

De Zuivere Koffie Krant

Coffeenomics

Waarom je beter een paar cent meer kunt betalen voor je koffie dan stemmen met dat rode potlood

>> Pag 4

Ontbossingskoffie:

Ik vlieg niet meer, maar drink wel koffie, zeggen mensen soms beschaamd. Maar hoe slecht is koffie nu echt voor het bos?

>> Pag 5

Steenkoffie?

De wederopleving van de koffieteelt in Arabië en hoe hun *stone coffee* de koffieteelt wereldwijd kan redden

>> Pag 7

Koffie uit Jemen is Wow

Hoe je Jemen uit het slop kunt trekken en tegelijk de koffieteelt kan redden

>> Pag 9

Van bessenpit naar koffieboon

Coffea arabica gaat door vele handen, allemaal zijn ze van invloed op de smaak van koffie

>> Pag 12



Waar gaat deze krant en deze expositie eigenlijk over?

De hele maand **januari** toert **journalist Anthon Keuchenius** de expozaal om tot een **koffieplantage**. Er zijn koffieplanten, uit de boxen toetert zachte latin en er is vooral veel koffie. Speciale koffie.

Keuchenius toerde afgelopen jaar drie maanden langs koffieboeren in Zuid-Amerika om te onderzoeken of de meerprijs die je betaalt voor *specialty coffee* wel goed terecht komt. Het antwoord is ja en dat wil de journalist laten zien aan mensen die niet meer lezen. Bezoekers lopen onder foto's en langs verhalen naar een middentafel waar ze mogen kiezen: goedkope vage koffie of iets duurdere zuivere koffie? Maak kennis met coffeenomics!

's Ochtends is er **live koffie branden**, iets na twaalfen een **openbaar lunchinterview** met iemand uit de koffiewereld, want onderwijl - live journalism - wordt doorgewerkt aan het volgende onderzoek: **wat is eigenlijk de meerwaarde van fairtrade labels en rainforest keurmerken? Wat levert dat stempel op dat pak die koffieboer echt op?**

Van 3 januari tot en met 1 februari, de CultuurHoek alle dagen behalve maandag van 09:30 tot 17:30 uur



Programma KOFFIEPLANTAGE

Open

3 januari tot 2 februari dagelijks
(behalve maandags)
van 9:30 tot 17:30 uur
in de CultuurHoek, in het centrum van Driebergen

(bijna) Dagelijks rond tien uur koffiebranden

rond het middaguur een **openbaar interview** van driekwartier met sleutelpersoon koffiebranche, importeurs, branders, deskundigen, wetenschappers

Check het actuele programma op zuiverekoffie.abumelle.org

Gun de koffieboer een zwembad zodat die koffie voor ons kan blijven telen

Een nieuwe generatie koffieboeren teelt kwaliteitskoffies die zoveel opbrengen dat ook hun kroost overweegt koffie voor de wereld te blijven telen. Een enkeling houdt er zelfs een zwembad op na. 'Om de anderen te laten zien dat je voor vooruitgang niet per se naar de stad hoeft te migreren. Dat je dat betere leven hier misschien wel makkelijker kan bereiken.'

Don Alvaro - slank, grijze manen, racefietsje, praatgraag - werd 71 jaar geleden geboren op een koffieplantage in de *Eje cafetero*, koffie-regio tussen de Colombiaanse steden Cali, Medellin en Bogota. Tropisch groene heuvels, ingeklemd tussen de *Cordilleras*, de ruggengraten van het Andesgebergte. Heet of koud wordt

het hier nooit en het wolkendek is een vast gegeven: het regent hier vaker wel dan niet.

Fijne biotoop voor de koffiestruiken die dik twee eeuwen geleden de America's betraden, naar de geschiedenis verluidt in het kielzog van Hollandse Jezuïeten. Don Alvaro knijpt

zijn ogen toe en denkt een jaar of zestig terug. 'Mijn vader teelde koffie-bessen. Die plukten we op een hoop en de bonen verkochten we. Mijn vader dronk geen koffie. Niemand dronk koffie. We dronken lekker chocola.'

Miljoenen koffieboeren in Midden- en Zuid-Amerika telen koffiebessen, maar zelf drinken ze er maar weinig van. Een bakje *passado* kun je krijgen, 's ochtends vroeg in Peru, Ecuador, Colombia: doorgaans een kopje heet water waar je wat koffie-extract uit een kannetje aan toevoegt. In grotere steden vind je wel hippe coffeeshops met espresso's en lattes voor stedelingen en toeristen, voor de latino's zelf is koffie vooral nog de *cashcrop* die het al zo

lang is: koffie-bessen telen in ruil voor een handvol geld, waarmee je het hoognodige kunt kopen, of je kinderen naar school sturen.

Black Gold

Heel eerlijk was die ruil nooit, daar zijn pamfletten over volgeschreven. Multatuli schreef het anderhalve eeuw geleden al op in zijn *Max Havelaar*. Ondertitels van recentere boeken als *Black Gold*; *the dark history of coffee in Coffeeland*; *one man's dark empire and the making of our favorite drug* suggereren hetzelfde: koffie als exemplarisch voor de donkere kant van het kapitalisme; een oneerlijke ruil met enerzijds een goedkoop bakje troost, anderzijds uitbuiting, honger en ellende, dat is het imago van ons kopje koffie.

Dat imago is aan het veranderen. In het kielzog van Starbucks en aangespoord door een groeiend leger ambachtelijke koffiebranders hebben koffieboeren en klanten elkaar gevonden in een nichemarkt die *specialty coffee* heet; koffie die aan hogere kwaliteitseisen voldoet, in ruil voor een prijs die het vliegwielt van vooruitgang op gang brengt: betere scholing, schonere productie, lekkerder koffie, nog betere prijzen. Een schaalniveau hoger: minder vervuiling en minder migratie.

De vooruitgang is nog niet overal gearriveerd. Rij Peru maar eens binnen vanuit Ecuador, over de *Cordillera*: aan weerszijden van de weg steile hellingen vol donkergroene koffiestruikjes. Op het zwarte, warme asfalt zelf liggen koffie-bessen te drogen op uitgespreide zeiltjes. De bus slalomt er keurig omheen als die het stadje San Ignacio in rijdt. Se *compra cafe*, we kopen koffie, staat geschreven op veel gevels.

Hier heeft koffieboer Vilchez Tarrillo dertig hectare, toch geen bescheiden bezit. 'Nee, haha, dat ga ik niet overnemen, geen denken aan,' lacht zoon Mercedes Vilchez Tarrillo duizend kilometer zuidelijker. Tarillo manoeuvreert zijn auto door de eindeloze middagspits van de Peruaanse hoofdstad Lima, waar hij vanuit het perifere San Ignacio is neergestreken. 'Dat is een veel te hard leven. En sowieso veel te ver van de bewoonde wereld!'

Niet dat Tarrillo in Lima géén hard leven heeft. Doordeweeks druk als vertegenwoordiger in papier, 's avonds en in het weekend als uberchauffeur *moonshinen* om de eindjes aan elkaar te knopen voor zijn intussen gebroken en over miljoenenstad Lima verspreide gezin. Maar alles beter dan koffieboer: 'Mijn vader krijgt misschien 8 soles (2€) per kg voor zijn koffie. Er is daar geen kennis, ze doen maar wat. Ze strooien dure kunstmest, maar zien uiteindelijk de bessen verdrogen aan de struik. Wat daar nodig is, is kennis. Landbouwkundigen.'

In Chirinos - amper twintig kilometer van San Ignacio - is die landbouwkundige kennis wel geland. 'Kijk', zegt Luberrly Tacto, een blad van een koffiestruik in zijn hand. 'Zie je die roodgele vlekken, dat is koffieroest. Dat is mijn vriend, die vertelt me dat ik de plant niet goed verzorg.' Luberrly - derde zoon van Finca Churupampa, een koffiefamilie met twaalf hectares steile hellingen, vijfduizend kilogram >>



FONDS Bijzondere JOURNALISTIEKE PROJECTEN

Abu Melle Journalistieke Producties





Grondlegger Eber Tacto van Churupampa legt uit, in het centrale coffeelab in Chirinos

koffiebonen jaarlijks - klimt nog een stukje bergop, om meteen zijn oplossing te tonen: een overdekt compost-fabriekje.

Het in bergjes opgetaste vruchtvlees van de koffiebes, restproduct van de koffieboon, mengt Tacto met ander tuinafval, dierlijke mest en microorganismes, gewonnen uit witte klei hogerop in de Cordillera. Die organismes - er is geen regenworm te zien - toveren de bergjes in vier weken om tot rulle compost. ‘Dat strooien we rond de koffiestruiken, elk seizoen een paar scheppen. Aanvankelijk nam de oogst af, maar de bodem herstelde snel. Nu hebben we hetzelfde volume als met kunstmest, maar een veel hogere kwaliteit.’

De kwaliteit meten Tacto’s collega’s in Chirinos, een halfuurtje bergop kronkelen met de 4X4. Beneden stapelen potige Peruanen zakken koffie op een stapel. Monsters van elke partij gaan een verdieping hoger naar het *coffeelab*, waar de grijs-groene boontjes gestandaardiseerde brand-, maal- en zetprocedures doorlopen alvorens geschoolde medewerkers ze ‘*cuppen*’: besnuffelen, roeren, luidruchtig opslurpen en uiteindelijk van een score voorzien. ‘Is heus niet zo moeilijk, gewoon veel doen, dan ga je smaken herkennen’, zegt Christeli Zamora, die al jarenlang dagelijks vele monsters *cupt*.

Speciale koffie

Krijgt de koffie een cuppingscore van 80 of meer (op een schaal van 100) dan mag die *specialty coffee* heten en flink meer kosten. Gewone koffie, *commodity coffee*, is veroordeeld tot dagkoersen van de door speculatie geregeerde New Yorkse koffiebeurs. Afgelopen jaar piekte de markt en leverde de beste *commodity* tot 5 dollar per kg op, maar de daling is alweer ingezet. Er zijn jaren geweest dat de prijs de 2 dollar niet haalde.

Specialty coffee trekt zich minder van de koffiebeurs aan en begint dit jaar pas bij 6 dollar per kg. Speciale koffie is een product van wat in koffieland de *third wave* heet: in de jaren negentig gingen kleine koffiebranders uit de VS en Europa zelf hun koffiebonen ophalen bij koffieboeren in de tropen. Die groeiende focus op kwaliteit zag Lluberly’s oudere broer Eber twintig jaar geleden, op cuppingcursus in Panama. ‘Ik zag boeren zulke goede koffies maken, die wilde ik hier kopiëren.

Binnen de lokale coöperatie schoot dat niet op, toen zijn we hier op Finca Churupampa zelf maar begonnen.’

Kunstmest, insecticides en herbicides verdwenen gaandeweg uit het instrumentarium, compost-fabriekjes, overdekte droogbedden en testapparatuur kwamen. Het tweede jaar sloten zeven burens aan, het jaar erop dertig. In 2018 voeren al bijna tweehonderd families het merk Finca Churupampa, genoemd naar de boerderij van de familie Tacto. ‘Vorig jaar vierhonderd families. In 2030 zeshonderd, groter moeten we niet worden,’ zegt Eber Tacto, wiens plannetje in tien jaar is uitgegroeid tot een waar imperium.

De *fincas*, plantages, van aangesloten koffiefamilies liggen in alle windstreken van koffiestadje Chirinos. Een halfuur over gravelwegen naar het westen geldt Cleber Acosta binnen Churupampa als voorbeeldboer. Zijn intens groene hellingen zijn steil als alle andere in Peru, maar tonen ruimer, de planten vitaler. ‘Ik zet ze verder uit elkaar, zodat planten niet onderling concurreren, anders moet je toch weer kunstmest gebruiken. Ik heb nu misschien lagere volumes, maar beter koffie’s.’

