

Historia – resan till vår moderna kaffekultur

Häng med på en resa till dagens svenska kaffekultur där det italienska espressokaffet allt mer har hamnat i centrum, men som nu börjar få viss konkurrens. Färden tar sin början efter andra världskrigets slut och gör avstickare till Italien och USA.

Italienarna tar hit espresson

Kaffedrycken espresso har framför allt under det senaste decenniet blivit en kär dryck för oss svenskar antingen i form av vanlig espresso eller som grund i olika kaffedrycker som caffè latte, cappuccino eller espresso macchiato. Den kom till Sverige med de italienska invandrarna som flyttade hit under 1940- och 1950-talet då verkstadsindustrin ropade efter kunnigt yrkesfolk. SKF och Volvo i Göteborg och Asea i Västerås är några exempel på sådana industrier. Att då ta med sig sina stolta kaffetraditioner från det soliga hemlandet i söder är en självklarhet. Är du italienare i Göteborg på 1950-talet kan det hända sig att du besöker Kahls kaffebutik på Artillerigatan, några kvarter bort från SKF:s fabrik. På Kahls är de snabba att fånga upp de nya kaffeinfluenserna. Där tar man hjälp av sina italienska kunder som får vara med att utveckla helt nya mer mörkrostade espressoblandningar. Det dröjer dock ännu ett tag innan espressomaskinen gör sitt inträde här, men under tiden gör den sitt segertåg över övriga världen: San Fransisco, New York, London, Wien och Paris. Den första espresson i Sverige sägs ha sålts 1959 på Piccolino i Hötorgshallen i Stockholm, som fortfarande ligger kvar där nedanför rulltrappan till höger.

Första koppen på krogen

Under 1960-talet är espresson i Sverige en ren restaurangprodukt, som dricks efter maten på genuina italienska pizzerior och jugoslaviska krogar. Espressomaskinerna är ganska få till antalet vid den här tiden och merparten används sparsamt. Italienska espressomärket Lavazza är ett av de första på den svenska marknaden och kommer i slutet av 1960-talet via entreprenören Franco Privitera på Interoffe i Stockholm. Från den här perioden och fram till runt millennieskiftet utvecklas kaffet som produkt, då det paketeras som espressomalet, franskrostat, bryggmalet och frystorkat. Perioden kännetecknas av hårdnande prispress och sjunkande kvaliteter. Bland kaffefolk kallas perioden för ”den andra vågen”.

Staden Seattle rycker ledartröjan

Inte förrän under 1970-talet tar marknaden för espressokaffe fart i Sverige. Samtidigt – i espressons förlovade hemland Italien – avstannar kvalitetsarbetet kring produkten, när det vitala nära samarbetet inne i staden mellan maskintillverkare, rosterier och espressobarer slås sönder. Småindustrierna har vuxit och måste flytta ut från stadskärnan. Kvar blir barerna och deras baristor, kaffebartenderna. Det är början till en djup dvala som varar ända fram till i dag. På amerikanska västkusten däremot, i staden Seattle, öppnar rosteriet Starbucks sin första butik 1971. Drygt ett decennium senare kommer de att revolutionera hela världens kaffedrickande. En hel industri börjar växa fram runt staden med maskintillverkare, rosterier och serviceföretag. Så småningom tar amerikanska Seattle över Italiens roll som smältdegel för världens kaffeindustri – kaffets Silicon Valley.

Starbucks inspireras i Italien

Som en reaktion på sjunkande kaffekvalitet och överutnyttjade kaffebönder startas i USA den första föreningen för så kallat specialkaffe 1982, Specialty Coffee Association of America.

Specialkaffet, även kallat gourmetkaffe, skiljer sig från det vanliga kaffet genom den mycket höga kvaliteten, ursprunget är centralt och kaffebonden får vettigt betalt. Långt senare, i slutet på 1990-talet, skapas den Svenska Specialkaffeföreningen (numera SCAE Sweden) enligt den amerikanska förebilden. Under 1983 gör rosteriet Starbucks en resa till Italien och dess espressobarer. Med sig hem till staterna tar de receptet till världens i dag största globala kaffekedja. Det som fascinerar är baristans kontakt med gästerna och barernas gemytliga atmosfär. Starbucks är den stora inspirationskällan för många efterföljare världen över, så också för våra svenska kaffekedjor som dyker upp under 1990-talet.

