

Der *Coffee-to-go*

Judith Klein

Die Geschichte des *Coffee-to-go* ist zweifellos eine Erfolgsgeschichte. Ineinander gesteckt umspannen die Becher, aus denen jährlich der Kaffee zum Mitnehmen getrunken wird, mehrere Male die Welt – und Deutschland dürfte inzwischen einen großen Teil dazu beitragen. Kaum ein Straßenzug, in dem der Schriftzug „Coffee to go“ – in all seinen Schreibweisen – dem Betrachter nicht ins Auge springt.

Angeboten wird er nun nicht mehr nur in den großen Kaffee Ketten, die seinem Siegeszug den Weg bereitet haben; auf den Kaffeewagen sind mittlerweile alle aufgesprungen, die etwas von sich halten – Cafés, Bäckereien, Kioske, Tankstellen, und, wenn auch bei weitem nicht so häufig, tatsächliche Kaffeewagen.

Natürlich reicht es nicht mehr aus, gewöhnlichen Kaffee zu servieren, schließlich entwickelt man sich ja weiter! Heutzutage kann man aus einer Fülle auswählen, die im Gegensatz zu früher, als lediglich Kännchen und Tasse auf der Karte standen, geradezu verschwenderisch erscheint: Latte Macchiato-to-go, Espresso-t- go, Cappuccino-t- go – und das ist nur die Spitze des Kaffeeberges. Zusätzlich gibt es noch ein ganzes Meer an sogenannten *Flavours*, mit denen man die Kaffee-Komposition anreichern kann, nicht zu vergessen die Wahl zwischen normaler, fettarmer und Sojamilch, einem Extra-Shot Espresso für die ganz Müden und die Entscheidung zwischen Milchschaum oder Sahne-Topping.

Außerdem gibt es auch noch die Möglichkeit, aus unzähligen Kaffeearten seinen Liebling herauszupicken: Brasilien, Äthiopien oder Guatemala – hier kann das geübte Barista-Auge bei der Bestellung die wahren Experten ausmachen.

Mittlerweile gibt es selbstverständlich nicht mehr nur den *Coffee-to-go*, das Phänomen „to-go“ hat längst um sich gegriffen: Vom Chai-Tea-Latte-to-go über den frisch gemixten Smoothie-to-go bis hin zum Glühwein-to-go – nichts, was es nicht gäbe. Dennoch bleibt der *Coffee-t- go* in all seinen Variationen führend und wird wohl so schnell auch nicht von seinem Thron gestoßen werden können – denn nicht umsonst ist Kaffee der Deutschen liebstes Getränk.

So schier unendlich die möglichen Zusammensetzungen des *Coffe-to-go*, getrunken wird er eigentlich fast immer aus ein und demselben Gefäß, welches im Gegensatz zum oftmals raffiniert zubereiteten und wohlkomponierten Inhalt ein wenig armselig wirkt: Ein schnöder Pappbecher mit schlichtem Plastikdeckel versehen. Den einzigen

Unterschied macht dann letztlich nur der Aufdruck: Große Ketten versehen ihn gerne mit ihrem Logo (hier kann der *Coffee-to-go* bei der Wahl der richtigen Marke für einige Menschen schon eine Art Statussymbol darstellen). Oftmals sind die Coffee-to-go-Becher aber auch austauschbar: Gerne mit Erinnerungen an die gute alte Zeit bedruckt, etwa mit einer dampfenden Kaffeetasse, gerne auch tautologisch mit dem Schriftzug „Coffee-to-go“ versehen – als ob es noch irgendeiner Erklärung bedürfte, was in den Bechern zu finden ist – der *Coffee-to-go* ist längst in der Gesellschaft angekommen, ach was, der *Coffee-to-go* wurde von ihr mit offenen Armen begrüßt.

Die Popularität des *Coffee-to-go* sagt gewiss etwas über die Gesellschaft aus, in der er so populär ist: Unklar ist, ob nun der *Coffee-to-go* die Gesellschaft verändert hat, oder ob sie sich in ihrem Wandel den *Coffee-to-go* als Requisite und Symbol ihrer Zeit angeeignet hat.

Sicher ist aber, dass der *Coffee-to-go* gut in die mobile Welt, die hektische Welt, in die Welt des Multitaskings passt. 15 Minuten purer und reiner Kaffeegenuss scheint den Menschen dieser Welt schon zu viel zu sein, schließlich könnte man diese Zeit ja auch besser nutzen: 15 Minuten mehr Arbeitszeit, 15 Minuten länger in der Bibliothek, 15 Minuten länger schlafen, 15 Minuten... Zeit für den Kaffee gibt es dann nur noch nebenbei: vor dem Computer, in der Bahn, in der Vorlesung. Wieso sollte man auch unnötigerweise Zeit im Café oder am Frühstückstisch verbringen, wenn man diese doch auch sinnvoller nutzen kann? Seine Ration Koffein kann man ja trotzdem – *Coffee-to-go* sei Dank – zu sich nehmen und die muss noch nicht mal schlecht schmecken.