Op de gewonnen ruimte plant Acosta bomen en gewassen die je kunt eten of verkopen en goed samengaan met *Coffea arabica*, zoals ananassen. ‘Ananas werkt goed tegen de pied negro, een schimmel.’ Tien jaar geleden zag de toekomst er heel anders uit, vertelt Acosta. ‘Ik stond ik op het punt mijn koffie te rooien en andere gewassen te planten, totdat Eber me vroeg: Heb je land. Ja zei ik, maar de koffie is het niet waard. Wel als je je specialiseert, zei Eber.’

Perfekte koffie

Voorbeeldboer Acosta heeft nu zelfs zijn eigen koffielab: brander, koffiemolen, de voorgeschreven kopjes, in zijn schuurtje vol koffiezakken. Daar kan hij altijd zelf proeven wat hij maakt, maar vandaag slurpt René Padilla Quiroz er aan zijn koffie. ‘Geisha, heerlijke koffie. Ik ben onder de indruk.’ Mexicaan Quiroz is er een uit een leger hippe, vrijgevochten en avontuurlijke *sourcers* die namens die derde golf speurt naar kwaliteitskoffie’s, beeldend opgetekend in weer een ander boek over koffie: *God in a Cup: The Obsessive Quest for the Perfect Coffee*.

Een kwartiertje verder zoekt Quiroz naar nieuwe kwaliteitskoffie’s bij koffieboer Wilder Falcando, in zijn kielzog een rits kinderen en opnieuw zwangere vrouw. Falcando toont de plantage, de bassins waar hij zijn koffiebessen pulpt en tot bonen verwerkt, de overdekte droogbedden waar schimmels geen kans krijgen, allemaal geleerd binnen Churupampa. ‘Ik heb mijn vader zo hard zien werken dacht ik: dat nooit, zodra ik kan vertrek ik naar de stad. Totdat ik in aanraking kwam met Churupampa. Ik werk net zo hard als mijn vader, maar mij levert het op,’ zegt Wilder, zijn ogen gespannen gericht op Quiroz, die aandachtig zijn jongste koffie drinkt.

Churupampa betaalt aangesloten telers dit jaar sowieso minimaal driehonderd dollar voor een quintale, een zak van 55kg koffiebonen die aan de basiseisen voldoen: een score van rond de 83, die als een boer zorgvuldig teelt en verwerkt goed haalbaar is. Eber Tacto rekent voor: ‘Dat is honderdtachtig voor de gemaakte kosten van de teler, vijftien voor transport, twee voor onze winst. Blijft over honderd dollar per zak winst voor de boer. Of meer, als zijn koffie beter scoort dan 85.’

‘Ik zag boeren zulke goede koffies maken, die wilde ik hier kopiëren’

we geven ook terug wat de markt vraagt. Bijvoorbeeld deze Geisha, die verkoopt: we hebben Cleber zelf de zaden geleverd, nu levert hij ons koffiebonen terug.’

Eber Tacto zelf woont tegenwoordig onderaan de bergen, in de stad Jaén, achter de opslagplaats waar arbeiders zakken koffie op hun schouder containers in sjouwen, op weg naar koffieliefhebbers rond de

wereld. De ‘sociale’ onderneming Churupampa telt dertig vaste werknemers en een hoop freelancers. Zo lopen zes agronomische adviseurs de koffieplantages af.

In Chirinos op de oorspronkelijke boerderij Churupampa hebben de broers een bar getimmerd en zwembad aangelegd, voor feesten met aangesloten koffieboeren en een niet mis te verstane boodschap. Eber Tacto: ‘Om iedereen te laten zien dat je voor vooruitgang niet per se naar de stad hoeft te migreren. Dat je dat betere leven hier misschien wel makkelijker kan bereiken.’

Disrupters

De Peruanen moeten hun koffie’s nog wel verkocht krijgen aan de andere kant van de oceanen. In de lange keten tussen koffiebes en kopje koffie heeft de tussenhandel, de *middlemen*, een notoir slechte naam; koffie wordt zo vaak verhandeld dat van de kiloprijs soms maar een fractie bij de boer belandt.

In een rudimentair kantoortje boven een koffiebranderscollectief in Amsterdam Noord vertelt Lennart Clerkx hoe hij zelf de *middleman* werd die hij eigenlijk wilde uitschakelen. ‘De logistiek oplossen, de tussenhandel overbodig maken. Dat lukte niet, toen ben ik zelf maar importeur geworden. Een doorvoeriuk, dat is ThisSideUp.’

ThisSideUp noemt zich the good middleman: de tussenhandelaar die koffie van kleine boerencoöperaties bundelt en koppelt aan kleine branders. Kleine koffiebranders kopen er hun groene koffiebonen, uit alle tropische windstreken. Op hun website staat vermeld welke boer de bonen geteeld heeft, of ze smaken naar noten of fruit, wat de cupscores zijn. Ernaast in een taartdiagram wat de boer krijgt, het transport kost en wat the good middleman zelf opstrijkt.

Clerkx en mede-eigenaar Maarten van Keulen noemen zich ‘*disrupters*’. Aan keurmerken doen ze niet, wel aan korte, traceerbare lijntjes, want ook mooie intenties lopen wel ‘ns spaak. Clerkx: ‘Dan moet je dat kunnen regelen met boeren die je kent, die je in de ogen kunt kijken.’ Van Keulen: ‘We komen met een nieuw systeem dat het bestaande systeem vervangt. Alles transparant en op basis van vertrouwen. Dat je lief kunt zijn voor elkaar, voor het milieu en toch nog geld kunt verdienen.’



“Dat is honderdtachtig voor de gemaakte kosten van de teler, vijftien voor transport, twee voor onze winst. Blijft over honderd dollar per zak winst voor de boer. Of meer, als zijn koffie beter scoort dan 85”

ThisSideUp groeide de afgelopen jaren als kool, van vijf zakjes in 2013 naar vijftig containers afgelopen jaar. Van Keulen: ‘Dat zijn al vijftig miljoen kopjes koffie. Niet slecht voor een nichemarkt waarvan wordt gezegd dat die niet schaalbaar is.’

Maar volgens Sofie Nys van Scufina, een Antwerpse importeur van *specialty coffee*, ligt de aandacht te veel op superkoffies, waarvan de volumes te klein zijn om de koffiewereld wezenlijk te veranderen. Meer aandacht zou er volgens haar moeten zijn voor de lager scorende specialties: ‘Vooral als *specialty* koffie op schaal verhandeld wordt, kan deze niche-markt duurzaamheidsclaims ondersteunen. Niet zozeer via de hoogste en voor veel producenten onmogelijk te bereiken kwaliteiten waar nu erg veel aandacht naar gaat bij kleine branderijen.’

Of zelfbenoemde disrupters als Van Keulen en Clerckx of importeurs als Nys *specialty coffee* meer mainstream kunnen maken is de komende jaren een vraag. De van marketing vergeven koffiemarkt wemelt van moeilijk te verifiëren claims als duurzaam en eerlijk. Van Keulen heeft voor koffiedrinkers wel een tip: ‘Maak de kritische consument in jezelf los. Kijk naar branddatum. Naar herkomst. Hoe gedetailleerder, hoe beter.’

“Zij schaven van het neokoloniale systeem alleen de scherpe hoekjes af, de vraag is of de koffieboer er echt iets mee opschiet”

Verwarrend zijn ook certificeerders als Rainforest Alliance, UTZ en Fairtrade, die net als Thissideup zeggen de koffiemarkt eerlijker en schoner te maken. Van Keulen schaarst die keurmerken onder het kopje *greenwashing*. ‘Zij schaven van het neokoloniale systeem alleen de scherpe hoekjes af, de vraag is of de koffieboer er echt iets mee opschiet. Wij leggen de koppeling tussen kwaliteit en betere prijs: we willen jou beter betalen. Als je dit en dat doet, kunnen wij het ook verkopen.’



Michelle Deugd van Rainforest Alliance herkent zich niet in de schets van Van Keulen. Volgens Deugd is de scope van Rainforest Alliance sowieso veel breder en inclusiever dan alleen *specialty* koffie. ‘Onderzoek toont aan dat aansluiting in veel gevallen tastbare resultaten oplevert, zoals hogere opbrengsten, betere prijzen, een beter werkklimaat en een beter ecosysteem.’

Starbucks en Nespresso
Terug de Atlantische oceaan over probeert Ronald de Hommel zich verstaanbaar te maken over het gekletter heen van een volgende tropische bui, op het dak van zijn enorme koffieloods in Rionegro, niet ver van Medellin, Colombia. Ook De Hommel -voorheen fotograaf van wereldbranden- begon een decennium geleden met een paar zakjes koffie, toen hij voor de liefde neerstreek in Colombia. ‘Omdat in de traditionele koffiemarkt iedereen verdient behalve de boer zelf, wilde ik die tussenhandel uitschakelen. Met een webshop, een koffiebrander in Nederland en verder niks. Dat bleek te idealistisch.’

Vijftien jaar later sturen ruim twee dozijn medewerkers van De Hommel namens de overkoepelende onderneming Coffee Quest - *specialty coffee with added value* - jaarlijks tegen de dertig containers groene kwaliteitskoffie rond de wereld.

Wilson Ordonez, koffieboer van de vijfde generatie, levert De Hommel jaarlijks zesduizend kg topkoffies uit San Agustin, Huila, Zuid-Colombia. Dankzij de prijzen van Coffee Quest boert Ordonez goed, om hem heen ziet hij jongere collega’s de *commodity* koffie juist verlaten: ‘Het is werken van zes ’s ochtends tot acht ’s avonds. De kosten zijn hoog, de baten laag, er blijft weinig over. Daar hebben jongeren geen zin meer in.’

Zo’n jongere is Eric Fernando Bravo. Eric was achttien jaar toen hij uit San Agustin vertrok naar Bogota, vierentwintig toen hij terugkeerde op Finca Chaperotte. Daar kom je alleen lopend, via een steil, glibberig pad boven de net ontsprongen Rio Magdalena, de rivier die Colombia domineert en 1500 km noordelijker uitmondt in de Caraïben. Op de hellingen erboven werkt Bravo nu al weer zes jaar in de koffie. ‘Werken in een kledingfabriek in Bogota was ook niet alles. Hier zit mijn familie, hier is licht en lucht’.



Met hulp van Ordonez en Coffee Quest schakelde Bravo en zijn vader hun plantage om naar *Specialty Coffee*. De vijftienduizend kg jaarlijks leveren nu voldoende cash om inmiddels negen mensen te voeden, aangevuld met gewassen als maïs, yuca en bananen die tussen de koffie groeien en de kippen die eronder scharrelen.

Ontbossingswet
Helemaal zonder kunstmest teelt Bravo zijn koffie nog niet. Ook moet de chemie soms nog een ziekte bestrijden. Maar alles wordt afgebouwd, met instemming van importeur De Hommel, die zich ergert aan keurmerken en certificeerders. ‘Geef die boeren wat ruimte, help hen bij de omschakeling. Met vertrouwen kom je veel verder, anders gaan ze alles verstoppen als de controleur komt.’

