

Coffee Capital: Liebe Nana, seit März ruhen alle Tätigkeiten und es gibt eine Zwangspause für Shops, Veranstaltungen und Schulungen. Was treibst Du so in dieser Zeit?

Nana Holthaus-Vehse: Ich habe mich anfangs natürlich auch erst einmal an diese völlig unwirkliche und irrealen Situation gewöhnen müssen. Wenn man einen straffen Terminkalender hat und normalerweise von einem Event zum nächsten hechtet, hat es sich angefühlt, als wenn einem der Boden unter den Füßen weggezogen wird. Natürlich auch mit Hinblick auf fehlende Einnahmen und der weiterhin bestehenden Fixkosten. Und dann auf einmal „Peng“, nur noch Stornierungen, Absagen und keine Ahnung, wie und wann es wieder „normal“ weitergeht. Da ich immer auf Leistung getrimmt war und sich der Zustand erst einmal nach einer nur kurzen Zeitspanne anfühlte, hatte ich mir alternativ einen Plan gemacht, was ich in diesem Fall vorübergehend einmal zu Hause erledigen müsste – eben alles, was ansonsten immer zu kurz kommt. Immer wieder habe ich mich jedoch gefragt, wann wird es weitergehen und vor allem wie? Ich nutze die viele Zeit, mich sehr intensiv mit mir selbst zu beschäftigen und zu reflektieren: „was habe ich in den letzten Jahren geschafft, was ist in den letzten Jahren passiert und was möchte ich in Zukunft noch alles erreichen?“ Auch wenn es finanziell eng ist, sehe ich es als positive Heraus-

NANA Holthaus-Vehse

forderung, eingeschlagene Wege zu überdenken oder neue Wege zu gehen. Sehr oft in meinem Leben musste ich mich auf gänzlich neue Situationen einstellen. Das gibt mir das Vertrauen, es auch diesmal wieder zu schaffen und es im Nachhinein als Gelegenheit wahrzunehmen, zu welcher ich mich freiwillig vielleicht nie getraut hätte oder zu bequem gewesen wäre. Deshalb bilde ich mich weiter und studiere, parallel zu meinen bestehenden Tätigkeiten als Weiterbildungsstudierende, den Studiengang „Umweltwissenschaften“. Es gibt zudem sehr viele gute Webinare, an denen ich jetzt teilnehme und ich lese viel zu den Themen, die mich seit langem sehr stark interessieren. Eines der spannendsten und interessantesten Themen ist für mich der Klimawandel mit seinen Folgen und was wir zukünftig verändern und noch besser machen können. Das hat mich in den letzten Jahren auf meinen Reisen in die Ursprungsländer, speziell auch für das Thema Kaffee, sehr beschäftigt.

CC: Somit wären wir auch schon beim Thema Kaffee. Wie bist Du zur Welt des Kaffees gekommen, was macht für Dich den Reiz aus?

NHV: Ich glaube der größte Reiz am Thema Kaffee ist für mich das „Große und Ganze“. Als ich das ahnte, gab es für mich kein Zurück mehr. Kaffee bringt irgendwie alles mit und verbindet die ganze Welt. Es gibt die emotionalen Themen wie Socializing und Genuss oder Lifestyle, die unendlich facettenreichen, fachlichen Themen, wie Sensorik, Anbau, Röstung, die technische Vielfalt von der Mühle mit Handfilter bis zur Ingenieurskunst ausgefeilter Espressomaschinen oder die gesundheitlichen Themen wie Wirkung, Heilung, Prävention oder Nutzen im Sport. Nicht zu vergessen ist auch der komplexe Handel vom Farmer über die Börsen bis in den LEH, den kleinen Röstereien oder der Gastronomie, die Komplexität der Zubereitung bis hin zu den Themen der Globalisierung, Nachhaltigkeit, Sozialpolitik und Flüchtlingsströmen. Ich sage ja, Kaffee ist irgendwie alles und so groß. Ich glaube sogar, wir könnten mit Kaffee die Welt retten. Das fasziniert mich.

CC: Hattest Du für 2020 Kaffeereisen geplant?

NHV: Ja, eine hat bereits in diesem Januar mit einer Gruppe von zehn Personen nach Costa Rica stattgefunden. Unser Angebot mit den unglaublich intensiven Erlebnissen während einer Kaffeexpedition fing gerade an attraktiv zu werden und sich herumzusprechen. Eine Reise nach Brasilien hätte im Juni auf dem Programm gestanden, Kolumbien im September und Äthiopien im November. Leider werden wir keine der Reisen dieses Jahr mehr anbieten können, denn die aktuelle Lage ist zu unsicher. Wir werden die Kaffeexpeditionen leider so lange

auf Eis legen müssen, bis sich die weltweite Lage hoffentlich wieder entspannt. Es reicht, dass gerade bei Kaffeereisen in Ursprungsländer ohnehin auch immer etwas Abenteuer mitreist. Da können wir eine so unübersichtliche Lage, wie sie zur Zeit herrscht, nicht gebrauchen – abgesehen davon, dass es unter diesen Umständen auch keinen Sinn machen würde. Schade, aber ich bin zuversichtlich, dass auch das Reisen in die Kaffeeregionen irgendwann wieder sicher möglich sein wird.