Mission för mjölken i kaffet

Mot slutet av 1980-talet drar de svenska mejeriföretagen igång sin kampanj för att dämpa den vikande mjölkförsäljningen. De vill få oss att dricka franskinspirerad café au lait – hälften bryggkaffe och hälften varm mjölk. Vid det här laget börjar också en liten skara kaffeentusiaster vakna till liv här hemma. Till deras stora glädje går det nu att köpa maskiner som kan bygga upp ett hyfsat ångtryck, föregångaren till dagens moderna espressomaskiner för hemmabruk.

Entreprenörer sprider det italienska

Under 1990-talet dyker de första Italieninspirerade espressobarerna upp i våra storstäder. I Göteborg startas Caffè Espresso, numera da Matteo. Sedan kommer Sosta i Stockholm och Göteborg får även Bar Centro som värnar om den italienska kaffekulturen. I Bar Centro är Matts Johansson delägare och han blir med tiden en central gestalt inom den svenska espressokulturen. En annan person som missionerar den italienska kaffekulturens lov är Peter Specht Andersen. Det gör han tillsammans med Göteborgsrosteriet Bergstrands 1993 som då etablerar sig i Stockholm och vill satsa på espresso. Men namnet Bergstrands låter inte så italienskt, det översätts istället till italienskans *monte* för berg och *riva* för strand – Monteriva! Monteriva är först ut med att erbjuda ett helhetskoncept kring espresson med bönor, maskiner och service. Efter några år, 1997, sker en separation och Peter driver sedan själv vidare företaget. I Uppsala etablerar sig Janne Bonin vid mitten av 1990-talet för att några år senare starta grossiströrelsen jbccoffeehouse med Mauro-kaffe som viktig produkt. Henrik Hanner tillhör också en av espressopionjärerna i Sverige och via sin grossiströrelse Adesso lanserar han Gaggia och Arcaffè.

Kaffekedjorna sätter fart

En bit in på 1990-talet har den amerikanska så kallade coffee shopkulturen kommit till Sverige. Det sker genom öppnande av några ställen i storstäderna Stockholm och Göteborg. Den finska kaffekedjan Robert's Coffee sätter upp det första kaféet, i Söderhallarna i Stockholm 1992. Först ut bland de svenska kedjorna är Wayne's Coffee några år senare, 1994. Espresso House kommer 1996 och egentligen är det en ren slump. Grundarparet Elisabet och Charles Asker har först tänkt etablera en kycklingkedja, men blir avrådade av Matts Johansson som de träffar när de köper hans kafélokal. Istället uppmanar han dem att satsa på den allt hetare produkten kaffe. Fler kedjor dyker därefter upp som hakar på trenden. Till en början är det mycket hemmasnickrat, småskaligt och amerikanskt. Kunskapen om produkten kaffe är låg. Men det nya är själva upplevelsen och serveringen. I storstäderna intar också coffee shoppen rollen som det tredje rummet för många människor, mellan arbetet och hemmet. Café au lait på bryggkaffe, byter skepnad till caffè latte på espresso.

Amerikanska tv-serier ökar suget

Vid slutet av 1990-talet sker en uppdelning av kaffeställena i espressobarer och coffee shoppar. Det sker i samband med Wayne's Coffees och Espresso Houses kraftiga

expansioner, som får god draghjälp av amerikanska tv-serier som *Vänner*, *Ally McBeal* och *Sex and the City*. Det är där vid tv:n som svenskarna på allvar får upp ögonen för de gigantiska kaffedryckerna i pappersmuggar. Espressoaren har mer fokus på espresson, små varor och kulturupplevelser, medan coffee shopparna satsar på volym, stora kaffedrycker och bakverk. Den ojämna kvaliteten som råder utgör vid den här tiden det största hotet mot branschen – en kopp kaffe kan antingen vara helt fantastisk eller fullständigt vedervärdig.

Tävlingar tar fart och ett löv blir till

För att sätta fokus på det bortglömda kvalitetsarbetet inom branschen genomförs 1999 den första svenska tävlingen i baristahantverket – Barista Cup. Arrangör är Svenska Specialkaffeföreningen. Christian Frändfors från Göteborg tar hem segern och får titeln Årets Barista 1999. På tävlingspodiet är det hemliga italienska kaffeblandningar som gäller med mycket robusta. Vinnaren Christian åker tillsammans med domaren Matts Johansson och några fler svenskar till Oslo på det första nordiska baristaevenemanget, arrangerat av det innovativa rosteriet Solberg & Hansen. Där får de uppleva baristakonst, latte art, för första gången. Gutten Morten har varit över till staterna, iakttagit och köpt med sig några instruktionsvideor hem. Nu står han där och håller med stadig hand upp mjölkskum till ett lövmönster. Johansson och de andra häpnar och tycker först det känns lite småfånigt.

