

Der Kaffeeröster vom Obersee

Die A. Kuster Sirocco AG in Schmerikon rüstet sich mit hochwertigen Produkten für die Zukunft

Benannt nach einem Wüstenwind, weht die A. Kuster Sirocco AG in Schmerikon inzwischen in vierter Generation Kaffeedüfte in Cafés und Küchen aller Welt. Seit kurzem mischen sich auch Teenoten darunter.

Ümit Yoker

Irgendwo in Hamburg, in einem Büro nahe der Alster, sitzt eine Dame, die steckt jeden Tag einmal kurz ihre Nase in die leere Verpackung eines Minzteebeutels. Dann faltet sie das Säckchen wieder zusammen und placiert es neben sich auf dem Schreibtisch. Dorthin hat es ihr Vorgesetzter vor einiger Zeit gelegt, mit dem Auftrag an sie, doch bitte herauszufinden, wo der Tee, der ihm so gut geschmeckt habe, erhältlich sei. Die Dame gelangte an Ralph Grüniger, der dieser Tage von manch solcher Episode zu berichten weiss. Dabei sei Tee gar nicht sein Kerngeschäft und erst seit eineinhalb Jahren im Sortiment, erzählt der Geschäftsführer und Inhaber der A. Kuster Sirocco AG in Schmerikon. Es amüsiere ihn immer ein wenig, wenn sich neue Kunden früher oder später danach erkundigten, ob der Betrieb auch andere Produkte anbiete. «Kaffee», antwortete er dann, «seit 103 Jahren.»

Gut ist nicht gut genug

Der Familienbetrieb Sirocco, der – «keine Ahnung, warum» – den Namen eines von Nordafrika her wehenden Wüstenwinds trägt, wurde 1908 von Alfons Kuster als Handelsgeschäft für Kolonialwaren und als Kaffeerösterei gegründet. Nach dem frühen Tod von Ralph Grünigers Urgrossvater leitete Alfons Kuster junior das Unternehmen während mehrerer Jahrzehnte mit seiner Frau (die zu Beginn der vierziger Jahre eine Fleischbouillon einführte, die noch heute nach demselben Rezept hergestellt und in Büchsen mit dem Originalschriftzug verkauft wird). Zu Beginn der siebziger Jahre rückte Grünigers Onkel René Kuster nach.

Ein gutes Produkt herzustellen, ist für ein kleines Unternehmen im Hochpreisland Schweiz auf Dauer nicht genug, das war Grüniger schnell klar, als er 1997 im Alter von 27 Jahren selbst die Leitung des Unternehmens übernahm. «Den besten und teuersten Kaffee» zu



Sein Urgrossvater hat die Sirocco AG gegründet – heute führt Ralph Grüniger die Kaffeerösterei in Schmerikon.

KARIN HOFER / NZZ

kaufen, reichte zur Qualitätssteigerung aber ebenfalls nicht aus. «Die Wertschöpfung steckt im Röstvorgang.» Der ehemalige Leiter einer Werbeagentur begann an einem Verfahren zu tüfteln, das die Kaffeebohnen langsamer röstet und ihnen mehr Luft zukommen lässt.

Mehrere Tonnen Kaffee werden heute am Obersee jeden Tag im Einschichtbetrieb geröstet. Im Lager stapeln sich Säcke mit Rohkaffee für ein bis zwei Wochen Produktion, hinzu kommen gerösteter Kaffee einiger Arbeitstage sowie Tee, Bouillon und Schokolade. Der grösste Teil des importierten Rohkaffees – mehrere hundert Tonnen aus Brasilien, Guatemala, Kenya oder auch Indonesien – wird aber in Bremen aufbewahrt. Das hiesige Klima sei für die Lagerung besser geeignet als das Wetter in den Herkunftsländern, sagt Grüniger. Ihre Kaffeebohnen, ausschliesslich vom Typ Arabica, kauft die Sirocco AG nicht mehr wie früher bei den Händlern ein, sondern beim Pflanzeur – nicht zu-

letzt, um sich vor Ort ein Bild über die Arbeitsbedingungen zu machen. Eine Hommage an die Anfänge des Betriebs ist das eben abgeschlossene Redesign: Es lehnt sich mit Jugendstilelementen an die Gestaltung der ursprünglichen Blechbüchsen an.

Tee als Türöffner

Noch zu Onkels Zeiten bestand die Kundschaft der A. Kuster Sirocco AG weitgehend aus den Gastronomiebetrieben der Region, wie Ralph Grüniger sagt. Heute liegt der Exportanteil bei 15 Prozent, «Tendenz steigend». Der Betrieb mit 18 Mitarbeitern, der jährlich ein paar hundert Tonnen Kaffee verkaufe und dessen Umsatz leicht, aber stetig wachse, zählt neben Sprüngli, Globus oder dem Hotel Park Hyatt auch die Singapur Airlines zur Kundschaft. Allerdings kommen nur Gäste der First- und der Businessclass in den Genuss des Kaffees aus Schmerikon.

Dass sich die Qualitätsansprüche in den vergangenen Jahrzehnten deutlich verändert haben, kommt der Sirocco AG ebenso entgegen wie der Vormarsch von Kaffeekapseln in den Privathaushalten. «Wer zu Hause guten Kaffee trinkt, gibt sich im Café nicht mehr mit Durchschnitt zufrieden», so ist Grüniger überzeugt und hofft, dass sich zukünftig noch mehr Gastrobetriebe ihren Kaffee etwas kosten lassen. Immerhin verwendeten hier aber, im Gegensatz zu anderen Ländern, bereits 90 Prozent der Betriebe Bohnenkaffee.

Neue Türen öffnet der Sirocco AG auch der selbst kreierte, im Ausland produzierte Bio-Tee. Dessen Erfolg erklärt sich Grüniger unter anderem damit, dass es beim Tee wohl vielen Leuten leichter falle als beim Kaffee, ein hochwertiges Produkt auszumachen. Zum achtzehn Variationen umfassenden Sortiment gehören zum Beispiel Rooibos Tangerine, Ginger Lemon Dream – oder eben: Moroccan Mint.