Zeitschrift: Heimatbuch Meilen
Herausgeber: Vereinigung Heimatbuch Meilen
Band: 23 (1983)

Artikel: 75 Jahre KAFFEE HAG AG
Autor: Franaszek, Josef
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-953737

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: 02.10.2025

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

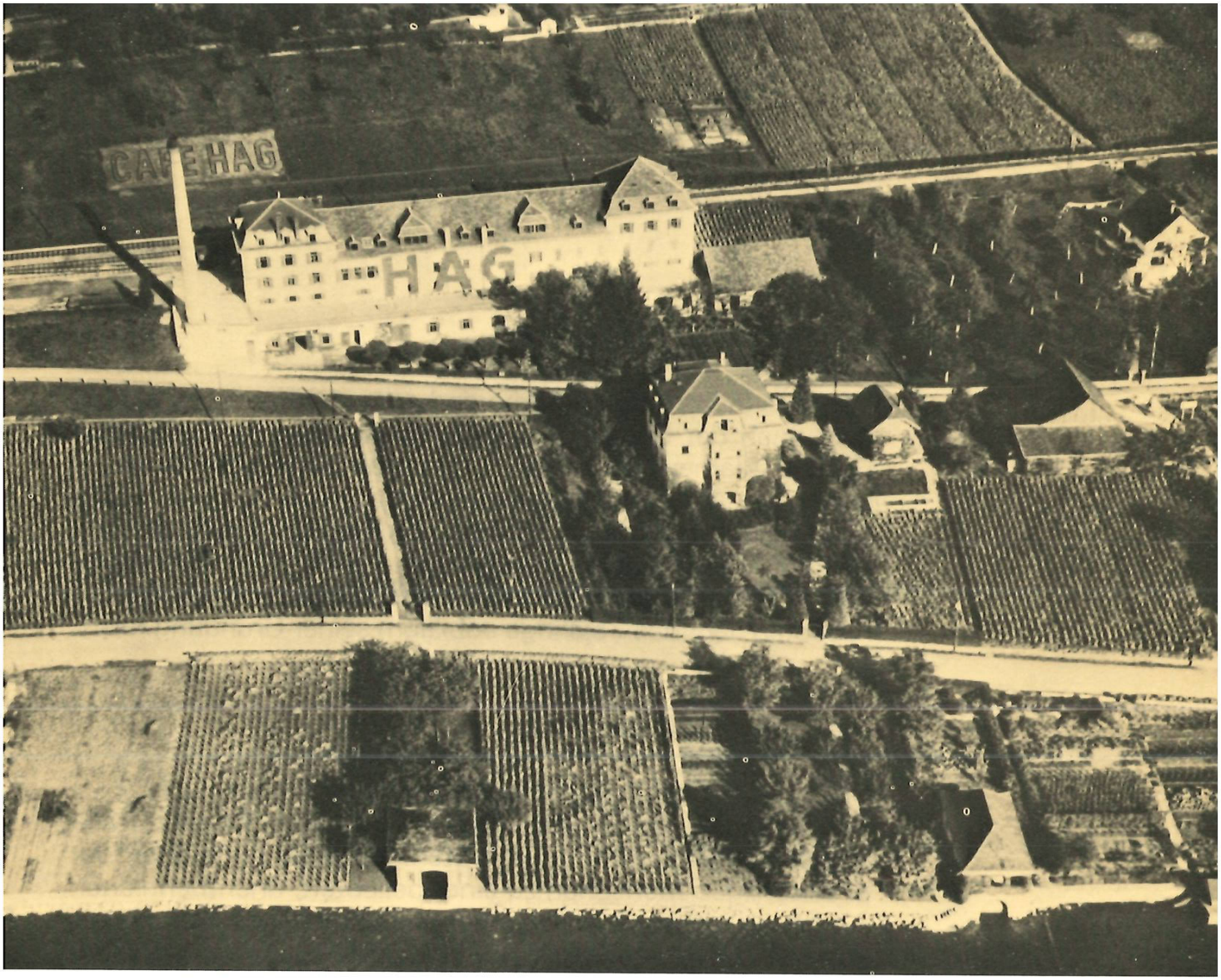
Josef Franaszek

75 Jahre KAFFEE HAG AG

Wenn man von Zürich kommend seeaufwärts fährt, lenken kurz nach der Station Herrliberg-Feldmeilen zwei mächtige Gartenreklamen, je oberhalb und unterhalb der Bahnlinie gelegen, die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich. Beide geben in Beeten mit Tausenden von Blumen den Schriftzug CAFE HAG sowie ein grosses rotes Herz wieder. Hier befindet sich der traditionsreiche Kaffee-HAG-Betrieb, der im nächsten Jahr das 75jährige Jubiläum seiner Gründung feiert.