Projektet Beige styr upp

Ungefär samtidigt bestämmer sig branschföreningen Svensk Mjölk för att göra en nysatsning på mjölken i kaffet. Gunilla Steinwall, då generalsekreterare för En rökfri generation, plockas in som projektledare. Det dröjer inte länge förrän hon får kontakt med arrangörerna till tävlingen Barista Cup, i vilken hon ser stor potential. I den här vevan, 2000, kommer också Matts Johanssons och Petter Bjerkes *Espressoboken* ut, som under flera år framöver blir som en bibel för espressofrälsta svenskar. Ett önskemål från mjölkindustrin för att gå med i tävlingen är att Svenska Specialkaffeföreningen organiserar sig som en riktig förening. Så sker. Visionären Jan Hartman får ordning på föreningen och Matts Johansson utses till ordförande. Något år efter det magiska besöket i Oslo lanseras projektet Beige och tävlingen Beige Award av Svenska Specialkaffeföreningen tillsammans med Svensk Mjölk. Året är 2001 och baristakonsten samt caffè latten står i centrum. Kaveh Azizian blir först att vinna Beige Award och koras till Beige Champion.

Sydländsk kaffepassion i Skåne

Under tiden har italienaren Aldo Castiglione etablerat sig i Skåne. Han tävlar i Barista Cup 2000, vinner och åker till det första världsmästerskapet, World Barista Championship, i Monte Carlo. På plats i tävlingsområdet råder ett organisatoriskt kaos. Ordningssmannan Matts Johansson, som är med, känner sig manad och ställer spontant upp som domare och blir sedan dess fast i domarrollen i såväl Sverige som internationellt. Med åren stramas tävlingarna upp med struktur och regler. Året därpå vinner en av Aldos anställda, Roberto Dell'Aquila, Barista Cup och han hamnar på en hedrande tredje plats i världsmästerskapet. Det ger ett uppsving för Aldos kaffebar och glasseria. Med sitt öppna godhjärtade sätt inspirerar Aldo och drar till sig många kaffeintresserade och är en stark orsak till varför Skåne blivit ett framgångsnäste för baristor. En av många han har introducerat till kaffets magiska värld är Daniel Remheden, i dag en av våra mest tongivande och välrenommerade baristor.

Utbildning i parti och minut

För att höja den låga kunskapsnivån ute på kaféerna drar latteprojektet Beige igång första utbildningen 2002 – en kurs i latte art. Några städer som får besök är Örebro, Jönköping och Stockholm. Intresset visar sig vara överraskande stort, men kursledarna förvånas över de

extremt dåliga kunskaperna hos kaffemakarna. De inser att här räcker det inte med att lära ut hur snygga kaffemönster kan skapas, det gäller att börja från grunden. Den svarta brända espresson i botten med jättehårt mjölkskum måste ersättas av en riktigt god dryck. Beige lanserar därför en rejäl utbildningssatsning året därpå. En specialinredd husbil med kafé och utbildningslokal hyrs in och under tio veckor på hösten 2003 turnerar ett kunnigt baristateam från Luleå i norr till Simrishamn i söder för att öka kunskaperna bakom landets kafédiskar med hjälp av ett nytt utbildningskoncept. Resan blir en vändpunkt, en succé: 800 personer utbildas och uppmärksamheten är stor i massmedierna. Men att åka runt på turné varje år blir dyrt. Istället tar Beige-gänget fram ett certifieringssystem med en välgenomtänkt grundutbildning, baserad på utbildningen under turnén. Utbildningen ska äga rum på kaféerna och skötas av duktiga baristor på de ställen där de arbetar. Ett nätverk av utbildare bildas, som kallas Beige Society. Därefter byggs grundutbildningen på med spetsutbildningarna master och senior. Under årens lopp har i genomsnitt 1 000 personer utbildats årligen.

