



## COFFEE SPECIAL

# ORGANIC COFFEE

TEKST BAREND BOOT | GOLDENCOFFEEBOX.COM

**ORGANIC IS IN. PARALLEL AAN EEN GROTERE VRAAG VAN CONSUMENTEN NAAR PURE 'VERS-VAN-DE-BOER' PRODUCTEN, GROEIDE DE AFGELOPEN JAREN DE IMPORT VAN ORGANISCH GECERTIFICEERDE KOFFIE EN KOFFIE VAN ANDERE KEURMERKEN. DE OVERHEID EN DE SLOWFOODGEMEENSCHAP ONDERSTEUNEN DEZE ONTWIKKELING MET ONDER ANDERE DE WEEK VAN DE SMAAK. OP WELKE WIJZE ONTWIKKELDE ZICH DE SMAAK VAN ORGANISCHE KOFFIE DE AFGELOPEN DECENNIA EN WAAR MOET DE HORECAONDERNEMER OP LETTEN ALS ZE ORGANISCHE KOFFIE VAN TOPKWALITEIT WILLEN GEBRUIKEN? BAREND BOOT VAN THE GOLDEN COFFEEBOX VERTELT.**

**KEURMERKSTEMPELS** Er bestaat een stapel keurmerkstempels in koffieland. De belangrijkste in Nederland zijn Utz Kapeh, RainForest, Max Havelaar en het Eko-keurmerk. Geen van deze merken staan voor een aanduiding van topkwaliteit. Maar in het stempelbombardement op de verpakkingen van supermarkten en natuurwinkels wordt de consument wél in die denkrichting gedrukt. Uit diverse onderzoeken blijkt namelijk dat een stempel c.q. keurmerk de waardering van de consument over de mogelijke kwaliteit verhoogt.

The Golden Coffee Box heeft al 35 jaar als missie de beste 'single estate' koffies te serveren aan de koffieliefhebber. De kwaliteit van de koffie staat daarbij altijd voorop. Daarom importeren zij veertig soorten organische koffies; zonder en mét keurmerk. Het gaat om de beste smaak. Meer informatie over het assortiment van organische koffies is te vinden op [goldencoffeebox.nl](http://goldencoffeebox.nl).

**TIP:** De horecaondernemer die de beste organische koffie wil vinden, moet deze altijd in een vergelijkende situatie met andere koffies op de proeftafel 'cuppen'.

**ORGANISCH** Golden Coffee Box vindt het een grote pré als de koffieplantage zonder chemische bestrijdingsmiddelen en met schaduwbomen werkt, of organisch is gecertificeerd. De meeste koffies worden direct bij de boer gekocht en er wordt altijd naar een lange termijnrelatie gestreefd. De koffieboeren werken standaard met respect voor natuur en milieu, met schaduwbomen en met veel ruimte tussen de koffiestruiken (met minder opbrengst per hectare), zodat koffieziekten zich minder snel kunnen verspreiden. Er wordt nauwelijks of niet preventief met bestrijdingsmiddelen gewerkt.

**TIP:** De horecaondernemer die een organische koffie van topkwaliteit voert, heeft een dubbele boodschap voor zijn klanten: wij streven naar smaak van echte kwaliteit en naar een betere, schone wereld.



**ONTWIKKELING** Mijn eerste cuppingtafel met organische en niet-organische koffies in 1984 was een teleurstelling. Vol verwachting proefde ik de monsters die ik van Indiaanse boeren uit Bolivia had gekregen van hun eerste organische koffieproject. Het was niet te drinken en het leek op standaard roodmerkkoffie. Tot ver in de negentiger jaren bleef de organische koffie die we van plantages proefden, slecht en middelmatig. Een uitzondering vormde de koffie van Mexicaanse oorsprong (een voldoende wat smaak betreft) en de ontdekking van een Mexicaanse Maragogype (reuzenboon-) koffie van uitzonderlijke kwaliteit. Dit is een koffie waar ik nog steeds de hemel in proef, met een prachtige smaakgelaaagdheid. In Colombia en in Brazilië startten in dezelfde tijd enkele plantages met organische verbouw; Mesa de los Santos en Santa Terezinha van Paulo Almeida. Inmiddels zijn ze beroemd, maar (nog) niet in Europa. Tot ver in de negentiger jaren zijn er dus weinig organisch gecertificeerde koffieplantages van hoge kwaliteit. In natuurwinkels ligt vooral organische koffie zonder precieze herkomstgegevens uit Mexico en Bolivia, meestal 'middle of the road'-koffie.

**SPECIFIEKE SMAAKKARAKTERS** Rond de eeuwwisseling wordt duidelijk dat organische producten, ook koffie, ondanks de hogere prijs een grote toekomst hebben in Europa en de VS. In een aantal koffielanden starten organische ontwikkelingsprojecten voor betere koffiekwaliteit, zoals in Ethiopië, Colombia en Nicaragua. De koffieprijs die de boer voor zijn product krijgt, ligt dan heel laag. Organische koffie levert meer op dan standaard geproduceerde koffie. Dat is dus een extra prikkel voor de boer om de omslag naar organic te maken. Ook ontstaat bij boerenorganisaties het bewustzijn dat men toe moet naar een meer gediversifieerde koffieproductie. Het wordt de leidraad om per koffiegebied speciale smaakkaracters te creëren. Experts hopen op een appellation controlé-systeem zoals de wijnbouw reeds succesvol heeft

ontwikkeld. Van het merendeel van organische koffies die nu in Nederland worden verkocht, is helaas nauwelijks bekend door welke boeren uit welk gebied ze zijn geproduceerd.

**TIP:** Voor de horecaondernemer die zich wil onderscheiden in kwaliteit: schenk een organische koffie met een eigen apart smaakprofiel en met duidelijke herkomstgegevens uit het betreffende koffieland.

**VERKOOPPRIJS** Door betere agronomische ondersteuning en het roodrijp plukken van de bessen, controle van de fermentering en nieuwe ontpulpmachines, zijn boeren in staat producten van betere kwaliteit te vervaardigen. Veel boeren volgen zelf agronomische studies. Organisch succesvolle boeren als Paula Almeida en Graciano Cruz worden veel gevraagd collega's te adviseren. De omslag naar organische productie is vaak ook zwaar. De opbrengst ten opzichte van conventionele koffieverbouw ligt meestal wel vijftig procent lager. De hogere prijs die je als boer voor je organisch product krijgt, weegt vaak niet op tegen het verlies in oogst. Een boer met organische koffie van topkwaliteit heeft daarom een hoge verkoopprijs nodig én afnemers die hem steunen. The Coffee Box importeert momenteel tien verschillende organische koffies direct van koffieboeren. De smaakgelaaagdheid van zo'n product maakt de hogere prijs meer dan waard. Eigenlijk is de kostprijs van bonen van een kopje 'grand cru' organische koffie (tussen 16 en 30 cent) laag te noemen!

**TIP:** De horecaondernemer die een kopje organische koffie van topkwaliteit serveert, kan zich erop beroemen dat de organische koffieboer rechtvaardig betaald krijgt voor zijn prestatie en op 'direct trade'. De meerprijs die de ondernemer betaalt, verdient hij terug door een hogere omzet en gratis reclame van de tevreden koffiedrinker. ■