenen Segment und bereichert das Produktportfolio für die anspruchsvolle Gastronomie und Hotellerie.
In jeder Kaffeebohne stecken vielfältigste Geschmacksnuancen. So verwundert es nicht, dass sich die edle Bohne auch hervorragend als Grundlage für Cocktails eignet. Am Lavazza Stand auf dem BCB wurden überraschende Kreationen wie Lavazza Martini, Coffee and Tonic, Coffee Mojito oder auch der alkoholfreie Coffee Pepper Pie vorgestellt und zum Probieren serviert. Begleitend war Lavazza auf der Coffee Stage mit Vorträgen zu den Themen perfekter Espresso, Kaffeeneuheiten, Fairtrade und Kaffeecocktails vertreten. Darüber hinaus unterstützte Lavazza die Coffee Stage mit spannenden Fachbeiträgen und inspirierenden Rednern. Unter dem Motto „Black is back" erfuhren interessierte Besucher Kaffeetrends aus der Szenegastronomie, die von den Referenten Paul Kaiser, Barista-Trainer bei Lavazza Deutschland, und Bernardo Bernard, Barmeister IHK, vorgestellt wurden. Zum Thema „Kaffeequalität – der lange Weg zum Genuss" lauschten sind die Zuhörer gebannt den Ausführungen von Ulrike Neiss, Leiterin des Lavazza Training Centers.
„Auf dem diesjährigen BCB zeigten wir wieder einmal, wie vielfältig die Bohne an der Bar eingesetzt werden kann: ob als perfekter Espresso, als Begleiter für einen wunderbaren Abend oder als trendiger Cocktail, der den Gast mit neuen Geschmacksnuancen überrascht. Wir wünschen uns, dass die Bar-Szene eine verstärkte Affinität zum Kaffee entwickelt", so Dr. Oliver Knop, Geschäftsführer von Lavazza. ☛

Hola Chicas!

FOOD ON HIGH HEELS

Beim Feinschmecker-Spektakel „Zurheide Gourmet Festival 2017“ standen dieses Jahr die Köchinnen aus der Sterne- und Spitzengastronomie im Mittelpunkt. Stargast Jorge González, Choreograf, TV-Entertainer und Model, schickte seine „Chicas“ auf den Catwalk. Und Lavazza Espresso sorgte für heißen Genuss und den richtigen Kick zu jeder Gelegenheit.

Fotos: © RUHR*MEDIEN

Geballte Foodkompetenz mit den Köchinnen und Köchen auf dem Zurheide Festival 2017.

Von links im Uhrzeigersinn: High Heels auf dem Laufsteg – Jorge González zeigt, wie es geht. Iris Bettinger mit ihren Kreationen. Zurheide Logo und das Lavazza Barista-Team.

Das alljährlich stattfindende Feinschmecker-Event „Zurheide Gourmet Festival“ fand am 17. September 2017 bereits zum achten Mal im Zurheide Düsseldorf, einem der größten Feinschmecker-Supermärkte Deutschlands, statt. Unter dem Motto „Zurheide goes High Heels“ gaben sich Spitzenköchinnen, Kochbuchautorinnen sowie Nachwuchstalente die Ehre und begeisterten die rund 1.500 Gäste auf höchstem Niveau mit ihrer Kochkunst, darunter Sarah Henke, Meta Hiltebrand, Léa Linster, Erika Bergheim, Sonja Frühsammer, Iris Bettinger, Viviana Varese, Su Vössing und Véronique Witzigmann. Aber auch einige Sternekoch-Kollegen wie Nelson Müller, Tristan Brandt und Dieter Koschina haben es sich nicht nehmen lassen, ihre Kolleginnen tatkräftig zu unterstützen.
„Wir freuen uns sehr, dass so viele Sterne- und Spitzenköchinnen die Challenge angenommen haben, für unsere zahlreichen Gäste zu kochen. Dies ist wirklich eine Herausforderung, denn in den meisten Top-Restaurants sind weniger als 60 Plätze vorhanden. Bei uns gilt es, innerhalb nur weniger Stunden an einem einzigen Tag über 1.000 Gäste auf höchstem Niveau kulinarisch zu begeistern. Ich bin schwer beeindruckt, wie die anwesenden Köchinnen dies mit Bravour gemeistert haben“, so Jörg Tittel, zuständig für Gastronomie und Events im Zurheide Düsseldorf. Großen Anklang fand in diesem Jahr auch Stargast Jorge González: „Es war ein wunderbares Festival. Ich bin sehr stolz auf meine Chicas, die eine tolle Show abgeliefert haben, und absolut begeistert vom Können der Spitzenköchinnen, die so viele Gäste und auch mich so fantastisch kulinarisch verwöhnt haben. Ich freue mich auch, dass ich die Ehre hatte, mit tollen Frauen ein Catwalk-Training durchzuführen.“ Auch Hair- & Make-up-Artist Boris Entrup bereicherte die Veranstaltung und gab seinen Gästen wertvolle Beauty-Tipps.