Uppstickare överraskar branschen

Vid det här laget delas den svenska kaffebranschen upp i två delar: den ena delen går mot det så kallade specialkaffet, den andra blir kvar i det typiskt italienska kaffet. Paradigmskiftet kommer sent i Sverige. Det har redan ägt rum i länder som USA, Australien, Norge, Danmark och på Island. Specialkaffet får ett rejält uppsving när Johan Ekfeldt och Johan Damgaard med flera 2004 startar rosteriet Johan & Nyström, i Tullinge utanför Stockholm. Det blir också en smärre revolution inom den konservativa svenska rosterinäringen där det knappt har öppnat något nytt rosteri på runt ett halvt sekel. Johan & Nyström nischar in sig helt på specialkaffe och under åren som gått har de kapat åt sig en betydande andel av den svenska marknaden för specialkaffe. Inhyrd på rosteriet i Tullinge finns också rostaren David Haugaard som börjar göra avancerade experiment med nya ursprung, underarter och rostningsmetoder. Tillsammans utgör de en katalysator för de mikrorosterier – mindre rosterier med höga ambitioner – som dyker upp i Sverige några år senare.

Hemmabaristorna får ett Mecka

Samma år som Johan & Nyström rostar sina första bönor sitter det äkta paret Monika Simion och Christer Simion-Malmcrona i bilen hem från semestern i Österrike. Där kommer de på sitt livs affärsidé: de ska starta den första butiken som riktar sig till det alltmer kaffeintresserade svenska folket! Espressomaskiner, mockabryggare, mjölkskummare, kvarnar, koppar, bönor och lite mer därtill på ett och samma ställe. Kaffemaskinen blir det naturliga namnet. Under åren som gått har Kaffemaskinen kommit att bli som ett Mecka för hemmabaristan, med fysiska butiker i Stockholm och Göteborg och senare med butik på nätet. Efterföljare börjar komma i dag.

Fler vill ha rättvist kaffe

Den ökade medvetenheten i samhället under senare år kring frågor som kvalitet, ekologi och rättvisa produktionsmetoder får ett genomslag även i kaffebranschen. I livsmedelsbutikerna blir allt fler kaffepaket och bönpåsar märkta med miljö- och etikmärkningar som Krav och Rättvisemärkt. Och ute på kaféerna och i kaffekedjorna syns det också. En som har dragit detta till sin spets är Björn Almér som tillsammans med några före detta kollegor från Espresso House startar Barista Fair Trade Coffee 2006 – Sveriges första kaffekedja med rättvisefokus. Så långt det går ska utbudet vara Rättvisemärkt och ekologiskt. Inspiration hämtar grundarna från Storbritannien, som kommit längst på det här området och där nästan varje kafé med självvaktning kan erbjuda sådant kaffe om man ber om det. Förutom att vara den mest etiska kaffekedjan i Sverige vill de också bli den med högst kvalitet genom att rikta in sig på kunskap och bra produkter.

Småröstare på hugget

Johan & Nyström har under de senaste åren fått svenska efterföljare. I dag finns små mikrorosterier i hela landet som erbjuder specialkaffe: Koppi i Helsingborg, Lilla Kafferosteriet i Malmö, da Matteo i Göteborg, Åre Kafferosteri i Åre och Costas Roastery i Umeå är några stycken. Fler finns och fler är på gång. De gamla storrosterierna som Zoegas, Löfbergs Lila och Arvid Nordquist har sent omsider också vaknat till liv och gör satsningar på området genom att ta fram modernare bönor och espressokaffen. Löfbergs Lila har exempelvis fångat upp den tidigare Barista Cup-vinnaren Torkel Hultén för att utveckla specialkaffet inom bolaget. Fortfarande utgör dock specialkaffet en försvinnande liten volym av den totala kaffeförsäljningen i Sverige men det är ändå det klart starkaste tillväxtsegmentet, i likhet med länder som USA.

Blickarna riktas mot Portland

Inspirationskällan för de svenska mikrorosterierna och specialkaffefantasterna är i dag staden Portland på den amerikanska västkusten och då särskilt företaget Stumptown. Där ligger världens näste för specialkaffets utveckling – det handlar om passion och livsstil. En ny kaffeepok har gjort sitt inträde, ”den tredje vågen”, som utgör en riktig motkultur till det gamla kaffecentrumet i Seattle. I Portland kan du få ditt färskrostade, direkthandlade, etiska ursprungskaffe i en papperspåse (för kaffet är ju en färskvara) med dig hem från något av stadens alla mikrorosterier. Kaffet är alltså på väg att göra samma resa som vinet påbörjade för något decennium sedan – från en flaska med bara vin till att det i dag urskiljs på druvsorter, odlingsätt, jordar, gårdar med mera. Smaker, ursprung och direkthandel blir allt viktigare. Liksom kunskaperna om vin radikalt har höjts, där många restauranger har fantastiska vinlistor och egna sommelierer, är också kaffet på väg åt samma håll. En ny spännande resa har startat!