CC: Warum sind Reisen in die Herkunftsländer des Kaffees für Dich so wichtig?

NHV: Ich setze mich seit Jahren für „guten“ Kaffee ein. Aber was ist „guter“ Kaffee? Für den einen ist es der Energiekick am Vendingautomaten, für den anderen Mittel zum Zweck, um ein Date auszumachen, für den nächsten, sich an einer Kaffeabar in die Stimmung des Urlaubs in Italien zu versetzen oder mit einer teuren Maschine seinen Status zu unterstreichen. Manche suchen nach sensorischer Vielfalt, vielen teilt der Kaffee den Tag ein. Es gibt so viele unterschiedliche Gewohnheiten und Rituale, die wir mit Kaffee und seinem Geschmack verbinden. Oft lieben wir einen Kaffeegeschmack, der nach Meinung der Profis unterirdisch ist. Da ist es unmöglich, von dem besten Kaffee zu sprechen. Ich beginne allerdings in der Bewertung eines Kaffees immer mit der Bohne. Denn ohne diese gibt es keinen Kaffee. Auch mir öffneten sich die Augen noch einmal mehr für Qualität und Verantwortung, nachdem ich das erste Mal Kaffeekirschen selber gepflückt hatte. Da Kaffee eines der gewöhnlichsten Lebensmittel unserer Zivilisation ist, ist es schwer, die oben beschriebenen Gewohnheiten zu durchbrechen. Die Corona-Krise wird viel Neues an Ideen und veränderten Lebensweisen hervorbringen, zu denen wir ohne diesen auferlegten Verzicht nie in der Lage gewesen wären. Ähnlich ist es mit Kaffee, wenn wir zum ersten Mal wirklich verstehen, was es bedeutet, Kaffee zu produzieren und vor Ort den Unterschied zwischen emotionaler, zeitraubender, exquisiter Herstellung und schnell und massenhaft fehlerhaft produzierten Qualitäten erkennen. Dann

können wir in den Industrieländern bewusste und in meinen Augen bessere Entscheidungen treffen. Deshalb liegt es mir auch sehr am Herzen, langfristig möglichst viele Entscheider mit auf diese Reisen zu nehmen. Denn wie wir gerade doch sehr drastisch lernen, hängt auf unserem Erdball alles mit allem zusammen.

CC: Wie wichtig ist für Dich der faire Handel mit dem Naturgut Kaffee?

NHV: Mir sind Transparenz, Respekt und Wissen sehr wichtig. Das beinhaltet letztendlich auch einen fairen Handel. Dennoch geht hochwertiger Kaffee oder soziale Unterstützung über einen fairen Handel hinaus.

Leider wissen die meisten Menschen hierzulande immer noch viel zu wenig über den globalen Kaffeeanbau und den langen Prozess bis die Kaffeebohnen bei uns in der Tasse landen. Wir beruhigen





gerne unser Gewissen über ein Siegel, aber ich weiß aus diversen Ursprungsländern, dass es eben nicht so einfach ist für die Farmer und Kooperativen mit den Zertifizierungen, Audits und Standards. Die technischen und digitalen Voraussetzungen werden in der Zukunft jedoch immer besser und verbreiten sich zunehmend. Es ist eine wunderbare Möglichkeit, sich intensiver mit den Lebensmitteln zu beschäftigen, die wir zu uns nehmen. Bekommt z.B. ein Kaffee ein Gesicht, indem wir den Kaffeebauer oder seine Familie dahinter kennenlernen, bauen wir eine verantwortungsvollere Beziehung zu ihm auf und der Farmer oder Produzent wird mehr Wert für seinen Kaffee erhalten. Dieser Mehr-Wert

kann landestypisch oder kulturell verschieden sein. Vielen wird es hoffentlich ein besseres Einkommen bescheren, z.B. durch größere Bekanntheit. Hinzu kommen mehr fachliche Unterstützung für höhere Erträge und nachhaltige Anbaumethoden oder ein Austausch geeigneter Netzwerke bis hin zur Unterstützung für Bildung und Weiterbildung. Es kann nicht sein, dass wir uns nur auf ein paar Großkonzerne verlassen, die es für uns schon richten. Jeder hat eine Stimme und jeder kann etwas bewirken, wenn auch nur wenig – aber in der Masse haben wir Konsumenten die Fäden in der Hand.

CC: Welche Bohnen verwendest Du warum am liebsten und wie lassen sich qua-

litativ gute Bohnen auch ohne Kaffeereisen oder großes Kaffeewissen finden?

