



## **Inhaltsverzeichnis**

1. Der Österreichische Kaffee- und Tee-Verband
2. Informationen zum Kaffeemarkt
  - Weltmarkt Rohkaffee
  - Marktsituation Österreich
  - Tag des Kaffees am 1. Oktober 2007
3. Die richtige Mischung ist das Geheimnis des besten Geschmacks
  - Luxus für jedermann - Kaffee und Lebensqualität
4. Aktivitäten zum „Tag des Kaffees 2007“
5. Von der Pflanze in die Tasse
6. Typisch Österreichische Kaffeerezepte
7. Funktionäre des Kaffee- und Tee-Verbandes
8. Mitglieder des Kaffee- und Tee-Verbandes
9. Kaffee und Automaten



## **1. Der Österreichische Kaffee- und Tee-Verband**

### **Gründung 1952**

Der österreichische Kaffee- und Tee-Verband wurde am 1. Juli 1952 als unabhängiger Verein gegründet.

Kurz vor der Gründung des Kaffee- und Tee-Verbandes war – heute unvorstellbar – Bohnenkaffee noch rationiert und auch für viele Menschen in Österreich unerschwinglich. 1952 betrug die Kopfquote daher lediglich 650 g; 55 Jahre später verbrauchen die ÖsterreicherInnen – gerechnet auf Grünkaffeebasis – die beeindruckende Menge von 8,0 kg per anno.

### **Zielsetzung des Kaffee- und Tee-Verbandes**

Damaliges wie heutiges Ziel war und ist es, für eine der bedeutendsten Branchen der Nahrungs- und Genussmittelindustrie und des Kaffee- und Tee-Handels eine gemeinsame Plattform zu bilden, mit der die übergreifenden Interessen der österreichischen Kaffee- und Tee-Wirtschaft vertreten und gefördert werden.

Hauptzielsetzung ist die Förderung aller Maßnahmen, die der Entwicklung des Kaffee- und Teekonsums dienen, aber auch das Halten des im europäischen Vergleich überdurchschnittlichen Niveaus der den Konsumenten in Österreich angebotenen Qualitäten. Daneben arbeiten Mitglieder des Kaffee- und Tee-Verbandes als Experten in Fachgremien wie der Codex Kommission für Kaffee und Tee und üben beratende Funktionen aus.

Zu einem der Hauptthemen der vergangenen Jahre zählt die überfallsartige Verdoppelung der Umsatzsteuer auf Kaffee/Tee und Getränke, ausgenommen Kräuter- und Früchtetees in Packungen, um daraus die abgeschaffte Getränkesteuer zu kompensieren. Die gesamte Branche sowie Gastronomie- und Hotelbetriebe sprechen sich gegen diese einseitige Diskriminierung einer Produktparte durch den Finanzminister aus.



## Mitglieder des Kaffee- und Tee-Verbandes

Die Anzahl der Mitglieder des Kaffee- und Tee-Verbandes stieg vom Gründungsjahr mit elf Mitgliedsfirmen auf insgesamt 30 Mitgliedsfirmen im Jahr 2007 an.

Die elf Gründungsmitglieder waren:

- ARABIA, WIEN
- CHRIST, LINZ
- COLUMBIA, WIEN
- KONSUM, WIEN
- KOLONIAL IMPORT, GRAZ
- MIKADO, WIEN
- JULIUS MEINL, WIEN
- NABER, WIEN
- SCHWONER & GLOGAU, WIEN
- SIEBERTH, WIEN
- ZUMTOBEL, DORNBIRN

## Internationale Zusammenarbeit

Der österreichische Kaffee- und Tee-Verband ist zudem in die europäischen Vertretungen der Branchen eingebunden:

- ECF Europäische Kaffee Föderation, Amsterdam
- ETC Europäisches Tee Komitee, Hamburg
- EHIA Europäische Kräutertee Vereinigung, Hamburg

Somit wird sowohl die Mitsprache im Vorfeld von EU-Verordnungen und -Richtlinien als auch die Information über Entwicklungen im technisch-wissenschaftlichen Bereich und über Trends im internationalen Kaffee-Markt gewährleistet.

Wien, September 2007

*Anfragen bitte an: Kaffee- und Tee-Verband, Zaunergasse 1-3, 1030 Wien,  
Tel.: (+43-1) 712 21 21 44 (Helmut A. Grafinger), e-mail: kaffeetee@eunet.at*



## 2. Informationen zum Kaffeemarkt 2006/07

### Weltmarkt Rohkaffee

- **Status Weltmarkt Rohkaffee**

Rohkaffee ist nach Erdöl das wichtigste Handelsgut der Welt. Die drei größten Anbauländer der Welt: Brasilien, Vietnam und Kolumbien konnten im vergangenen Jahr eine gute Rohkaffee-Ertragsmenge verzeichnen. Das Rohkaffeeweltmarktjahr beginnt am 1. Oktober und endet am 30. September des Folgejahres. Die Gesamtjahresmenge 2006/2007 beträgt über 124 Millionen Sack, was im Vergleich zu 2005/2006 mit 117 Millionen Sack eine deutliche Steigerung darstellt.

- **Ernten und Entwicklungen**

*Brasilien*, mit ca. 42 Millionen Sack Kaffee (à 60kg) das größte Anbauland der Welt, rechnet 2007 mit einem leichten Ernterückgang.

Besonders zulegen konnte der *Vietnam*, der vorwiegend Robusta Kaffee vertreibt und mit 20 Millionen Sack Kaffee 2006/2007 die größte Ernte aller Zeiten verzeichnen kann.

Das drittgrößte – und vor allem für die Lieferung sehr hochwertiger Kaffees – besonders wichtige Kaffeeanbauland *Kolumbien*, verzeichnet seit Jahren eine konstante Jahresertragsmenge von ungefähr 11einhalb Millionen Sack Rohkaffee.

Die Ernteerträge der Kaffeeanbauländer sind gut. Durch moderne Bewirtschaftung werden die Qualitäten konstant verbessert. Die Nachfrage nach Kaffee ist weltweit im Ansteigen.



## Marktsituation - Österreich

- **Kaffeekonsumation**

Die Österreicher kommen jährlich auf einen durchschnittlichen Pro Kopf Verbrauch von 162 Litern Kaffee (8,0 kg). Das sind ca. 2,6 Tassen pro Tag. Kaffee ist nach Wasser, aber noch vor Bier (108 Liter), eines der beliebtesten Getränke der Österreicher. Erst dann folgen Limonaden und Soft Drinks.

- In 91% der heimischen Haushalte wird regelmäßig Kaffee getrunken.
- Rund 80% der Österreicher genießen ihren Kaffee zum Frühstück.
- Über 60% konsumieren Kaffee am Nachmittag.
- Kaffeegenuss nach dem Abendessen kommt mengenmäßig lediglich eine geringe, wertmäßig aber eine sehr hohe Bedeutung zu (Außer-Haus Konsum!).

