

**Zeitschrift:** Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer  
**Herausgeber:** Auslandschweizer-Organisation  
**Band:** 50 (2023)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Die alufreie Kaffeekapsel, die Nespresso herausfordert  
**Autor:** Herzog, Stéphane  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1052105>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 30.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Die alufreie Kaffeekapsel, die Nespresso herausfordert

Die Migros, grösste Einzelhändlerin der Schweiz, verkauft seit September 2022 eine Kaffeekapsel ohne Hülle: CoffeeB. Der Markteintritt dieses biologisch abbaubaren Produkts hat weltweit für Aufsehen gesorgt. Wie reagiert Nestlé, Marktführerin im Kaffeeengeschäft?

STÉPHANE HERZOG

Für die Degustation eines Tässchens CoffeeB, dem Kaffee aus der biologisch abbaubaren Kapsel der Migros-Tochter Delica, führt uns der orange Riese in eine seiner Heimelektronik-Filialen. An einem Verkaufsstand nimmt eine Verkäuferin ein braunes Bällchen aus einer Kartonbox. Die speziell für diese Innovation entwickelte Maschine – für 169 Franken – serviert einen säurefreien Espresso. Nicht schlecht! Im Auffangbehälter liegen die gebrauchten, lauwarmen Kaffeebällchen. Ein leichter Fingerdruck reicht und schon platzt die pflanzliche Membran, die den Kaffee umhüllt. Der Kaffeesatz verteilt sich in unserer Hand. Wir schauen uns nach einer anständigen Topfpflanze um und schützen das Ganze hinein.

## Ein Kaffeeball erobert die Welt

Genau darum geht es bei diesem Produkt, das in der Schweiz und in Frankreich direkt unter der Nase von Nespresso verkauft wird, dessen Alukapseln den Planeten seit 1986 überschwemmen. Die Migros rühmt sich damit, die Vorteile einer Kaffeekapsel – jedoch «ohne den bitteren Nachgeschmack von Abfall» – zu bieten, dies dank einer Schutzhülle auf Pflanzen- und Algenbasis, also ohne Verpackung. Die Kaffeebällchen von CoffeeB werden in Birsfelden (BL) hergestellt, aber die Kaffeemaschinen kommen aus China. Migros sichert jedoch sowohl Ersatzteile als auch Reparaturen zu.

Jann, 50 Jahre alt, ist beim Testen ebenfalls mit dabei. Der Data Manager hat die Kaffeebällchen in Korea entdeckt, als sie am Fernsehen gezeigt wurden. Er besitzt eine Nespresso-Maschine, bevorzugt aber die Kapseln einer anderen Marke. Die Auswahl ist gross, denn weltweit stellen 200 Unter-



Kein Aluminium, kein Plastik, kein Abfall: Eine rein pflanzliche Hülle schützt bei CoffeeB das Pulver. Die Rückstände sind kompostierbar.

Foto Keystone

nehmen Kaffeekapseln her. Mit CoffeeB mischt die Migros den Schweizer Kaffeemarkt nun aber gründlich auf. Im ersten Halbjahr 2022 generierte Nespresso, dessen sämtliche Kaffeesorten in der Schweiz geröstet und aufbereitet werden, 3,2 Milliarden Franken Umsatz. Der Marktriese produziert auch die Kapseln von Starbucks, dessen Umsatz 20 Prozent des Weltmarkts an kompatiblen Kapseln ausmacht.

## Eine «Umweltsünde»

«Es ist schade, dass der Leader des Kaffeekapselmarktes nicht innovativ ist und weiterhin Alukapseln verwendet, die eine wahre Umweltsünde darstellen», kritisiert Philippe Nicolet, früherer Generaldirektor von Ethical Coffee. Diese Schweizer Marke hatte Nestlé mit ihren kompatiblen Kapseln die Stirn geboten, bevor sie 2017 vor dem Riesen kapitulierte.

Nestlé sieht das Ganze etwas anders. «Die CO<sub>2</sub>-Belastung einer Tasse Kaffee aus einem Vollautomaten ist 30 Prozent höher als beim Nespres-

so-System», kontert Jessica Chakhsi, Sprecherin von Nespresso Schweiz. Durch die Verwendung der exakt richtigen Menge an Kaffee, Wasser und Strom dämme Nestlé die Verschwendung von Ressourcen ein. «Die Grösse des ökologischen Fussabdrucks einer Tasse Kaffee wird von zwei Hauptfaktoren beeinflusst: den Produktionsschritten und den einzelnen Etappen des Kaffeegenusses», lautet die Aussage dieser Marke, die in der Schweiz 3700 Sammelstellen für gebrauchte Aluminiumkapseln anbietet.

Der Grossteil der 63 Milliarden Aluminium- und Plastikkapseln, die jedes Jahr weltweit verkauft werden, landet im Müll, gab Migros-Chef Fabrice Zumbrennen bei der Einführung von CoffeeB, seinem «revolutionären» Produkt, zu bedenken. Ende November reagierte Nespresso und kündigte für das Frühjahr die Einführung von Kapseln auf der Basis von kompostierbarem Papier an.

coffeeb.com  
nespresso.com  
nestle-nespresso.com