Die Kaffee HAG Story

Um das Jahr 1600 kam der Kaffee nach Europa.
Abenteuerlich verlief sein Einzug. Der neue braune Trank wurde begehrt, verfolgt, verboten. Zu guter Letzt aber war er unzähligen Menschen zu einer beliebten, unentbehrlichen Anregung geworden. Dennoch mussten viele auf dieses köstliche Geschenk der Natur verzichten, sie vertrugen Kaffee nicht. Bald wusste man, warum: Das im Kaffee enthaltene Coffein war daran schuld.
Ludwig Roselius, bedeutender Kaffeekaufmann in Bremen, durchdachte das Problem gründlich. Und er sah eine Aufgabe. Sie ergab sich aus der Erkenntnis, dass Coffein keinen Einfluss auf Geschmack und Genusswert des Kaffees hat. Also muss man versuchen, es zu entfernen. Gelingt das, ohne der Qualität zu schaden, werden viele Coffein-Empfindliche den Genuss des herrlich belebenden Getränkes auch erleben können.
Roselius kommt von diesem Gedanken nicht mehr los. Energisch verfolgt er sein Ziel. Erste Versuche erweisen sich als Fehlschläge – neue Hoffnung keimt, neue Versuche werden unternommen. Er gibt selbst dann nicht auf, als seine Forscher die Aufgabe für unlösbar erklären. Seine Beharrlichkeit und seine schöpferische Phantasie führen schliesslich – im Jahre 1906 – zum Erfolg. Es gelingt ihm, die Zellen der ungerösteten Kaffeebohne aufzuschliessen und das Coffein zu entziehen. Mehr noch: Die wertvollen Bestandteile der Kaffeebohne, die den Kaffee so köstlich machen, bleiben unberührt. Das ist entscheidend. Denn diese Tatsache hat Kaffee HAG nach weiteren Verbesserungen international und über Jahrzehnte hinweg eine unangefochtene Sonderstellung sichern können.



Kaffee HAG-Betrieb um 1924.

Kaffee HAG-Areal heute (rechts).

Eine Erfindung erobert die Welt

Nachdem die Entcoffeinierung des Kaffees weltweit patentiert war, wurde zur Auswertung die «Kaffee Handels-Aktien-Gesellschaft» (HAG) in Bremen gegründet. Hier entstand auch die erste Fabrik. Der Grossproduktion stand so nichts mehr im Wege. Doch war noch ein weiteres Problem zu lösen. Denn auch der beste Kaffee ist nur dann wirklich gut, wenn er frisch ist. Er muss nach der Röstung, aromaschützend verpackt, über ein präzis funktionierendes System schnell zum Verbraucher gelangen.
In jener Zeit wurde der Röstkaffee in den Lebensmittelläden noch in Behältern oder Büchsen gelagert und lose, in Tütchen abgewogen, verkauft. Dies war kein geeigneter Weg, den coffeinfreien Röstkaffee zu vertreiben, da auf diese Weise irgend eine Beimischung nicht ausgeschlossen werden konnte.
Man entwarf daher eine mit Pergament gefütterte, oben und unten versiegelte markante Packung mit einem stilisierten Rettungsring, in welchem die Marke «Kaffee HAG» stand.