Met de recente Europese ontbossingswet komen er nog regels bij. De EU vraagt vanaf volgend jaar dat er geen bos gekapt is voor een reeks aan landbouwproducten, waaronder koffie. Landbouwkundige Gert Van der Bijl van ngo Solidaridad toert

langs Europese importeurs van koffie om de wet uit te leggen. ‘De ontbossingswet is onderdeel van de *Green Deal*. Elf procent van de wereldwijde CO2-uitstoot komt door ontbossing, tien procent daarvan door EU-import. Daar weer van is negen procent koffie. Dus onze koffie-import draagt voor ongeveer 0,1 procent bij aan klimaatverandering.’

“Conclusie: de koffiebrander kan onmogelijk weten wat zich in die lange keten allemaal afspeelt”

Door precieze herkomst te koppelen aan satellietbeelden kunnen importeurs bewijzen dat er geen bos is gekapt. In de gangbare koffietelekt wordt dat moeilijk, zegt adviseur Van der Bijl. ‘In Indonesië is bijvoorbeeld zoveel tussenhandel, daar wordt het echt complex om te garanderen dat je koffie ontbossingsvrij is.’ Van der Bijl wijst op recent onderzoek van onderzoekscollectief *Investigative desk* over de lange en onoverzichtelijke koffieketen, waar garanties over de herkomst van een koffieboon niet realistisch blijken. Conclusie: de koffiebrander kan onmogelijk weten wat zich in die lange keten allemaal afspeelt.

Maar *specialty coffee* kan daar juist zijn voordeel mee doen. Importeur Maarten van Keulen is allang klaar voor de ontbossingswet. ‘Omdat we precies weten van wie we de koffie hebben betrokken. Voor bulkimporteurs is dat wel een probleem. Het dwingt de hele industrie tot *traceability*: waar komt die koffie vandaan, wie zijn dat dan en worden die goed betaald. Ze worden onze kant op gedwongen.’

Volgens consultant Van der Bijl werken businessmodellen als *specialty coffee* sowieso beter dan nog

meer regels en controles. ‘Garantie is er niet, samenhang wel. *Specialty coffee* is gebaseerd op langdurige samenwerking. Het is een sector die zich verantwoordelijk voelt voor het wel en wee van hun leveranciers.’

Fairtrade
Behalve van weer nieuwe regels zegt Importeur De Hommel ‘doodziek’ te worden van het stempel *fairtrade*. ‘Je betaalt een kwartje meer voor je koffie, daarvan gaat twintig cent naar die keurmerken en vijf naar die boer, als het er al terechtkomt.’ Iets positiever is hij over grootschalige inkopers als Nespresso en Starbucks. ‘Boeren zijn blij, want die betalen weer iets meer. Maar als je ziet hoeveel miljoenen zij verdienen, betalen ze hun boeren nog steeds belachelijk weinig.’

Volgens Michelle Deugd van Rainforest Alliance kloppen die getallen niet. Aangesloten boeren ontvangen gemiddeld vijftien cent premie per kilo koffie, bovenop de marktprijs. Nog ns drie cent gaat naar Rainforest Alliance zelf. Rainforest Alliance zegt zich zelf niet met de controles en audits te benoemen, dat doen externe ‘*certification bodies*’ die de producenten overigens wel zelf dienen te betalen. ‘We hechten veel belang aan traceerbaarheid binnen de toeleveringsketen. Wanneer bedrijven gecertificeerde koffie kopen, stellen we strenge eisen om de route van de koffie te kunnen volgen.’

Uiteindelijk kan alleen de koppeling met kwaliteit de koffietelekt redden, denkt De Hommel. ‘Nespresso en Starbucks hebben wel bewustzijn gecreëerd. Door hen zijn de koffiebarretjes ontstaan, waar je veel betere koffie kunt krijgen dan bij Starbucks zelf. Ze voelen onze hete adem in de nek. Als we die *commoditytraders* nog een paar treden omhoog kunnen krijgen is dat winst, voor de boeren. En voor ons. Anders wil over twee generaties niemand nog in de koffie werken.’

Artikel werd eerder gepubliceerd in Vrij Nederland en op Mo.Be en kwam tot stand met steun van FBJP

Coffeenomics

hoe je met jouw koopkracht verschil kan maken

01

Voor een espresso gebruikt de barista 17 gram gemalen koffie

Een espresso (doubleshot) staat gelijk aan 17 gram geroosterde koffie, ook de basis van cappuccino of

latte. Sommige baristas doen er een grammetje bij, anderen zijn juist zuiniger. Ter vergelijking: in een

coffeepad zit 7 gram koffie van onbekende herkomst, in een nespressocapsule 5,5 gram, doorgaans *specialty coffee*.



02

Dat staat gelijk aan 20 gram ongebrande koffiebonen

Omdat groene koffie in het brandproces aan volume wint, maar ongeveer 15% aan

gewicht verliest komen we uiteindelijk op een slordige 20 gram groene koffiebonen,

nodig voor een kopje koffie in de horeca.



03

Een kg *specialty coffee* levert de boer ongeveer 8 euro op

Volgend uitgangspunt -we blijven voor het gemak en het snelle begrip afronden- is een prijs van 8 euro voor

een kg groene bonen. Dat is een gemiddelde prijs die een koffieboer ontvangt voor een kilogram *specialty coffee*.

Dat kan 6 euro zijn of 30, we nemen 8 euro, als mediaan.



04

Specialtykoffieboer krijgt voor horekakopje 16 cent = 5%

Met een kg groen kun je uitgaande van die 20 gram per kopje 50 kopjes koffie zetten. Dat is 16

eurocent per kopje voor de boer. Uitgaande van een koffieprijs van €3 ontvangt de degene die de basis van

de koffie levert ongeveer 5% voor het hoofdingrediënt.



05

Gewonekoffieboer krijgt 8 cent = 2,5%

De wereldmarktprijs van koffie schommelt tussen de €2 en €5. Voor het gemak rekenen we €4 per kg. Gebruikt de

barista gewone koffie in plaats van *specialty* dan daalt de verdienste van de gewonekoffieboer tot 8 van de

300 eurocenten, ofwel ca 2,5% van de totaalprijs.



Koffieboer is de pineut

Dus die gaat coca kweken, of qat, of die pakt zijn boeltje en loopt naar een ander, rijker

land (ook wel: migratie, soms ook: asiel).

06

07

Behalve als jij een normale prijs betaalt

Waar hebben we het over, een verschil van 8 cent per kopje koffie. Maar het is

wel een verschil waarmee de teler een normaal leven kan leiden en ook volgend

jaar weer koffie kan telen, voor ons.

08

Conclusie: met jouw koopkracht maak je meer verschil dan met dat rode potlood.





“Tropische vogels schreeuwen vanuit uitbundig groene bomen rond zijn plantage. Waar Guevaras vader en grootvader nog koeien teelden op schrale weides, groeit nu koffie”

Goede koffie is helemaal geen ontbossingskoffie

Met de ontbossingswet schroeft Europa vanaf 2024 de eisen op aan importeurs van gewassen van buiten Europa. Er mag geen meter bos meer voor gekapt. Ingewikkeld voor importeurs, moeilijk voor de kleine koffieboer. Tenzij die al *specialty coffee* teelt.

Als student tropische landbouw liep de Fransman Arnaud Causse (59) in de jaren tachtig van de vorige eeuw stage in Congo. ‘Met bulldozers walsten we het oerwoud plat. Daar was toch niets en zo konden we gemakkelijk koffie planten. Verschrikkelijk wat we deden, nu schaam ik me daarvoor,’ zegt Causse, die tegenwoordig door heel Latijns-Amerika boeren adviseert in de transitie naar meer duurzame *specialty coffees*: kwaliteitskoffies die zoveel meer opbrengen dat koffieboeren milieuvriendelijker kunnen telen.

wat kunstmest. We hebben een mooiere omgeving gemaakt, een kleine oase in een droge omgeving. We hebben er bijen en zwaluwen gebracht. Het blijkt te werken, we telen er nu *specialty coffees*.’

Green deal

In de strijd tegen klimaatverandering wil Europa verduurzamen, daarom legt het de koffiehandel wereldwijd nieuwe regels op: vanaf november 2024 eist de ontbossingswet van importeurs aan te kunnen tonen

dat er geen bos is gekapt. In de gangbare koffieteelt wordt dat moeilijk, zegt adviseur Van der Bijl. ‘In Indonesië is bijvoorbeeld zoveel tussenhandel, daar wordt het echt complex om te garanderen dat je koffie ontbossingsvrij is.’ Van der Bijl wijst op recent onderzoek van onderzoekscollectief *The Investigative desk* over de lange en onoverzichtelijke koffieketen, waar garanties over de herkomst van een koffieboon niet realistisch blijken. Tenzij het een koffieboon is uit de *specialty* categorie, want die wordt al gevolgd van planter tot brander.

Paradijselijk

In de paradijselijke heuvels boven het Colombiaanse stadje Santuario is het verschil goed te zien. Donkergroene koffiestruiken op alle hellingen, afgewisseld door fruitbomen, lichtgroene bosjes en huisjes waar vrolijke muziek uit waait. Jeeps leveren zakken vol koffiebonen af in het levendige stadje, die na het wegen gelijk en voor altijd ontraceerbaar worden gelegd op de grote hoop van de tussenhandel.

‘Zeventien soles (ca 4 euro)’, zegt een koffieboer op de vraag hoeveel een kilo oplevert. De koffiebeurs piekte afgelopen jaar, prijzen naderen die van *specialty coffee*. De koffieboer, wijst een straatje hoger, waar een coöperatie kwaliteitskoffie inzamelt. ‘Maar *cafe especial* telen vind ik te veel meerwerk, voor te weinig meerprijs. Daar krijg je misschien twintig soles.’

Dat straatje hoger wil Sergino Londiño (29) van Asocafe Tatamo graag uitleggen wat de coöperatie beoogt. De markt is nu goed, maar koffie zakte in 2019 nog onder de 2 euro. Net als in andere daljaren verlieten veel leeftijdgenoten de koffie, om hun heil te zoeken in de grote stad. Een alternatief is het kweken van *specialty coffee*: ‘Wij proberen jonge koffieboeren te helpen de kwaliteit van hun product te verbeteren, zodat ze meer verdienen.’

Bij de coöperatie aangesloten koffieboeren ontvangen nu 20 soles voor *specialty*, zegt Londiño. ‘Maar hoe hoger de score, hoe hoger de opbrengst.’ Al bijna honderd boeren hebben zich aangesloten bij de coöperatie, die alle koffie uitvoert en per partij test in een lab. Binnenkort gaat weer een container naar London, maar partijen blijven individueel herleidbaar.

Specialty coffees

Specialty coffees onderscheiden zich van gewone *commodity* (bulk) koffie in nogal wat opzichten. Een keurmerk ontbreekt, een koffieboon mag *specialty* heten wanneer die minimaal 80 punten op een schaal van 100 scoort, wanneer controleurs getraind door de *Specialty Coffee Association* (SCA) elke partij koffiebonen onder de loep nemen. Die focus op kwaliteit maakt de productieomgeving socialer en milieuvriendelijker, zeggen SCA, telers en importeurs van *specialty coffee*.

‘De ontbossingswet is onderdeel van de Green deal. Elf procent van de wereldwijde CO2-uitstoot komt door ontbossing’

Causse teelt ook zelf koffie. Een droge, kale berg op een uurtje rijden van Ecuadors hoofdstad Quito beplante hij tien jaar geleden met koffie die daar niet gemakkelijk groeit. Zijn Ecuadoriaanse compagnon Wilson Cabascango (45) toont hoe ze droogte en plagen experimenteel bestrijden. Nieuwe variëteiten die beter tegen de droogte kunnen. Compostmengsels van geplette bananenplanten en houtskool om de aarde te verrijken. Sanseveria’s die tussen de koffieplanten omhoog schieten. ‘Hun wortels houden de grond langer vochtig,’ legt Wilson uit.

