

Zeitschrift:	Mitteilungsblatt / Keramik-Freunde der Schweiz = Revue des Amis Suisses de la Céramique = Rivista degli Amici Svizzeri della Ceramica
Herausgeber:	Keramik-Freunde der Schweiz
Band:	- (1987)
Heft:	102
Artikel:	Der Kaffee erobert Europa
Autor:	Schnyder- v. Waldkirch, Antoinette
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-395170

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der Kaffee erobert Europa

Von Antoinette Schnyder-v. Waldkirch

Chabe — Qahwe — Kaffee

«Wie Dinten so schwartz und in Gebresten sonderlich des Magens gar dienstlich» sei ein «Chabe» genanntes Getränk, das die Orientalen «am Morgen frù zu trincken pflegen auss irdinen und Porzellanischen Schälein.» Vor etwas mehr als 400 Jahren hat der Augsburger Arzt und Botaniker Leonhart Rauwolf diese Beobachtung auf seiner Morgenlandfahrt gemacht und in seinem 1582 erschienenen Reisebericht veröffentlicht. Er konnte damals nicht ahnen, welch vielschichtiges Thema der europäischen Kulturgeschichte er damit angeschlagen hatte und wie unabsehbar sich die Folgen solcher Reiseerfahrung erweisen sollten. Die Kaffeepflanze «coffea arabica», ursprünglich in Aethiopien beheimatet und, der Legende nach, von Ziegenhirten entdeckt und von Mönchen als Stimulans erprobt, war der arabischen Medizin schon bekannt, bevor sich im Verlauf des 15. Jahrhunderts dann das heisse, aus den gerösteten Bohnen der roten Kaffee-kirsche zubereitete Getränk allmählich als eigentliches Volksgetränk im Orient durchsetzte; der Protest religiöser Eiferer gegen die überhandnehmende Kaffeetrinkerei blieb dabei nicht aus. Nicht nur Araber, sondern auch Perser und Türken entdeckten die angenehm stimulierende Wirkung des schwarzen Getränks, und nachdem 1554 auch Konstantinopel sein erstes Kaffeehaus hatte, war das Kaffeetrinken endgültig zum Charakteristikum des Orientalen geworden.

Die im Zeitalter der grossen Entdeckungen im wahrsten Sinne des Wortes neu-gierig gewordenen Europäer begegneten demnach auf ihren im 17. Jahrhundert immer häufiger und kühner werdenden Reisen einem Kaffee trinkenden Orient, und entsprechend mehren sich die Nachrichten über dieses in Europa völlig unbekannte Genussmittel. Rauwolfs geheimnisvoller «Chabe» wird allmählich als «qahwe» oder als «das heisse, schwarze Wasser Kahwe» zu einem in Europa gängigen Begriff. Die vielgelesene Reiseliteratur des 17. Jahrhunderts hat so dem arabischen Wort «qahwa», das ursprünglich Wein bedeutete, den Weg gewiesen, auf dem es dann als «coffee», als «café» und «Kaffee» seine europäischen Namen finden konnte. Aber nicht nur der Name, sondern das Produkt selbst erreichte um die Mitte des 17. Jahrhunderts schliesslich europäischen Boden. 1637 wird im Hafen von Amsterdam der erste Rohkaffee an Land gebracht, was den Anfang eines der eindrücklichsten Kapitel der europäischen Wirtschaftsgeschichte markiert. Venedig, Marseille und London wurden bald auch zu Umschlagplätzen für das neue Handelsprodukt, das in einem weltoffen gewordenen Europa sofort seine Abnehmer fand. Der bis dahin völlig unbekannte Kaffee eroberte sich innert eines halben Jahrhunderts den europäischen Kontinent von allen Windrichtungen her: ein Siegeszug, der in seinen Auswirkungen auf die europäische Gesellschaft einer kulturschichtlichen Revolution gleichkommt.