Am stark frequentierten Lavazza Stand konnten die Gäste von den Baristas perfekt zubereiteten „Lavazza Kafa Forest Coffee“ genießen, einen „Single Origin Espresso“, der vorwiegend in der Spitzengastronomie angeboten wird.
Darüber hinaus verwöhnte Sterneköchin und Lavazza Markenbotschafterin Iris Bettinger die zahlreichen Gourmets mit einer besonderen Dessert-Kreation, die diesen besonderen Espresso als wesentlichen Bestandteil beinhaltet: „Pochierte Birne mit Kaffee-Schokoladen-Gewürzsud, Kürbispolenta und Zwetschgeneis und Lavazza Kafa Forest Coffee.“

Auch das diesjährige Motto „Zurheide goes High Heels“ fand so großen Anklang unter den Feinschmeckern, dass innerhalb von nur zwei Wochen sämtliche Karten vergriffen waren. ☛

High Level: 1.000 Espresso-Desserts für süße Genießer

Foto: © Jürgensen, Düsseldorf

An Lavazza schätzt Sterneköchin Iris Bettinger die Leidenschaft für das Produkt, die verlässlich hohe Qualität und die Professionalität in der Zusammenarbeit. Speziell für das Zurheide Gourmet Festival hat sie ein besonderes Espresso-Dessert mit Lavazza Kafa Forest Coffee als Bestandteil kreiert.

Iris Bettinger hat sich mit Leidenschaft, Perfektion und Kreativität ihren Platz unter Deutschlands Spitzenköchen gesichert. Die sympathische Sterneköchin, Spitzenköchin der Jeunes Restaurateurs und Lavazza Botschafterin kreierte speziell für das Zurheide Gourmet Festival ein spezielles Espresso-Dessert. Im Interview spricht die Ausnahmeköchin über Frauen in der Küche, italienisches Lebensgefühl und den perfekten Espresso.

Frau Bettinger, das Motto des diesjährigen Zurheide Gourmet Festivals lautet „Zuheide goes High Heels". Hat Sie dieser Schwerpunkt gefreut? Ja, das hat mich sehr gefreut. Mein erster Gedanke war: Dann treffe ich alle meine netten Kolleginnen wieder, die ich lange nicht mehr gesehen habe. Ich hatte immer mal wieder vom Zurheide Gourmet Festival gehört. Nun passt das Motto perfekt und ich freue mich, dabei zu sein. High Heels werde ich wohl nicht tragen können. Wenn man 1.000 Desserts wie bei dieser Veranstaltung serviert, dann braucht man auf jeden Fall bequeme Arbeitsschuhe. Privat oder bei einer Gala-Veranstaltung darf bei mir der Absatz aber durchaus mal etwas höher sein.

Unter den Sterneköchen in Deutschland finden sich vergleichsweise wenige Frauen. Woran liegt das? Viele Frauen stehen irgendwann vor der Entscheidung, ob sie sich vorrangig um den Beruf oder um die Familie kümmern wollen. Sie fragen sich, ob sie als Küchenchef alles unter einen Hut bekommen können. Viele entscheiden sich dann für eine Position in der zweiten Reihe. Wer als Küchenchef eine Auszeit nimmt, muss hart kämpfen, um auf diesem Level wieder einzusteigen. Es gibt viele tolle Köchinnen, doch die meisten streben nicht an die Spitze. Manchen jungen Frauen fehlt vielleicht auch das Selbstbewusstsein oder der Mut, den Schritt in diese Männerdomäne zu wagen.

„Der beste Weg ist es, durch seine Arbeit zu überzeugen."