Een decennium later telen Causse en Cabascango hun koffies onder een bladerdak van Johannesbroodbomen, op de voorheen kale berg. Cabascango: ‘Er was hier niks, nu zien we colibries fladderen.’ Causse: ‘We zien dat de berg beetje bij beetje transformeert. We gebruiken we geen chemische bestrijdingsmiddelen meer, heel soms nog

precies waar, wanneer en door wie producten zijn geteeld. ‘Om te bewijzen dat er geen bos voor is gesneuveld, zegt Gert van der Bijl, landbouwkundige bij Solidaridad, ooit een christelijke ontwikkelingsorganisatie, inmiddels ‘netwerkorganisatie voor duurzame ontwikkeling’.

Van der Bijl toert door Nederland om importeurs de wet uit te leggen. ‘De ontbossingswet is onderdeel van de Green deal. Elf procent van de wereldwijde CO2-uitstoot komt door ontbossing, tien procent daarvan door EU-import,’ rekent Van der Bijl voor. ‘Negen procent daarvan is koffie. Dus onze koffie-import draagt voor ongeveer 0,1 procent bij aan klimaatverandering. Dat lijkt weinig, maar de klimaatdoelen kunnen we alleen halen door op alle terreinen tegelijk te handelen.’

Door precieze herkomst te koppelen aan satellietbeelden kunnen importeurs bewijzen



“Maar *cafe especial* telen vind ik te veel meerwerk, voor te weinig meerprijs”

Waar bulkkoffie afhankelijk is van door speculatie gestuurde Newyorkse koffiebeurs levert *specialty coffee* een stabiele prijs vanaf ongeveer 6 euro per kilo op. Koffie's die tegen de 90 scoren gaan gemakkelijk over de 10 euro. Een meeropbrengst waarmee de boer zich kan scholen en in zijn bedrijf kan investeren, om op de lange termijn kwaliteitskoffie te kunnen blijven telen. Daarvoor is meer ruimte per plant nodig en een gevarieerde omgeving, met andere gewassen en bossen rond de koffie.

Producenten van gangbare bulkkoffie telen om kosten te drukken juist steeds vaker grootschalig en machinaal. Niet zelden gaat dat ten koste van bos, zag Ecuadoriaan Lincon Guevara (50). Guevara is behalve landbouwkundig adviseur sinds een paar jaar ook zelf koffiëboer, met twee bescheiden hectares rond zijn thuisbasis bij Banias, Ecuador. Tropische vogels schreeuwen vanuit uitbundig groene bomen rond zijn plantage. Waar Guevaras vader en grootvader nog koeien teelden op schrale weides, groeit nu koffie, tussen cacao en vruchtenbomen. Smakken geiten houden het onkruid rond de koffie kort.

Guevara toont hoe hij handmatig alleen de rijpe rode koffiebessen plukt, want die leveren bonen met de beste smaak. In een droogkas naast het woonhuis verwerkt Guevara de bonen zorgvuldig tot *specialty* koffiebessen die wel 15 euro per kilo opleveren. 'In Brazilië heeft een koffiëboer al snel honderden hectares. Alles gaat grootschalig, met ecologische problemen, zag ik op bedrijfsbezoeken. Hoe ze bos kappen. En dat er daarna geen regen meer valt'. Uit onderzoek blijkt dat het verdwijnen van bos niet alleen gevolgen heeft voor het wereldklimaat, maar dat ook plaatselijke microklimaten er snel door veranderen.

Hippe koffie

Specialty raakte eind vorige eeuw in zwang, toen koffiëbranders in de VS zelf op zoek gingen naar speciale en kwalitatief betere koffiebessen. Betrouwbare cijfers ontbreken, maar langzaam ontgroeit *specialty* de nichemarkt, waarneembaar aan het aantal hippe koffiezaken die hun bonen betrekken van ambachtelijke koffiëbranders met een voorkeur voor *specialty coffee*. 'Qua volume is vijf a tien procent nu *specialty*,' schat Maarten van Keulen van ThisSideUp, een kleine Nederlandse importeur van *specialty* koffie. 'Maar qua invloed veel meer.'

Ongeveer tien miljoen ton koffie wordt jaarlijks verhandeld wereldwijd, met een omzet van 13 miljard dollar. Veertig procent van het volume is robusta: een dikbladige, cafeïne-rijke koffiestruik. Robusta is met dat hoge cafeïnegehalte beter bestand tegen ziektes en makkelijker te telen, maar de koffie zelf wordt kwalitatief lager beoordeeld. De smaakvollere arabica is kwetsbaarder - de planten gedijen alleen op hoogte in en rond de tropen - maar leveren veel meer op.

Verreweg de meest *specialty* komt van de vele arabica-variëteiten. Om zich ook op de langere termijn van goede oogsten te verzekeren, helpt een toenemend aantal importeurs hun telers hun productie en leefomgeving te verduurzamen. Belangrijk in verband met de ontbossingswet is dat *specialty* koffie verhandeld wordt in kleine, traceerbare porties. *Specialty* is daarmee juist geen ontbossingskoffie, benadrukt importeur Van Keulen. 'Voor ons is de ontbossingswet geen probleem, omdat we precies weten van wie we de koffie hebben betrokken. Voor bulkimporteurs is dat wel een probleem.'

Fairtrade

Dat klopt, zegt consultant Gert van der Bijl. 'Importeurs zijn in de nieuwe regelgeving zelf verantwoordelijk. Ze kunnen dat niet uitbesteden.' Uitwijken naar keurmerken als Fairtrade, Rainforest Alliance of Max Havelaar is voor die bulkimporteurs geen oplossing. 'Keurmerken en certificeringsbedrijven voldoen zelf ook nog niet aan de eisen die de EU met de ontbossingswet stelt rond traceerbaarheid. Daar zijn ze nu wel mee bezig. Logisch, anders verliezen ze marktaandeel.'

De *specialty* koffiewereld beziet keurmerken sowieso vooral als marketinginstrument, blijkt telkens in gesprekken met telers en exporteurs. De premies zijn gering en de certificering nemen zij niet serieus, omdat geen overheidsorgaan keurmerken controleert. Landbouwkundige Arnaud Causse, met veertig jaar ervaring in de koffie, is ronduit negatief. 'Dat Rainforest Alliance met hun kikkertjes, vraag me er niet naar, dan ga ik helemaal los. Ze weten helemaal niet waar hun koffie vandaan komt en wie dat heeft aangeraakt.'

Michelle Deugd van Rainforest Alliance is het niet eens met de kritiek van Causse. 'We hechten veel belang aan traceerbaarheid binnen de toeleveringsketen. Wanneer bedrijven gecertificeerde koffie kopen, stellen we strenge eisen om de route van de koffie te kunnen volgen.' Aangesloten boeren ontvangen volgens Deugd gemiddeld ongeveer vijftien cent premie per kilo koffie, bovenop de marktprijs. Individuele telers of hun coöperaties moeten daar wel zelf de controles van onafhankelijke certificatieclubs van betalen.

Van der Bijl ziet businessmodellen als *specialty coffee* beter werken dan nog meer regels en controles. 'Garantie is er niet, samenhang wel. *Specialty coffee* is gebaseerd op langdurige samenwerking. Het is een sector die zich verantwoordelijk voelt voor het wel en wee van hun leveranciers.' Importeur Maarten van Keulen noemt de ontbossingswet desondanks positief. 'Het dwingt de hele industrie tot *traceability*: waar komt die koffie vandaan, wie zijn dat dan en worden die goed betaald. Ze worden onze kant op gedwongen.'

Van Keulen betreft veel van zijn koffie uit Chirinos, Noord-Peru. Eber Tocto (41) stapte daar twintig jaar geleden over van bulkkoffie naar *specialty*. Inmiddels regelt hij export en marketing van driehonderd bij zijn Finca Churupampa aangesloten boeren. 'Ik zie heus het ontbossingsprobleem wel, maar regels daarover hanteren we binnen Finca Churupampa zelf niet. *Specialty* lost dat op, want je krijgt alleen kwaliteit als je goed zorgt voor bodem en omgeving.' Ebers broer Luberrly (41) wijst onderweg naar aangesloten boeren op kaalgekapte en afgebrande kavels van koffietelers die nog niet zo ver zijn. 'Het is gewoon luiheid. Ze weten niet wat het voor schade dat oplevert aan het bodemleven.' In Noord-Peru merken ze sinds een jaar of vijf heel duidelijk dat het klimaat verandert. De koffiëplant heeft een periode van droogte nodig - droogtestress - om te gaan bloeien en bonen te leveren. Tocto: 'Maar de droogtes zijn nu te lang, afgewisseld door zwaardere regens die bodem meesleuren.'

Dat is niet per se alleen maar de schuld van het westen met zijn ongebreidelde CO2 gebruik, vindt koffiëboer Wilder Falcando, die *specialty* teelt voor Churupampa: 'Zo denk ik niet. Ik denk aan de gelegenheid die koffie geeft om daar iets aan te veranderen. Ook al is het iets kleins, wat bomen planten, een stukje herbebossing.'

Nog eens duizend kilometers naar het zuiden, toont *specialty* koffiëboer Hector Marin zijn biologisch-dynamische koffiëplantage te Villa Rica, langs de zoom van de Amazone. In de kringlooplandbouw van biologisch dynamische boeren is natuur en milieu nog belangrijker dan bij 'gewoon' biologische boeren. Rechts van de weg kaarsrechte rijtjes biologische koffiestruiken met hier en daar een boom, links van de weg Marins bos waar koffiestruiken tussen staan.

Marin wandelt naar een rots met magnifiek uitzicht, waar zijn vader twintig jaar geleden een klein vuurtje stookte, om de aarde ceremonieel te eren. 'Daarna is hij biologisch dynamisch gaan telen, dus dit is een belangrijke plek voor ons.' Maar evengoed maakt Marin junior zelf ook nog fouten. 'Twee jaar geleden heb ik hier bomen gekapt. Te veel, bleek toen kort daarna een storm langskwam die alle koffiëplanten ontbladerde.' ●

Artikel kwam tot stand met steun van FBIP



Hoe Arabische stone coffee de koffieteelt wereldwijd kan redden



De opmars van *specialty coffee* doet de koffieteelt op het Arabisch schiereiland opleven. In Saoedi-Arabië en Jemen leidt dat tot herwaardering van soorten die gewapend zijn tegen droogte en hitte, zo goed dat ze een reddingsboei kunnen zijn voor de koffieteelt wereldwijd. Anders dan gewone *commoditycoffee* levert de teelt van *specialty coffee* koffieboeren bovendien een economisch model op dat eindelijk rendabel is.

Oliewinning in het jonge koninkrijk zorgde voor luie overheidsbaantjes, met veel betere verdiensten. Dat ziet bergbewoner Mohammed Salman, behept met even kromme als krachtige benen, ook aan de stadse, door de Saoedische overheid meegezonden begeleiders van zijn bezoek, die met tegenzin uit de enorme fourwheeldrive stappen om zich even plichtsgetroouw als amechtig hijgend naar Salmans landje hijsen: 'Die auto, die auto. Altijd maar in die auto'.

Opleving

Maar sinds een jaar of vijf geleden trendy coffeeshops de Saoedische steden begonnen te veroveren kent de Saoedische koffieteelt een heropleving. Tussen de verwaarloosde terrassen, kapotte muurtjes, onderbroken bevoeiingskanaaltjes en hoge qatstruiken beplante Salman een veldje waar zijn opa nog koffie teelde opnieuw met zeshonderd koffiestruiken.