- **Röstkaffeemarkt-Entwicklung**

Ende 2006 kam es zu deutlichen Preissteigerungen am österreichischen Röstkaffeemarkt, was zu einem Absatzminus von - 2,2% führte.

2007 konnten sich die Preise stabilisieren. Es wurde eine Marktsteigerung von +5,6% erzielt, was nicht zuletzt stark mit einer Vielzahl von Produktneueinführungen verbunden ist. Dieser Aufwärtstrend wird vom heimischen Handel positiv zur Kenntnis genommen.

- **Import/Export**

In Österreich werden vorwiegend qualitativ hochwertige Kaffeesorten verarbeitet. 2006 wurden 2 Millionen Sack Kaffee importiert, das sind +25% im Vergleich als in den Jahren zuvor.



- **Kaffeetrends**

Kein anderes Getränk kann auf derart viele Trends und unterschiedliche Zubereitungsarten verweisen wie Kaffee, wobei Kombinationen mit Milch zu den beliebtesten zählen. Die österreichische Röstkaffeebranche bringt jährlich eine Vielzahl an *Innovationen* auf den Markt.

Es besteht eine deutliche Hinwendung in Richtung *Qualität*. Die ganze Bohne ist der beste Aromatresor des Kaffees und gewinnt mit steigendem Qualitätsanspruch der Konsumenten laufend an Bedeutung.

Das *Espresso*segment hat mit einer Wachstumsrate von ca. 16% eine beachtliche Steigerung zu verzeichnen (exkl. Einzelportionssysteme).

Der *Einzelportionsmarkt* (Pads und Kapseln) nehmen nach wie vor die stärkste Wachstumsposition ein. Der Markt der Einzelportionen hat sich im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt; in den letzten 2 Jahren versiebenfacht.

*Aspekt Gesundheit*: Bei den Mehrausgaben der Österreicher liegt Gesundheit 2007 ganz weit vorne, was eine Chance für die gesamte Kaffeebranche darstellt, die Vorzüge und positiven Auswirkungen von Kaffeegenuss deutlich hervorzuheben.

In diesem Zusammenhang möchten wir auf die Website des Kaffeeverbandes [www.kaffeeverband.at](http://www.kaffeeverband.at) verweisen, die zu sämtlichen Themen rund um den Kaffee, fundiert Auskunft erteilen kann.

## „Tag des Kaffees am 1. Oktober 2007“

Röstkaffee kommt in Österreich eine enorm hohe Bedeutung zu. Zum einen, weil Kaffee das beliebteste Getränk der Österreicher ist und ihm auch in gesellschaftlicher Hinsicht eine wichtige Position zukommt. Zum anderen, weil Kaffee für Handel, Röster und Gastronomiebetriebe eine ganz entscheidende wichtige Rolle spielt. Der Tag des Kaffees wird von allen relevanten Gruppen hervorragend angenommen, was sich in der Vielzahl an Aktivitäten und Maßnahmen der gesamten heimischen Kaffeewirtschaft anlässlich dieses Tages widerspiegelt.

Quellen: Nielsen, GfK, Volcafe, Statistik F.O. Licht



### **3. Die richtige Mischung ist das Geheimnis des besten Geschmacks**

Gastredner Prof. Dkfm. Thomas Schäfer-Elmayer  
lic. oec. HSG TANZSCHULE ELMAYER

#### **„Luxus für jedermann – Kaffee und Lebensqualität“**

Gutes Benehmen ist ein Luxus, der uns finanziell überhaupt nicht belastet. Auch ist Kaffeegenuss für jedermann erschwinglich und gehört ebenfalls zu den Errungenschaften deren Wert immer mehr Menschen genussreiche Augenblicke verschafft. Das erstere vermeidet unnötige Energieverschwendung, das zweite führt uns neue Energien zu – ein Beitrag zur aktuellen Klimawandelproblematik.

Während es sehr einfach geworden ist, eine Kanne oder Tasse Kaffee zuzubereiten und aus den dazu passenden Tassen zu genießen, erfordert der höfliche Umgang mit anderen Menschen ungleich mehr Bildung, Willen, Bemühen und Anstrengung. Dies beginnt schon bei der ersten Begegnung:

YOU NEVER GET A SECOND CHANCE FOR A FIRST IMPRESSION – wer beispielsweise eine Tasse Kaffee laut ausschlürft, weckt beim mitteleuropäischen Beobachter sofort einen negativen Eindruck, obwohl dies wenig über den Charakter einer Person oder ihre fachliche Kompetenz aussagt. Bewusste oder unbewusste Ablehnung sind die Reaktionen der Beobachter so einer scheinbar unbedeutenden Handlung.

- Unsere Sitten und Gebräuche sind die Basis der internationalen Etikette, die im globalen Aufeinandertreffen der Kulturen neben dem Englischen die zweite Kommunikationsform ist, die weltweit mehr oder weniger verstanden wird. Von uns wird natürlich überall erwartet, dass wir dieses Allgemeinwissen beherrschen. Die Beherrschung unserer Umgangsformen ist daher ein zukunftsweisendes Erfolgskriterium im Trend zur Globalisierung. Grundeinstellungen wie Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Respekt, Wertschätzung, Rücksichtnahme, Toleranz, Hilfsbereitschaft, Verlässlichkeit, Zuvorkommen, Ehrlichkeit usw. sind mitbestimmend für den Grad an Sympathie für eine Person.
- Vertrauen, die Basis jeder Beziehung, hängt stark davon ab, wie überzeugend wir diese Werte des Guten Benehmens kommunizieren können.



- Während Bildung, zu der die Kenntnis der Benimmregeln zählt, sehr hilfreich ist, ist das oberste Ziel für Erfolg situationsgerechtes Verhalten. Es führt kein Weg daran vorbei, unser Einfühlungsvermögen, unsere Menschenkenntnis bzw. unser Taktgefühl zu trainieren, wenn wir erfolgreicher sein wollen. Der erste Eindruck sollte hinterfragt werden. Stimmt mein Urteil? Sorgfältiges, aufmerksames Beobachten ist nötig statt oberflächlichem Hinschauen. Grundvoraussetzungen müssen geschaffen werden: Wille, Interesse an Menschen, Eigenmotivation, Menschen mögen. Es ist nicht einfach, aber sehr spannend, seine Menschenkenntnisse zu verbessern.
- Auf Menschen zugehen, Konversation pflegen, Kontakte herstellen, die Interessen des Gegenübers herausfinden, aktiv Zuhören ... zählen zu den Fähigkeiten, die wir bei uns selbst entwickeln sollten, um den Umgang mit Menschen zu trainieren - diese wichtigste Fähigkeit für künftige Erfolge.
- Grüßen, Vorstellen, Anreden, Titel, Visitenkarten etc. - nicht nur die Tischsitten sondern alle Umgangsformen prägen das Bild eines Menschen bei seinem Gegenüber. Dazu gehören natürlich auch Mimik, Gestik, Äußeres, Haltung, Hygiene und als wichtigstes Kommunikationsmittel die Sprache - der gute Ton. Je mehr man diese Dinge beherrscht, umso sicherer fühlt man sich und kann seinen natürlichen Charme und seine Eloquenz frei entfalten. Wir haben die Wahl: Gutes Benehmen und Lebensqualität oder Nachlässigkeit. Wer seine Ansprüche hoch ansetzt, wird mehr vom Leben haben. Dies gilt für die meisten Dinge und besonders für den Genuss einer guten Tasse Kaffee. Immer mehr Menschen erkennen dies heute. Dies zeigt das steigende Interesse an Kaffeequalität und Zubereitungsqualität ebenso wie an gutem Benehmen und gutem Umgang miteinander.