NHV: Ich habe verschiedene Ansätze, mit denen ich mich für Kaffeearten entscheide. Als Standard Espresso brühe ich immer noch am liebsten den Blend (Mischung) meines kleinen Rösters, mit dem ich 2008 Dritte der Deutschen Barista-Meisterschaft geworden bin. Ein Blend aus den Ursprungsländern Guatemala, Costa Rica, Brasilien und Indien. Je nach Wassereigenschaft brühe ich aber lieber doch einen ähnlichen Blend, in diesem Fall wird Guatemala durch Kolumbien ersetzt. Diese beiden Blends treffen einen sehr breiten Geschmack, polarisieren wenig und begeistern eine große Anzahl an Menschen. Daher sind es meine Allzweckwaffen, die ich gerne bei Events einsetze. Sie lassen sich zudem sehr leicht auf das Maschinen- und Mühlen-setup einstellen und verzeihen aufgrund ihrer ausgezeichneten Röstung und Frische auch gerne einen kleinen Fehler im Mahlgrad oder der Wassertemperatur.

Für meine Trainings passe ich die Kaffeearten eher auf meine Teilnehmer an. Je nach Vorwissen steigen wir tiefer in die Sensorik ein und bereiten meist Single Origins oder Micro Lots zu, verwenden unterschiedliche Anbauländer und Anbauhöhen oder unterschiedliche Röstgrade. Ich versuche Offenheit für Neues und Spannendes aus den Teilnehmern herauszukitzeln, auch mal eine feine klare Säure, ungewöhnliche Aromen und Komplexität zu ergründen oder „was heißt bitter“ zu diskutieren. Ich möchte in den Trainings nicht meinen Geschmack verkaufen, sondern die Vielfalt aufzeigen, damit sich die Teilnehmer ihren eigenen Geschmack bilden können und offen sind für Neues. Ich sage gerne zu den Teilnehmern: „Nehmt mich nicht als Maßstab. Was mir schmeckt, schmeckt den wenigsten. Das liegt daran, dass ich mich gerne auf die Extreme einlasse und mich gerne überraschen lasse. Das ist aber wenig erfolgreich, wenn man mit vielen Tassen Kaffee sein Geld verdienen muss.“

Wenn ich nun nach qualitativ guten Bohnen Ausschau halten möchte, empfehle ich gerne die Röster, die mir am meisten über ihren Kaffee erzählen können, kein Geheimnis daraus machen und darauf

hören was mir schmeckt oder auf welcher Suche ich bin. Das sind meist kleine Röstereien, die häufig auch gute Online-Shops betreiben. Trinkt man irgendwo einen guten Kaffee, sollte man ruhig einmal nachfragen, was das für ein Kaffee war und was das Besondere daran ist. So eignet man sich ein kleines Wissen an und kann zukünftig eher beschreiben, was einem schmeckt und muss nicht hinnehmen, was einem vorgesetzt wird. Leider sind jedoch die meisten Mitarbeiter der Bars, Bäckereien und Restaurants immer noch wenig bis gar nicht geschult, um Gäste beraten zu können und mit Einwänden umzugehen. Denn was könnten sie ändern? Kommt aber des Öfteren doch einmal eine Frage des Gastes zum Kaffee, würden die Mitarbeiter auch bestimmt mehr Wissen von ihren Vorgesetzten einfordern.

CC: Du hast Dein Unternehmen Barista World in 2020 strategisch verändert. Was war der Grund?

NHV: 2019 war ein schwieriges Jahr für mich. Zum ersten Mal musste ich mir Gedanken machen, was die typisierenden Merkmale der Tätigkeit eines Barista sind, d.h. was ein Barista ist, macht und wie er arbeitet. Dabei ging es nicht nur um mich, sondern auch um viele andere Baristi, die selbständig ihre Dienstleistung anbieten und mit ihrer Kompetenz auf verschiedensten Veranstaltungen Kaffee brühen.

Laut der Deutschen Rentenversicherung Bund (DRV Bund) ist aber genau diese Arbeitsweise keine selbständige Tätigkeit und somit sozialversicherungspflichtig. Das heißt leider, dass z.B. ein Barista, der bei seiner Tätigkeit nicht eigene Arbeitsmittel nutzt – dabei reichen eigene Utensilien, wie z.B. Thermometer, Waage, Pinsel, Milchschaumkännchen, Löffel oder Tamper nach Ansicht des DRV Bundes nicht aus – nicht selbständig tätig und deshalb sozialversicherungspflichtig ist. Vorsicht ist auch geboten, wenn während eines Einsatzes der Barista ein Shirt oder eine Schürze seines Auftraggebers trägt oder sogar im Team mit Beschäftigten des Auftraggebers arbeitet. Auch diese Merkmale stellen nach Ansicht des DRV Bundes Indizien dar, die gegen eine selbständige Tätigkeit sprechen. Weitere