Van de oogst maakt hij *specialty coffee*, een kwaliteitsproduct dat wereldwijd opgang doet: koffie's die net als goede chateauwijn traceerbaar zijn naar herkomst, getest door een jury en heel goed beprijsd. Koffie die daarom rendabel te telen is. 'In 2015 bracht een kilo koffie 20 riyaal (5 euro) op. Nu is dat 150 riyaal of meer,' vertelt Salman, terwijl hij met een zorgelijke frons zwarte twijgjes breekt van een zijn koffiestruikjes. 'Nee, Ik weet niet zeker wat dat is. Daar brengt onze regering binnenkort experts voor.'

Mohamed Salman verkoopt zijn koffiebonen duizend meter lager in het stadje Al Dayer, waar Hussein al-Maliki een koffiehandel drijft. Voor de winkel jutezakken vol roodrijpe koffiebossen. De Bengaalse bediende splitst en scheidt de rode bessen achterin de winkel tot koffiebonen. De beste gaan in hoofdstad Riyadh voor veel geld van de hand. De zaken

gaan goed, zegt al-Maliki, dus is het hoog tijd om op te schalen: 'Nu gebruiken we slechts 1% van de grond voor koffie. De komende jaren gaan we miljoenen koffiestruiken bijplanten. De overheid en Aramco (Arabian American Oil Company, de Shell van SA) geven ons gratis plantjes. Helpen ons met leningen. Met wateropslag, want de droogtes duren lang.'

In de zoektocht naar een meer diverse economie en werkgelegenheid voor de miljoenen werkloze jonge Saoediërs zijn de Saoedische meerjarenplanners vooral op megalomane projecten uitgekomen, maar ook op koffie: de onzichtbare technocraten die namens kroonprins Mohammed Bin Salman het land leiden, riepen 2022 uit tot jaar van de Saoedische koffie. Uit staatsfonds PIF -door de hoge olieprijs tot het randje gevuld- stromen de miljarden niet alleen naar futuristische projecten als NEOM, de grootste waterstofeconomie ter wereld of ultraluxe resorts. Er gaat ook geld naar koffieteelt. Geboren Jemeniet, maar getogen Saoediër Ali Dilwani is een van de experts die de Saoedische overheid in de arm nam om boeren te adviseren. Bij toeval kwam Dilwani jaren geleden in aanraking met koffie. 'In Jemen heeft mijn familie bananenplantages en op een dag kreeg ik daar iets zwarts te drinken: koffie,' vertelt Diwani vanuit Riyadh, waar hij handelt in groene *specialty* koffiebonen. Niet veel later werd Dilwani gevraagd als tolk van Manuel Diaz, een koffie-expert die namens de VN in Jemen koffieboeren advies kwam geven. 'Bij die tochten langs al die dorpjes raakte ik gefascineerd door koffie.'

Terug in Saoedi-Arabië trainde Dilwani met de opgedane kennis de koffieboeren van Aldayer: teelt verbeteren, droogbedden maken, verwerking en marketing optimaliseren. 'Als koffiehandelaren redelijke koffiebonen



Langs de volle tweeduizend kilometer westkust van het Arabisch schiereiland ligt de Sarawat bergketen, met pieken tot drieduizend meter. Dikke, warme mist uit de Rode Zee botst er dagelijks tegenaan en kleurt de flanken groen, zoals in Habbes, bergdorpje in het zuidpuntje van Saoedi-Arabië. Mohammed Salman, een gedrongen zeventiger met rode hennabaard, maakt met zijn arm een wijde boog, om de verwaarloosde terrassen te omvatten die door de eeuwen met vakmanschap tegen de hellingen van Zuid-Arabië zijn aangelegd. 'Alles was koffie, zeker tienmaal zoveel als nu.'

Oorsprong

Botanisch gezien mag de oorsprong van koffie in Ethiopië liggen, de opmars van koffie als opwekkende drank en vervolgens wereldveroverend handelsgewas begon vijf eeuwen geleden in het zuidwesten van het Arabisch schiereiland. Op nog geen vijf kilometer -as the crow flies- van Salmans berg telen Jemenitische koffieboeren tot op de dag van vandaag Khawlani, koffie met historische reputatie.

Aan de Saoedische kant raakte de koffieteelt vanaf de jaren zeventig in onbruik.

kunnen krijgen uit Ethiopië voor 20 riyal (5€) per kg, waarom zouden ze dan 50 riyal betalen voor Saoedische koffie van gelijke kwaliteit. Dus hebben we de kwaliteit verbeterd. Neem Mohammad Salman. Hij kan lezen noch schrijven, maar is een van de beste leerlingen gebleken en levert nu hele goede koffiebonen.’

Kwaliteit

Nog betere koffiebonen komen van Jabal Shada, een natuurgebied zevenhonderd kilometer noordelijker, op een solitaire berg aan de Rode zee. Een steil weggetje tilt je uit de zinderende hitte naar een groen, vredig paradijsje. Mohammed Alzahrani-Shada kweekt er koffie tussen plukjes wolken, op 1600 meter hoogte. Middenin de jonge aanplant ook een struik van honderdvijftien jaar oud. ‘Twee generaties geleden produceerde de berg nog 400 ton koffie per jaar, dat is nu misschien 40,’ aldus Alzahrani, die ‘s ochtends beneden in het stadje Qilwah werkt als doventolk. ‘Maar in de jaren zeventig verlieten de mensen de berg voor overheidsbaantjes in Jeddah, Riyaad. Zo verkommerde de hele berg.’

Stap voor stap wordt de Jabal Shada opnieuw met koffieplantjes beplant. Alzahrani: ‘De overheid bouwt watertanks voor ons, om regenwater in op te vangen. De overheid deelt ook jonge plantjes uit, al teel ik liever mijn eigen planten.’ Uit een kas haalt Alzahrani de eigen kweek, koffieplantjes waarvan zijn Egyptische arbeider over een jaar of drie bonen zal plukken. ‘Shadawi, een ondersoort van Typica, een van de takken van de Arabica-koffies. Deze soort geeft minder, maar betere bonen. Zoeter, meer smaken, veel citrus. Deze soort is bovendien sterker, ze kan zo twee maanden zonder regen,’ aldus Alzahrani, die zijn beste bonen een alchemische fermentatie laat ondergaan. Gevolg is een unieke, prijswinnende smaak. Zijn allerbeste bonen gaan zelfs voor tweehonderdvijftig euro per kg van de hand in het koopkrachtige Saoedi Arabië.

Koffie-expert Diwani ziet een mooie toekomst weggelegd voor de Arabische koffieteel. ‘Mensen zeggen altijd: koffie uit Saoedi ? Ik dacht dat jullie olie teelden! Maar koffie is nu booming. Als je je specialiseert ligt er een markt open. Dat zie je ook in Jemen. Er zijn daar miljoenen bomen bijgeplant de laatste jaren.’

‘Koffie uit Saoedi-Arabië? Ik dacht dat jullie olie teelden’

Arabische koffiebonen doen het door hun rijke geschiedenis goed op de markt, de struiken die hier al eeuwen groeien spelen bovendien een rol elders in de wereld: de zware klimatologische omstandigheden op het Arabische schiereiland hebben extreem geharde soorten doen ontstaan. Soorten die een antwoord kunnen zijn op huidige verdroging door klimaatverandering.

Toekomst

Voor al Latijns-Amerika worstelen koffieboeren met klimaatverandering, met armoede en migratie als gevolg. Twee jaar geleden voor-spelde de New York Times als doemscenario een klimaatkaravaan van dertig miljoen mensen richting de VS, voor een belangrijk deel door het wegvallen van koffie als cash-crop voor de miljoenen kleine koffieboeren in Midden- en Zuid-Amerika. Wetenschappers schatten dat in 2050 de helft van de grond



“We hebben de grootste kwekerij van Jemen gebouwd. We bestuderen bodems, genetica, kruisingen van koffiegewassen”

waarop 14 miljoen Latijns-Amerikaanse boeren nu hun koffie telen daarvoor ongeschikt zal zijn. Een ander rapport noemt het belang van genetische diversiteit voor de overleving van koffie, maar dat die diversiteit als gevolg van klimaatverandering juist zo hard terugloopt.

‘Je zal veel onderzoek moeten doen, alles eerst klein proberen voordat je grote velden gaat beplanten.’ Volgens Dilwani kan Saoedi-Arabië hier een rol in spelen, zoals het dat nu ook al doet voor Jemen. ‘Omdat hier de faciliteiten zijn, er geld is en kennis. Omdat er vrede is kun je hier het onderzoek doen die je in Jemen niet kan doen.’

De Britse Jemeniet Faris Sheibani (ex Shell) doet dat nochtans al vijf jaar, onderzoek ten bate van de Jemenitische koffieboeren, tegen alle oorlogsgeweld en blokkades in. Ruim drieduizend koffieboeren zijn aangesloten bij Qima, de onderneming waarin Sheibani zijn project heeft gegoten: Qima - Arabisch voor: top- slaat zowel op de top van de steile, ruige bergen waartegen de koffiestruiken in Jemen groeien, als op de topkwaliteit van de koffie. Die koffieboon levert inmiddels ook topprijzen op: de jongste online-Qimaveiling bracht afgelopen augustus prijzen op tot 540€ per kg. Toch is de Qima-veiling vooral een effectief marketinginstrument om Jemenitische koffies aan bekendheid te helpen, zodat ook de iets minder speciale *specialty coffees* hun weg naar de consument weten te vinden.

Een substantieel deel van alle opbrengsten vloeit terug in de R&D tak van Qima, voor verdere kwaliteitsverbetering van Jemenitische koffie’s, ondanks de burgeroorlog. ‘We hebben de grootste kwekerij van Jemen gebouwd. We bestuderen bodems, genetica, kruisingen van koffiegewassen,’

aldus Sheibani. ‘Omdat de koffieketen in Jemen door de burgeroorlog helemaal was gestokt hebben we alles opnieuw moeten ontworpen. Daardoor zijn we nu bij al die honderden stappen tussen de koffieboer en de consument betrokken. Alsof je een auto uit elkaar sleutelt en weer in elkaar: dan begrijp je hoe het werkt. We zien nu veel beter op welke momenten in dat lange proces je waarde kunt toevoegen.’

Uitbreiding

Met de opgedane kennis slaat Qima nu zelfs de vleugels uit buiten het Arabisch schiereiland, naar Latijns-Amerika, om te beginnen Colombia en Ecuador. Sheibani: ‘Los van Jemen kunnen we onze kennis overal toepassen en nieuwe generaties koffietelers helpen aan klimaatbestendige soorten, die betere kwaliteit leveren en resistenter zijn tegen ziektes.’ Maar niet alleen met hardware, Sheibani ziet overal in de lange keten die koffie aflegt tussen boer en consument kansen om sociale en commerciële waarde toevoegen. ‘In Jemen tref je de moeilijkste omstandigheden, maar je ziet overal gelijksoortige problemen en gelijksoortige kansen. We houden het niet bij fijne reisjes en mooie instagrambeelden. We beginnen op de boerderij en zijn bij alle stappen in de koffieproductie betrokken. Er is nog zoveel te winnen: mechanisch, technisch en wetenschappelijk is het niveau erg laag en er is veel te winnen. Je ziet overal ter wereld duizenden boeren de koffie verlaten, dat zegt genoeg.’