An der Seite war ein Herz abgebildet mit dem Text: «Kaffee HAG schont Ihr Herz.»
Der Slogan *«Kaffee HAG schont Ihr Herz»* ging seitdem durch die Welt, und das rote Herz ist zum Symbol unbeschwerten Kaffeegenusses geworden. Aufklärende Inserate und einfallsreiche Plakate wurden in einem für die damalige Zeit ungewöhnlichen Umfang eingesetzt. Jeder sollte von den Vorzügen des revolutionären Kaffee HAG erfahren. Das Interesse für den neuen bekömmlichen Kaffee, den auch empfindliche Kaffeefreunde unbeschwert geniessen konnten, war weltweit gross. Auch Wissenschaftler und Mediziner taten das Ihre. Ihr unbestechliches Urteil zählte. Die nachteiligen Wirkungen des Coffeins wurden immer gründlicher erforscht. Allein die Ärzte gaben im Laufe der Jahrzehnten weltweit 40000 anregende Urteile über die gesundheitlichen Vorteile von Kaffee HAG ab. So enstand ein Markenkaffee, der in der Lebensmittelbranche zu den Pionieren der Markenartikel zählt.
Die Verbreitung von Kaffee HAG war nicht aufzuhalten. Weder in Europa, noch in Übersee. Den amerikanischen Markt hat er unter dem Namen «Sanka» (sans caféine) erobert.

Kaffee HAG in der Schweiz

Auch in der Schweiz zeigte man sowohl seitens der Konsumenten, des Lebensmittelhandels wie auch der Ärzteschaft lebhaftes Interesse für den neuen bekömmlichen Kaffee.
Der Erfinder rief mit Geschäftsfreunden aus der Schweiz als erste ausländische Vertretung im *August 1909* die schweizerische Kaffee-Handels-Aktien-Gesellschaft mit Sitz in Zürich ins Leben. Das Anfangskapital von Fr. 20000.– musste, der Entwicklung der Firma folgend, laufend erhöht werden:

1916 auf Fr. 100000.–	1929 auf Fr. 1,5 Mio.
1919 auf Fr. 500000.–	1931 auf Fr. 3 Mio.
1921 auf Fr. 1 Mio.	1964 auf Fr. 5 Mio.

Nach den ersten erfolgreichen Einführungsjahren brach der *Erste Weltkrieg* aus. Er brachte in der Schweiz Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Rohkaffee mit sich und verlangsamte die Einführung des neuen Kaffees. Diese Situation zeigte auch die Notwendigkeit, in der Schweiz entsprechende Extraktions- und Fabrikations-Anlagen aufzustellen.

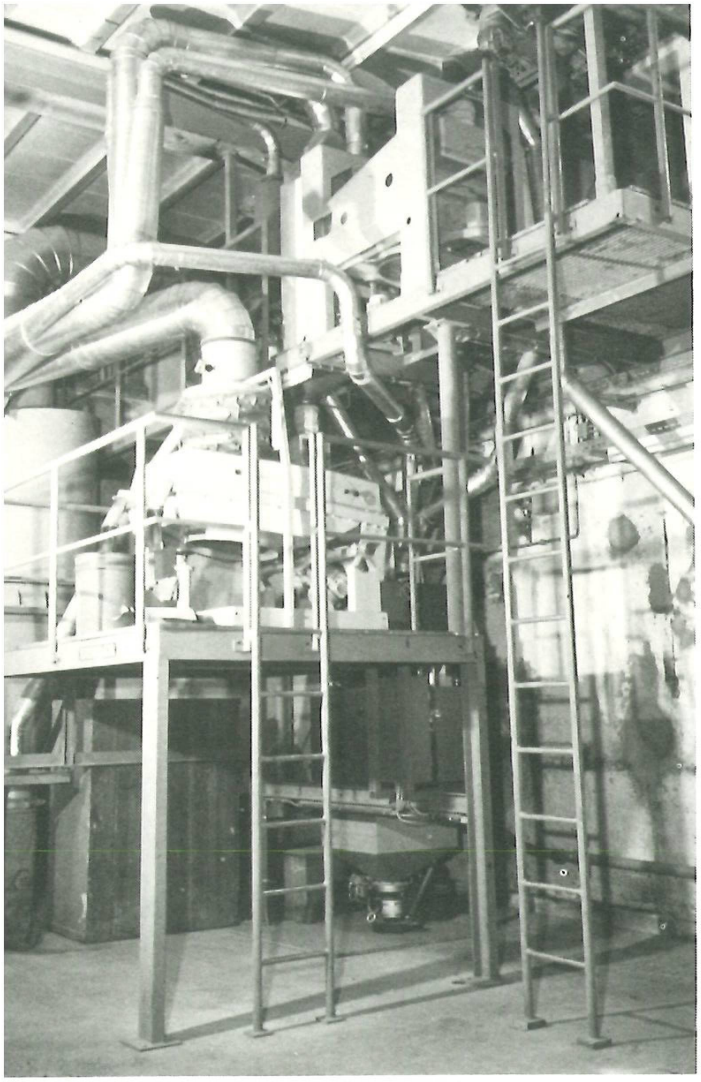
Eines der ersten Kaffee HAG-Plakate.