Welche besonderen Eigenschaften sind nötig, um sich als Sterneköchin in einem männlich geprägten Umfeld zu behaupten? Man braucht auf jeden Fall ein dickes Fell. Grundsätzlich kann man zwei unterschiedliche Wege gehen. Man setzt auf die mädchenhafte Tour und versucht zu gefallen. Dann wird man hofiert und es herrscht eine nette Atmosphäre, doch am Ende wird man nicht richtig ernst genommen. Im anderen Fall lässt man sich nicht auf dieses Spiel ein, man agiert eher wie ein Mann. Dann muss man sich den Respekt erarbeiten. Für mich war das recht einfach. Ich bin nicht der Typ Girlie und in unserer Familie stehen Frauen schon in der vierten Generation in der Küche. Während meiner Ausbildung habe ich jedoch auch die volle Wucht der Männerdominanz gespürt. In der heutigen Generation spielt das Geschlecht allerdings nicht mehr eine so große Rolle wie früher. Schon ich hatte es bedeutend leichter, mich zu behaupten, als zum Beispiel meine Mutter.

Wie haben Sie es geschafft, sich durchzusetzen? Ich bin meinen eigenen Weg gegangen und habe mir eine gewisse Unabhängigkeit geschaffen. Ich habe mich nicht gefragt, wie das ein Mann wohl machen würde, sondern ich habe meinen eigenen Stil gesucht und gefunden. Ich habe auch nie versucht, zu gefallen oder einer bestimmten Rolle zu entsprechen. Auch habe ich mir nie Sonderrechte herausgenommen. Der beste Weg ist es, durch seine Arbeit zu überzeugen. Wenn man eine charmante Art mitbringt, kann das natürlich auch nicht schaden.

Unterscheiden sich Frauen und Männer in ihrer Art zu kochen? Setzen sie unterschiedliche Schwerpunkte? Nein, eigentlich unterscheiden sie sich nicht, zumindest heute nicht mehr. Früher war das vielleicht etwas anderes. Meine Mutter hat zum Beispiel nicht so gerne Kutteln verarbeitet. Sie fand das irgendwie unästhetisch. Männer sind da manchmal etwas unerschrockener und brachialer.

Unterscheiden Frauen und Männer sich auch in der Art des Essens und Genießens? Anders gefragt: Wenn Sie ein Menü nur für Frauen kreieren sollten, würde das anders aussehen als eines nur für Männer? Bei Frauen würde ich zunächst einmal auf das Alter schauen. Jüngeren würde ich vielleicht Sashimi servieren. Bei älteren Damen würde ich auf einen Klassiker setzen, also zum Beispiel eine Bouillabaisse. Frauen achten häufig darauf, dass nach dem Essen das Kleid noch passt, sie mögen es leichter und weniger deftig. Da würde ich eher Fisch oder helles Fleisch auftischen. Eine reine Männerrunde könnte ein Stück Fleisch, eventuell Wild, bekommen, vielleicht am Tisch aufgeschnitten. Man fällt dabei tatsächlich schnell in gängige Klischees, aber diese Dinge halten sich hartnäckig.

Gibt es ein Netzwerk oder einen besonderen Austausch unter den Spitzenköchinnen? Ein offizielles Netzwerk gibt es nicht. Wir treffen uns aber zu verschiedenen Gelegenheiten immer wieder. Mit manchen telefoniere ich auch zwischendurch. Weil es kein regelmäßiges Treffen gibt, freue ich mich besonders, die Kolleginnen auf dem Zurheide Gourmet Festival zu sehen.

Sie sind das einzige weibliche Mitglied der Vereinigung junger Spitzenköche, der „Jeunes Restaurateurs". Fühlen Sie sich in diesem Umfeld manchmal wie eine Exotin? Am Anfang habe ich mich tatsächlich wie eine Exotin gefühlt, doch das hat sich schnell gelegt. Ich habe keine Hemmungen in einer Männerrunde, ich kenne das aus dem Betrieb. Von den Jeunes Restaurateurs bin ich sehr herzlich aufgenommen worden und ich spüre eine hohe Akzeptanz. Die Stimmung ist sehr nett und ich werde immer mal wieder von Kollegen zum gemeinsamen Kochen eingeladen.

Zum Thema Kaffee: Was verbinden Sie persönlich mit Italien und italienischer Kaffeekultur? Ich habe eine sehr enge Bindung zu Italien. Schon als Kind bin ich mit meinen Eltern regelmäßig ins Tessin an den Luganer See gefahren, da wir dort ein Ferienhaus hatten. Dort habe ich schon früh das italienische Lebensgefühl aufgesogen. Zum Essen ging es häufig in ein Grotto und zum Abschluss jedes Essens gab es natürlich einen Espresso. Ich kannte beide Seiten: den Filterkaffee meiner Uroma, serviert in riesigen Pötten, und den duftenden Espresso in den winzigen Tassen. Das hat mich als Kind sehr fasziniert. Mit Italien verbinde ich vor allem schönstes Sommerwetter, gutes Essen, das Flanieren am Abend am See und den Cappuccino oder Espresso zu jeder Gelegenheit. Dolce Vita – dieser Begriff trifft es tatsächlich.

