

Nestlé beendet Abwehrkampf gegen Nespresso-Nachahmerkapseln

Vevey, 24.09.2015, 18:25 Uhr

GDN - Die Nestlé-Marke Nespresso hat kein Interesse mehr an dem Abwehrkampf gegen nachgemachte Kaffee kapseln - und macht damit einen erstaunlichen Schwenk. "Eine Abwehr brauchen wir gar nicht. Nespresso-Kunden probieren vielleicht einmal eine andere Kapsel aus, aber die meisten kommen wieder zu uns zurück", sagte Nespresso-Deutschlandchef Niels Kuijer der "Welt".

Zuletzt waren Spekulationen aufgekommen, der Schweizer Konzern wolle mit der nächsten Generation seiner Kaffeemaschinen auch einen Computerchip auf den Kapseln einführen. Dadurch wäre es ausgeschlossen, dass Portionsdöschen anderer Hersteller in den Nespresso-Apparaten funktionieren. Soweit wird es nicht kommen. "Es wird keinen Chip auf unseren Kapseln geben. Es wäre der falsche Weg, über eine Barriere den Zugang zu unserem System verriegeln zu wollen", sagte Kuijer. Der Manager ist seit gut einem Jahr Deutschlandchef. Nach Frankreich sind Deutschland und die Schweiz die wichtigsten Märkte für Nespresso. "Wir haben Veränderungen an unseren Kapselmaschinen nie absichtlich gemacht, um den Wettbewerb zu behindern", sagte Kuijer. Vergangenes Jahr hatten die Kartellbehörden in Frankreich Nespresso zu dem Zugeständnis veranlasst, dass der Schweizer Konzern sechs Monate vor dem Verkaufsstart einer nächsten Maschinengeneration seinen Wettbewerbern sämtliche technische Informationen zur Verfügung stellt. Die Hersteller von nachgemachten Kapseln können dadurch ihre Produkte entsprechend anpassen, damit sie auch in den neuen Maschinen funktionieren. "Als Beweis für unser Bekenntnis zu einem fairen, weltweiten Wettbewerb, haben wir den Austausch von technischen Informationen mit anderen Herstellern ausgeweitet. Das schließt jetzt auch Unternehmen außerhalb des französischen Marktes mit ein", sagte Kuijer der "Welt". Bislang galt die Vereinbarung nur für Frankreich. Das müsste bedeuten, dass auch in Deutschland die Hersteller der Kapseln - von den Handelsmarken für die Discounter oder Supermärkte bis hin zu direkten Konkurrenten wie Dallmayr oder Jacobs - in Zukunft neue Nespresso-Maschinen vorab einsehen und sich auf technische Veränderungen einstellen können. Weltweit soll es rund 200 verschiedene nachgemachte Kapseln für das Nespresso-System geben. Wie hoch ihr Absatzanteil ist, wollte der Nespresso-Chef nicht verraten. "Es werden nie 100 Prozent ausschließlich unsere Kapseln in unseren Maschinen sein. Aber unser Segment wächst ständig, davon profitieren alle", sagte Kuijer. Auch eine Wachstumszahl für Nespresso nannte der Manager nicht. "Natürlich muss Nespresso heute in Deutschland mehr kämpfen als vor vier Jahren", sagte Kuijer. Zugleich will Nespresso bis Ende 2016 in München den ersten "Cube" genannten Verkaufsladen mit Robotern starten. Roboter Maschinen werden mit Hilfe der Daten der Nespresso-Clubmitgliedschaft die Bestellung aufnehmen und in Tüten zusammenpacken. "Wir wollen innovativ sein, und wir wollen die Verfügbarkeit erhöhen", sagte Deutschlandchef Kuijer. Denkbar ist eine Öffnungszeit von 24 Stunden. "Am Anfang werden wir noch jemanden dort haben, der Fragen beantworten kann. Später brauchen wird das nicht mehr", sagte Kuijer. Bislang gibt es diese Roboterläden in Barcelona, Lissabon und Paris. Auch ein eigenes Kaffeehaus, wie es Nespresso bereits in London und Wien betreibt, ist nach den Angaben für Deutschland denkbar.

Bericht online:

<https://www.germandailynews.com/bericht-60756/nestl-beendet-abwehrkampf-gegen-nespresso-nachahmerkapseln.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

UPA United Press Agency LTD

483 Green Lanes

UK, London N13NV 4BS

contact (at) unitedpressagency.com

Official Federal Reg. No. 7442619