

Richter verstehen Spaß beim Kaffeekochen

19.01.2010, 13:13 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Kaffee Partner Ost-Automaten GmbH*



„Kalle, gib mal Melitta!“ Seit „Kalle“ in einem Werbefilm der taz die Bildzeitung mit höchstrichterlicher Genehmigung vom BGH veräppeln durfte, ist eigentlich klar: Spaß in der Werbung ist erlaubt, auch und gerade wenn sie vergleichend ist.

Nur der Melitta-Konzern wollte es vom Landgericht Hamburg noch einmal ganz genau wissen. Schließlich hatte man in einem Werbespot die Schauspielerin Mirja Boes entdeckt, wie sie eine Filtertüte in einen Abfalleimer warf. Eine gebrauchte, wohlgerichtet, und sie war auch keineswegs ein Produkt von Melitta.

Egal - der Konzern erwirkte eine einstweilige Verfügung und verbot Kaffee Partner aus Wallenhorst die weitere Verbreitung des Werbespots. Man fühlte sich herabgesetzt und „die Filtertüte verunglimpft“. Schließlich hatte Mirja Boes für eine Zehntelsekunde angesichts der tropfenden Filtertüte die Nase gerümpft. Wo käme man da schließlich hin, wenn das jeder machen würde? „Melitta will wohl den Spaß aus der Werbung filtern“ schmunzelt Michael Wiese, Marketingleiter bei Kaffee Partner.

Gelungen ist das dem Konzern nicht. Vielmehr hatten die Richter ihre Freude an dem Werbespot und fanden ihn keineswegs herabsetzend. Weder für die Filtertüte noch für Melitta als Unternehmen. Lediglich beim mitlaufenden Lohnkostenzähler monierten sie eine Ungenauigkeit und haben aus diesem Grund die einstweilige Verfügung bestätigt: Dieser, so die Ausführungen des Gerichts, könnte den Eindruck erwecken, dass bereits die gezeigten Vorbereitungen 3,20 Euro Lohnkosten verursachten. „Die Kosten beziehen sich jedoch auf den gesamten Prozess des Kaffeekochens und Durchtröpfelns“ erläutert Michael Wiese. Berechnungsgrundlage waren 10 Minuten Arbeitszeit einer Sekretärin mit € 2.500,- Gehalt plus Lohnnebenkosten. Also genau das, was es den Chef kostet, wenn die Sekretärin für seine Tasse Kaffee 10 Minuten in der Kaffeeküche verschwindet.

Den Spaß mit Mirja Boes will man sich deshalb nicht verbieten lassen: Der Werbespot wird jetzt wieder auf der Homepage gezeigt. Zunächst ohne Lohnkostenzähler, um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen. Aber mit Hauptdarstellerin Mirja Boes. Und weiter in einer Nebenrolle dabei: die Filtertüte.

Der Link zum Kaffee Partner-Werbespot mit Mirja Boes:
www.kaffee-partner.de

Der Link zum taz-Werbespot mit Kalle:
<http://www.youtube.com/watch?v=M0kmwrXprQM>

Portrait

Kaffee Partner hat seit 37 Jahren Erfahrung in der Entwicklung von Spezialitäten-Vollautomaten und wurde als Marktführer in diesem Segment bereits mehrfach für Design und Funktion ausgezeichnet. Die Systeme werden nach den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden – mittelständische Unternehmen von 3 bis 300 Mitarbeitern – maßgeschneidert. So werden mehr als 60.000 Kunden täglich mit über 2 Mio. Tassen Kaffee und Spezialitäten versorgt.

News-ID: 388550 • Views: 149 (Stand: 14.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/388550/Richter-verstehen-Spass-beim-Kaffeekochen.html>