Warum haben Sie sich für Lavazza als Kaffeepartner entschieden? Mein Kaffeepartner sollte auf jeden Fall aus Italien kommen. Das hat sicher etwas mit meinen Kindheitserinnerungen zu tun, aber auch mit dem speziellen Lebensgefühl, das ein Espresso verkörpert. Lavazza ist in Italien der Kaffeeröster Nr. 1 und blickt auf eine lange Familientradition zurück, so dass die Entscheidung einfach war. An Lavazza schätze ich die Leidenschaft für das Produkt, die verlässlich hohe Qualität und die Professionalität in der Zusammenarbeit.

„Ein guter Espresso ist wie ein Stück gute Schokolade."

Welchen Stellenwert hat der perfekte Espresso in der gehobenen Gastronomie als Abschluss eines Menüs? Der Espresso hat einen sehr hohen Stellenwert. Heute sind viele Gäste Kaffeeexperten, sie kennen sich mit Sorten, Röstungen und Herkunftsgebieten aus. Hinsichtlich des Kaffees gab es einen kompletten Wandel. Kaffee ist nicht mehr automatisch gut, der Gast erkennt Feinheiten und beurteilt den Kaffee im Detail. Mich trifft es persönlich, wenn ein Gast sagt, dass der Kaffee nicht schmeckt. Dann fange ich gleich an zu überlegen, ob mit dem Druck oder der Brühtemperatur an der Siebträgermaschine etwas nicht stimmt.

Welche Bedeutung haben Kaffee und Espresso für Sie persönlich? Das Geschmackserlebnis variiert je nach Gemütsverfassung. Einen Kaffee oder einen Espresso zu trinken, ist wie ein Ritual. Wenn ich ihn gegen 18 Uhr vor dem Abendservice genieße, dann soll er mich in Schwung bringen. Nach dem Service ist er dagegen ein leckerer Absacker. Im privaten Bereich ist er natürlich vor allem der perfekte Abschluss nach dem Essen und er dient der Geselligkeit, wenn man sich zum Kaffeetrinken verabredet. Ein Espresso ist ein Gesamterlebnis. Geschmacklich empfinde ich ihn als intensiv, ausgewogen, mit leichter Säure und fruchtigen Aromen. Ein guter Espresso ist wie ein Stück gute Schokolade.

Wie und wo trinken Sie am liebsten Ihren Kaffee? Ich trinke vor allem Espresso. Zwischendurch auch einmal einen Cappuccino und morgens gerne auch Filterkaffee. Der Filterkaffee erlebt ja zurzeit eine Renaissance. Vor allem zum Frühstück ist er nicht wegzudenken.

Für das Zurheide Gourmet Festival haben Sie ein spezielles Dessert mit Lavazza Kaffee kreiert. Woraus besteht es? Es ist eine Art Birne Helene mit einem Kaffee-Schokoladen-Gewürzsud. Dazu gibt es süße Kürbispolenta und Rahmeis mit Zwetschgen. Wir servieren rund 1.000 Portionen, das ist in der Tat eine Herausforderung – und mit High Heels nicht zu schaffen! ☛

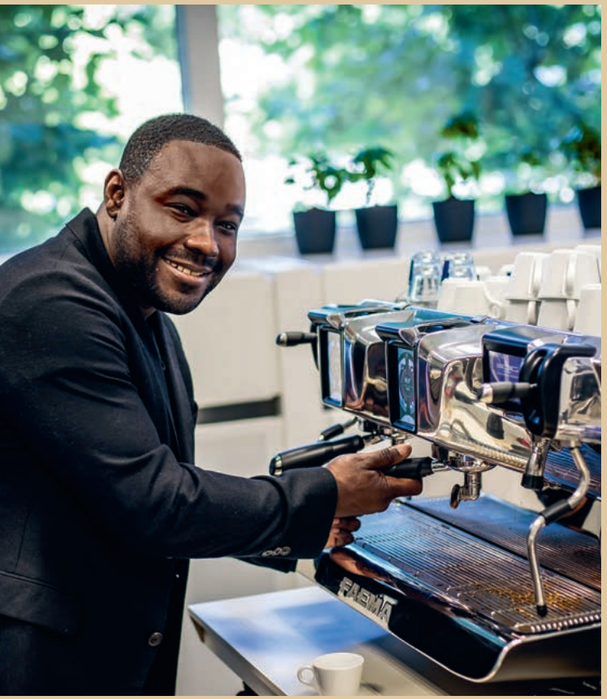


Foto: Peter Krausgrill

Für Nelson Müller hat die Lavazza Espresso-Schulung deutlich gemacht: Hier geht es um höchste Handwerkskunst.

