

Coffee To Go – flüssiges Statussymbol im Pappbecher

Category: Achtsamkeit, Leben, Zeitgeschehen

29. Mai 2026



Als ich vor einigen Tagen morgens zur Arbeit fuhr, kam aus einer Seitenstraße fast unbemerkt, quasi aus dem „Off“ eine junge Frau, die so ziemlich jedes gängige Klischee erfüllte: adrett frisiert, ein schwarzes Kostüm, darunter ein weißes Blüschen und in der Hand einen *Coffee To Go*. Sie war so dermaßen unscheinbar, sie ist mir nur aufgefallen, weil sie kurz stolperte und sich fast die ganze Brühe aus ihrem Pappbecher über das schmucke Kostüm gekleckert hätte. Wir beobachten das des öfteren : ein Schritt zu schnell, ein Deckel zu locker, und plötzlich wird aus uniformer Business-Kleidung ein individuelles Kunstwerk.

Es gibt drei Dinge, die diese „modernen“ Menschen ausmachen: WLAN, Lieferando und Coffee to go. Ohne diese Trias würden derartige Durchschnittsbüromenschen vermutlich zu Grunde gehen, in der Wildnis verhungern, verdursten oder – schlimmer noch – offline sein.

Coffee to go ist längst kein Getränk mehr, sondern ein Accessoire. Er wird nicht gekauft, um ihn zu trinken – nein! – er wird getragen wie eine Valentino-Handtasche oder wie eine Monstranz bei der alljährlichen Fronleichnamsprozession. Man balanciert ihn stolz durch die Fußgängerzone, leicht angewinkelt, damit das Logo des hippen Coffeeshops auch im Vorbeigehen die maximale Aufmerksamkeit entfaltet. Seht her: Ich habe keine Zeit, mir meinen Kaffee selbst aufzubrühen, ich kann und muss ihn für eine Mörderkohle im angesagten Coffeeshop kaufen. Der Inhalt? Irrelevant. Ob Latte Macchiato, Triple Caramel Pumpkin Spice Unicorn Latte, HimalayanDeCaff mit Hafermilch, Eau de Toilette und Sojasahne oder im schlimmsten Fall einfach nur Kaffee – Hauptsache, man trägt den *Lifestyle* wie eine Monstranz oder einen Wanderpokal vor sich her.

Natürlich ist der *Coffee to go* zugleich auch ein messerscharfes soziales Statement. Wer ihn trägt, signalisiert: „Ich bin busy. Ich habe keine Zeit,

wie normale Menschen zu sitzen und Kaffee zu trinken. Ich laufe, während ich schlürfe, weil jede Sekunde zählt.“ Ironischerweise führt dieses Power-Walking mit Koffeinbecher dann häufig dazu, dass man mehr Zeit damit verbringt, den Schaum von der Jacke zu tupfen, als man beim Sitzen im Café je verloren hätte.

Und wie ist das ganze nun geschmacklich einzuordnen? Für sechs bis acht Euronen bekommt man eine Brühe der Mittelmäßigkeit. Es schmeckt alles nicht so, wie es zunächst klingt. Ein *Latte Macchiato* klingt wie die Ouvertüre zu einer Verdi-Oper, verkommt aber zur Mundwasserspülung beim örtlichen Zahnarzt. Ein *Cappuccino* klingt wie ein Sonnenuntergang an der Amalfi-Küste, ist aber in Wirklichkeit ein „Shit, das nächste Teams-Meeting wartet bereits“. Am ehrlichsten ist immer noch ein *Espresso*, klein, stark, schwarz und ohne Firlefanz, ein kleiner, brutaler rechter Aufwärtshaken mitten zwischen die Zähne, der einfach nur sagt: „Komm klar, Du Lappen“. Alles andere ist nur parfümiertes Theater mit Schaum, Zimt und Zucker.

Coffee To Go ist nichts anderes als ein Spiegel unserer Gegenwart: Wir trinken im Grunde nicht mehr, wir halten etwas fest, wir genießen nicht mehr und nehmen uns fünf Minuten Zeit, wir rennen nur noch rastlos durch die Weltgeschichte herum. Am Ende bleibt nur ein Pappbecher übrig, der sich schneller auflöst als die Hoffnung, den Tag halbwegs normal, ohne nervenaufreibenden Stress und bekleckerten Designer-Klamotten zu überstehen.