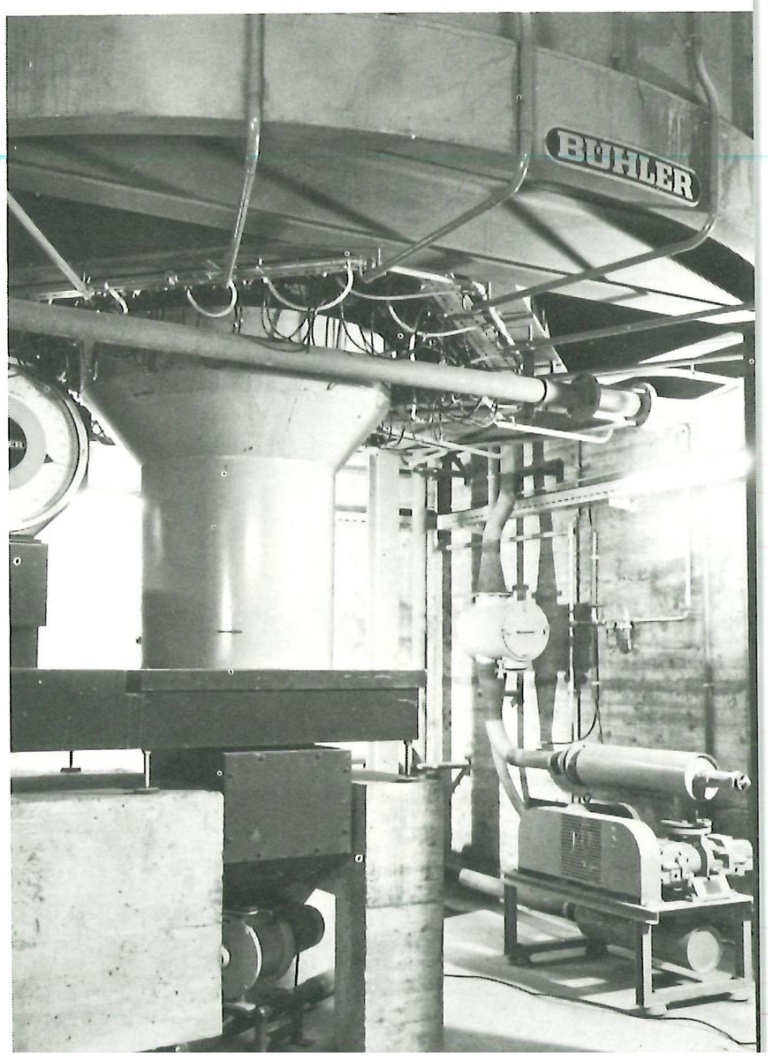
Kaffee Hag
coffeïnfrei
COFFEIN FREIER KAFFEE
KAFFEE HAG
KAFFEE HANDELS AKTIEN GESELLSCHAFT
Vollster Kaffeegenuss
ohne schädliche
Nebenwirkung.
Wirklicher
Bohnenkaffee
KAFFEE HAG
Schutzmarke.
Kaffee-Handels-
Aktien-Gesellschaft

Per sofort gesucht:
Klein. Fabrikanlage
zu kaufen oder zu mieten
mit Vorkaufsrecht. Belegraum ca. 1000 m².
Dampfkessel, elektrische oder Wasserkraft. Bureau
ca. 100 m². Bahnnähe, möglichst Geleiseanschluß. — Offerten unter Chiffre C 6353 an
die Annoncen-Abteilung der [5818
Neuen Zürcher Zeitung.