maßgebliche Entscheidungskriterien seitens des DRV Bundes beziehen sich auf die (vermeintliche) Weisungsgebundenheit des Barista gegenüber seinem Auftraggeber, nach Art, Ort und Zeit der geschuldeten Tätigkeit. Hier unterliegt der Barista – laut DRV Bund – grundsätzlich immer den Weisungen seines Auftraggebers und ist zur persönlichen Leistungserbringung ebenso verpflichtet wie ein Arbeitnehmer. Im Ergebnis betrachtet der DRV Bund die Tätigkeit eines Barista stets als abhängige und damit sozialversicherungspflichtige Beschäftigung und lässt praktisch keinen Spielraum zu, diese Tätigkeit alternativ als selbständige Tätigkeit durchzuführen. Somit sollte ein Unternehmen, das einen Barista auf selbständiger Basis einsetzt oder einsetzen möchte, die Einzelheiten der Tätigkeit des Barista-Einsatzes genau überprüfen und die Vorgaben des DRV Bundes berücksichtigen und gegebenenfalls nicht auf Rechnung beschäftigen. Da wir diverse Kunden haben, welche die Kaffeeverversorgung auf Messen und Events an uns outsourcen und durch uns organisieren lassen, mussten wir uns mit Hilfe eines hierzu spezialisierten Rechtsanwalts Rechtssicherheit durch modifizierte Verträge erarbeiten, um weiterhin unsere Kunden mit den oft liebgewonnenen Baristi unterstützen zu dürfen.

CC: Wie funktioniert jetzt die Zusammenarbeit mit den Unternehmen?

NHV: Im Falle des Einsatzes eines selbständig tätigen Barista sehen unsere modifizierten Werkverträge mit unseren Auftraggebern z.B. vor, dass u.a. jegliche Kommunikation mit den selbständig tätigen Baristi ausschließlich über Barista World läuft und sorgen dafür, dass dies auch tatsächlich so gelebt wird. Wir schützen damit unsere Kunden gegen das Risiko einer verdeckten Arbeitnehmerüberlassung und können somit rechtlich klar auch weiterhin die hervorragende Kaffe Zubereitung seitens der Baristi für die Auftraggeber anbieten.

CC: Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit den Baristi?

NHV: Wir haben uns zunächst mit den Baristi über die Situation und die rechtlichen Implikationen für alle Beteiligten

abgestimmt und mit dem jeweiligen Barista ein befristetes Arbeitsverhältnis abgeschlossen. Wir stellen die Baristi für jeden Event an, schließen mit ihnen einen eventbezogenen Arbeitsvertrag ab und melden sie an.

Natürlich ist der Betrag, den die Baristi für einen Event erhalten, auf den ersten Blick scheinbar geringer, dafür sind sie jedoch weitreichend versichert. Ihnen wird die Steuer direkt vom Gehalt abgezogen, welche sie im Nachhinein aber so oder so hätten abführen müssen. Liegt der verdiente Jahresbetrag unter der entsprechenden Grenze, erhalten sie die abgezogene Steuer, nach Abgabe ihrer Steuererklärung, am Jahresende wieder zurück und haben so das gleiche verdient, als wären sie selbständig gewesen – außer natürlich der Tatsache, dass sie das ein oder andere an Kosten steuerlich geltend machen können. Aber wie gesagt, dafür sind sie sozialversichert und zwar nicht nur während der Tätigkeit, sondern auch auf dem Weg hin und zurück zum Tätigkeitsort. Zusätzliche Abgaben, die anfallen, und die Koordination übernimmt Barista World.

Dabei ist es mir ein besonderes Anliegen, den Auftraggebern immer wieder klar zu machen, welche anstrengende Tätigkeit ein Barista zu leisten hat. Wir setzen uns in Verhandlungen immer für eine entsprechend angemessene Bezahlung, eine hochwertige Unterkunft, vernünftige und rechtlich abgesicherte Arbeitszeiten und Pausenregelungen für die Baristi ein. Sie erhalten immer zum Monatsende ihren Verdienst und stehen in enger Absprache mit uns. So können wir sicherstellen, dass Baristi und Auftraggeber gut zusammenpassen und ein schönes und respektvolles Arbeitsklima herrscht.

CC: Welche Baristi kommen in Frage, welche Kriterien legst Du bei der Auswahl an?

NHV: Ich habe einen sehr hohen Anspruch an Kundenorientierung. Der Servicegedanke und die Fähigkeit, sich auf unterschiedlichste Gäste und Auftraggeber einzulassen, stehen für mich an oberster Stelle. Klar ist natürlich, dass ein Barista sein Handwerk verstehen muss. Die Baristi, die für uns im Einsatz sind,

müssen eigene Entscheidungen treffen, sich ihrer Verantwortung stellen und sind auf sich alleine gestellt, wenn es darum geht, mit oder ohne Techniker Maschine und Mühle auf den jeweiligen Kaffee einzustellen und auch ein anspruchsvolles, entspanntes Arbeiten ebenso motiviert umzusetzen, wie unter Hochdruck. Dabei müssen sie sehr schnell und sauber tausende Kaffeegetränke zubereiten können. So ein Einsatz ist erst nach jahrelanger Erfahrung möglich.