#### **4. Aktivitäten zum „Tag des Kaffees 2007“**

##### **Alvorada**

- Aktionen im Handel

##### **Eduscho (Austria) GmbH**

- in allen Tchibo und Eduscho Filialen gibt es zu jeder 500g-Packung Kaffee eine zweite Gratis dazu (1+1 gratis)
- jede Tasse Kaffee bei Tchibo und Eduscho um einen Euro

##### **J.Hornig Ges.m.b.H.**

- Werbematerial
- Promotion Grazer Herbstmesse
- Messekooperation
- Kooperationen mit Gastronomie

##### **Julius Meinl Produktionsges.m.b.H.**

- Gastronomie Herbstpromotion 1.Sept. – 31.Dez.: Julius Meinl Kunden haben die Chance 5 Brasilienreisen und zahlreiche Sachpreise zu gewinnen – breite Streuung über gesamte Gastronomie-Kunden mit Geschenks- bzw. Testpackages
- Verteilung von über 2000 „Tag des Kaffees“- Promotionpakete (Plakate, Tischaufsteller, Gratiskaffee) an Meinl – Kunden
- spezieller „Tag des Kaffees“ Meinl um 1 Euro für Endkonsumenten

##### **Kaffeemuseum im KaffeeKompetenzZentrum Wien**

- Tag der offenen Tür
- Führungen
- Verkostungen
- Gratisausschank
- Theatervorstellungen der Gruppe „Tinte & Kaffee“ um 15h und 17h

##### **Kaffeerösterei Alt Wien**

- minus 10% auf alle Kaffeesorten am Tag des Kaffees
- Verlosung eines Saeco – Kaffeevollautomaten im Wert von 1000.- Euro (Teilnahmekarten in beiden Geschäften: Schleifmühlgasse 23, 1040; Josefstädterstrasse 32, 1080)



### **Kraft Foods Österreich**

- Verleihung „Goldene Kaffeebohne von Jacobs und GaultMillau“ im Volkstheater
- Kundenindividuelle Aktivitäten in der Gastronomie
- Kooperation mit AGM: Kaffeeverkostungen, PriceOffs

### **Lavazza Kaffee Ges.m.b.H.**

- Gutscheinaktion in der Gastronomie
- Espressogutscheine
- 1 kg Kaffee/ Gastronom

### **Naber Kaffeespezialitäten Ges.m.b.H.**

- In den eigenen Filialen (Kaffee-Spezialgeschäfte)
  - o Dekoration und Information in den Geschäften
  - o Gratisbeigabe in Form von kleinen Mehlspeisen
  - o Verteilen von Fachbroschüren zum Thema Kaffee
- In der Gastronomie
  - o Individuelle Aktivitäten in Abstimmung mit den Gastronomen
  - o Einsatz diverser Medien: Radio Wien, Print,...

### **Nestle Österreich G.m.b.H.**

- Verkostungen
- Verteilaktionen
- Advertorials
- Gewinnspiele

### **Sonnentor Kräuterhandels G.m.b.H.**

- Verkostungen und Produktsamples
- „live“ Kaffeemahlen für Kinder
- Spezialangebote

### **Tiroler Mitglieder des KTV (Braunegger, Fuchs, Praxmarer, Unterberger)**

- Gemeinsame Promotion in Printmedien: PR-Artikel + firmenindividuelle Werbeschaltungen
- Einzelaktivitäten der Tiroler Mitgliedsfirmen mit ihren jeweiligen Kunden, die die Regionalität und Besonderheit der Tiroler Kaffeekultur in den Vordergrund stellen
- Schwerpunktaktionen am Tag des Kaffees



## 5. Von der Pflanze in die Tasse

### *Die Kaffeepflanze*

#### *Pflanzenfamilie Coffea*

Die Gattung *Coffea* gehört zur Pflanzenfamilie der Rubiaceen (Rötegewächse), zu der nach der botanischen Systematik ca. 500 Gattungen mit über 6.000 Arten gehören.

Von wirtschaftlicher Bedeutung sind zwei Kaffeearten: An erster Stelle ist *Coffea Arabica* zu nennen, auf die mehr als 70 % der Weltkaffeeerzeugung entfallen. *Coffea Canephora* (Robusta genannt) nimmt den zweiten Platz in der Weltkaffeeerzeugung ein. Bis zu 30 % der Kaffeeerzeugung werden von den Robustas bestritten.



Die Pflanze ***Coffea Arabica*** wächst bis zu vier Meter hoch, wird aber in Kaffeeplantagen durch ständigen Rückschnitt strauchförmig gehalten. An den lang auslaufenden rutenförmigen Zweigen sitzen die kurzstieligen, immergrünen, länglich-ovalen Blätter. Sie fühlen sich lederartig an und sind an der Oberseite dunkelgrün, an der Unterseite heller. Die Blätter sind 8-15 cm lang und 4-6 cm breit.

### *Die Frucht*

Die reife Frucht hat eine rote oder gelbe Haut, die ein weiches, weißgelbliches, zuckerhaltiges Fruchtfleisch (die Pulpe) umschließt. In ihr sind in der Regel zwei Samen enthalten, die üblicherweise als Kaffeebohnen bezeichnet werden. Sie liegen mit ihren Innenseiten flach aneinander gepresst und weisen mit ihren Rundungen nach außen. Charakteristisch ist die Furche an der flachen Seite. Jeder Samen wird von einer dünnen, fest anhaftenden Schale geschützt, dem Silberhäutchen. Beide Kaffeebohnen sind dann noch, jede für sich, von einer locker aufsitzenden, dünnen und blassgelben Hülle, der Pergamenthaut, umgeben. Die Kaffeebohne liefert das kräftige Nährgewebe für den dünnen gekrümmten Keimling, der am unteren, dem Fruchts蒂el zugekehrten Ende des Samens sitzt.





## **Der Kaffee-Anbau**

### **Anbauggebiete**



Viele Anbauggebiete der Arabica-Pflanze liegen 600 bis 1.200 m über dem Meeresspiegel. Robusta gedeiht hingegen besser in niedrigen Höhenlagen, zwischen 300 und 800 m über dem Meeresspiegel. Die Voraussetzungen für die charakteristischen Wachstumsbedingungen der Kaffeesträucher sind nur in einem Gürtel um den Äquator bzw. zwischen den

Wendekreisen des Krebses und des Steinbocks gegeben. Besonders wertvoll sind Kaffees, die in hohen Lagen wachsen. Diese sogenannten Hochlandkaffees, ausschließlich Arabicas, zeichnen sich aufgrund der speziellen Wachstumsbedingungen durch eine besonders feine Säure und einen hervorragenden Geschmack aus.

