

# Kaffeemanufaktur in Hengersberg surft auf der dritten Kaffee-Welle

## Kleine, aber feine Kaffeerösterei „Heinrichs“

Von Hannes Lehner

**Hengersberg.** Kaffee – schon allein beim Namen denkt man an exotische Orte. Vielleicht auch noch am Hamburg oder Bremen, wo reiche Kaufleute die aromatischen Säcke aus aller Welt horten. An die Marktgemeinde Hengersberg werden dabei sicherlich die Wenigsten denken. Doch genau hier befindet sich die kleine, aber feine Kaffeemanufaktur von Heinrich Achatz und seiner Tochter Kerstin.

Beim Betreten des Ladengeschäftes „Heinrichs“ in der Hengersberger Industriestraße umfängt einen der Duft von frisch geröstetem Kaffee. Hier, im Herzen des Industriegebiets der Marktgemeinde, dreht sich alles um die kleinen braunen Bohnen, um Genuss und Lifestyle. Gerade eben hat Inhaber Heinrich Achatz wieder 15 Kilogramm Rohkaffee durch seinen Trommelröster geschickt. Rund 15 Tonnen röstet er und seine Tochter Kerstin pro Jahr, absolut aroma- und geschmacksschonend bei rund 190 Grad, je

nach Sorte 17 bis 21 Minuten lang.

Am 1. April 2010 hat die Kaffeemanufaktur in Hengersberg eröffnet. Die Heinrichs haben damit genau den Puls der Zeit getroffen. Sie schwimmen quasi auf der dritten Kaffeewelle.

### Renaissance der Kleinröstereien

Bei der ersten Welle (von 1930 bis 1960), als Kaffee in alle Haushalte und Büros Einzug hielt, ging es um möglichst billigen Kaffee. Die zweite Welle (1960 bis 1990) gipfelte in der weltweiten Ausdehnung von Starbucks. Es entstanden wieder mehr kleine und mittelständische Kaffeeröstereien. Das Augenmerk wurde wieder auf Geschmack und Qualität gerichtet.

In der dritten Welle, die bis dato anhält, ist Kaffee vom Massenprodukt wieder ein absolutes Genussmittel. Unter dem Stichwort der neuen Langsamkeit in unserer schnelllebigen Zeit wird die Zubereitung zelebriert. Vor allem der handgebrühte Filterkaffee erlebt eine wahre Renaissance. Vorreiter sind hier etwa die Hamburger Kaffeerösterei „Elbgold“, die Coffeeshops



**Acht seiner Kaffeesorten kauft Heinrich Achatz direkt beim Erzeuger ein.**

„Chapter One“ und „Bonanza Coffee Heroes“ in Berlin oder die „Kaffeekommune 2“ in Mainz.

„1950 gab es noch rund 3000 Kaffeeröster in Deutschland, im Jahr 2000 waren es gerade noch etwa 250, doch seitdem steigt die Zahl wieder kontinuierlich an“, weiß Achatz von der Wiederauferstehung seiner Gilde. Natürlich existieren neben Kleinröstern auch die Großröstereien weiter und haben laut Achatz durchaus ihre Berechtigung. Doch auch sie müssen sich zunehmend mit dem The-

ma Qualität beschäftigen. So wie er selbst. Seine Fachbuchsammlung zum Thema Kaffee umfasst mittlerweile rund 250 Bücher. „Und sie wächst weiter“, schmunzelt Achatz.

### Kaffee ist Philosophie und Leidenschaft

Dem Geist der dritten Welle entsprechend ist Kaffee für Achatz „Philosophie“ und „Leidenschaft“. Während es „von der Stange“ meist nur „komponierten“ Kaffee verschiedener Sorten gibt, verkauft seine bio-zertifizierte Rösterei nur sortenreinen Kaffee. „Aber ich gebe den Kunden natürlich auch Tipps, welche Sorten gut miteinander harmonieren würden“, so Achatz.

Acht Kaffeesorten kauft er direkt ab Plantage ein. Dazu hat er sich der „Deutschen Röstergilde“ angeschlossen. „Denn beim Direkteinkauf sollte man



**In seinem Trommelröster kann der Kaffee-Experte 15 Kilogramm schonend rösten.**



**Die Kaffees, die Heinrich Achatz auch in seinem Laden anbietet, tragen überwiegend niederbayerische Namen.**

mindesten neun Tonnen kaufen, damit es sich rentiert“, so Achatz. Der Rest wird über rund zwölf Rohkaffeehändler in Hamburg und Bremen eingekauft, die sich auf Spezialitätenkaffee spezialisiert haben. Wichtig ist ihm dabei, dass die Händler eine lückenlose Dokumentation des Kaffees vorweisen können. „Direct Trade“, darauf legt der leidenschaftliche Kaffeetrinker Wert. Die Bohnen stammen von Kaffeebauern aus aller Welt. Hier, in Heinrichs Reich in Hengersberg, werden sie schließlich zur Vollendung veredelt.

Doch bei aller Internationalität seines Produkts legt er Wert da-

rauf, dass seine Kunden auch wissen, wo ihr Kaffee den letzten, entscheidenden Schliff erhalten hat: in Niederbayern! Deshalb tragen die Kaffees des Schauflingers auch niederbayerische Namen, etwa nach Wochentagen „irdda“, „migga“, „freida“, oder Nummern von „oans“ bis „sim“.

Seine Kundschaft ist zur Hälfte in der Gastronomie zu finden. 35 Prozent gehen direkt über die Ladentheke und 15 Prozent macht das Online-Geschäft aus.

So macht sich frisch gerösteter und veredelter Kaffee von Hengersberg aus wieder auf den Weg in die weite Welt.