„WIR SOLLTEN DARÜBER NACHDENKEN, ESPRESSO ZU INSZENIEREN"

Für Sternekoch Nelson Müller sollte Espresso in der Gastronomie mehr kommuniziert werden. Seine Vorstellungen und Gedanken dazu gibt er in unserem spannenden Interview preis.

„Home is where the heart is", so stellt Nelson Müller sich gerne vor. Der Sohn ghanaischer Eltern, der seit seinem vierten Lebensjahr in Deutschland lebt, kann eine eindrucksvolle Karriere als Sterne- und TV-Koch, als Moderator und Sänger vorweisen. Il Corriere traf den 38-Jährigen zum Interview im Lavazza Training Center in Frankfurt und konnte feststellen: Sein Herz schlägt nicht nur für seine Heimat, fürs Kochen und fürs Singen, sondern auch für eine guten Espresso – von Lavazza.

Herr Müller, Sie servieren in Ihren Restaurants italienischen Espresso von Lavazza. Warum haben Sie sich für ein Produkt aus Italien entschieden? Beim Espresso von Lavazza spüre ich die Produktverliebtheit der Italiener und ihre besondere Lebensphilosophie, in der Genuss und Ernährung ein kulturelles Gut sind und einen hohen Stellenwert im Alltag haben. Diese Sichtweise lernen wir Deutschen gerade erst nach und nach, vor allem vom südlichen Ausland. Wir entdecken, dass es Spaß macht, sich auf diese Weise etwas Gutes zu tun. Wir nehmen uns öfter einmal Zeit für die kleinen Dinge des Lebens und entwickeln eine neue Liebe zum Detail.

Warum fiel Ihre Wahl auf Lavazza? Lavazza ist eine Traditionsmarke, das schafft schon im Vorfeld Vertrauen. Doch letztlich sind es die Menschen, die hinter einer Marke stehen und sie authentisch leben, die einen überzeugen können. Das war auch in meinem Fall so. Die Art und Weise, wie die Lavazza Mitarbeiter die Produkte präsentiert und erklärt haben, ist bei mir sehr gut angekommen. Es waren die Begeisterung, die Überzeugung und die Liebe zum Produkt, die spürbar und ansteckend zugleich waren – und natürlich die herausragende Qualität.

Was sind die Herausforderungen bei der Zubereitung eines perfekten Espressos? Die Schulung, die ich im Lavazza Training Center genossen habe, hat mir noch einmal deutlich gezeigt, dass Espresso in besten Sinne des Wortes ein Handwerksprodukt ist. Man muss sich dieses Handwerk bis zu einem gewissen Grad aneignen, um einen guten Espresso zu erzielen. Natürlich kann man einen Vollautomaten einsetzen, doch das Ergebnis wird sich niemals mit einem Espresso aus Barista-Hand messen können. Kaffee ist ein wertiges Produkt, das zudem oft mit Ritualen verbunden ist. Der ideale Espresso muss geschmackliche, visuelle und auch psychologische Wünsche auf den Punkt bringen.

Als Sternekoch sind Sie ein Experte, wenn es um Geschmackserlebnisse geht. Welches Geschmackserlebnis ruft ein Espresso bei Ihnen hervor? Ich wage zu behaupten, dass Geschmacksempfindungen variieren, sie können zum Beispiel von der Jahreszeit oder auch dem aktuellen Moment abhängen. Bei der Verkostung im Lavazza Training Center hat mir der Robusta-Kaffee vom Bauch und vom Körper her extrem gut gefallen, vor allem die schokoladigen und nussigen Noten haben mich überzeugt. Dazu kombinieren sich die Röstaromen zu einem außerordentlichen Geschmackserlebnis. Andererseits war auch Kafa, also ein Produkt aus 100% Arabica-Bohnen, sehr fein. Ich schätze seine Eleganz, die feine Milde und leichte Säure. Es ist sicher mit Mehraufwand verbunden, aber im Grund müsste man in der Gastronomie beide Produkte parallel anbieten.

Welchen Stellenwert hat Espresso oder Kaffee allgemein in der gehobenen Gastronomie? Kaffee und Espresso sind Produkte, die eher unterschwellig funktionieren. Man trinkt Kaffee oder Espresso fast nebenbei, sie sind selbstverständliche Begleiter in unserem Leben. Deshalb liegt es an uns Gastronomen, ob und wie wir das Erlebnis Espresso kommunizieren. Wir sollten darüber nachdenken, ihn zu inszenieren und damit ganz bewusst in den Vordergrund zu rücken.