### **Pflege der Pflanzung, Düngung, Pflanzenschutz**

Je nach Sorte werden die Kaffeebäumchen in einem Abstand von ein bis drei Metern gepflanzt. Nach drei bis fünf Jahren bringen sie ihre optimale Ernte. Zehn bis 20 weitere Jahre produzieren sie maximale Ernteerträge. Mit Einbringung von Mineraldünger in den Boden verhindert man die Auslaugung des Erdreichs. Auf ausreichende Wasserzufuhr wird stets geachtet. Da Kaffeebäume in den tropischen und subtropischen Gebieten ungleich stärker Schädlingen und Krankheiten ausgesetzt sind als Pflanzen in gemäßigteren Breiten, muss ein sinnvoller Pflanzenschutz betrieben werden. Dieser umfasst biologische, chemische und anbautechnische Maßnahmen. Dabei kann die Züchtung von gegen Kaffeeschädlinge resistenten Sorten beispielsweise den Einsatz von umweltgefährdenden Mitteln verringern.

### **Die Kaffee-Ernte und Aufbereitung**

#### **Ernte**



Kaffeepflanzen bringen nach drei oder vier Jahren die ersten Erträge. Viele Faktoren wie z.B. Bodenerschöpfung, Pflanzenpflege, Baumgesundheit etc. beeinflussen den Produktionszyklus.

*Die Frucht des Kaffeebaums braucht sehr lange, bis sie ihren Reifezustand erreicht hat. Beim Arabica beispielsweise vergehen nach der Befruchtung der Blüte sechs bis acht*



Monate. Normalerweise gibt es eine Kaffee-Ernte pro Jahr. In tropischen Regionen, die sich nicht durch einen klaren Unterschied zwischen Trocken- und Regenzeiten auszeichnen, kann es allerdings zu zwei Blüten im Jahr kommen, die dann eine Haupternte und eine Nebenernte ergeben (z. B. in Kolumbien und Kenia).



Wenn dann auf einer Pflanzung oder in einem Anbaugebiet zur gleichen Zeit große Mengen Kaffeeirschen reif werden und geerntet werden müssen (von der Reife bis zur Überreife dauert es höchstens zehn bis 14 Tage), bedeutet das großen organisatorischen Aufwand, hohen Arbeitskräftebedarf und erhebliche finanzielle Belastungen für den Farmer.

### **Aufbereitung**



So wie die Kaffeeirsche nach der Ernte vorliegt, ist sie weder für den Genuss geeignet, noch ist sie länger haltbar und transportfähig. Um einen marktfähigen Kaffee herzustellen, muss die gesamte Umhüllung der eigentlichen Kaffeebohne entfernt werden. Die beiden bekannten Wege, dieses Ziel zu erreichen, sind die trockene und die nasse Aufbereitung. Bei diesen Aufbereitungsverfahren werden Fruchthaut, Fruchtfleisch und -schleim, Pergamenthaut und möglichst auch Silberhäutchen und der größte Teil des Wassers in der Bohne entfernt, so dass am Schluss die saubere und trockene Kaffeebohne übrig bleibt.

### **Schälen, Sortieren, Sichten, Separieren**

Sowohl der trocken aufbereitete Kirschkaffee als auch der sich aus der Nassaufbereitung ergebende Pergamentkaffee müssen noch weiter verarbeitet werden. Im sogenannten Schälengang, der in der „Mühle“ bzw. im „Trocken-Beneficio“ erfolgt, werden die noch verbliebenen Umhüllungen der Kaffeebohne entfernt.



Bis der Kaffee allerdings vermarktet wird, sind noch zahlreiche Reinigungs- und Sortierarbeiten vorzunehmen. Neben der Trennung von eventuell verbliebenen Rückständen werden die Kaffeebohnen nach Größe, Dichte und Farbe sortiert. Das geschieht von Hand, mit mechanischen oder elektronischen Sortiermaschinen. Liegt der Kaffee in den verschiedenen Qualitätsabstufungen vor, wird er in Säcke abgefüllt oder kommt als Schüttgut in den Container und kann seine Reise zur Rösterei antreten.





## **Der Kaffee als Röstprodukt**

### **Röstkaffeeproduktion**



Der Rohkaffee wird nach Schiffs-, Bahn- und/oder LKW-Transport der Rohkaffee-Annahmestraße des Verarbeiters zugeführt. Dort wird der Kaffee aus den Transportbehältern geleert, gereinigt (von Holz- und Eisenteilen sowie Steinen, Staub und anderen Fremdkörpern befreit), gewogen und in Silozellen zwischengelagert. Die Lagerkapazität der Siloanlage richtet sich nach dem Tagesdurchsatz und dem Bevorratungszeitraum. Bevorzugt werden Zellenkonstruktionen. Jede Lagersilozelle hat ein

Fassungsvermögen bis zu 150 Tonnen. Je nach Anzahl der Zellen ist ein Gesamtfassungsvermögen von bis zu 5.000 Tonnen möglich.

Der gewogene Rohkaffee wird pneumatisch, mechanisch oder durch freien Fall den Röstanlagen zugeführt. Unter Rösten versteht man das trockene Erhitzen der Kaffeebohnen, in der Regel unter atmosphärischem Druck. Der eigentliche Röstvorgang beginnt bei einer Röstguttemperatur von 100°C und endet bei 200 bis 260°C, je nach Gegebenheiten.

#### **Während des Röstens geschieht Folgendes:**

- Das in den Kaffeebohnen enthaltene Wasser verdampft.
- Durch den inneren Überdruck durch Wasserverdampfung und Röstgase werden die Bohnen auf etwa das Doppelte ihres ursprünglichen Volumens aufgebläht.
- Das äußere Kaffeehäutchen löst sich und fällt ab.
- Die Bohne verändert ihre Farbe und geht von Zartgrün über Gelb, Gelbbraun, Hellbraun auf Dunkelbraun über.
- Abhängig vom Röstgrad können Öle austreten.
- Durch eine Reihe chemischer Primär- und Sekundärreaktionen bildet sich das spezifische Kaffeearoma. Mit Hilfe gaschromatographischer Untersuchungen konnten bisher mehr als 800 Aromakomponenten identifiziert werden.
- In den Zellen der Bohne bilden sich – eingeschlossen und sorbiert – u.a. ein bis zwei Prozent Kohlendioxid und in kleineren Mengen Kohlenmonoxid, die, je nach Röstgrad, schneller oder langsamer aus den Zellen herausdiffundieren (bis zu zwei Monate).



## **Verpacken**

Der geröstete Kaffee wird in ganzen Bohnen oder auch als Mahlkaffee verpackt. Die Verpackung soll so beschaffen sein, dass der Kaffee geschmacklich, biologisch und physiologisch einwandfrei bleibt.

