

## 電子報 III：維也納咖啡館

在台北，咖啡館賣的是美味蛋糕、氣氛和店家特色。木製桌椅和午後陽光親吻過的亮度正好，適合外拍。店裡經常是靜謐的，點播著與情境相符的背景音樂，人們各自嚐著甜點、啣著咖啡，或閱讀、或小聲和朋友交談。簡而言之，店和商品是重點，氣氛與附加服務是定奪消費經驗的關鍵。

在歐洲，咖啡館賣的是咖啡的純正、熱食的道地和空間的溫暖。空間的裝潢特色定奪了整個店家的客群來源。幾個要素摻在其中，溫暖度、舒適感最為重要。獨自上門的客人有、但不多。若自己前來，他們會帶上一本書或是閱讀店裡提供的報紙，配著一杯咖啡消磨半個小時。他們也會來這裡吃午餐，一碗湯、三明治或店家特餐，用完餐就會離開。

多半時候店裡並不安靜。他們來這兒的目的就是與對方在一杯、兩杯或幾塊蛋糕的時間裡好好相處、對話。此起彼落的笑談聲中沒甚麼人在拍照或使用電子產品，或缺少對話聲的秒數內他們對著朋友微笑並啣上幾口咖啡，轉頭看看周圍後自然的又帶起另一個話題。我的德文程度還不夠好，沒能了解對話內容，不過說話者與聽話者的表情全神貫注是顯而易見的。

星期六陰雨的下午結伴來咖啡館的人很多。Cafe Braunerhof 和其他不少的餐廳和咖啡館一樣並沒有提供無線網路。這點大大點出店家精神：歡迎帶你的朋友和一雙耳朵，說話、聆聽、品嚐。讓我甚至覺得在這裡鏘鏘鏘的使用筆電都不怎麼討喜。

這間店的光線不甚明亮、卻也不至於幽暗。數盞中等三組圓形燈泡的吊燈點亮空間，用溫暖的的色調勾勒二十世紀的歷史剪影，彷彿下一秒穿著束腹洋裝的高貴女士走進店來也毫不違和，而是我們這群歡樂旅人穿越時空到了六零年代。靠牆沙發和極為簡單的木頭椅空間切割成小型包廂，並排卻隔開了每桌顧客，一種各自卻又甚是親密的歡騰氛圍。這間咖啡館特別引人入勝的原因還有 Konzert-cafe。每個星期五與周末下午三點至六點，來自 Wiener Melodien 的鋼琴、小提琴與大提琴三重奏會在店裡現場演奏浪漫時代的作品。我的位置完美接收了悠揚的提琴樂音，讓我獨自一人的咖啡店經驗不同於往常，不須靠網路消除孤單就有滿滿的五官感受和內心悸動。

比較比較咖啡店裡的食物。在台灣的時候，常會對咖啡店裡的食物做出批評，「店很美但是食物不怎麼樣」的評語極為常見，餐點美味程度自然成為店家多角化的關鍵和評比標準。當咖啡店努力將飲品和餐點精進時，也就慢慢淘汰那些食物不美味的咖啡店，因為老實說，年輕人現在誰不先看網路評語再挑選店家的呢。在這裡呢，如上所述，讓咖啡館成為好咖啡館的要素不包括食物美味程度。當然這些評語非常主觀，以台灣人的味蕾評價國外食物自有偏頗，不過評鑑食物這件

事本身即允許主觀，所以我也就放心說：有名且人聲鼎沸的咖啡館不見得是食物最好吃的餐館。畢竟要品嚐美食的話，自然有以美食著稱的餐廳提供選擇。

想到這便覺得台灣的消費者有時真是太貪心了。希望一間店甚麼都好，食物美味、氣氛佳，資本主義領頭時代不得不說有錢的人的需求經常是供應者的靈感，但供應者的初衷能被貫徹與持續經營的情況真是太少了。總覺得在台灣，各個供應者在市場上與競爭者廝殺而不要被牽著鼻子走的情況下，他們需要的是知音吧，一些認同理念而理性進行消費的人們。比較消費習慣的話，維也納人被滿足的門檻不但低了許多，他們甚至是一群能夠自我滿足的客人呢。順帶一提，奧地利並不是最消費者導向的國家。每個店家的服務態度幾乎都壞透了。在這裡待上一些時日之後會因為微笑的服務生與客氣的帶位者而特別感動，也逐漸堅強自己的容忍力。「就算你是消費者，那不代表我要表現任何形式的謙讓」這點不是台灣人一下可以接受的，不過入境隨俗就是適用在此時吧。

總而言之，洋洋灑灑一大篇只有一個重點：我好喜歡維也納的咖啡館文化。在這裡，飲品和食物的品質不能太差，卻不是最重要的，它不是定奪這個下午是否美好的關鍵。美好不美好取決於你和你的同伴在這個空間裡是否共有了一段好品質時光。對話、笑聲和偶爾互看微笑的時刻，是否讓你們的情感更上一層樓，你們是否更了解彼此，你們是否能因為對方和這個空間而增添一段美麗回憶，而以後來到這裡，你們能否記住某個陽光午後或陰雨天氣，曾經和誰在這裡大聲笑過，這單獨決定了這間店是否值得造訪的關鍵。這樣一想，不覺得和那句俗言：「去哪裡不要緊，重點是和誰一起去」異曲同工了嗎？一直以來，也許都和哪裡一點關係都沒有呢。



@ Cafe Braunerhof