Verwenden Sie Kaffee oder Espresso in Ihren Menüs? Es gibt einige Kreationen, in denen ich Espresso in der Küche einsetze, hauptsächlich im Dessertbereich, aber auch in der Sauce oder als Jus. Ein Klassiker ist die Kombination aus Espresso, Sherry und Kirsche, also ein Sherry-Mus, gebackene Kirsche und Espressoeis. Immer wieder zum Einsatz kommt auch meine Espresso-Zabaione.

Kaffee gestern, heute, morgen: Welche Entwicklungen sehen Sie in der Kultur des Kaffees? Wir definieren uns heute immer mehr über den Genuss, das heißt, wir vermarkten uns über das, was wir genießen und wo wir es genießen. Diese Entwicklung sieht man auch beim Kaffee, der eine immer größere Individualisierung erfährt. Jeder hat seinen Lieblingskaffee, seine bevorzugte Zubereitungsart und vielleicht einen Lieblingsort, an dem er seinen Kaffee trinkt. Dies ist ein grundsätzlicher Trend, der sich meiner Ansicht nach in den nächsten Jahren noch verstärken wird. Die Menschen werden sich intensiv mit den Produkten beschäftigen. Je mehr sie über ein Produkt wissen, umso mehr Spaß werden sie daran finden und umso tiefer in das Thema einsteigen.

Welche Trends sehen Sie beim Kaffee? Analog zu anderen Foodtrends spiegelt auch der Kaffee die veränderten Lebensgewohnheiten der Menschen wider, zum Beispiel die gesteigerte Mobilität. Kaffee verlässt die eigene Wohnung und wird zunehmend außerhalb getrunken. Grundsätzlich steigen das Qualitätsbewusstsein und die Anforderungen an ethisches, nachhaltiges und umweltbewusstes Handeln bei den Produzenten. Das erfordert von den Unternehmen entsprechendes Verhalten und unbedingte Transparenz in diesen Punkten. Nur so können sie ihre Glaubwürdigkeit bewahren und ein Vertrauen schaffen, dass der Konsument honoriert, indem er das Produkt auswählt und bereit ist, einen entsprechend höheren Preis zu akzeptieren.

Wie und wo trinken Sie Ihren Kaffee am liebsten? Was bedeutet er Ihnen? Ich trinke sehr gerne Cappuccino. Ich liebe die Mischung aus Kaffeearomen und Milch, die den Geschmack verlängert. Morgens trinke ich allerdings zunächst einmal Wasser, um den Stoffwechsel anzukurbeln, später dann einen Kaffee. Kaffee bedeutet für mich in erster Linie Genuss, sich Zeit nehmen, innehalten. Doch auch den Geschmack, das wohlige Erlebnis von warmer Flüssigkeit und seine anregende Wirkung schätze ich sehr. ☛

„Beim Espresso von Lavazza spüre ich die Produktverliebtheit der Italiener und ihre besondere Lebensphilosophie."

Bicerin di Torino

HEISSER TIPP FÜR KALTE TAGE

Passend zur kalten Jahreszeit erweckt Lavazza ein traditionelles Turiner Winterrezept zu neuem Leben: „Bicerin di Torino“. Diese heiße Mischung aus Espresso, Schokolade und Sahne sorgt für warme Gefühle bei den Kaffeegenießern und ist schon lang kein Geheimtipp mehr.

Wenn die Tage kürzer werden und die Temperaturen sinken, erfreuen sich in Turin sowohl Einheimische wie auch Touristen eines wärmenden Getränkes, das hier in der norditalienischen Stadt seinen Ursprung hat. In vielen der historischen Cafés wird dann ein „Bicerin“ bestellt – eine heiße Symbiose aus Kaffee, Schokolade und Sahne. Der Bicerin verbindet auf köstliche Weise das intensive Aroma eines Espressos mit dem zarten Schmelz von Schokolade und feiner Sahne. Kein Wunder, dass dieses „süße Elixier“ schon damals zum Lieblingsgetränk der Turiner avancierte und bis heute dort fester Bestandteil der Kaffeehauskultur ist. Serviert wurde es seinerzeit noch im Glas (ital. „Bicerin“).
Lavazza holt mit dem „Bicerin di Torino“ das beliebte und traditionsreiche Heißgetränk aus Turin jetzt nach Deutschland. Der Bicerin spricht alle gaumenverwöhnten Espresso-Liebhaber an und zaubert italienisches Flair in jede Cappuccino-Tasse.