Als Verpackungstechnik sind folgende Arten gebräuchlich:

- Verpackung unter Atmosphärendruck
- Vakuum-Packung
- begaste Packung
- Kombination von Vakuum und Begasung
- Ventilpackung

## **Kaffeezubereitung**

Der Geschmack des Kaffees ist u.a. abhängig vom Brühsystem (Aufgussverfahren), der Brühtemperatur und dem Maschinenzustand. Die optimale Brühtemperatur liegt bei 90 - 95°C. Für alle Brühsysteme gilt die regelmäßige Reinigung der Filter und Kannen als oberstes Gebot, um Geschmacksbeeinträchtigungen durch abgelagerte, ranzige Kaffeeöle zu vermeiden.

Generell unterscheidet man zwei grundsätzliche Brühverfahren. Einmal den direkten Kaffeeaufguss und einmal den Aufguss mit Hilfe eines Filters. Aufgrund der längeren Kontaktzeit des Wassers mit dem Kaffeepulver ergibt der direkte Aufguss ein intensiveres Getränk.

Die empfohlene **Kaffeedosierung** liegt bei sechs bis acht Gramm Kaffeepulver pro Tasse (ca. 130 ml). Das entspricht etwa einem gestrichenen Kaffeelöffel pro Tasse. Generell hat auch die **Wasserqualität** einen Einfluss auf den Geschmack des Kaffees. Bei sehr hartem und kalkhaltigem Wasser wird empfohlen, die Kaffeemaschinen häufig zu entkalken.

Basis für perfekten Kaffeegenuss ist aromatischer Kaffee. **Kühle und trockene Lagerung** wird empfohlen, um den Kaffee vor Frischeverlust zu schützen. Das **Warmhalten** fertig zubereiteten Kaffees auf Heiz- oder Herdplatte empfiehlt sich nie länger als 20 Minuten. Besser ist das Umfüllen in eine saubere und vorgewärmte Thermoskanne, so bleibt das Getränk länger warm und aromatisch.



## 6. Typisch Österreichische Kaffeerezepte

### ***Kleiner Schwarzer***

Ein Mokka in kleiner Schale, auf Wunsch auch „kurz“ serviert

### ***Kleiner Brauner***

Ein Mokka in kleiner Schale mit Kaffeeobers serviert

### ***Großer Schwarzer***

Ein doppelter Mokka in größerer Schale, auf Wunsch auch „kurz“ serviert

### ***Grosser Brauner***

Ein doppelter Mokka in größerer Schale mit Kaffeeobers serviert

### ***Melange***

Ein Mokka, etwas verlängert, mit warmer Milch versetzt und Milchschaumhaube;  
in großer Schale serviert

### ***Franziskaner***

Eine Melange mit Schlagobers - statt Milchschaumhaube

### ***Kaffee verkehrt***

Ein Mokka mit sehr viel Milch; ein heller Milchkaffee

### ***Verlängerter Schwarzer***

Ein Mokka in einer großen Schale mit heißem Wasser aufgegossen

### ***Verlängerter Brauner***

Ein Mokka in einer großen Schale mit heißem Wasser aufgegossen und einem Schuss Kaffeeobers

### ***Kapuziner***

Ein doppelter Mokka mit Schlagobers

### ***Einspänner***

Ein Mokka mit aufgesetztem Schlagobers; in einem Einspännerglas mit Staubzucker extra serviert

### ***Obermayer***

Ein doppelter Mokka, auf den sehr kaltes flüssiges Obers mittels eines umgedrehten Kaffeelöffels aufgesetzt wird



### ***Überstürzter Neumann***

In eine leere Kaffeeschale kommt Schlagobers, das dann mit einem doppelten Mokka „überstürzt“ wird

### ***Kleine Schale Gold***

Ein Mokka mit heißer Milch aufgegossen und Milchschaumhaube, in einer kleinen Schale serviert

### ***Fiaker***

Ein Mokka mit einem kleinen Rum heiß serviert

### ***Maria Theresia***

Ein Doppelter Mokka mit einem Schuss Orangenlikör und Schlagobers, im Glas serviert

### ***Wiener Eiskaffee***

Köstliches Vanilleeis mit kaltem Mokka aufgegossen und mit Schlagobers serviert

### ***Gerührter Eiskaffee***

Köstliches Vanilleeis mit kaltem Mokka und Schlagobers glatt gerührt

## **Aus der weiten Welt**

### ***Cappuccino***

Ein verlängerter Mokka mit heißer Milch und Milchschaum, mit Kakaopulver bestreut

### ***Caffè Latte Macchiato***

Ein Mokka mit viel Milch und Milchschaum in einem hohen Glas mit langem Löffel serviert

### ***Irish Coffee***

Ein doppelter Mokka mit Irish Whiskey, Zucker und Schlagobers; im Glas serviert

### ***Mazagran***

Ein doppelter Mokka mit Eiswürfeln gekühlt und Maraschino versetzt, im Glas serviert

Diese Kaffee-Rezepte finden Sie auch im KAFFEE ABC, das in den Wiener Kaffehäusern aufliegt.