Letztendlich schlägt der moderne Mensch mit dem *Coffee-to-go* zwei Fliegen mit einer Klappe: Während er sich neben dem Genuss – wenn man es so nennen möchte – eines *Coffee-to-go* vorgeblich wichtigeren Dingen widmen kann, bringt dieser zugleich noch die nötige Energie, um vier weitere Stunden vor dem PC durchhalten zu können. Eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

Während der Aspekt der Zeitersparnis noch nachvollziehbar ist – wenn auch nicht immer erstrebenswert –, kann die Art, wie diese Zeitersparnis gewonnen wird bzw. vielmehr, wie sie ertrunken wird, durchaus Befremden auslösen: Wenn der Blick vom MacBook unterm Arm über das Smartphone am Ohr und die Zigarette im Mundwinkel bis hin zum *Coffee-to-go* in der Hand schweift, mag der ein oder andere Betrachter bei letzterem stutzig werden und sich fragen, wieso erwachsene Menschen freiwillig aus einer Schnabeltasse trinken? Denn keine geringere Assoziation löst der *Coffee-to-go*-Becher (sofern komplett mit Deckel) aus. Wie die Menschen aus der winzig kleinen

Öffnung mit sorgfältig gespitzten Lippen ihren Kaffee schlürfen, um ja nichts zu verschütten, weckt Erinnerungen an Kindheit, Krankenhaus oder Greisentum – diese Analogien werden anstandslos und selbstverständlich akzeptiert. Hallo, orale Phase, oder was würde Freud wohl dazu sagen?

Natürlich dient die Konstruktion dem einfachen Zweck, Kaffeeflecken auf dem blütenweißen Hemd oder dem sorgfältig zusammengestellten Outfit vorzubeugen, doch könnte man den Designern des *Coffee-to-go*-Bechers nicht auch eine gewisse Schadenfreude unterstellen, dafür gesorgt zu haben, riesige Gruppen von Menschen in nuckelnde Babys zu verwandeln?

Ob die Infantilisierung wohl noch weitergeht und in absehbarer Zeit dann stets ein Lätzchen als kostenlose Zugabe zum *Coffee-to-go* gereicht wird, um vor Kaffeemaalheuren zu schützen? Schließlich traut man den Kaffeetrinkern ja nicht einmal zu, dass sie sich darüber bewusst sind, dass der Inhalt ihres Bechers heiß ist (VORSICHT HEISS!). Warum also nicht noch einen Schritt weiter gehen?

Freunden des mittlerweile doch etwas antiquierten Kaffeehauses mag bei dieser Entwicklung der Kaffee im Halse stecken bleiben, denn wo ist die Muße geblieben, der man einst bei dem Genuss einer Tasse Kaffee frönte? Abgefüllt in billige Pappbecher, die man dank ihrer glühenden Oberfläche nur mit spitzen Fingern anfassen kann (wobei die clevere Kaffeeindustrie natürlich dank Manschetten auch hier schon vorgesorgt hat), hat der *Coffee-to-go* den Aspekt der kleinen Auszeit, für die Kaffee früher einmal stand, völlig abgelegt.

Nichts mehr mit Trennung von Beruf und Privatleben, Arbeit und Freizeit, nein, der *Coffee-to-go* löst Grenzen auf und vereint sie gleichsam – und zwar so, dass es kaum jemandem etwas ausmacht. Im Gegenteil, die meisten empfangen ihn mit ausgestreckten Armen, wovon die vielen leeren Becher zeugen, denen man auf seinem tagtäglichen Weg durch die Stadt in Abfalleimern, auf Fensterbrettern oder achtlos auf die Straße geworfen begegnet.

Mit dem Triumph des *Coffee-to-go* stiegen gleichzeitig auch die Verkaufszahlen von Kaffee raketenähnlich an: Deutschland war müde, aber zu beschäftigt, sich ins Café zu setzen: der *Coffee-to-go* präsentierte sich hier als die perfekte Lösung für das Problem.

Indessen soll der *Coffee-to-go* aber längst nicht mehr nur müde Männer munter machen. Er hat sich zu einem Accessoire für einen neuen Lebensstil entwickelt: Wer einen *Coffee-to-go* in der Hand hält, fühlt sich geschäftig, wichtig, gefragt, selbst dann, wenn man es gar nicht ist. Aber da das ja keiner weiß, kann man sich der Illusion hingeben,

man wäre Teil dieser Welt: jung, dynamisch, vielbeschäftigt – und all das verdankt man dem auf den ersten Blick so nichtig erscheinenden *Coffee-to-go*.