Eine Fabrikanlage wird gesucht. Inserat in der NZZ im April 1917 (für Fr. 16.80!)

Im *Jahre 1917* wurden dazu die heutigen Liegenschaften in *Feldmeilen* von Herrn Albert Egli-Rebmann erworben, der hier eine Weinhandlung mit grossen Betriebs- und Lagerräumen hatte. In jener Zeit war diese Gegend vor allem mit Rebgärten umgeben und noch schwach besiedelt.
In Feldmeilen wurden die ersten modernen Extraktionsanlagen sowie Röstungs- und Verpackungsmaschinen aufgestellt, und auch die Verwaltung aus Zürich übersiedelte hierher. Mit *«KAFFEE HAG AG»* gab sich die Firma einen neuen Namen.
Auf Grund der raschen Entwicklung der Umsätze waren die ersten Anlagen bald überlastet. Die Belegschaft musste deshalb in Tag/Nacht-Schichten arbeiten, der Betrieb 1921/22 erweitert werden. Eine neue Trommel für die Extraktion, neue Röstapparate sowie kombinierte Tüten- und Packiermaschinen, erhöhten die Kapazität auf das Mehrfache. In dieser Zeit wurde auch ein neuer Dampfkessel mit *Hochkamin* gebaut. Dieses Kamin hat den Fabrikcharakter des Betriebes lange Zeit auch äusserlich geprägt, bis es nach 50jähriger Funktion, im Jahre 1973, durch eine modernere, umweltfreundlichere Anlage ersetzt und deshalb abgerissen wurde (vgl. HB 1974, S. 138). Im Schritt mit der *technischen Entwicklung* gingen die Erneuerungen im Betrieb immer weiter; sie sind deshalb auch heute nicht abgeschlossen.
Um die Probleme mit der Lagerung des Rohkaffees (samt Pflichtlager) zu lösen, wurde 1972 eine moderne elektronisch gesteuerte *Silo-Anlage* gebaut mit einer Kapazität von über 50 Wagons Rohkaffee.





Oben links:
Rohkaffee-Reinigungsanlage.

Oben rechts:
Automatische Schüttwaage und Siloverteilung.

Unten:
Kaffeemischanlage mit ferngesteuerter Verwiegung von Kaffeebohnen verschiedener Herkunft.

Auch die Ausdehnung der Produktion auf weitere Produkte, wie z.B. den Kaffee *HAG Extrakt* und die coffeinhaltigen *Café ONKO*-Produkte, haben laufend zur Erweiterung des Betriebes geführt.
Heute beschäftigt die Firma landesweit um die 100 Mitarbeiter, darunter natürlich erfahrene Kaffeefachleute sowie routinierte Techniker und Marketingfachleute.
Die KAFFEE HAG AG in Feldmeilen ist Mitglied des europäischen HAG-Konzerns und seit 1979 – durch Fusion mit General Foods Corporation – einer weltweiten Kaffee-Organisation angeschlossen.

Die HAG-Gemeinschaft an einer Jahresschluss-Feier.

Kaffee HAG, der Markenartikel

Gleichbleibende, beste Qualität, in einheitlicher Verpackung, zu festen Preisen im ganzen Land, haben Kaffee HAG durch die jahrzehntelange, konsequente Werbetätigkeit in der Schweiz zum klassischen *Markenartikel* gemacht. So war dieser bekömmliche Kaffee geeignet, einen völlig neuen Markt zu erschliessen.
Kaffee HAG ist ins Sortiment der meisten *Lebensmittelgeschäfte* gekommen und wird auch heute auf den Regalen bedeutender Lebensmittelketten wie auch in Einzelgeschäften angeboten. Auch im *Gastronomiebereich* nimmt Kaffee HAG einen würdigen Platz ein. Auf vielen Getränke- und Speisekarten findet man ihn sowohl als Espresso wie auch als Café crème.
In diesem Zusammenhang darf nicht übersehen werden, dass sich Kaffee HAG praktisch bis zum Zweiten Weltkrieg im Glanze einer Monopolstellung sonnte, nicht zuletzt auf Grund des Patentschutzes. Diese langjährige Monopolstellung erwies sich später als eine durchaus zweischneidige Angelegenheit: «Kaffee HAG» errang als *Marke* einen solchen Bekanntheitsgrad, dass «Kaffee HAG» schliesslich ein *Gattungsbegriff* für coffeinfreien Kaffee überhaupt geworden ist. Dieser Umstand hat das Vertrauen und die Treue der Konsumenten zwar nicht geschwächt, jedoch im Laufe der Jahre auch viele andere coffeinfreie Kaffeemarken begünstigt.