## **7. Funktionäre des Kaffee- und Teeverbandes**

### **Präsident Gen. Dir. Komm. Rat Harald J. Mayer**

Eduscho (Austria) GmbH - Gadnergasse 71 / 1110 Wien

### **Vizepräsident Gen. Dir. Dr. Peter Reinecke**

Kraft Foods Österreich GmbH - Jacobsgasse 3 / 1140 Wien

### **Vizepräsidentin Mag. Jeanette Skrbensky-Meinl**

Julius Meinl Austria GmbH - Julius Meinl Gasse 3-7 / 1170 Wien

### **Vizepräsident und Vertreter Tee-Sektion Andrew Demmer**

Demmer Handelsges.m.b.H. - Karl-Tornay Gasse 34 / 1230 Wien

### **Vorstandsmitglieder**

Konsul Johannes Hornig

J. Hornig GmbH - Waagner-Biro Strasse 39-41 / 8021 Graz

Ernst Naber

Naber Kaffeespezialitäten GmbH - Autokaderstrasse 104 / 1210 Wien

Mag. Claudius Neumayr

Segafredo-Zanetti Austria GmbH - Hallwanger Landstrasse 10 / 5030 Hallwang

Dir. Mag. Friedrich Poppmeier

Spar Österreichische Warenhandels AG - Europastrasse 3 / 5020 Salzburg

Dkfm. Walter Praxmarer

Praxmarer Kaffeevertrieb G.m.b.H. & Co KG - Giessenweg 17 / 6176 Göls

Mag. Bernhard Zoller

Teekanne Ges.m.b.H. - Münchner Bundesstrasse 120 / 5021 Salzburg

Allessandor Piccinini

Nestlé Österreich G.m.b.H. - Emil-Kralik Gasse 6 / 1050 Wien

Gen. Dir. Joost Wetzels

Santora Kaffee GmbH - Liebhartsgasse 55-57 / 1160 Wien

### **Geschäftsführung**

Helmut A. Grafinger

Kaffee- und Tee-Verband - Zaunergasse 1-3 / 1030 Wien



## 8. Mitglieder des Kaffee- und Teeverbandes

- AIDA - Prousek & Co.  
Chocolaterie und Großkonditorei  
1210 Wien, Schönthalerg. 1  
Tel. 01 258 26 11 - 0  
Fax 01 258 26 11 - 30  
[www.aida.at](http://www.aida.at)  
[office@aida.at](mailto:office@aida.at)
- ALVORADA  
Kaffeehandelsgesellschaft  
G.m.b.H.  
2331 Vösendorf, Deutschstr. 1  
Tel. 01 699 25 81  
Fax 01 699 29 70  
[www.alvorada.at](http://www.alvorada.at)  
[office@alvorada.at](mailto:office@alvorada.at)
- BLAHA und SCHRÖDL OEG,  
Kaffeerösterei ALT WIEN  
1040 Wien, Schleifmühlgasse 23  
Tel. 01 505 08 00  
Fax 01 503 75 33  
[www.altwien.at](http://www.altwien.at)  
[office@altwien.at](mailto:office@altwien.at)
- BRASIL KAFFEE TEE IMPORT  
Josef Sochovsky Ges.m.b.H.  
1030 Wien, Rennweg 75  
Tel. 01 713 61 12 - 0  
Fax 01 715 63 14  
[www.brasil.at](http://www.brasil.at)  
[office@brasil.at](mailto:office@brasil.at)
- BRAUNEGGER KG  
Kaffeegrößrösterei  
6272 Kaltenbach-Stumm,  
Kaltenbach 55  
Tel. 05283 2231  
Fax 05283 3258
- DEMNER  
Handelsges.m.b.H.  
1230 Wien, Karl-Tornay-Gasse 34  
Tel. 01 699 83 20  
Fax 01 699 63 39  
[www.demmer.at](http://www.demmer.at)  
[office@demmer.at](mailto:office@demmer.at)
- EDUSCHO (Austria) Ges.m.b.H  
1110 Wien, Gadnerg. 71  
Tel. 01 766 22 - 0  
Fax 01 766 22 - 52101  
[www.eduscho.at](http://www.eduscho.at)  
[presse@eduscho.at](mailto:presse@eduscho.at)



EZA Fairer Handel GmbH	5203 Köstendorf, Wenger Strasse 5 Tel. 06216/20 200- 0 Fax 06216/20 200- 999 <a href="http://www.eza.cc">www.eza.cc</a> <a href="mailto:office@eza.cc">office@eza.cc</a>
IDEE KAFFEE Vertriebsges.m.b.H.	5020 Salzburg, Gnigler Str. 5-7 Tel. 0622 870 150 Fax 0622 870 146
J. HORNIG GmbH	8020 Graz, Waagner-Biro Str. 39-41 Tel. 0316 509 - 0 Fax 0316 509 - 551 <a href="http://www.hornig.at">www.hornig.at</a> <a href="mailto:office@hornig.at">office@hornig.at</a>
JULIUS MEINL Austria GmbH	1170 Wien, Julius-Meinl-Gasse 3-7 Tel. 01 488 60 - 0 Fax 01 488 60 - 1541 <a href="http://www.meinl.com">www.meinl.com</a> <a href="mailto:office@meinl.com">office@meinl.com</a>
KASPAR FUCHS Kaffee-Import und Rösterei	6300 Wörgl, Boden 22 Tel. 05332 722 54 Fax 05332 722 54 - 11 <a href="http://www.getraenke-fuchs.at">www.getraenke-fuchs.at</a> <a href="mailto:office@getraenke-fuchs.at">office@getraenke-fuchs.at</a>
KRAFT FOODS Österreich G.m.b.H.	1140 Wien, Jacobsgasse 3 Tel. 01 605 44 - 0 Fax 01 605 44 - 501 <a href="http://www.kraftfoods.at">www.kraftfoods.at</a> <a href="mailto:office@kraftfoods.at">office@kraftfoods.at</a> <a href="http://www.jacobs.at">www.jacobs.at</a> <a href="mailto:office@jacobs.at">office@jacobs.at</a>
LAVAZZA Kaffee G.m.b.H.	1150 Wien, Johnstr. 4-6 Tel. 01 789 97 60 Fax 01 789 97 60 - 99 <a href="http://www.lavazza.com">www.lavazza.com</a> <a href="mailto:office@lavazza.com">office@lavazza.com</a>



MARESI  
Austria G.m.b.H

1130 Wien, Meytensg. 27  
Postfach 111  
Tel. 01 531 89 19  
Fax 01 531 89 66  
[www.twining.com](http://www.twining.com)  
[office@twining.com](mailto:office@twining.com)

MILFORD TEE AUSTRIA  
Ges.m.b.H.

6060 Hall in Tirol, Schlöglstr. 53  
Tel. 05223 580 00  
Fax 05223 580 010  
[www.milford.de](http://www.milford.de)  
[office@milford.de](mailto:office@milford.de)  
[www.messmer.de](http://www.messmer.de)  
[office@messmer.de](mailto:office@messmer.de)

MINAS AUSTRIA  
Handelsges.m.b.H.

8026 Graz, Heinrich-Heine Str. 47-51  
Tel. 0316 581 412 - 0  
Fax 0316 581 412 - 5  
[www.minas.at](http://www.minas.at)  
[office@minas.at](mailto:office@minas.at)

N & W Global Vending G.m.b.H.

3400 Klosterneuburg, Inkustr. 1-7/4  
Tel. 02243 312 80  
Fax 02243 312 82  
[www.nwglobalvending.com](http://www.nwglobalvending.com)  
[austria@nwglobalvending.at](mailto:austria@nwglobalvending.at)

NABER  
Kaffespezialitäten Ges.m.b.H.

1210 Wien, Autokaderstr 104  
Tel. 01 278 34 03  
Fax 01 270 71 56  
[www.naber-kaffee.com](http://www.naber-kaffee.com)  
[office@naber-kaffee.com](mailto:office@naber-kaffee.com)

NESTLÉ Österreich G.m.b.H.

1050 Wien, Emil-Kralik-Gasse 6  
Tel. 01 546 71 - 0  
Fax 01 546 71 - 14  
[www.nestle.at](http://www.nestle.at)  
[office@nestle.at](mailto:office@nestle.at)  
[www.nescafe.at](http://www.nescafe.at)  
[office@nescafe.at](mailto:office@nescafe.at)



Fa. Nussbaumer GmbH

8020 Graz , Hans-Resel-G 27a  
Tel: 0316 71-20-07-74  
Fax: 0316 77-27-98-88  
[paul@nussbaumer.co.at](mailto:paul@nussbaumer.co.at)  
[www.nussbaumer.co.at](http://www.nussbaumer.co.at)  
[www.javacafe.at](http://www.javacafe.at)

PRAXMARER  
Kaffeevertrieb GmbH & Co KG

6176 Völs/Tirol, Giessenweg 17  
Tel. 0512 302 400  
Fax 0512 302 400 - 3  
[www.praxmarer.at](http://www.praxmarer.at)  
[office@praxmarer.at](mailto:office@praxmarer.at)

SANTORA Kaffee GmbH.

