

DER WERBER-RAT

„Filter- oder normaler Kaffee?“

Jahrelang galt er als widerliches Überbleibsel bundesrepublikanischen Spießertums. Jetzt ist er zurück. Die Rückkehr des Filterkaffees verrät einiges über die Entstehung von Hypes.

Als die freundliche Studentin A hinterm Kaffeetresen auf der Internetkonferenz Republica fragte: „Filter- oder normaler Kaffee?“, war klar: Kaffee ist am Trendwendepunkt angekommen. Das ist der Punkt, an dem ein Produkt vom langweiligen Ladenhüter zum angesagten Hipster-Accessory wird. Die Trendwende im Kaffeemarkt zeigt, man kann dieses Moment für wirklich jedes Produkt herbeiführen. Die einzige Voraussetzung: Das Produkt ist uncool. Vor einigen Jahren hat ein Bionade-Plakat, das am Prenzlauer Berg in Berlin hing, es so formuliert: So „In“, dass es schon wieder so „Out“ ist, dass es wieder „In“ ist. Erinnern wir uns: Ende des letzten Jahrhunderts musste der deutsche Filterkaffee dem italienischen Kaffeegegnuss-Diktat weichen. Vorbei die Zeit, als der

„Kapputschino“ in Deutschland noch aus Filterkaffee mit Sprüh-sabne-Häubchen zusammengeschnustert wurde. Bis in den letzten Winkel der deutschen Provinz breiteten sich Cappuccino, Espresso und Milchschaum aus. Unter Latte Macchiato ging gar nichts, am besten noch „to go“ und mit „Low-Fat-Soya-Vanilla-Topping“. Dass die in Milch getränkte Kaffeepfütze dem Italiener die Schuhe ausziehen würde – uns doch egal. Und Filterkaffee? Hahaha, schlimme Plörre, das hat höchstens die Oma noch getrunken, und draußen gibt's nur Kännchen, höhöhö.

Woher kommt die Trendwende? Ganz einfach: Spätestens seit der bundesweiten Haushaltsabdeckung mit Kaffee-Pads und -Kapseln ist der einst für distinguierten Genuss stehende Italo-Kaffee langweilig. Wenn es in jeder

Stefan Kolle ist Mitinhaber und Geschäftsführer Kreation der Agentur Kolle Rebbe, Hamburg.



Wohnküche guten Espresso gibt, was machen dann die Trendsetter, um sich von der öden Masse abzuheben? Sie besinnen sich auf das Manufaktum-Prinzip: „Es gibt sie noch, die guten Dinge.“

Dass jetzt selbst Hochglanz-Klatschmagazine auf mehrseitigen Strecken Filterkaffee feiern, garniert von Kaufempfehlungen für Handfilter, Kaffeemaschine und Thermoskanne, zeigt, der Trend ist rasend schnell im Mainstream angekommen.

Was wohl als nächstes den Trendwendepunkt erreicht: Aerobic statt Yoga? Stulle schmieren statt Sushi? Oder gar Reklame statt integrierter Kommunikation? Warten wir's ab. Erst mal einen Filterkaffee.

Der Autor ist einer von fünf Kolumnisten, die an dieser Stelle im täglichen Wechsel über Kommunikation schreiben.

tenziare für Unternehmen.“

ien verkauf. Ein Sprecher der bündiöze München und Freising sag-

ausführlichen Banken Liga und