Der Kaffee als Ernüchterer

Wir können uns heute nur schwer vorstellen, dass Europa einmal ohne die uns so vertrauten Heissgetränke wie Kaffee, Tee und Schokolade gelebt hat. Bis zur «Kaffee-revolution» in der Mitte des 17. Jahrhunderts war das alkoholische Getränk, im Norden das Bier und im Süden der Wein, das Hauptgetränk des Europäers, und schon beim Frühstück hat man seinen Durst damit gelöscht. Ein Blick auf die an lebensnahen Volksszenen überaus reiche niederländische Malerei der damaligen Zeit führt uns die Auswirkungen des übermässigen Alkoholgenusses drastisch vor Augen; aber nicht nur Bilder bezeugen die derben Trinksitten der Zeit, sondern auch ungezählte Schriften und Traktate, die den «Sauffeuffel» der Zeit zu bekämpfen suchten.

Legende zu den Abbildungen Tafel 10—12:

- Tafel 10: «Le Café Politique», Kupferstich von A. Portier, um 1800. Jacobs Suchard Museum, Sammlung zur Kulturgeschichte des Kaffees, Zürich.
- Tafel 11: Dame mit Mohrendiener beim Kaffee, Gruppe aus Porzellan nach einem Modell von Johann Joachim Kaendler, Meissen um 1740. Jacobs Suchard Museum, Sammlung zur Kulturgeschichte des Kaffees, Zürich.
- Tafel 12: Kaffeekanne und Tasse aus der Porzellanmanufaktur Zürich, um 1770/75. Fayence- und Porzellanausstellung des Schweizerischen Landesmuseums im Zunfthaus zur Meisen, Zürich.

In diese Situation kommt das «heisse, schwarze Wasser Kahawe» als der grosse Ernüchterer, der eine nachhaltige Veränderung der Trinksitten mit sich bringt. Die Schenke, in der man sich seinen Rausch antrinkt und die oft zum Ort grober Szenen wird, erhält ihr Gegenstück im Kaffeehaus, das mit seinem heissen Trank die Leute nüchtern hält und damit das angeregte Gespräch ermöglicht.

Mit dem dass Holland und England zu starken, seefahrenden Handelsmächten geworden waren, hatte sich in diesen Ländern ein geschäftiges Bürgertum entwickelt, dessen Interessen ganz dem weltweiten Handel galten. Die neuauftauchenden Kaffeehäuser entsprachen nun genau den Bedürfnissen dieser Kreise: hier fanden sie den geeigneten Ort für ein seriöses Geschäftsgespräch und hier erfuhren sie auch die neuesten Neuigkeiten aus aller Welt. Im Kaffeehaus sass man am Puls der Zeit, es war Kommunikationszentrum und Nachrichtenbörse in einem. Das 1687 eröffnete «Lloyds Coffeehouse» in London ist ein sprechendes Beispiel für diese Funktion des Kaffeehauses. Als ein bevorzugter Treffpunkt von Kaufleuten, Versicherungsagenten, Schiffsbesitzern und Kapitänen entwickelte sich dieses Kaffeehaus bald zu einem Zentrum des Versicherungs- und Nachrichtengeschäfts, aus dem später das bis heute unter dem Namen Lloyds bekannte, weltweit grösste Versicherungshaus hervorgegangen ist.