Die Werbung für Kaffee HAG

Der coffeinfreie Kaffee HAG war am Anfang des Jahrhunderts etwas Revolutionäres, etwas Neues, ein fortgeschrittenes Produkt im Lebensmittelbereich, das vielen kaffeeempfindlichen Konsumenten den unbeschwerten Kaffeegenuss ermöglichte. Diese Funktion und Bewertung hat er bis heute behalten.
Es war von Anfang an klar, dass die grosse Masse für den bekömmlichen Kaffee nur durch eine konsequente, breitgestreute Werbung gewonnen werden kann.
Für Kaffee HAG wurde deshalb eine systematische und recht intensive Werbetätigkeit ausgeübt. Die wichtigste Aufgabe war: durch vielseitige Information die *Vorteile und die Nützlichkeit des coffeinfreien Kaffees bekanntzugeben* und dafür die kaffee-empfindlichen Konsumenten zu gewinnen.
Als Zielpublikum galten für Kaffee HAG vor allem diejenigen Konsumenten, die Herz- und Nervenbeschwerden hatten oder deren Magen, Galle, Leber empfindlich auf Coffein reagiert. Auch die Schlaflosigkeit spielte eine wichtige Rolle, weil man den coffeinfreien Kaffee HAG auch spät abends geniessen kann, ohne dass er den Schlaf stört.

Die vielseitige Empfehlung für Kaffee HAG geht aus einem Inserat hervor, das im Programmheft des Dramatischen Vereins Uetikon von 1922 zu lesen ist:

Für Kaffee HAG wurde eine breite Skala von Medien in Anspruch genommen:

- Vor allem war und ist die *Insertionswerbung* in den Illustrierten, Tageszeitungen und Fachzeitschriften das wichtigste Werbemittel, weil auf diese Weise ausführliche Informationen über coffeinfreien Kaffee HAG veröffentlicht werden können.
- Als Unterstützung wurde auch die *Aussenwerbung,* in erster Reihe die *Plakatwerbung,* eingesetzt. In der Plakatsammlung des Kunstgewerbemuseum der Stadt Zürich sind über 20 wirkungsvolle historische Plakate von Kaffee HAG archiviert. Dazu kommen noch die *Neonreklamen,* die in den wichtigen Städten plaziert waren sowie die verschiedenen Tafeln und *Schilder,* die vor allem beim Eingang von Lebensmittelgeschäften zu sehen waren.

- Auch die *Kinowerbung* mit Filmen und Diapositiven hat eine wichtige Rolle gespielt. Diese wurde im letzten Jahrzehnt von der *Fernsehwerbung* abgelöst.
- In Lebensmittelgeschäften sind *Kaffee-HAG-Kostproben* durchgeführt worden. An verschiedenen *Ausstellungen und Messen* war Kaffee HAG präsent.
- Im *Gastronomiebereich* wurden die bekannten Menukarten mit Wappen, Tassenunterlagen, Kannenringchen, Blocks, Glastafeln usw. verwendet.

Neben den üblichen oder klassischen Werbemitteln hat Kaffee HAG spezielle Werbemethoden entwickelt:
- Einen besonderen Stellenwert hatte in der Kaffee HAG Werbung die *Wappenmarkenwerbung,* welche neben ihrem kommerziellen Erfolg auch von hoher kulturhistorischer Bedeutung ist. Sie verdient, extra behandelt zu werden.
- Um den Konsumenten zusätzliche Freude zu bereiten, wurden im Laufe der Jahre, besonders zu Weihnachten, verschiedene Geschenkdosen aus Metall, Porzellan und Kunststoff verkauft und gegen die Abgabe von Gutscheinen *«Kaffee HAG»-Porzellan-Services* in verschiedenem Stil präsentiert. Auch «Kaffee HAG»-*Kaffeemühlen* und Ähnliches wurde in Umlauf gebracht. Vieles davon hat heute einen Antiquitätswert und ist zum beliebten Sammlerobjekt geworden. (Fortsetzung Seite 107)

Plakate aus den Jahren 1922 (links) und 1924.