Selten werden auch einmal zwei oder drei Baristi gleichzeitig gebucht, dann nehmen wir gerne auch Junior Baristi mit hinzu, um sie an unseren Anspruch zu gewöhnen. Wir entscheiden dennoch immer, welcher Barista zu welchem Kunden passt, um durchweg positive Rückmeldungen zu erhalten und unsere Kunden an uns zu binden. Immer wieder kommt es vor, dass Kunden sich doch einmal für „günstigere“ Baristi entscheiden, dann melden sie sich allerdings oft im darauffolgenden Jahr wieder und sind der Meinung, dass wir vielleicht etwas teurer sind, der Kunde dafür aber 100% Leistung und Organisation, Top-Baristi und absolute Verlässlichkeit bekommt. Das schätzen viele unserer Kunden, denn damit haben sie ein (Kaffee-)Problem weniger, wenn Sie wichtige Events organisieren.

CC: Welche Rolle spielt das Thema Kommunikation heute für einen Barista?

NHV: Für mich spielt das Thema Kommunikation in Sachen Barista schon lange eine wichtige Rolle. Ein Barista muss sich auf seine Gäste einstellen und sensibel für die Dosis an Wissen sein, welches er vermittelt. Die Art der Kommunikation sollte immer der Situation und den Gästen entsprechend angepasst sein. Das soll heißen, wenn vor der Kaffeebar eine Schlange mit wartenden Gästen steht, darf er sich nicht zu lange mit einem Gast unterhalten, den er vielleicht gut kennt oder der ihm eine Frage gestellt hat und nun eine ausführliche Belehrung über Anbaumethoden, Druckparameter oder Sonstigem erwartet. Ein, zwei kurze Sätze mit einer präzisen Antwort auf die Frage reichen dann völlig aus.

Ist jedoch weniger zu tun und ein Gast zögert mit der Bestellung, sollte nach

meinem Erachten ein Barista in der Lage sein, über ein, zwei Fragen herauszufiltern, was dem Gast schmecken könnte, um zügig eine Empfehlung aussprechen zu können. Möchte dann der Gast weitere Informationen, sollte er ausreichend Wissen mitbringen, um dem Gast ein paar Tipps oder Tricks in der Zubereitung mit auf den Weg geben zu können oder gerne auch Hinweise zur Sensorik geben, damit der Gast versteht, welche Zusammenhänge es z.B. zwischen einer helleren und einer dunkleren Röstung gibt. So lernt der Gast bei Interesse schnell, was ihm schmeckt und was er möglicherweise beim nächsten Mal bestellen sollte. Es kann immer passieren, dass einem Gast der Kaffee nicht schmeckt, selbst bei bester Kaffeequalität und liebevollster Röstung. Dann hatte der Gast sich eben etwas anderes vorgestellt. Das ist sein gutes Recht. Nichts ist schlimmer als Baristi, die ihren Geschmack militant an den Mann oder die Frau bringen wollen, selbst wenn sie dabei die besten Absichten haben. Wenn der Gast diesen Geschmack nicht teilt und sich schlimmstenfalls schlecht fühlen muss, wenn er etwas anderes bevorzugt, wird er sicher auch nicht gerne wiederkommen. Kommunikation ist also ein wichtiges Verkaufstool, das den direkten Umsatz positiv oder auch negativ beeinflussen kann.

CC: Eine Frage zum Schluss. Gönnst Du Dir ab und zu noch einen „Espresso di balsamico“?

NHV: Ehrlich gesagt nein. Es war damals aber auf jeden Fall der Beginn, sich mit Säure, Aromen und Food Pairing intensiv zu beschäftigen. Ich würde ihn aber bestimmt in einem Restaurant als Dessert gerne einmal bestellen. Das Rezept ist für wenige Portionen etwas zu aufwendig, daher habe ich ihn lange nicht mehr zubereitet. Ich habe damals sehr viel ausprobiert, um eine Balsamico Crema zu finden, die absolut mit der Säure des Espresso harmoniert. Den ausgefallenen Moringa-Pfeffer habe ich leider auch schon lange nicht mehr gekauft. Die Bounty-Espuma war zwar äußerst lecker, aber heute trinke ich Kaffees auch gerne in ihrer reinen Form und lasse mich von den Aromen beeindrucken, die sie auf

natürliche Weise mitbringen. Aber wenn Du mich schon fragst, vielleicht probiere ich ihn doch einmal wieder, meinen Signature Drink, mit dem ich die Deutsche Meisterschaft gewonnen habe.