Weltbetrachtung im Kaffeehaus

Neben Kaufleuten und Seefahrern waren es aber ebenso sehr Politiker, Künstler und Literaten, die sich von der angeregten Atmosphäre der Kaffeehäuser angezogen fühlten und die diesen Häusern das Gepräge gaben. In London, das gegen das Jahr 1700 schon über 2000 Kaffeehäuser hatte, wurde das Kaffeehaus einzelnen Dichtern und Schriftstellern schon bald zur zweiten Heimat. Der Kaffeehaustisch wurde zu einem Ort der Weltbetrachtung, und das diskutierende Gespräch wurde zu einer grossen Anregung für die europäische Literatur. Aus diesem Gespräch entstanden damals auch die ersten Zeitungen als schriftliche Zusammenfassung aller in den verschiedenen Kaffeehäusern kursierenden Neuigkeiten, und so ist diese neuartige Gaststätte Mitbegründerin des modernen Journalismus geworden. Kaffee und Zeitung sind seither eine feste Einheit. Die beobachtende Kritiklust der beginnenden Aufklärung hatte im hellwach machenden Kaffee einen eigentlichen Komplizen gefunden, und in der ungezwungenen Atmosphäre der ungezählten Kaffeehäuser, in denen alte Standesunterschiede keine Rolle mehr spielten, fand das europäische Bürgertum zu seinem

geistigen und politischen Selbstbewusstsein. Insofern hat der Kaffee mitgeholfen, revolutionäres Gedankengut vorzubereiten.

Der Kaffee in der höfischen Gesellschaft

Aber auch in anderem Sinn hat das neue Getränk revolutionierend gewirkt. Als neues Modegetränk an allen europäischen Höfen hat es Sitten und Gebräuche dieser obersten Gesellschaftsschicht in vielem sehr verändert und damit die verfeinerte Formenwelt des Rokoko mitgestaltet. Diese allervornehmsten Kreise für sich zu gewinnen war zwar nicht ganz leicht, denn die im 17. Jahrhundert leidenschaftlich geführte medizinische Diskussion über Nutzen und Schädlichkeit des Kaffees hatte vielen das Getränk suspekt gemacht. Aber als sich dann im Jahr 1669 eine türkische Gesandtschaft über einige Zeit am Hof des französischen Sonnenkönigs aufhielt und die Hofgesellschaft von Versailles von Aga Soliman, dem Gesandten Mahomets IV, mehrfach nach orientalischer Manner empfangen und bewirtet wurde, war der Durchbruch geschafft. Versailles war dem Zauber der fernen orientalischen Welt verfallen und begann Kaffee zu trinken, auch wenn hochgestellte Leute wie Liselotte von der Pfalz, die deutschsprachige Schwägerin des Königs, diese neue Mode nicht mitmachen wollte und das «frembt Zeug» weit von sich wies, weil es ihr «wie Russ» vorkam.

Im Bereich der höfischen Welt wurde das Kaffeetrinken sofort zum Zeremoniell, zu einem neuen Gesellschaftsspiel, das sich seine eigenen Formen suchte. Die in der damaligen Zeit aufkommende Begeisterung für alles exotisch Fremde hat im Kaffeegenuss sehr bald auch eine Möglichkeit gesehen, sich durch dieses neue Getränk in fremde Welten zu versetzen. Was damals an Kostbarkeiten aus fernsten Ländern auf englischen und holländischen Schiffen nach Europa kam, wurde für die Inszenierung dieses Spiels gebraucht. So begann die vornehme Gesellschaft ihren neuen Modetrunk aus chinesischen Porzellanschälchen zu trinken, und man versuchte in der Gestaltung der Räume möglichst viel von fernöstlichem oder morgenländischem Zauber einzufangen. Als dann 1708 in Meissen das erste Porzellan hergestellt werden konnte, war es die erste und dringendste Aufgabe dieser königlichen Manufaktur, allerfeinstes Geschirr nicht nur für Kaffee, sondern auch für die inzwischen ebenfalls hoch in Mode gekommenen neuen Getränke Tee und Schokolade zu kreieren. 50 Jahre später verfügte Meissen über ein Angebot von 84 verschiedenen Kaffeeservice, was eindrücklich beweist, wie sehr der Kaffee den künstlerischen Erfindergeist geweckt und inspiriert hat.

Wozu hat man Kellner?



«Kellner!» — «Sie befehlen?» — «Der Kaffee ist so heiss,
kommen S' her und blasen S'!»
(Wilhelm Busch, Fliegende Blätter, München 1863).