Zu dieser köstlichen Spezialität stellt Lavazza ein umfangreiches Promotionpaket zur Verfügung. Es kann bei Lavazza ausschließlich und exklusiv von der Gastronomie bezogen werden. Beim Kauf von vier Kartons (24 kg) Lavazza Espresso-Bohnen nach Wahl erhält der Kunde Gratiszugaben für die Zubereitung und eine dekorative Präsentation des Getränks. Im Gratispaket enthalten sind eine Kilopackung Eraclea Schokolade, jeweils sechs Cappuccino-Tassen und -Untertassen sowie hochwertige Rezeptkarten, Poster, Theken- und Tischaufsteller zur Bewerbung des Getränks. Aber aufgepasst: Wer als Gastronom von dieser Winterköstlichkeit profitieren möchte, sollte schnell zugreifen, denn diese Rezeptspezialität ist nur bis Ende des Jahres erhältlich.

Das Winter-Promotionpaket 2017 von Lavazza „Bicerin di Torino“ können alle Lavazza Gastronomiekunden und diejenigen, die es noch werden möchten, beim Lavazza Kundenservice bestellen. Telefon: +49 69 631551-63
E-Mail: de.kundenservice@lavazza.com

Das Lavazza „Bicerin di Torino“-Winter-Promotionpaket 2017.
Limitiert und nur für kurze Zeit.

ERACLEA

Heiße Trinkschokolade
FÜR SÜSSE GENIESSER

Die kalte Jahreszeit steht vor der Tür und alle wollen Kakao. Die heiße Schokolade ist bei den Deutschen äußerst beliebt und besonders in der Gastronomie unverzichtbar. ERACLEA bietet hier genau das Richtige mit erstklassigem Geschmack durch einen hohen Kakaoanteil.

Eraclea Lacte au Chocolat Milchschokoladenpulver, 1 kg, Eraclea Trinkschokoladenpulver, 1 kg.

Langsam wächst wieder ein Bewusstsein für den Genuss beim Essen. Viele sehen auch keine Diskrepanz mehr darin, sich gesund zu ernähren und sich ebenso etwas Süßes zu gönnen. Die Konsumenten achten dabei aber immer mehr auf Qualität und bevorzugen hochwertige und besondere Produkte. „Slow Food“ beziehungsweise „Soul Food“ soll es sein – statt Fast Food.
Während Schokolade lange pauschal und zu Unrecht als ungesund „verteufelt“ wurde, erfreut sie sich heutzutage einer ungeahnt hohen Beliebtheit. Tendenz steigend. Die Auswahl und Vielfalt ist größer denn je. Schokolade wird auch ganz bewusst als reines Genussmittel wahrgenommen. Und bekanntlich soll sie ja glücklich machen.
Auch Trinkschokolade liegt voll im Trend und ist heißbegehrt. Gerade der Außer-Haus-Konsum ist besonders hoch.
Lavazza sorgt jetzt mit Eraclea Trinkschokolade bei den Liebhabern des begehrten Heißgetränks für ganz besondere Genussmomente. Der hohe Anteil feinsten Kakaos aus afrikanischer Herkunft garantiert erstklassige Geschmackserlebnisse. Hergestellt in der Tradition der alten aztekischen Herrscher enthält Eraclea Trinkschokolade einen großen Anteil an Kakaobutter, die für ein aromatisch-vollmundiges Trinkerlebnis sorgt. Die original italienische Kultmarke entstand 1968 in Mailand und steht mit ihren Trinkschokoladen nach Art der Azteken für lange Tradition und beste Qualität. Die Eraclea Produkte sind ab sofort fester Bestandteil des gastronomischen Sortiments von Lavazza. Nähere Informationen erhalten Sie bei Ihrem Lavazza Kundenbetreuer.

SUPERIOR TEAS
WHITTINGTON®

„It's Teatime" mit Whittington
GENUSSVOLLE MOMENTE

Mit den Superior-Tees von Whittington können Gastronomen und Hoteliers auf eine Premiummarke mit mehr als 40-jähriger Tradition zurückgreifen. Whittington Tees sind inspiriert von britischer Leidenschaft und Londoner Tee-Feeling. Interessiert? Jetzt mit 34 feinen Sorten im Lavazza Sortiment!