Coffee Capital: Dear Nana, pretty much every professional task of the coffee sector as well as events and trainings for baristi have been under forced lockdown since March. How have you been coping with that situation? How did you spend that forced free time?

Nana Holthaus-Vehse: In the beginning, I obviously had to get used to that unrealistic scenario I've gotten thrown into. When you have a busy schedule and usually rush from one event to the next, taking care of your family with a dog and horses, organizing the household, organizing social media channels and the usual office work still stuck in between, it felt like the ground was being pulled out from under my feet. Of course also with regard to the lack of income and the still existing fixed costs. And then suddenly "bang", a huge amount of cancellations and no idea how and when things will go back to "normal". Since I was always trimmed for performance and the situation felt like it was only going to last a short time, I had alternatively made a plan of what I would have to do at home temporarily in this case - just everything that otherwise always comes up short. This included cleaning the windows, tidying up the cupboards and getting the garden in shape. With that, besides many dog walks and rides, I was able to distract myself well in order not to think too much about the problem, which I personally could not solve anyway. But again and again I asked myself, when will things go their normal way again and how is that even possible? I use all this time to deal with myself very intensively and to reflect: "what have I achieved in the last years, what has happened in the last years and what do I want to achieve in the future? Even if it is a financially tight situation, I see it as a positive challenge to rethink the paths I have taken or to break onto new grounds. Very often in my life I had to adjust to completely

new situations. These experiences ensure me that I can easily do that again and to see it in retrospect as an opportunity, which I might have voluntarily never dared to take or would have been too comfortable to take. That is why I continue educating myself and study the study course "Environmental Sciences" parallel to my existing activities as a further education student. There are also a lot of good webinars I am attending now and I read a lot about the topics that have interested me for a long time, that I just didn't have time to proceed with. One of the most exciting and interesting topics for me is climate change and its consequences and what each one of us can change and do better in the future. This has kept me thinking in recent years on my travels to the countries of origin, especially on the subject of coffee.

CC: And that's how we get to the topic coffee. How did you enter the world of coffee in the first place? What keeps you motivated in the business?

NHV: I think, the biggest triggering part about the coffee industry is really: everything. As soon as I understood how many factors are connected into a single cup of coffee, I could not hesitate any longer. Coffee has everything in stock, connecting the whole world. There are the emotional elements, such as socializing, indulgence and lifestyle, the various expert topics such as sensory, coffee plants, roasting, then there's the technological side to it, including mills, hand filters all the way up to the engineer's best machines in espresso machines and then there's the health topics included, as the impact coffee has on the human body, the healing, prevention as well as usage of coffee in the athletic field. And we're not even done here, the complex tradition of coffee from the coffee plant somewhere on the planet all the way to the stock markets down to the grocery stores, the smallest roasteries and gastronomy. The complexity of the preparation up to the topics of globalisation, sustainability, social policy and refugee flows. As I said, coffee is connected to everything, such a complex topic. In fact, I think we could save the world with coffee. That fascinates me.

CC: Have you planned any coffee journeys for 2020?

NHV: Yes, one has already taken place this January with a group of ten people to Costa Rica. Our offer, with the unbelievably intense experiences during such a coffee expedition, was just beginning to become attractive and word got around. A trip to Brazil would have been on the programme in June, Colombia in September and Ethiopia in November. Unfortunately, we will not be able to offer any of these trips this year, because the current situation is too uncertain. We will unfortunately have to put the coffee expeditions on hold until the global situation hopefully eases again. It is enough that especially on coffee trips to countries of origin there is always some adventure anyway. We don't need such a confusing situation as we have at the moment - apart from the fact that it wouldn't make sense under these circumstances either. It's a pity, but I am confident that travelling to the coffee regions will be possible again some day.

CC: Why do you set such a high importance to the coffee journeys?

NHV: I've been advocating "good" coffee for years. But what is "good" coffee? For one person it is the energy kick at the vending machine, for another it is a means to an end to make a date, for the next it is to get into the mood of a holiday in Italy at a coffee bar or to underline his status with an expensive machine. Some people look for sensory diversity, and for many the coffee divides the day. There are so many different habits and rituals that we associate with coffee and its taste. Often we love a coffee taste that the professionals think is underground. It is impossible to talk about the best coffee. However, I always start with the bean when evaluating a coffee. Because without it there is no coffee. My eyes were also opened once again to quality and responsibility after I had picked coffee



cherries myself for the first time. As coffee is one of the most common foods of our civilisation, it is difficult to break the habits described above. The Corona crisis will bring forth many new ideas and changed lifestyles, which we would never have been able to do without this imposed renunciation. It is similar with coffee, when we really understand for the first time what it means to produce coffee and recognize on the spot the difference between emotional, time-consuming, exquisite production and quickly and mass-produced faulty qualities. Then we in the industrialised countries can make conscious and, in my opinion, better decisions. That's why it is also very important to me to take as many decision-makers as possible on these trips in the long term. Because as we are learning very drastically at the moment, everything on our planet is connected with everything else.

