

Kaffeegenuss

Der Kniff mit der Filtertüte

Wie Hersteller Melitta dem Trend zu Pads und Kapseln trotzt

Minden. Deutschland, das Kaffeeland: 149 Liter von dem Brühgetränk hat jeder Bürger 2012 getrunken, mehr als Wasser (137 Liter) und Bier (105 Liter). Unser Pro-Kopf-Verbrauch liegt 30 Prozent über dem EU-Schnitt! „Der Klassiker bleibt der Filterkaffee“, sagt Holger Preibisch, Hauptgeschäftsführer des deutschen Kaffeeverbands in Hamburg, „trotz spürbarem Trend zu Einzelportionen wie Pads oder Kapseln.“

Knapp 300 000 Tonnen fein gemahlene Kaffeebohnen wurden im vergangenen Jahr in Haushalten und Arbeitsstätten aufgebriht. Werner-Ulrich Lange, Mitglied der Geschäftsleitung von Melitta in Minden, freut sich: „Das wichtigste Utensil dafür ist die Filtertüte.“ Er ist bei dem Unternehmen zuständig für den Bereich „Kaffee- und Tee-genuss“.

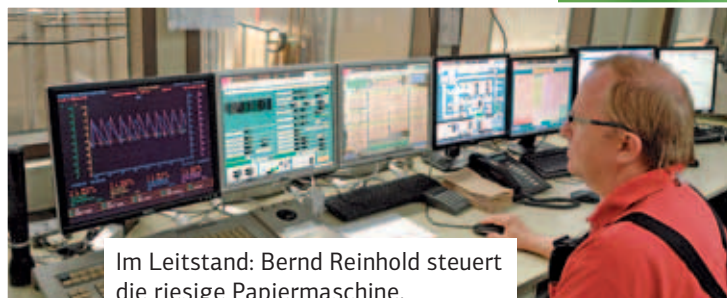
Seit Melitta Bentz vor über 100 Jahren den Kaffeefilter erfand, ist ihr Name zum weltweiten Synonym für aromatischen Kaffee geworden. „Er steht für höchste Qualität von der Bohne bis zur Tasse“, wirbt Lange.

Bis heute ist die Firma Melitta im Familienbesitz. Mit rund 3700 Mitarbeitern weltweit, davon etwa 1100 in Minden, produziert die Gruppe längst viel mehr als Filtertüten. „Wir sind der einzige Komplettanbieter um Kaffee und Kaffeezubereitung“, sagt Lange. Auch im Programm: verschiedene Produkte für Haushalt und Gastronomie, darunter die Marken Cilia, Toppits und Swirl.

Winzige Schlitz in S-Form bringen den Geschmack in die Tasse

Der Umsatz lag 2012 bei rund 1,35 Milliarden Euro. Den größten Anteil (über 40 Prozent) hat das weltweite Kaffeegeschäft. Die Filtertüten machen nur noch rund 13 Prozent vom Gesamtumsatz aus. Sie werden noch immer im Stammhaus in Minden entwickelt und produziert: Rund eine Million Packungen laufen hier täglich vom Band, in verschiedensten Varianten.

Ganz neu im Programm sind die „Gourmet-Filtertüten“. Innovative, winzige Aromaschlitz in S-Form sorgen dafür, dass im Vergleich zu herkömmlichen Filtern mehr wertvolle Kaffeeöle und damit mehr Aromen in die Tasse gelangen. „Über 800 verschiedene Aromen stecken in einer einzigen Kaffee-



Im Leitstand: Bernd Reinhold steuert die riesige Papiermaschine.



Fächerwerk: Yasmin Bokhari bei der Qualitätskontrolle von Filtertüten.



Am laufenden Band: Pro Tag werden hier eine Million Packungen hergestellt.