Met name in Ethiopië, maar ook in Jemen is nog veel diversiteit te vinden. Op hun tochten langs Jemenitische koffieboeren bedachten experts Diaz en Diwani de term stone coffee: naar de soms kurkdroge, rotsige omgeving waaraan de geharde Jemenitische koffiesoorten zich noodgedwongen hebben aangepast aan het barre klimaat. ‘We waren in Jebel Bura, aan de bergachtige Jemenitische westkust. Manuel zei: wat is dit, deze bomen zijn aan het sterven. We zagen alleen hout met wat gele blaadjes. Drie maanden later kwamen we terug en was alles paradijselijk groen. Dit zijn soorten waar de wereld zijn voordeel mee kan doen. Als in Zuid-Amerika koffieplanten last hebben van de droogte kun je die kruisen met onze geharde variëteiten.’

Dat vergt vooronderzoek, zegt Diwani: ‘Koffie is complex. Neem de geisha koffiestruik, die levert in Ethiopië slechte koffie, in Colombia goede koffie en in Panama superieure koffie.





Abdo al Qadah

De eerste slok koffie uit Jemen was direct ‘wow’, zegt de kenner

Jemen produceert veel slecht nieuws, maar Jemen produceert ook de beste koffiebonen ter wereld. Dankzij nieuwe coöperaties leveren die bonen de koffieboeren tientallen euro's per kg op. Boontjes uit koffiestruiken die recent genetisch zijn doorgelicht; zo uniek dat ze zelfs de door klimaatverandering bedreigde koffieteelt wereldwijd kunnen helpen redden van de ondergang.

Qima = Top

Qima is Arabisch voor top. Dat kun je op twee manieren uitleggen, zegt Qima-oprichter Faris Sheibani (34), Brit van Jemenitische komaf. Qima betekent letterlijk top. In dit geval de toppen van de hoge, ruige bergen, waarmee Jemen ligt bezaaid. Maar vooral ook de topkwaliteit van de koffie die vele generaties koffieboeren daar al ruim zes eeuwen telen. Want de koffiestruik *Coffea arabica* mag uit Ethiopië stammen, Jemen is de bakermat van de koffieteelt.

Sheibani - hij vertrok bij Shell om dit te doen - werkt sinds 2016 aan de herintroductie van Jemens unieke koffieboontjes, met succes. Zijn social *enterprise* Qima groeide in vier jaar van dertig koffieboeren in een enkel dorp naar bijna drieduizend boeren-families in drieënvijftig Jemenitische dorpen. Qima stroomlijnt teelt, oogst en vermarkting door rond de dorpen *processing centres* te bouwen, waar boeren hun koffiestruiken beter leren telen, hun koffie rijper te oogsten. Waar faciliteiten zijn om hun koffieboontjes beter te drogen en zuiverder te verwerken.

Koffie is tot de teler (met hak) herleidbaar

Qima zorgt voor de *traceability* - dat de koffie herleidbaar is tot boer en locatie - en koopt de soms piepkleine oogsten op om die beter en rechtvaardiger te gelde te maken. Niet langer zijn de boeren afhankelijk van een lange serie tussenhandelaars, karakteristiek voor de koffiebranche wereldwijd. 'Wij

berekenen eerst de zuivere productiekosten, zodat de families er in elk geval van kunnen leven. Daar doen we vervolgens iets bovenop. Daarom zijn we zo gegroeid,' aldus Sheibani via zoom, vanuit Londen. Sowieso gaat tien procent van Qima's omzet weer terug naar Jemen, voor onderzoek en innovatie.

Qima vermarkt de koffie effectief. In het geval van Jemen is dat betrekkelijk eenvoudig; de karakteristieke koppen in fotogenieke omgevingen liggen er voor het oprapen en het verhaal is spannend: zie het boek 'Monnik van Mokha', van Dave Eggers waarin Sheibani's Amerikaanse evenknie Mokhtar Alkhanshali Jemens koffieboontjes in de VS aan de man brengt. Over Sheibani vooralsnog geen boeken, hij reist de wereld rond, soms met een groepje koffieboeren in zijn kielzog. En hij verzorgde een wereldwijde online veiling, waarvan de tweede editie afgelopen week plaatsvond.

Speciale koffie, geen bakkie troost

NRC woonde de veiling bij op het Amsterdamse *Coffee Lab* van Wouter Brunia, die ook bekend staat als 'the coffee nose', vanwege zijn organoleptische capaciteiten; Brunia toont een schema met 144 verschillende smaken, wetenschappelijk aangetoond in koffie. 'Dat gaat van kaneel via rozen, peper en amandelen naar nagellak. Dus ook negatieve smaken, die je juist niet wil hebben. Nee, ik kan ze niet allemaal onderscheiden. Wel de belangrijkste 36.'

Keurmeester Brunia krijgt dagelijks vanuit de hele wereld zakjes koffiebonen opgestuurd, die hij zelf voorzichtig roostert, maalt en proeft. Diezelfde monsters gaan naar meerdere erkende neuzen wereldwijd, samen komen ze tot een cupping score waarmee handelaren hun vraagprijs kunnen bepalen en motiveren. Dan gaat het niet over een bakkie troost, maar over *specialty coffees*; koffie's als goede wijnen; net als een *château of domaine* afkomstig van een enkele producent. Brunia maalt drie *topsamples*, strooit ze in filters en giet er warm water op, bij elke fase gaat de neus erin. 'Een espresso kun je er ook van maken, maar liefst drink je deze koffie zo. Eigenlijk als thee.'

Scores onder de 80 zijn geschikt voor grootverbruikers als Senseo, Roodmerk en Starbucks, met wurgende wereldmarktprijzen rond de twee euro per kg, waarvan telers nauwelijks kunnen rondkomen. Speciale koffies beginnen bij score 84 en leveren al snel het viervoudige op. Koffie's met cupscores boven de 90 kosten tot honderden euro's per kg en gaan meestal naar het Verre Oosten, of de Golfstaten.

De eerste slok was meteen van wow

In de VS drinkt een op de vijf al speciale koffie, in Nederland een, hooguit twee per honderd. 'Het is hier ook moeilijk een fles wijn van boven de tien euro aan de man te brengen. Maar vroeger had je ook alleen maar de keus tussen pils of oud bruin, en soms bokbier. Tegenwoordig kun je overal dertig soorten bier krijgen,' relateert Brunia, die lovend is over Jemenitische koffie's. 'De eerste slok was meteen van wow. Andere koffiesoorten zijn delicatesse, of meer floraal, of notig, of fruitig, meer theeachtig. In Jemen zit alles ineen, met ook nog een volle body.'

Terug naar de online-veiling: twintig 'microlots' van evenzoveel koffieboeren. Als je op lot 2 klikt, krijg je het vriendelijke, getaande hoofd van Abdo al Qadah op je scherm, met een hak over zijn schouder, een koe aan de lijn en koffiestruiken op de rotsige achtergrond. De prijs van Abdo's 130 kg boontjes - beoordeeld met een score van 90.73 - schiet omhoog totdat die een kleine drie uur later stopt, bij 288 dollar per kg. Dat is het zeker waard,' zegt Brunia. 'Het is geen extreem hoog bedrag. Vorig jaar leverde een veiling van Panamese Geisha - ook een herontdekte, unieke koffiesoort - ruim duizend dollar per kg op.'

Abdo Al Qadah's boontjes leverden per saldo ruim 37 duizend dollar op. Een gedeelte daarvan gaat op aan veilingkosten en andere overhead, rekent Sheibani voor. Koffie het land uit krijgen is bijvoorbeeld problematisch, in een oorlogssituatie met her en der economische blokkades. Hoeveel precies kan Sheibani daarom niet zeggen, 'maar van de veiling vorig jaar ging 60% tot 80% naar de koffieboer. We zien dat het impact heeft. Onze tweënhalfduizend families hebben een significante inkomensstijging met een *spinoff* tot ver buiten de dorpen.'

Een nieuwe exclusieve koffiesoort: Yemenia

De veiling is een toonzaal, ernaast verhandelt Qima nog eens het tienvoudige aan koffiebonen, met groeiende winsten voor de boeren. Volgens Sheibani een zeldzaam lichtpuntje in Jemen, een land dat al zo lang gebukt gaat onder alle plagen denkbaar.





Qima steekt veel tijd en geld in onderzoek en ontwikkeling, en dat leverde onlangs weer een nieuw lichtpuntje op: een team van botanici en klimatologen ontdekte dat een belangrijk deel van de Jemenitische koffiestruiken genetisch gezien een aparte loot vormen aan de stamsoort *Coffea arabica*: Met veel gevoel voor marketing lanceerde Qima daarop de ondersoort Yemenia.

De vondst verrijkt de Jemenitische koffieboon niet alleen met een unieke selling point, in theorie levert het koffietelers wereldwijd meer genetische diversiteit op. De Wageningse professor Niels Anten onderzoekt klimaatresistentie van koffie en noemt het goed nieuws. ‘De toekomst van de koffieteelt is redelijk onheilsPELLend. Er is uitgerekend dat in 2050 de teelt van koffie is gehalveerd, wegens klimaateffecten. Dat zie je nu bijvoorbeeld al bij de migratiestroom naar de VS - met die muur van Trump - dat daar veel koffieboeren bij zitten die thuis geen koffie meer kunnen telen.’

Volgens de onderzoekers van Qima kunnen de Jemenitische koffiestruiken helpen de koffieteelt te overleven. Sheibani: ‘Omdat hun veerkracht zo groot is. In Jemen vind je alle diversiteit uit de koffie terug. Omdat de struiken hier al eeuwen in stressige klimaatomstandigheden groeien en dat is wat de wereld te wachten staat. In Jemen is het er allemaal al. Hitte, overstromingen en droogte, in Jemen zou koffie niet moeten overleven, maar dat deed het wel. Een oceaan aan genetisch materiaal die de koffiestruik kan redden.’

Niels Anten kan daar een heel stuk in meegaan: ‘Het is niet dé oplossing, er moet meer gebeuren en hier zit de nodige marketing bij, maar ze hebben wel iets te pakken dat een rol kan gaan spelen. Dit is een genetische groep die redelijk uniek is en ander, beter resistent materiaal kan leveren. Resistentie tegen droogte is in de toekomst erg belangrijk en daar heeft deze variëteit in Jemen zich al bewezen. Het is overigens niet strikt Jemenitisch materiaal, ook in Ethiopië is dergelijk materiaal te vinden.’

En toch weer conflict

Dat Qima ondanks de kleine volumes met Yemenia definitief de harde wereldmarkt heeft betreden toont een vers conflict aan. In 1616 ontvoerde VOC-koopman Pieter van den Broecke een aantal koffiestruiken uit Mokha, Jemen, waarna koffie aan zijn zegetocht over de wereld begon. Uit angst dat ook de nieuwe loot Jemen ontglipt heeft Qima Yemenia officieel geregistreerd als trademark, waardoor angst gevoed wordt dat Qima monopolist van alle Jemenitische koffie wordt. Willem Boot, godfather van de *specialty coffees* hield aan de vooravond van Qima’s veiling een betoog waarin aan het bestaan van Yemenia wordt getwijfeld. Sheibani is er ontstemd over. ‘Of Yemenia echt bestaat is voer voor academici, de tijd zal het leren. Maar het is wel zuur dat waar we vier jaar lang zo hard aan gewerkt hebben en nu Jemen eindelijk weer iets heeft om trots op te zijn, dat zomaar ineens wordt weggeblazen.’



‘Er is uitgerekend dat in 2050 de teelt van koffie is gehalveerd, wegens klimaateffecten’



De beste koffie brand je zelf

Voor de smaakvolste koffie hoef je niet per se te verdwalen in pretentieuze jargon, prestigieuze espressomachines of dure cupjes met een zweem van chocola. Je wint het meest aan smaak door groene koffiebonen te roosteren, voor jezelf. En misschien ook voor je vrienden.