CC: What importance does fair trade play on the scale concerning the trade of green coffee?

NHV: Transparency, respect and knowledge are very important to me. That

ultimately includes fair trade. Nevertheless, high-quality coffee or social support goes beyond fair trade.

Unfortunately, most people in this country still know far too little about global coffee cultivation and the long process until the coffee beans end up in our cups. We are happy to salve our conscience about a seal, but I know from various countries of origin that it is not so easy for farmers and cooperatives with the certifications, audits and standards. However, the technical and digital conditions will be better and better in the future and are becoming increasingly widespread. It is a wonderful opportunity to deal more intensively with the food we consume. If, for example, a coffee gets a face by getting to know the coffee farmer or the family behind it, we build a more responsible relationship with them and the farmer or producer will get more value for his coffee. This added value can be country-specific or culturally different. Hopefully it will give many of them a better income, for example through greater awareness. In addition, there will be more technical support for higher yields and sustainable cultivation methods or an exchange of suitable networks, including support for education and training. It is unacceptable that we can only rely on a few large corporations to make it work for us. Everyone has a voice and everyone can make a difference, even if only a little - but in the masses, we consumers are the ones pulling the strings.

CC: Which beans do you prefer to use and why, and how can you find good quality beans even without a coffee trip or great coffee knowledge?

NHV: I have different approaches to deciding on types of coffee. As a standard espresso, I still prefer to brew the blend of my small roaster, with whom I finished third in the German Barista Championship in 2008. A blend from the countries of origin Guatemala, Costa Rica, Brazil and India. Depending on the properties of the water, I brew a similar blend, but in this case Guatemala is replaced by Colombia. These two blends meet a very broad taste, polarize little and inspire a large number of people. Therefore they are my all-purpose weapons, which I like

to use at events. They are also very easy to adjust to the machine and mill setup and because of their excellent roasting and freshness they are also happy to forgive a small mistake in the grind or water temperature.

For my trainings I then adapt the coffee types more to my participants. Depending on previous knowledge, we go deeper into the sensory system and usually prepare Single Origins or Micro Lots, use different cultivation countries and cultivation heights or different roasting degrees. I try to get openness for new and exciting things out of the participants, sometimes to fathom a fine clear acidity, unusual aromas and complexity or to discuss "what does bitter mean". I don't want to sell my taste in the trainings, but to show the variety so that the participants can form their own taste and are open for new things. I like to say to the participants: "Do not take me as a yardstick. What tastes good to me tastes good to very few. This is because I like to go to extremes and I like to be surprised. But that is not very successful if you have to earn your money with many cups of coffee." Now, when I want to look for good quality beans, I like to recommend the roasters who can tell me the most about their coffee, make no secret of it and listen to what I like or what I am looking for. These are usually small roasting companies, which often also run good online shops. If you drink a good coffee somewhere, you should ask what kind of coffee it was and what is special about it. So you acquire a little knowledge and in the future you will be able to describe what you like and you don't have to accept what you are served. But unfortunately, most of the employees of the bars, bakeries and restaurants are still little or not at all trained in order to handle the objections of the guests. Because what could they change? If, however, a question from the guest comes to the coffee from time to time, the employees would certainly demand more knowledge.

CC: You've mixed up your business Barista World in 2020. What was the reason behind the change of strategy?

NHV: 2019 was a difficult year for me. For the first time I had to think about

what the typifying characteristics of a barista's activity are, i.e. what a barista is, does and how he works. This was not only about me, but also about many other baristi who offer their services independently and brew coffee with their competence at various events.

According to the German Pension Insurance Federation (DRV Bund) - at least that's my understanding - exactly this way of working is not a self-employed activity and therefore subject to social security. Unfortunately, this means that a barista, for example, who does not use his own tools in his work - his own utensils, such as thermometer, scales, brushes, milk froth pot, spoon or tamper, are not sufficient in the opinion of the DRV Bund - is not self-employed and therefore liable to social insurance. Caution is also advised if the barista wears a shirt or apron of his client during an assignment or even works in a team with employees of the client. In the opinion of the DRV Bundes, these characteristics are also indications that speak against self-employment. Further decisive decision criteria on the part of the DRV Bundes refer to the (alleged) obligation of the barista to follow the instructions of his client, according to the type, place and time of the activity owed. According to the DRV Bund, the barista is always subject to the instructions of his client and is obliged to provide personal services just like an employee. As a result, the DRV Bund always regards the activity of a barista as a dependent and thus subject to social insurance contributions and leaves practically no scope for carrying out this activity alternatively as a self-employed activity. Thus, a company that employs or wishes to employ a barista on a self-employed basis should carefully examine the details of the barista's employment and take into account the requirements of the DRV Bund and, if necessary, not employ him/her on account. Since we have various customers who outsource the coffee supply at trade fairs and events to us and have it organised by us, we had to work out legal security through modified contracts with the help of a lawyer specialised in this area in order to be able to continue to support our customers with the baristas they often love.