Das gesellschaftliche Zeremoniell des Kaffee-, Tee- und Schokoladetrinkens war aber nicht nur Inspiration für das künstlerische Schaffen der Zeit, sondern es hatte auch grössten Einfluss auf das geistige Leben der vornehmen Gesellschaft. Das angeregte Gespräch im Salon, an dem Männer und Frauen gleichberechtigt teilnahmen und das diese Salons zu wahren «bureaux d'esprit» machte, hat die Epoche der Aufklärung stark mitbestimmt und hat auch der gebildeten europäischen Frau zu einer gewissen Emanzipation verholfen. Der Kaffee hatte auch hier eine befreiende Wirkung.

Das Kaffeehaus wird zum «Café»

Nachdem sich das exotische Getränk Europa im Sturm erobert hatte, konnte sich die Kaffeeleidenschaft des Europäers im Verlauf des 18. Jahrhunderts voll ausleben. In Paris gelang es dem Sizilianer Francesco Procopio Coltelli in seinem berühmten «Café Procope», die zwanglose Atmosphäre des öffentlichen Kaffeehauses mit dem Raffinement des aristokratischen Salons zu verbinden und damit den Typus des vornehmen «Café» zu begründen. Die Ausstattung seines Lokals mit Spiegeln, Tapisserien, Marmortischen und Lüstern machte Furore und prägte für lange Zeit den neuen Kaffeehausstil. Als Zugabe zum heissen Kaffee servierte Coltelli, oder Couteau, wie er sich später nannte, nun auch Süßgebäck und Likör und, als ganz grosse Neuigkeit, erstmals auch Speiseeis. Damit hat Coltelli das klassische Angebot des modernen Kaffeehauses bestimmt.

In vielen Variationen hat sich diese neue Form des Kaffeehauses in der Folgezeit durch ganz Europa gespielt. In Venedig hat das Luxuscafé in grossem Stil Geschichte gemacht, und noch heute hat sich rund um den Markusplatz etwas von diesem Glanz erhalten. Wien, das bei seinem Sieg über die Türken im Jahr 1683 zu seinem ersten Kaffee gekommen war, entwickelte sich im Verlauf der Zeit zu einer Hochburg des Kaffeegenusses und wurde dann im 19. Jahrhundert zu einem Inbegriff für Kaffeehauskultur überhaupt. In London sucht man im 18. Jahrhundert aber vergeblich nach mondänen Cafés; dort hatte man sich nach einer ersten Welle grösster Kaffeeleidenschaft völlig dem Teegenuss verschrieben und damit Weltruhm erlangt. Dafür fand Berlin im späteren 18. Jahrhundert seine ganz eigene Form des Kaffeehauses, die Konditorei, die Kaffee- und Kuchengenuss aufs eleganteste verband. Schweizer Zuckerbäcker aus dem Engadin hatten diese Variante des Café in Norddeutschland begründet und damit gross Karriere gemacht. So hat die Schweiz auf indirektem Weg ihren Beitrag zur Geschichte des europäischen Kaffeehauses geleistet.