Alte Kaffee HAG-Plakate
aus den Jahren 1933 (oben links),
1936 (oben rechts),
1929 (unten links), 1947 (unten rechts).

Plakat aus dem Jahre 1963 (Atelier Hans Looser).

KAFFEE HAG SCHONT
IHR
HERZ
ECHTER BOHNEN KAFFEE
COFFEIN FREIER KAFFEE
KAFFEE HAG
GARANTIERT COFFEINFREI
. . . UND IHRE NERVEN

KAFFEE HAG
Runge & Scotland

Kaffee HAG-Schilder aus den 20er Jahren (links).

Kaffee HAG-Schild für die Gastronomie aus den 20er Jahren (oben).

Kaffee HAG-Geschenkdose aus Metall um 1925.

Kaffee HAG-Packungen von 1909, 1960, 1967, 1980.

Zu Seite 108:
Fröhliches Kaffee HAG-Plakat von Herbert Leupin (1956).
(Auch abends Kaffee HAG!)

KAFFEE HAG

Das HAG Wappenwerk

Kurz nach der Gründung der Firma wurde das HAG-Wappenwerk ins Leben gerufen. Es war als wesentlicher Bestandteil eines firmeneigenen Treueprämiensystems konzipiert. Alle «Kaffee Hag»-Packungen enthielten einen quadratischen Gutschein aus Karton sowie eine Mini-Broschüre gleichen Formates, welcher zwei Wappenmarken beigefügt waren. Gegen Einsendung von 40 Gutscheinen wurde ein Sammelalbum (22 × 16 cm gross) gratis abgegeben. Dieses Album diente dazu, die einzelnen Marken einzukleben, und zwar so, dass jeweils auf die rechte Seite des Albums die eingeklebten Marken kamen. Die nebenstehende Seite enthielt Angaben über Kantons- und Bezirkszugehörigkeit und Einwohnerzahl eines jeden Ortes und fügte eine zuverlässige Erklärung des Wappens und seiner Herkunft bei. Dieser Prämienservice war an einen ausgedehnten Umtausch von Wappenmarken gebunden.

Später wurde diese Art der Albenabgabe aufgegeben und durch eine neuartige ersetzt, die auf dem Prinzip des kompletten Albums basierte: die Wappenmarken-Garnitur wurde in Form eines gefalteten Bogens jedem Album beigelegt und gegen Gutscheine komplett abgegeben.

Die ersten Veröffentlichungen der Alben fallen ins Jahr *1912.* Die beiden ersten Hefte «Die Wappen der Schweiz» enthielten je 80 Kantons-, Städte- und Gemeindewappen, von Oberlehrer E. Baumann aus Bern zusammengestellt und bearbeitet. Immer wieder auftauchende Schwierigkeiten zeigten, dass die weitere Erforschung und Sammlung der Ortswappen eine wissenschaftlich fundierte und breitangelegte Forschungsarbeit voraussetzte. Da Wappenkunst und Wappenkunde sich hier nach dem Ersten Weltkrieg nur einer schwachen Verbreitung erfreuten, erforderten Quellenforschung, Beschaffung und Überprüfung der vorhandenen Unterlagen im Vergleich zur Gegenwart viel mehr Umtriebe und Nachforschungen.

Aus diesem Grunde erfolgte im Jahre 1928 die Einschaltung der Herren Professor Paul Ganz und Paul Boesch als wissenschaftliche Berater und Mitarbeiter. *Paul Ganz* ist als der geistige Vater der «Wappen der Schweiz» in ihrer heutigen Form und Ausstattung anzusehen. (Seit 1928 wirkte er als Professor für Kunstgeschichte an der Universität Basel.) Sein Ruf reichte schon damals weit über unsere Landesgrenzen. *Paul Boesch* stand als Wappenzeichner und -maler in hohem Ansehen und galt bereits als ein Meister des Holzschnitts und der Glasmalerei. Sein kraftvoller heraldischer Stil wird heute in den Fachkreisen als vorbildlich bezeichnet; sein bahnbrechender Einfluss auf die Wappenkunst des In- und Auslandes ist unverkennbar.