CC: So, how does a cooperation with a company look like now?

NHV: In the case of the employment of a self-employed barista, our modified work contracts with our clients stipulate, for example, that all communication with the self-employed baristas will be conducted exclusively through Barista World and ensure that this is actually lived out. In this way we protect our clients against the risk of covert hiring of employees and can thus legally clearly continue to offer the excellent coffee preparation by the barista for the client.

CC: How does the cooperation with the baristi work?

NHV: First of all, we agreed with the baristi on the situation and the legal implications for all parties involved and concluded a fixed-term employment contract with the respective barista.

We hire the baristi for each event, conclude an event-related employment contract with them and register them. Of course, the amount the baristi receive for an event seems to be less at first glance, but they are covered by extensive insurance. The tax is deducted directly from their salary, but they would have had to pay it off anyway. If the annual amount earned is below the corresponding limit, they receive the deducted tax back at the end of the year after submitting their tax return and have thus earned the same as if they had been self-employed - except, of course, for the fact that they can deduct one or the other expense from their taxes. But, as I said, they are covered by social security, not only during their employment, but also on the way there and back to their place of work. Barista World takes care of additional charges that are incurred and the coordination. It is a special concern of mine to make it clear to the clients again and again what a strenuous job a barista has to do. In negotiations, we always strive for appropriate remuneration, high-quality accommodation, reasonable and legally secured working hours and break regulations for the barista.

They always receive their earnings at the end of the month and are in close consultation with us. In this way we can ensure that baristi and client are a good match

and ensure a nice and respectful working atmosphere.

CC: Which baristas come into question, what criteria do you apply in the selection?

NHV: I have a very high standard of customer orientation. The idea of service and the ability to get involved with a wide variety of guests and clients is my top priority. Of course, a barista has to know his trade. The baristi who work for us have to make their own decisions, face up to their responsibility and are on their own when it comes to adjusting the machine and grinder to the respective coffee, with or without a technician. They are also motivated to carry out a demanding, relaxed work just as much as under high pressure. They have to be able to prepare thousands of coffee drinks very quickly and cleanly. Such an application is only possible after years of experience. Rarely two or three baristi are booked at the same time, then we are happy to take junior baristi with us to accustom them to our standards. It happens repeatedly that customers decide for "cheaper" baristi, but usually, the following year they give us a call and the feedback that we might be a bit more expensive, but the customer receives 100% high-quality service and organisation, top baristi and an outstanding reliability. Many of our customers appreciate our service, because it means they have one (coffee) problem less when organising important events.

CC: What role does communication play today for a barista?

NHV: For me, the topic of communication has played an important role for a barista for a long time. A barista has to adapt to his guests and be sensitive to the dose of knowledge he is communicating. The way of communication should always be adapted to the situation and the guests. This means that if there is a queue of waiting guests in front of the coffee bar, he should not spend too much time talking to a guest whom he perhaps knows well or who has asked him a question and now expects detailed instructions about cultivation methods, printing parameters or other things. One or two short sentences with a precise answer to

the question are then quite sufficient.

If, however, there is less to do and a guest hesitates to order, I think a barista should be able to filter out what the guest might like by asking one or two questions, so that he can make a recommendation quickly. If the guest then wants more information, he or she should have enough knowledge to be able to give the guest a few tips or tricks for the preparation or to give advice on sensory perception, so that the guest understands the connection between a light and a darker roast, for example. In this way, the guest quickly learns what he or she likes and what he or she should possibly order next time. It can always happen that a guest does not like the coffee, even with the best coffee quality and the most loving roast. Then the guest had just imagined something else. That is his right. Nothing is worse than baristi who want to bring their taste militantly to the man or woman, even if they have the best intentions. If the guest doesn't share this taste and, at worst, has to feel bad, if he prefers something else, he will certainly not like to come back. Communication is therefore an important sales tool that can have a positive or negative impact on direct sales.

CC: One question at the end. Do you still treat yourself to an "Espresso di balsamico" every now and then?

NHV: Frankly, no. But it was definitely the beginning of the intensive study of acidity, flavors and food pairing. But I would definitely like to order it as a dessert in a restaurant. The recipe is a bit too elaborate for a few portions, so I haven't prepared it for a long time. At that time I tried a lot to find a balsamic cream that absolutely harmonizes with the acidity of the espresso. Unfortunately I haven't bought the unusual Moringa pepper for a long time. The Bounty Espuma was very tasty, but today I like to drink coffees in their pure form and let myself be impressed by the aromas they bring in a natural way. But if you ask me, maybe I'll try it again, my signature drink with which I won the German Championship.

Contact:

Nana Holthaus-Vehse, Barista World
www.barista-world.de