1160 Wien, Liebhartsgr. 55-57  
Tel. 01 404 18 - 0  
Fax 01 404 18 - 55  
[www.santora.at](http://www.santora.at)  
[santora@santora.at](mailto:santora@santora.at)

Alexander SCHÄRF & SÖHNE  
G.m.b.H

2700 Wiener Neustadt,  
Dr. A. Schärf Straße 2  
Tel. 02622 242 10  
Fax 02622 242 10 - 18  
[www.schaerf.at](http://www.schaerf.at)  
[office@schaerf.at](mailto:office@schaerf.at)

SEGAFREDO-ZANETTI Austria  
Ges.m.b.H

5300 Hallwang bei Salzburg,  
Hallwanger Landstr. 10  
Tel. 0662 661 382 - 0  
Fax 0662 661 385  
[www.segafredo.at](http://www.segafredo.at)  
[info@segafredo.at](mailto:info@segafredo.at)

SONNENTOR Kräuterhandels  
GmbH

3910 Zwettl  
Sprögnitz 10  
Tel.: 02875/7256  
Fax: 02875/7257  
[www.sonnentor.at](http://www.sonnentor.at)  
[m.manger@sonnentor.at](mailto:m.manger@sonnentor.at)

SPAR Österreichische  
Warenhandels AG,  
Regio Kaffeerösterei

4614 Marchtrenk, Spar-Str. 1a  
Tel. 07243 543 75  
Fax 07243 543 77  
[www.spar.at](http://www.spar.at)  
[office@spar.at](mailto:office@spar.at)



TEEGARTEN Handel GmbH

1230 Wien, Karl-Tornay-Gasse 34

Tel. 01 698 12 97

Fax 01 698 52 97

[office@teegarten.com](mailto:office@teegarten.com)

[www.teegarten.com](http://www.teegarten.com)

TEEKANNE Ges.m.b.H.

5021 Salzburg,

Münchner Bundesstr. 120

Tel. 0662 435 501 - 0

Fax 0662 435 501 - 49

[www.teekanne.at](http://www.teekanne.at)

[office@teekanne.at](mailto:office@teekanne.at)

UNTERBERGER & COMP.  
Kaffee-Import und -Rösterei

6020 Innsbruck, Egger-Lienz-Straße 3

Tel. 0512 597 13 - 0

Fax 0512 572 951



Mini-Coffee-Shop

## Treffpunkt Kaffeeautomat

Sept. 2007

Seite 1/2

Was um die Jahrhundertwende als Symbol einer Technologie-begeisterten Moderne begann, ist bis heute ein großer Erfolg: die Verkaufsautomaten. Sie haben 24 Stunden geöffnet, und Ihre Erfolgsgeschichte ist bis heute ungetrübt.

In Japan gab es lebende Riesenkäfer als Kinderspielzeug, Toilettenpapier und Mietkühlschränke aus den Verkaufsmaschinen. Im norwegischen Bergen werden Regenschirme über Automaten vertrieben, in Belgien Brote und in Holland Hamburger. Die USA sandten 1996 sogar einen Cola-Automaten mit der Space-Shuttle Mission „Endeavour“ ins All, um zu untersuchen, ob er auch in der Schwerelosigkeit funktioniert.

Allein in Österreich bieten derzeit weit über 170.000 Verkaufsautomaten alles an, was das Herz begehrt. Von Passbildern, Visitenkarten, Parkscheinen, Zigaretten, über Süßigkeiten, Wurstsemmeln bis hin zu Heiß- und Kaltgetränken findet sich alles in den pfiffigen Mini-Shops. Nicht zu vergessen die Telefon-, Spiel-, Kaugummi-, Erdnuss, Eis-, Brieflos-, Fahrschein-, Kopier-, Präservativ- und Spielautomaten.

Knapp 80.000 Automaten werden in Österreich dem Vending-Bereich zugeordnet. Dieser Verkauf von Waren durch Automaten wird unterteilt in die Kategorien Heißgetränke-, Kaltgetränke-, Spiralen- und Warenautomaten. Die Branche wird von der ÖVV, der Österreichischen Verkaufsautomaten Vereinigung vertreten, die etwas mehr als 70 Mitglieder zählt.

Zur Vendingbranche gehören Automatenbetreiber, Automatenhersteller, Zusatzlieferanten und Produktlieferanten. Die Automatenbetreiber, Operatoren genannt, arbeiten hauptsächlich mit Heiß- und Kaltgetränken sowie Waren- und Snackautomaten.

Von den 80.000 Vending-Automaten entfallen 47.500 auf die Heißgetränkeautomaten, oder anders gesagt, es gibt über 47.000 automatische Coffee-Shops. Weit mehr als Kaffees, Restaurants und Coffee-Shops zusammen. Die Hauptrolle im Vendinggeschäft spielt also ganz klar der Kaffee. Ob „Schwarz“ mit „Milch“ oder das Automatengetränk Nr. 1, der „Cappuccino“. Mehr als 15 % der Österreicher bedienen sich täglich am Kaffeeautomaten.



Geradezu unverzichtbar ist der automatische Wunderkasten in Betriebsrestaurants, Werkskantinen und Aufenthaltsräumen. Hier ist das kommunikative Zentrum jedes Unternehmens:

| *Kaffeeautomat zu Pilch: „Sie schon wieder. Sie schon wieder. Für Sie gibt's nichts. Für Sie gibt's nichts. Absolut nichts. Absolut nichts. Kein Kaffee für Präsidenten. Kein Kaffee für Präsidenten. Niemals! Niemals!“* |

Wer kennt sie nicht, diese legendäre Szene aus der beliebten TV-Serie Kottan ermittelt. Gott sei Dank gibt es derart widerborstige Automaten nur im Film. „Alles darf ausfallen, nur der Kaffeeautomat nicht.“ Darüber sind sich die Kaffeeliebhaber einig.

Was macht den Treffpunkt Kaffeeautomat so unverzichtbar?

- Guter Kaffee erleichtert den Weg in die Arbeit; mehr als die Hälfte der arbeitenden Bevölkerung frühstückt nicht zu Hause, sondern fährt lieber um 10 Minuten früher los, um beim Automat den Kaffee zu genießen.
- Guter Kaffee ist Ansporn oder Trost; gelingt etwas gut, hat Frau/Mann sich eine gute Tasse verdient. Geht's daneben, hilft Kaffee, den Rückschlag zu verdauen.
- Guter Kaffee lässt jede Konferenz entspannt beginnen.
- Guter Kaffee bringt auch Gäste des Hauses in gute Stimmung.
- Guter Kaffee nützt den Unternehmen. Denn in der kleinen Pause am Firmen-Kaffeeautomaten wird angeblich zu mehr als 50 % ausschließlich über die Arbeit geredet.