Een klein voorbehoud: thuisbranden is een klusje, meest geschikt voor mensen die toch al hele noot-muskaatnoten, kaneelschors en misschien zelfs een vanillestokje in de keuken hebben liggen. Die komijn- of korianderzaad kort roosteren, voordat die in de vijzel en vervolgens in het geurige gerecht gaat.

Met koffie doen thuisbranders hetzelfde: een voorraadje groene koffiebonen kopen en die wekelijks zelf roosteren - branden noemen ze het zelf liever - om gegarandeerd verse koffie te kunnen drinken. Met welk apparaat je de koffie precies zet is een kwestie van voorkeur, maar - alle gemakapparaten en sexy reclames ten spijt - er gaat niets boven (de geur van) een verse maling zelfgebrande bonen. Zet er snel koffie van, voordat de mooie aroma's vervliegen.

Versheid is alles

Op het wereldwijde web wemelt het van de ervaringsdeskundige thuisbranders. Roerend eens zijn zij het over het feit dat groene bonen anderhalf jaar vers blijven, gemalen koffie ongeveer een uur en gebrande bonen hooguit een week, waaruit volgt dat je zelden echt verse koffie te drinken krijgt.

Purist Caesar Hagen, vrijgevestigd consultant te Culemborg brandt zelfs drie, vier maal per week, in zijn bijkeuken. Met de deur open, want het wil best roken. Geen bezwaar, knikt Caesar. 'Geur is belangrijk bij het branden.'

Doorgaans gaan Caesars groene bonen in een Genecafe, een robuuste Koreaanse brander die porties tot een half pond aankan, genoeg voor pakweg dertig kopjes. Voor de gelegenheid haalt Caesar vandaag zijn oude Hearthware heteluchtbrander onderuit de kast, werpt er een handje Brasil in en blijft aandachtig kijken, luisteren en ruiken.

De groene boontjes tollen eerst minutenlang rond in de hete lucht, totdat ze beginnen te kleuren, zwellen en Caesar even geen vragen beantwoordt. De chemische processen die zich afspelen in de boon - het wonder dat koffie heet - vereisen opperste concentratie, iedere seconde is nu bepalend voor de smaak. Wanneer de rust terugkeert blijkt Caesar matig tevreden: 'Toch een paar te donkere boontjes. Die gaan we eruit halen.'

Waar vind ik die speciale koffie eigenlijk?

Soms in de supermarkt, maar Nederland heeft een uitdijend netwerk van sympathieke, ambachtelijke koffiebranderijtjes, waarvan het merendeel goeie, traceerbare *specialty coffee* brandt. Tik op googlemaps 'koffiebranderij' in en ze verschijnen allemaal op je scherm, vaak dichterbij dan je denkt. Sommige hebben een proef- en afhaallocatie, andere leveren alleen via een online bestelmenu hun versgebrande koffie in je brievenbus.



Op zoek naar Groene Bonen

Twintig jaar al brandt Caesar zijn bonen zelf. Aanleiding was een Italiaanse collega die op bezoek in Nederland de hem aangeboden koffie - 'dat was toen Nederland nog Roodmerk dronk' - beleefd afsloeg. Wat volgde was een zoektocht die aanvankelijk eindigde in Nederlands speciaalste koffiespeciaalzaak te Baarn. 'Waar ik vroeg om groene bonen. Ze keken me aan alsof ze water zagen branden.'

Nu heeft Caesar drie branders, twee koffiemolens en een Vibiemme espresso apparaat, om ook de laatste nuances uit zijn koffie te kunnen persen. Maar meest essentieel is de collectie 'single origin' groene bonen, van kleine Ethiopische Yirgacheffe tot reuzebonen uit Mexico. De grootste zak bevat de *specialty* Brasil, aangeschaft voor 'in de melk' zoals Caesar zijn ochtendkoffie noemt. 'Maar die is veel lekkerder gebleken, dus brand ik daar nu ook espresso van.'

Caesar betreft de meeste bonen van Ivo van der Putten, gewezen koffiemakelaar. De gangen van diens Veluwe woonboerderij staan vol uitbundig gekleurde jute zakken, op hun borst papegaaien en Arabische letters. Uit het rieten dak op de schuur achter de boerderij blaast een pijpje dunne wolkes rook uit. Binnen brandt Ivo een partijtje groene bonen voor mensen die nog geen thuisbrander zijn, maar wel versgebrande bonen willen.

Bonen zoeken in Nepal

Voor zijn ruim tweeduizend andere klanten zoekt Ivo jaarrond naar groene boontjes, soms in de haven van Antwerpen, liever nog Brazilië, Indonesië, dit voorjaar naar Mexico. In Nepal kocht hij de hele oogst van een kleine boerencoöperatie. Voor de gelegenheid schenkt Ivo een kopje versgeroosterde Matari, een oerkoffie waarvan de plant eind 17e eeuw door sluwe Hollandse koopvaarders werd ontvoerd uit Mokha, Jemen. 'Die moet je wat heter branden.'

Vijfenvijftig soorten heeft Ivo nu op voorraad, van eenvoudige Braziliaanse arabica's tot peperdure Jamaica Blue Mountain. 'Die brand je beter niet te donker, anders verbranden veel aroma's en blijven alleen bitters over.' Verder, zegt Ivo, moet je vooral veel experimenteren en er niet te ingewikkeld over doen. 'Dat gebral over brandprofielen van koffie. De grote vraag is: is het lekker of niet lekker.'

‘Dat gebral over brandprofielen van koffie. De grote vraag is: is het lekker of niet lekker’

Het thuisbranden kent een gestage groei, met name sinds de introductie van de Genecafe. Ivo van der Putten is allang niet meer de enige leverancier van groene bonen: 'Een trend die ik zie is dat thuisbranders voor anderen groene bonen branden, vervolgens in de nabije omgeving koffie gaan verkopen, waarna de aanschaf van grotere branders volgt.'

En zo, schetst Ivo via de geschiedenis de toekomst, keren de lokale branderijen terug die in de zestiger jaren slachtoffer werden van DE Roodmerk. 'Versheid en smaak gaan het uiteindelijk toch winnen.'

Hoe word je thuisbrander



‘Jammer’, reageerde een lezer, dat je zo weinig aandacht aan thuisbranden besteedt. Dat was in 2001, toen ik voor deze krant een overzicht schreef over de verschillende manieren van koffie zetten.

Zo heb ik dat ongeveer rechtgezet:

1 Begin low budget en **trial and error**, dan leer je het meest en kun je terug zonder grote investeringen. Neem een handje **Groene Bonen** mee (of laat meenemen) vanaf de vakantielocatie, waar je bij voorkeur ook even kennismakt met de koffiestruik in zijn rurale, bergachtige en altijd pittoreske natuurlijke habitat.

Als je daar toch bent, bekijk de kers die om de boon heen zit, proef eventueel een kopje thee die lokaal soms van de gedroogde kers gezet wordt. Merk op dat de **koffieboon eigenlijk pit** is, of: zaad. En dat die in **rauwe vorm** en ontdaan van kers of bes het meeste weg heeft van een groene boontjes.

In andere gevallen bestel je via de lokale koffieboer een zakje groene bonen, of je zoekt een proefpakket op internet. Merk daarbij op dat groene bonen een dubbelleven leiden als afslankmiddel en dat je gericht zoekt onder ‘**ongebrande**’ bonen.

2 Als de rest van het huishouden geen bezwaar heeft tegen een **eenmalig experiment met rookwolken** werp je een handvol in een **koekenpan** en zet het gas aan. Blijf voortdurend roeren en zie hoe de erwten langzaam transformeren - korte tijd zelfs in de gedaante van pinda- tot steeds herkenbaarder koffiebonen.

Het moment dat je **geknapper** hoort (**first crack**) doof je de warmtebron en **koel je de bonen**. Adem diep in als je ze door de **koffiemolen of vijzel** haalt, zet er een kopje koffie van en besluit een brander te kopen, want dit is te omslachtig.

3 Heb je (nog) geen geld (over) voor een **goede thuisbrander**, schaf dan voor twee tientjes een **popcornmachine** aan, zet die buiten of in de garage en doe er een volgend handjevol groene erwten in. Kijk wat er gebeurt, luister en ruik. Je zult zien dat de bonen veel gelijkmatiger transformeren tot koffieboon.

Heb je de smaak te pakken, schaf dan een echte brander aan. Die kost een paar honderd euro, maar die heb je in een

paar jaar terugverdiend; eenvoudige groene bonen kosten ongeveer een tientje de kilo, dat is grofweg de helft van al dan niet versgebrande bonen van de koffiespeciaalzaak.

4 Die vergelijking is niet helemaal eerlijk, want hoewel groene bonen in het brandproces ongeveer een derde winnen aan omvang, verliezen ze daar tegelijkertijd bijna een vijfde van hun gewicht. Voor een **kopje koffie** heb je uiteindelijk ongeveer **vijftig halve boontjes** nodig, gemalen wegen die rond de **8 gram**.

Daarvoor heb je dus **vijfentwintig koffiebesen** nodig, op de foto hieronder groeien dus ongeveer twee kopjes koffie. Op de plantage is het gewicht van de koffiebes al door twee gegaan, in het proces dat van bes boon maakt. Daar is overigens ook nog een heel artikel over te schrijven, net als over de tientallen zetmethoden, over waterdruk en doorlooptijden, over cafestol en cafeïne en andere gezondheidseffecten van koffie.



5 Terug naar thuisbranden. De norm in de thuisbranderij is vandaag de dag de Genecafe, een brander die het midden houdt tussen de prosumerachtige **heteluchtbranders** en de industriële **trommelbranders** en een zekere duurzaamheid heeft bewezen. Vorige generaties thuisbrandmachines sneuvelden vaak voortijdig omdat onderdelen bezweken onder de grote hitte.