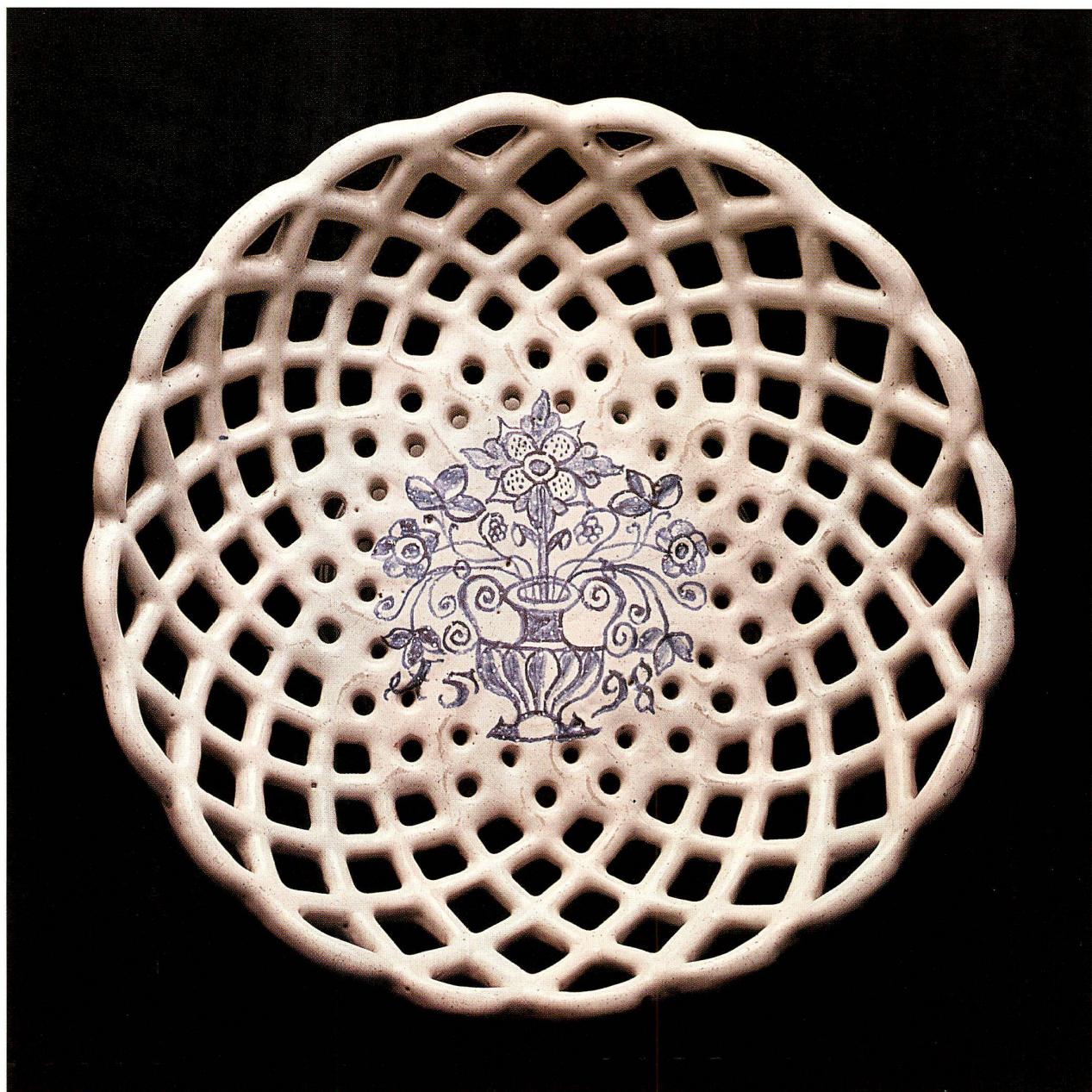
Von der Eroberung Europas zur Eroberung der Welt

Der zunehmende Kaffeegenuss hatte natürlich auch seine wirtschaftlichen Folgen. Nachdem in der Anfangszeit aller Kaffee aus dem Orient bezogen wurde und die Hafenstadt Mocha am Roten Meer als «Mokka» zum zweiten Namen des begehrten Produkts geworden war, suchten Holland und Frankreich bald nach Möglichkeiten, das arabische Gewächs in ihren Kolonien anzubauen. Die europäische Kaffeeleidenschaft hat damit zur weltweiten Ausbreitung der Kaffeepflanze geführt und den Kaffee zu einem Handelsprodukt gemacht, das im heutigen Welthandel wertmässig nach dem Erdöl an zweiter Stelle steht.

Das geheimnisvolle Getränk aus dem Orient ist heute zum selbstverständlichen Begleiter unseres hektischen Alltags geworden. Als Frühstücksgetränk, als Stärkung am Arbeitsplatz, als Stimulans beim Gespräch und als Zugabe zur Mahlzeit ist das heisse, schwarze Wasser nicht mehr aus unserem Leben wegzudenken. Nach der Eroberung Europas hat sich der Kaffee die Welt erobert.