800 Aromen stecken in einer einzigen Kaffeebohne

ÜBRIGENS

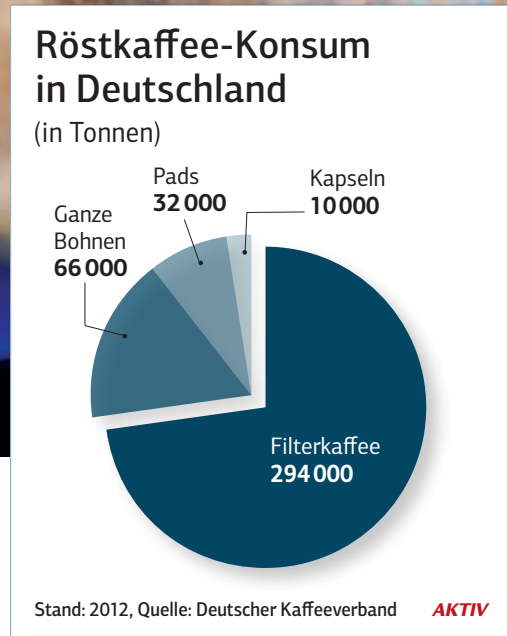


Melitta Bentz – Die Mutter der Filtertüte

- Immer dieser Kaffeesatz: Hausfrau Melitta Bentz störte sich daran. Irgendwann schnappte sie sich eine alte Blechdose, durchlöcherte den Boden mit Hammer und Nagel und legte ein Lössblatt aus dem Schulheft ihres Sohnes hinein. 1908 lässt sie die Erfindung patentieren, die Erfolgsgeschichte beginnt.
- Die Herstellung der Kaffeefilter startet in der Dresdner Wohnung der fünfköpfigen Familie, alle helfen mit. Zum Kaffeeklatsch serviert Melitta ihren Freundinnen den „vollendeten Kaffeegenuss“.
- Das Unternehmen wächst. Da man in Dresden kein geeignetes Industriegebäude findet, zieht die Familie 1929 mit 55 Mitarbeitern und den Maschinen nach Minden um, in eine ehemalige Schokoladenfabrik. Hier entsteht die Weltmarke Melitta.



Heiß geliebt: Frisch gemahlener, von Hand aufgebrihter und gefilterter Kaffee.



bohne“, weiß Lange, „diese feinen Geschmacksnuancen können sich nun viel besser entfalten.“

Ausgangsbasis der innovativen Tüte ist selbst hergestelltes Papier. Ein 80 Meter langer Maschinengang läuft dafür rund um die Uhr, gesteuert von einer zentralen Leitstelle aus. Je nach Papiersorte entstehen bis zu 90 Tonnen Filterpapier pro Tag, das zu den trapezförmigen Tüten verarbeitet wird.

Das Geschäft ist stabil, steht aber unter Druck: Kapseln, Pads und mit Bohnen befüllte Vollautomaten machen der Filtertüte Konkurrenz. Melitta hat reagiert – und bietet selbst Kaffee-Pads an. Außerdem zählt das Traditionsunternehmen auch zu den führenden Anbietern von Kaffeemaschinen und Vollautomaten. „Auch wenn es nach wie vor viele Filterkaffee-fans gibt, wollen die Menschen

Latte macchiato wie vom Italiener auch zu Hause trinken“, beschreibt Lange die Entwicklung.

Neuester Clou des Unternehmens ist ein Kaffeevollautomat, der gerade erst auf dem Markt ist: 18 Va-

Die Kaffeemaschine merkt sich die Vorlieben des Nutzers

riationen werden per Knopfdruck frisch aufgebriht. Die Intensität lässt sich ebenso wie die Menge des Milchschaums einstellen und über eine Memory-Taste speichern.

„Das Gerät wird ein Renner und unsere Position am Markt weiter stärken“, ist Lange überzeugt. Dass die Kaffeewelt immer vielfältiger wird, das sei auch eine Chance für Melitta: „Wir können Trends nicht ändern, aber Akzente setzen und unsere hohe Kompetenz weiter ausbauen.“ **MAJA BECKER-MOHR**