

# Kaffee als Lebensgefühl

Mario Rickli ist stolz auf seine Qualitätsrösterei in Uznach

Kaffee rösten auf höchster Qualitätsstufe ist das Markenzeichen von Mario Rickli. Geschäftsführer der Firma Ernst Rickli AG in Uznach. Welche Philosophie ein guter Kaffeeröster mitbringen muss, verriet er im Gespräch mit der «Südostschweiz».

• MIT MARIO RICKLI SPRACH MONICA WOMER

*Mario Rickli, als Gründersohn der Ernst Rickli AG wurde Ihnen der Beruf des Kaffeerösters bereits in die Wiege gelegt. War es für Sie immer eine klare Sache, einmal in den Betrieb einzustiegen?*

Mario Rickli: Eigentlich schon, bereits als Kind zog es mich immer in die Rösterei. Weil es aber keine eigentliche Ausbildung, sprich Lehre, in dieser Branche gibt, wählte ich vorderhand das Primarlehrerstudium, das ich zwar abschloss, aber nie praktizierte. Bereits während meiner Studienjahre habe ich einen Teil der Rösterei modernisiert und war daher stets mit dem Betrieb eng verbunden.

## » Learning by doing war angesagt

« Ohne Lehre war also «learning by doing» angesagt?

Mario Rickli: Genau, wobei das Lernen nie aufhört. Hilfreich und unterstützend dabei ist ein gutes Flair für Lebensmittel sowie das Geschick, sich autodidaktisch weiterzubilden, was die einzelnen Kaffeesorten und die diversen Röstverfahren betrifft.

Welches Verfahren hat Sie persönlich überzeugt?

Mario Rickli: Ich bin ein grosser Verehrer des Trommelverfahrens, weil dies einen Langzeitröstvorgang von 20 Minuten garantiert und somit einen optimalen Säureabbau gewährleistet. Letztlich zeichnet dies eine Qualitätsrösterei aus.

Ihren hauseigenen «Real»-Kaffee vertreiben Sie nur regional. Welche nicht in der ganzen Schweiz?

Mario Rickli: Aufgrund unserer qualitativ hochstehenden Röstmethode haben wir uns nicht nur in der Schweiz, sondern seit 1995 auch im EU-Raum einen guten Namen gemacht. Dies



Sorgen für Kaffee auf höchster Qualitätsstufe: Ruedi Zahner (links), einer der drei Kaffeeröster bei der Ernst Rickli AG in Uznach, und Geschäftsführer Mario Rickli.

Bild: Monica Womer

fürte dazu, dass wir schon bald Aufträge von verschiedensten Unternehmen zum Fremdrösten erhielten. Das heisst, wir rösten Produkte wie Erdnüsse, Haselnüsse oder eben Kaffee nach ihren eigenen Rezepten. Wenn wir nun unseren Kaffee gesamtschweizerisch anbieten würden, würden wir damit gleichzeitig Konkurrenz mit unseren Kunden schaffen.

## » Dem Kaffee ein neues Image geben

« Wie entstand der Name «Real»?

Mario Rickli: Aus Rickli Ernst und Albert. Albert heissen mein Grossvater und mein Onkel, die beide in den Anfängen meinem Vater tatkräftig zur Seite standen.

«Real» steht nicht nur für Kaffee, sondern auch für Erd- und Haselnüsse. Wie kamen Sie dazu?

Mario Rickli: Als wir in Zollikon die Firma Zahner & Co. übernahmen, stellte sich die Frage, wie wir diese zusätzliche Röstmaschine einsetzen

sollten. Wir starteten Versuche mit Pistazien, Mandeln, Peca- und Erdnüssen, wobei Letztere klar die besten Resultate lieferten. Entsprechend wurde die Maschine umgebaut, und heute rösten wir während der Adventszeit ein Volumen von rund 250 Tonnen Erdnüssen.

Machen die Erdnüsse damit dem Kaffee langsam Konkurrenz?

Mario Rickli: Unser Unternehmen basiert heute auf vier völlig getrennten Absatzkanälen: Dem «Real»-Kaffee, der Fremdproduktion Kaffee, den «Real»-Erdnüssen und der Fremdproduktion Erdnüsse, wobei der Hauptabsatz klar auf der Fremdproduktion Kaffee liegt. Zur Zeit werden pro Woche zwischen acht bis zwölf Tonnen Kaffee geröstet.

Zeichnen sich punkto Kaffeekonsum allermässing gewisse Tendenzen ab?

Mario Rickli: Ja und zwar insofern, dass bei den 15- bis 35-Jährigen ein eher abnehmender Konsum verzeichnet wird. Man versucht deshalb, mittels Werbung, dem Kaffee trinken ein neues Image zu verpassen. Meiner Meinung nach könnte auch das Gastgewerbe einen grossen Teil dazu bei-

tragen, würde man nämlich – ähnlich einer Weinkarte – eine Kaffeearte mit den verschiedensten Sorten anbieten, würde sich plötzlich eine neue Erlebniswelt offenbaren. Von der Infrastruktur her wäre dies übrigens problemlos realisierbar.

Wie sehen Ihre zukünftigen unternehmerischen Ziele aus?

Mario Rickli: Wir werden verstärktes Augenmerk auf den Erdnussbereich legen, weil dort die Qualitätsunterschiede am stärksten hervortreten. Der Kaffee hingegen, der notabene aus 1000 verschiedenen Aromastoffen besteht, ist im Vergleich dazu so komplex, dass der Kunde die einzelnen Qualitätsmerkmale kaum realisiert.

## Spezielle Berufe im Linthgebiet

so. Mit dem Gespräch «Kaffee als Lebensgefühl» mit Mario Rickli setzt die «Südostschweiz» ihre Reihe über besondere Berufe im sanktgallischen Linthgebiet fort. Die Interviews werden in loser Folge publiziert.