6 goldene Teeregeln

1 Je hochwertiger der Tee, desto besser der Geschmack! Guter Tee stammt in der Regel aus Teegärten in bekannten Anbaugebieten. Die klimatischen Verhältnisse, die Bodenbeschaffenheit und die Anbau- und Produktionsmethoden sind dort optimal aufeinander abgestimmt. Sie bilden so die Ausgangsbasis für alle Varianten exzellenter Teekreationen und den perfekten Genuss in den Tassen der Gäste.

2 In der Ruhe liegt die Kraft. Geben Sie dem Tee die Zeit, die er braucht, um sein Aroma zu entfalten. Das Aroma eines guten Tees blüht erst richtig auf, wenn der perfekte Ziehzeitpunkt erreicht ist. Grüner Tee kann verhältnismäßig kurz ziehen, Kräuter- und Früchtetees vertragen es sehr gut, mehrere Minuten zu ziehen. Die schönste Freude ist die Vorfreude auf die perfekte Tasse heißen Tees.

3 Hochwertiges Glas- oder Porzellangeschirr ist besser für den Geschmack geeignet als Tassen und Kannen aus Metall. Tee ist sehr geschmacksempfindlich und möchte für seine optimale Entfaltung mit gebührendem Respekt behandelt werden. In traditionellen Teezeremonien kommen dafür oft unterschiedlichste Kannen und Tassen zum Einsatz. Wird Tee in der Kanne serviert, sollte diese nicht auch für die Kaffeezubereitung verwendet werden.

4 Weiches Wasser ergibt einen feineren Teegeschmack. Hartes Leitungswasser sollte man deshalb zunächst durch einen Wasserfilter laufen lassen. Dieser reduziert Kalk- und Chloranteile und kann den Härtegrad des Wassers senken. Das Ergebnis: Der Teegeschmack wird runder und weicher. Für die Gastronomie und Hotellerie kann die Anschaffung einer Trinkwasseraufbereitungsanlage eine lohnende Investition sein.

5 Jeder Tee hat seinen eigenen Charakter. Konzentriert und aufmerksam genossen, offenbart er sein Wesen und seine wohltuende Wirkung und harmonisiert Körper und Geist. Mit 34 Produkten bietet das Sortiment von Whittington für den Gast die besten Voraussetzungen, neue Lieblingstees zu entdecken oder bereits vertraute Sorten in perfekter Qualität zu genießen und es sich bei einer Tasse Tee gut gehen zu lassen.

6 Die Aufbewahrung von losem Tee ist eine Wissenschaft für sich. Loser Tee sollte möglichst dunkel und luftdicht abgeschlossen aufbewahrt werden. Mit den einzeln verpackten Whittington Tees müssen Sie sich darum keine Gedanken machen. Dank ihres Aromaschutzes garantieren sie für mindestens drei Jahre perfekten Teegenuss.

Fotos: Lavazza

Bewusst entschleunigen und nicht weniger als das Beste genießen – diesem Anspruch entsprechen die vier neuen Bio-Tees von Whittington, die ihre Spitzenqualität einem streng kontrollierten Anbau verdanken.
Wie alle Whittington Mischungen garantieren auch die Bio-Sorten Genuss für alle Sinne und zeigen in der Gastronomie, dass der Wunsch des Gastes nach Premiumqualität verstanden wird.
Beziehen können Gastronomen und Hoteliers die vier Bio-Sorten über Lavazza.

201

NILGIRI BLUE MOUNTAIN
Mit malziger Note und sehr feinen Aromen – mit Milch oder pur ein Genuss.

202

GUNPOWDER
Ein grüner Bio-Tee mit frischem, intensivem Bouquet aus mehrfach gerollten Teeblättern.

203

FRESH MINT
Exotisch duftend und belebend, wird diese Kräutermischung mit einer Scheibe Zitrone perfekt.

204

CARAMEL VANILLA ROOIBOS
Koffeinfreier Genuss mit köstlichen Noten von Malz, Karamell und Vanille.

ALTECO: WER GUTES SÄT, ERNTET DAS BESTE.

ALTECO bedeutet auf Esperanto „hoch". Hoch wie die Bergregionen in denen Lavazza unberührte Gebiete gefunden hat. Hier werden ausgesuchte Kaffeesorten nachhaltig biologisch angebaut, für eine Espressomischung in höchster Qualität, mit authentisch-unverwechselbarem Aroma. Eigens kreiert für die Experten der Gastronomie, die nach der perfekten Kombination zwischen Geschmack und Nachhaltigkeit verlangen.

Der erste BIO zertifizierte Kaffee von Lavazza.

UTZ
Better farming
Better future

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895