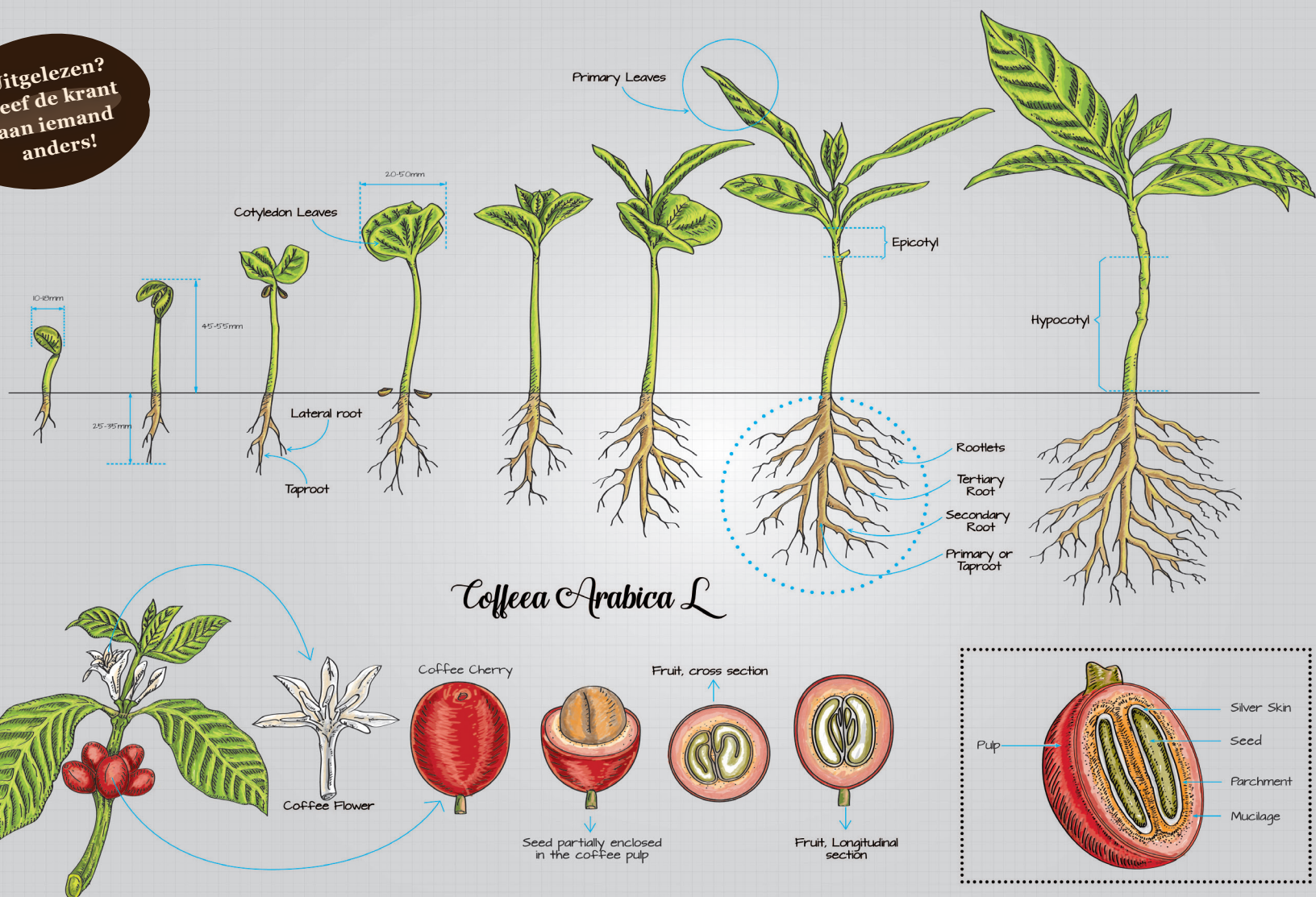
In een goede machine brand je groene bonen preciezer gaar. Houd je van hooiige, **rinse koffie** - geschikter als **filterkoffie** - stop dan kort **na de first crack**, als de boontjes nog dofbruin zijn. Rins is een andere, positieve benaming voor lichtzuur.

Houd je van minder rinse, **zwaardere, donkerder koffie** -bijvoorbeeld voor in de melk-, stop dan pas als je het **eerste boontje** ziet **glimmen**: er begint nu **olie** uit de boontjes te ontsnappen. Of spits de oren om als je ze opnieuw zachtjes hoort knetteren (**second crack**) snel alles af te koelen.

Beter nog: rooster van beide een portie en vergelijk. Surf op de talrijke roastingfora en experimenteer vooral verder met andere brandingen en groene bonen uit exquise windstreken.

Artikel verscheen eerder ook in NRC Handelsblad/21 april 2017 als vervolg op artikel in 2001

Uitgelezen?
Geef de krant
aan iemand
anders!



Coffea arabica, van bessenpit naar koffieboon

Smaak: complex

Superneuzen onderscheiden tweehonderd smaaktonen in complexe combinaties, met veel smaakverschillen als resultaat. Koffie gaat door heel veel handen, die behalve commerciële waarde toevoegen ook en vooral de smaak bepalen. Van welke plant tot rijpe boon, tot wassen of drogen of misschien toch wat langer fermenteren tot vermarkten en transporteren tot licht of donker roosteren. Een lange weg helemaal tot de consument, die ook een keus maakt welke boon, koffiemolen en bereidingswijze de uiteindelijke smaak bepaalt. Zie allemaal hieronder.

Coffea arabica legt basis van de smaak

Coffea is een weinig spectaculaire struik met donkergroene blaadjes aan licht hangende takken langs een dunne, rechte stam. Bovenop die takken verschijnt jaarlijks witte bloesem, die - mits bestoven - uitgroeit tot groene en uiteindelijk rode - soms gele -, *yellow bourbon*-bessen, of kersen.

Dominant (70%) in de commerciële teelt is de *Coffea arabica*, geboren in Ethiopië, maar afkomstig uit Jemen, vandaar *arabica*. Het is een plant die het liefst in bergachtige streken rond achttienhonderd meter hoogte - warme dagen, koele nachten - in de tropen groeit. Deze zogenaamde *coffeebelt* strekt zich uit grofweg tweënhalfduizend kilometers benoorden en bezuiden de evenaar, tussen tussen de steenbokseerkring en kreeftseerkring. Of: tussen de eilanden Cuba en Réunion.

De andere dominante (30%) soort is *Coffea canephora*, afkomstig uit Midden-Afrika en beter bekend onder de naam *robusta*:

een steviger plant met dikkere bladeren die meer cafeïne herbergen als arabicasoorten. Dat maakt de plant minder vatbaar voor plagen en ziektes. *Robusta* wordt mechanisch, zelfs industrieel geteeld op makkelijkere toegankelijke plaatsen op zeeniveau. De teelt is daardoor stukken goedkoper. Bonen van *robusta*'s zijn minder complex en vooral donkerder van smaak.

In het wild - weer Afrika - bestaan nog vele andere soorten, waarmee in toenemende mate geëxperimenteerd wordt, vanwege de teeltproblemen van *arabica* en smaakarmoede van *robusta*. Met name *Coffea liberica* - inderdaad uit Liberia - schijnt veelbelovend te zijn.

Bloem wordt bes, pit wordt boon

In grofweg een half jaar rijpt de vrucht tot een rode bes, met lekker zoet, taai vruchtvlees. *Coffea arabica* kent tientallen variëteiten, allen afkomstig uit eenzelfde, vrij smalle Jemenitische genenpool. Typica - via Mokha en Amsterdam verspreid over de wereld - was altijd de oude hoofdsort. Bourbon - een Hollands cadeautje aan de Franse koning, dat via eiland Réunion over de wereld verspreid raakte - een goede tweede. Sommige soorten brengen gele bessen voort, zie *yellow bourbon*.

Intussen kruisingen, hybrides en lokale varianten genoeg. In Colombia bijvoorbeeld is de variëteit *catura* vanwege de koffieroest gekruist met *robusta*, met als resultaat de meer resistente, maar minder verfijnde *arabica catimor*. Sinds eind vorige eeuw doen ondersoorten als *geisha* - uit Ethiopië - en *sidra* opgang. Vanwege het rijke smaakboeket

leveren die veel geld op, maar ze zijn vanwege gevoeligheid lang niet overal te telen.

Oogst is zwaar werk

Koffiebessen pluk je het liefst zo rijp mogelijk, probleem is dat bessen niet allemaal tegelijk rijp zijn. Je hebt dus meerdere plukbeurten nodig. In natte landen als Colombia bloeien de planten het hele jaar door en zijn de bessen het hele jaar door omstebeurt rijp, daar moeten ze dus veel vaker door de hele plantage. Dat is arbeidsintensief en kostenverhogend.

In drogere streken bloeien de planten zodra het regenseizoen aanbreekt uitbundig en tegelijk, en valt ook de pluk meer gelijktijdig. Braziliaanse plantages hebben daarbij het voordeel dat ze vlak zijn en makkelijker toegankelijk. Braziliaanse *arabica* wordt daarom steeds vaker semi-machinaal (met derrickadeiras, een soort mechanische hark) geoogst en achteraf machinaal geselecteerd, wat de kosten drukt. Braziliaanse koffie geldt daarom als goed, en toch goedkoop.

Speciale vermelding voor *Kopi Luwak*, geoogst (gejat) door knaagdier civet op Java. Omdat die superselectief louter rijpe bessen eet en de bonen in diers maagdarmkanaal fermenteren levert dat een zeldzame soort met uitzonderlijk boeket op. Gevolg is wel dat Luwaks na deze ontdekking in kooien werden gestopt en bessen gevoerd kregen, wat zowel het boeket als de zeldzaamheid niet ten goede kwam. Tegenwoordig is de Luwak zelf niet meer nodig omdat technici hebben uitgevogeld hoe je de fermentatie nabootst.

Wassen en/of drogen, of iets ertussenin

Bij '*natural*' verwerken van koffie drogen de bessen wekenlang op zeilen, lakens en daken onder de koperen ploert. De bonen - eigenlijk twee tegen elkaar geplakte pitten - worden vervolgens uit hun huls van ingedroogde bes gekraakt. De gedroogde huls zelf wordt gebruikt om een soort populaire thee - in Jemen *Qishr*, in Brazilië *Cascara-van* te zetten. Gedurende het droogproces trekken zoete tonen van de bes in de koffiebonen en bepalen zo de smaak.

Bij '*washed*' koffie wordt de bes vrijwel direct na de oogst gepulpt, waarna de bonen zonder vruchtvlees maar nog in een moeilijk te verwijderen zoet slijm laagje nog een uur of twintig fermenteren. Door de fermentatie laat de slijm laag los en kunnen de bonen gewassen en gedroogd. Wanneer het vochtpercentage is gedaald tot 11% mag de boon naar de markt.

De keus voor *natural* of *washed* is sterk afhankelijk van de omgeving. In droge streken is voldoende zon voor betrouwbaar drogen, maar meestal onvoldoende water voorhanden voor wassen. Andersom is *natural* drogen in vochtige streken te riskant; het duurt te lang en als je geen overdekte ruimtes hebt en niet dagelijks harkt trekken er al snel schimmels in, die een hele oogst kunnen verpesten.

Gewassen koffie's zijn door de vaste verwerkingsmethode stabiel in smaak, ze gelden als '*clean*', *the kind of profile that allows complex acidity to shine*. Naturals kennen door alle onzekerheden meer variatie, met minder zuur, meer '*body*' en zoet.

Tussen *natural* en *washed* is er nog *honey*, *semi washed* en een heel scala aan tussenvormen die zo'n vlucht hebben genomen dat het onderscheid soms moeilijk te maken is.

Fermenteren

Fermentatie is van wezenlijk belang voor de uiteindelijke smaak van de koffie. Hoe lang precies je je bonen fermenteert is afhankelijk van plant, plaats, vochtigheid, instrumentarium en hygiëne van de installatie en de koffieboer. Het is maar hoe wild je de smaak wil laten worden, *funky* en zelfs *kinky* fermentaties zijn momenteel hot in de koffiebranche, maar je kunt ook doorschieten of zelfs je hele oogst en jaarinkomen vernielen. Kruiden toevoegen tijdens de fermentatie, een oud rumvat gebruiken, alles kan. Afijn, er is zoveel te zeggen over fermentatie, daar komt nog een apart artikel over.

Brander

Wanneer groene bonen rond de tien minuten lang worden verhit tot bijna de 200 graden celsius treden er geheimzinnige processen in werking die de koffieboon in volle smaakbloei zetten. Je kunt de bonen langzaam roosteren of kort branden, het is allemaal van invloed op de smaak. Er zijn er die zeggen dat koffiebranders driekwart van de smaak van koffie bepalen, maar dat is niet helemaal waar. Wat branders doen is de volle potentie aan smaken - waarvoor in de processen hierboven de basis is gelegd - met hun vakmanschap naar boven halen, maar ze kunnen die smaakpotentie ook verstieren. Branders zijn dus heel belangrijk, maar niet zo belangrijk als de koffieboon zelf.

Deze krant kent productie-kosten. Wil je doneren, dan kan dat via de QR.