Übrigens: Am Tag des Kaffees ist der Treffpunkt am Kaffeeautomat besonders interessant. Neben garantiertem Kaffeegenuss gibt es auch eine tolle Gewinnchance. Die Österreichische Verkaufsautomaten Vereinigung verlost unter Österreichs Kaffeegenießern einen Mini Cooper inklusive Versicherung für ein Jahr. Teilnahmekarten gibt's an vielen Kaffeeautomaten.



Samen, Schirme, Speicherkarten

## Die originellsten Verkaufsautomaten

Und noch viel mehr unter [www.ovv.at](http://www.ovv.at) (news)

### HÖSCHEN-AUTOMAT:

Wenn er ihr an die Wäsche will, sie aber nicht die richtige anhat - was tun? Der Slip-o-mat will jenen helfen, die sich auf anziehende Weise ausziehen möchten. (Quelle: SPIEGEL ONLINE, 21.02.07)

### MADEN-AUTOMAT:

Wie man Laufkundschaft ködert? Mit einem Maden-Automaten. Vergessliche Fischer können sich hier noch schnell das Nötige angeln. Rund um die Uhr - in umfassender Auswahl. (Quelle: SPIEGEL ONLINE, 21.02.07)

### HEIMWERKER-AUTOMAT:

Bei dir ist ja ne Schraube locker! Heimwerker müssen sich diesen Spruch nicht mehr gefallen lassen. Zumindest nicht in Berlin: Dort gehen sie zum Automaten, rund um die Uhr. (Quelle: SPIEGEL ONLINE, 21.02.07)

### BÜCHER-AUTOMAT:

Häppchen fürs Hirn serviert man am besten zwischen zwei Buchdeckeln. Den literarischen Snack für zwischendurch gibt es sogar von namhaften Autoren. (Quelle: SPIEGEL ONLINE, 21.02.07)

### MÄRCHEN-AUTOMAT:

Dieser Apparat könnte große und kleine Leser verzaubern: mit Märchengeschichten über den sagenhaften Radomir Runzelschuh. Das Fabelhafte: Das Projekt ist auch didaktisch. (Quelle: SPIEGEL ONLINE, 21.02.07)

### SPEICHERKARTEN-AUTOMAT:

Am Flughafen London - Gatwick ist der weltweit erste Speicherkarten-Automat in Betrieb gegangen. Denn „Reisende brauchen Speicherkarten, 24 Stunden am Tag, sieben Tage in der Woche ...“

(Quelle: Krone.at, April 2004)

### REGENSCHIRM-AUTOMAT:

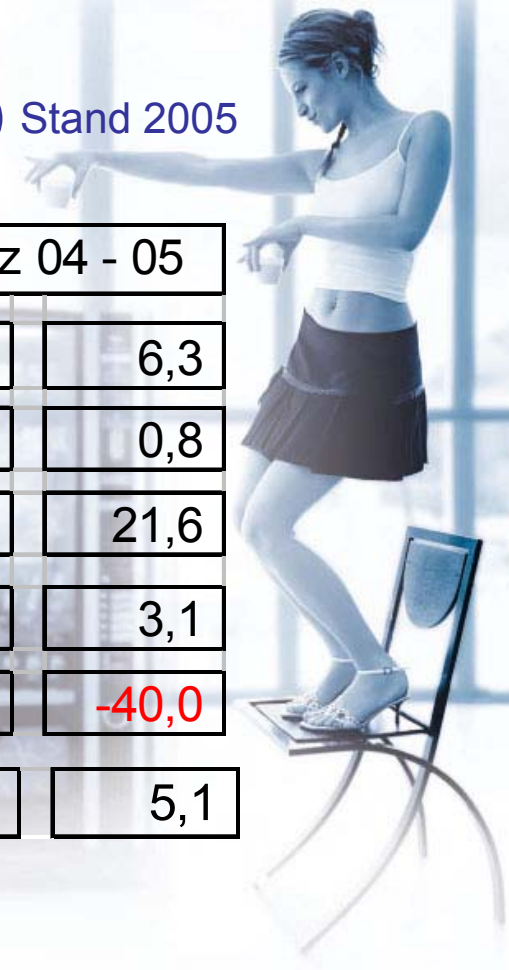
Die Regenschirme aus dem Automaten kommen in kleinen mobilen Einheiten mit 50 oder 100 Schirmen daher. Einsatzgebiet sind Großveranstaltungen aller Art, wie Messen, Konzerte, sportliche Ereignisse und dergleichen mehr. (Quelle: Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG)

### SPERMA-AUTOMAT:

Frisches Sperma aus dem Automaten können belgische Schweinezüchter kaufen. Der eiserne Verkäufer ist ein umgebauter Süßigkeitenautomat. „Für uns ist der Automaten die ideale Lösung“, sagte eine Sprecherin des dortigen Zentrums für künstliche Befruchtung der Zeitung. „Eine Sau muss gedeckt werden, wenn sie brünstig ist. Die Folge davon ist, dass Bauern sieben Tage die Woche für eine Spermaprobe bei uns anklopfen. Mit dem Automaten hoffen wir auf ruhigere Wochenenden.“ (Quelle: n-tv.de, 13. September 2005)

## Automaten in Österreich (sortiert nach Segmenten) Stand 2005

	Anzahl	%	Differenz 04 - 05	
<b>Total Heißgetränke</b>	<b>47.450</b>	<b>59</b>	2.820	6,3
<b>Kaltgetränkeautomaten</b>	<b>24.700</b>	<b>31</b>	200	0,8
<b>Spriralautomaten</b>	<b>4.500</b>	<b>6</b>	800	21,6
<b>Warenautomaten</b>	<b>3.300</b>	<b>4</b>	100	3,1
<b>Tiefkühlautomat</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	-20	-40,0
<b>Summe</b>	<b>79.980</b>	<b>100</b>	3.900	5,1



## Automaten in Österreich, Stand 2005

Heißgetränke (Standgeräte)	Anzahl	%
- Instant	25.000	53
- Frischbrüh	250	1
- Espresso	4.000	8
<b>Total Standgeräte</b>	<b>29.250</b>	<b>62</b>
Heißgetränke (Tischgeräte)	Anzahl	%
- Instant	15.000	32
- Frischbrüh	200	0
- Espresso	3.000	6
<b>Total Tischgeräte</b>	<b>18.200</b>	<b>38</b>
<b>Total Heißgetränke</b>	<b>47.450</b>	<b>100</b>

Differenz 04 - 05	
Anzahl	%
500	2,0
-270	-51,9
900	29,0
1.130	4,0
Stk.	%
1.000	7,1
-10	-4,8
700	30,4
1.690	10,2
2.820	6,3



## Kaffe Zubereitungsarten, Stand 2005

Kaffeetechnologie	Anzahl	%
- Instant	40.000	84
- Frischbrüh	450	1
- Espresso	7.000	15
<b>Total</b>	<b>47.450</b>	<b>100</b>

Differenz 04 - 05	
Anzahl	%
1.500	3,9
<b>-280</b>	<b>-38,4</b>
1.600	29,6
<b>2.820</b>	<b>6,3</b>

