



Verpackung des Jahres geht 2019 an Melitta

Eine echte Ikone der Markenwelt

Die Marke „Melitta“ wird 111 Jahre alt – und bleibt ihrem klassischen Design bis heute treu.

Die Auszeichnung „Verpackung des Jahres 2019“ wurde an die Melitta Group vergeben. Anlässlich des 22. Deutschen Verpackungsdialogs, veranstaltet vom Deutschen Verpackungsmuseum in Heidelberg, hat die Jury entschieden: „Melitta“ hat mit seinen Filtertüten einen weltweiten Standard etabliert. Und einen Klassiker des internationalen Verpackungsdesigns, der auch im 111.ten Jahr des Markenbestehens nichts von seiner Strahlkraft verloren hat.

Weltweit gilt Deutschland als das Mutterland des klassischen Filterkaffees. Vor nun genau 111 Jahren suchte Melitta Bentz (1873–1950), eine damals 35jährige Hausfrau und Mutter, nach einer effizienten Methode der Kaffeezubereitung. Um sich des lästigen Kaffeesatzes zu entledigen, experimentierte sie mit Löschpapier-Blättern, die sie aus den Schulheften ihrer Kinder entnommen hatte.

An die Stelle des Filters trat anfangs eine einfache Konservendose, deren Boden sie mit Nägeln durchbohrte, also perforiert hatte. Der Kaffee schmeckte so gut, dass die einfache Technik im Freundeskreis auf große Beliebtheit stieß. Daher beschloss Melitta Bentz, die Idee zu vermarkten und ließ sich die Technik patentieren. Am 20. Juni 1908 erteilte ihr das Kaiserliche Patentamt Gebrauchsmusterschutz für ihren Rundfilter mit vorgefertigtem Filterpapier. So konnte Melitta Bentz das Unternehmen „M. Bentz“ mit einem Eigenkapital von 72 Pfennigen in das Handelsregister ihrer Vaterstadt Dresden eintragen lassen. Der Ehemann der jungen Unternehmerin, Johannes Emil Hugo Bentz, war in einem Dresdner Kaufhaus als Abteilungsleiter angestellt, bis er sich 1906 selbständig machte. Dass er sich von der Idee seiner emanzipierten Frau anstecken ließ, war damals noch keine Selbstverständlichkeit. Zusammen mit den Söhnen Willy und Horst zählte er zu den ersten Mitarbeitern des jungen „Start up“-Unternehmens, wie wir es heute wohl nennen würden.

Als 1911 die vielbeachtete „Internationale Hygiene-Ausstellung“ ausgerechnet in Dresden durchgeführt wurde, konnte der Filter hier (ebenso wie auf der Schau des Sächsischen Gastwirteverbandes) goldene und silberne Ehrenmedaillen erringen. Die Idee hatte sich etabliert. Und das Geschäft wuchs nun so schnell, dass die kleine Vierzimmerwohnung in Dresden, wo die Familie lebte und arbeitete, 1914 schon aufgegeben werden musste. Nicht einmal der Weltkrieg, in dem Melittas Ehemann

an die Front gerufen wurde, konnte den Erfolg noch aufhalten. Die Unternehmerin hielt sich, als echter Kaffee Mangelware wurde, mit der Herstellung von Kartons über Wasser.

Als sich in Dresden keine geeigneten Produktionsräume mehr fanden, übersiedelte das Unternehmen 1929 ins ostwestfälische Minden. Hier fanden nun 80 Mitarbeiter Lohn und Brot, die im Doppelschichtsystem arbeiteten.

Im Verlaufe der vergangenen 111 Jahre hat die Marke „Melitta“ das Erscheinungsbild des Kaffeefilters maßgeblich geprägt, bestimmt und verändert. Unterschiedliche Modelle aus Porzellan, Keramik und Metall wurden hier entwickelt und auf den Markt gebracht. Auch das Filterpapier wurde stetig weiter-

entwickelt und ist ein weltweit vertriebener Markenartikel geworden, der sich als Standard etablierte. Der klugen Geschäftspolitik des Hauses ist es zu verdanken, dass man immer die Wiedererkennbarkeit von „Melitta“-Filtertüten im Auge hatte. Der Marktauftritt war darum nachhaltig und von hoher Beständigkeit.

Von Beginn an hatte das innovative Produkt den Markt als echter Markenartikel betreten, dessen „Selbstständigkeit“, wie es die Experten nennen, Zeugnis von einem beispielhaften Beharrungsvermögen ablegte. Die Verbindung von Rot und Grün prägte die ikonische Marke schon in ihren frühesten Anfängen. Bis heute hat sich der Markenauftritt dieser klassischen Marke nur in Nuancen und unter sehr behutsamer Führung weiterentwickelt. Der grüne Fond des Packungskörpers wurde nie aufgegeben. Der rote Markenschild konnte sich entwickeln aus einer farbig abgesetzten Wickelbanderole, die uns erstmals in einem Design des Jahres 1925 begegnet.

Die Jury ist von der Qualität und dem Mut zur Weiterführung des historischen Markendesigns von „Melitta“-Filtertüten überzeugt. Beeindruckend ist die beständige Gültigkeit der Formensprache, die ohne Abstriche oder Kompromisse weiter zum Einsatz kommt. In Würdigung ihrer Rolle als „Klassiker“ des internationalen Verpackungsdesigns und zugleich als Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Selbstständigkeit werden „Melitta“-Filtertüten im 111.ten Jahr des Markenbestehens ausgezeichnet mit dem Preis „Verpackung des Jahres“ 2019.

Internet: verpackungsmuseum.de