In Zürich ist im Jahr 1984 das Jacobs Suchard Museum eröffnet worden, eine Sammlung zur Kulturgeschichte des Kaffees. Damit hat der Kaffee erstmals auch ein eigenes Museum erhalten. Jacobs Suchard Museum, Seefeldquai 17, 8034 Zürich (geöffnet Freitag 15—18 Uhr, Samstag 10—16 Uhr).

Quelle: *Schweizer Hotel Journal, Herbst 1985. Nachdruck mit freundlicher Genehmigung der Redaktion.*





15

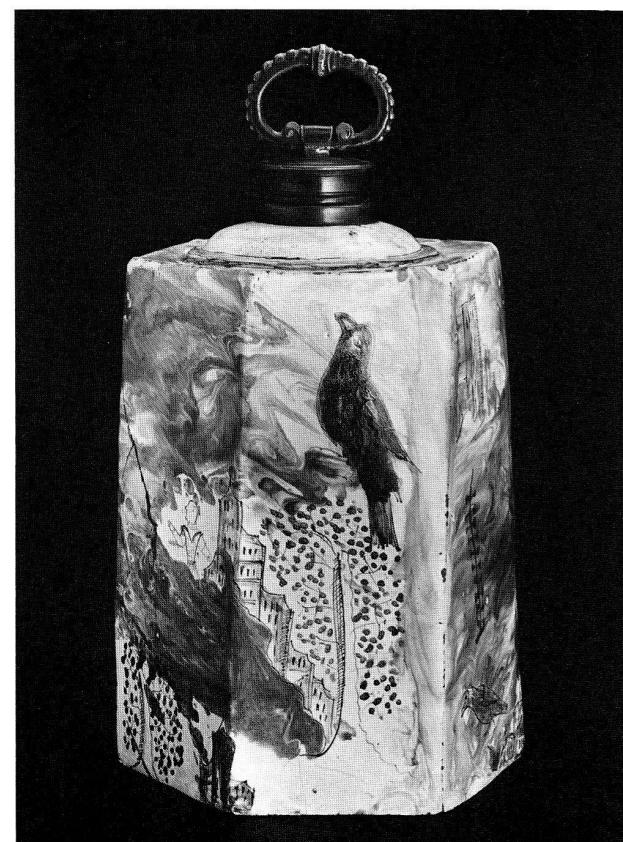


16

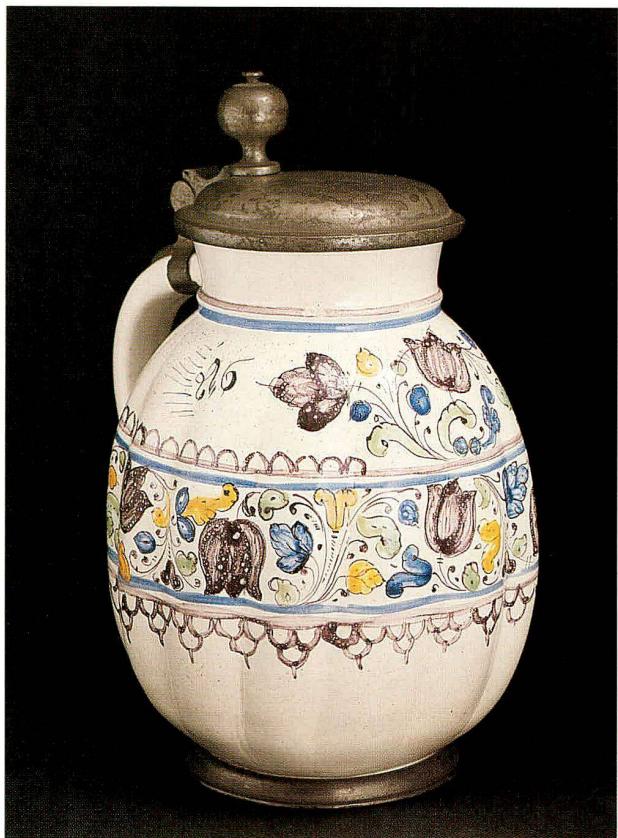
Tafel 15



17



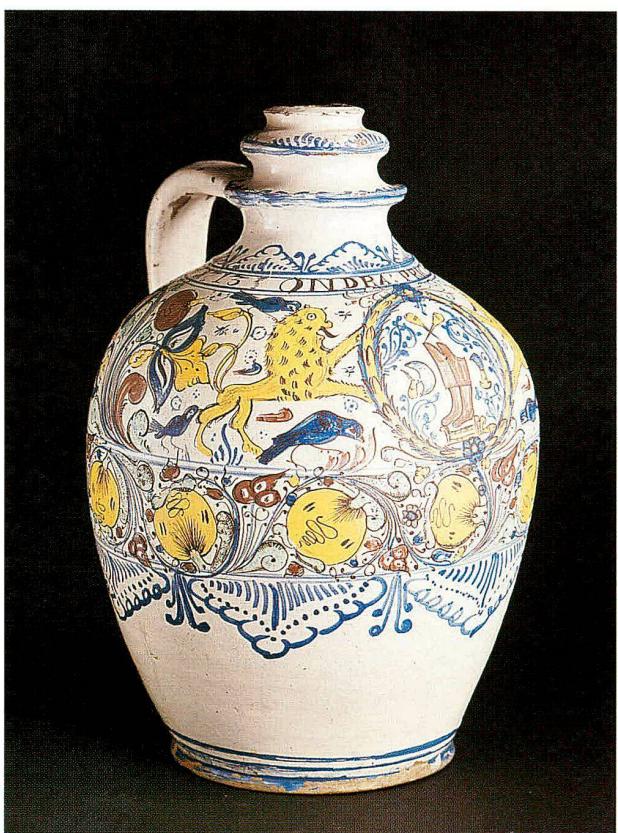
18



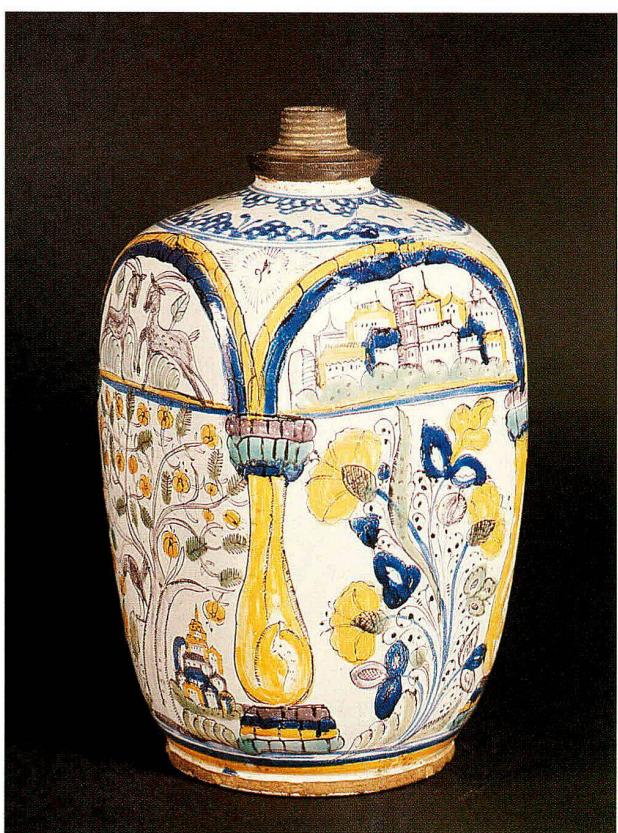
19



20



21



22