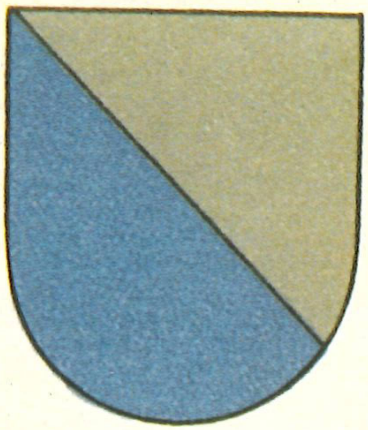
Die Wappenalben wurden ausser an Konsumenten jeweils an verschiedene eidgenössische und kantonale Amtsstellen, Museen, Staatsarchive, Universitätsbibliotheken etc. sowie

an prominente Mitglieder der Schweizerischen Heraldischen Gesellschaft gratis abgegeben. Heute verfügen fast alle grösseren Kantone über eigene Wappenarchive, deren Grundstock sie zu einem Teil der Pionierarbeit von Professor Ganz verdanken, zum anderen Teil aus dem Hag-Wappenwerk übernehmen konnten.
In den 60er Jahren fand die Aktion ihren Abschluss. Während fünf Jahrzehnten waren insgesamt fast 2000 Wappen erforscht und veröffentlicht worden, davon rund 1760 Kantons-, Bezirks- und Gemeindewappen sowie 170 Klosterwappen. Insgesamt sind in mehrmaligen Auflagen *17 Hefte* erschienen. Zusätzlich wurde noch das Heft «Einführung in die Wappenkunde» veröffentlicht. Somit ist das Hag-Wappenwerk die grösste und populärste Sammlung seiner Art in der Schweiz.
Wenn die heraldische Kunst heutzutage immer neue Freunde gewinnt, so ist dies nicht zuletzt der nachhaltigen Wirkung der seinerzeit von der KAFFEE HAG AG herausgegebenen Wappenalben zu verdanken.

HAG-Wappenalben. Auflage 1912, 1920, 1930 (oben).

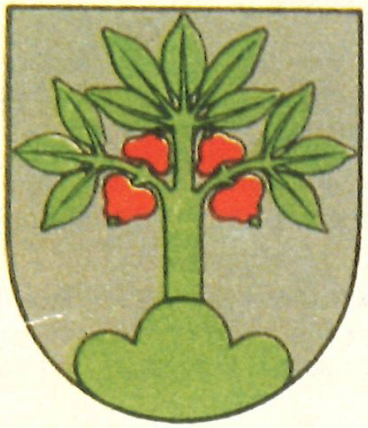
Eine Seite der ersten Ausgabe mit dem Gemeindewappen von Meilen (rechts).

ZÜRICH



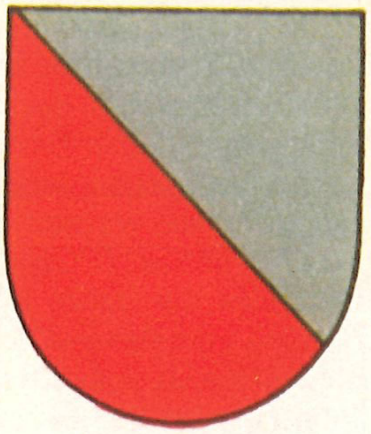
1

AFFOLTERN a. A.



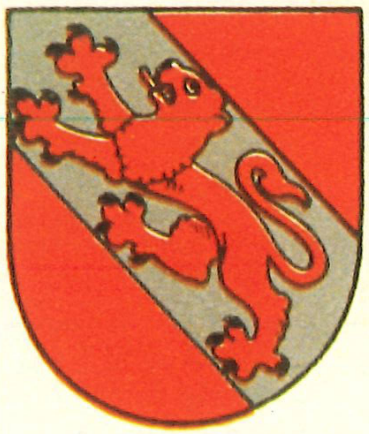
2

BÜLACH



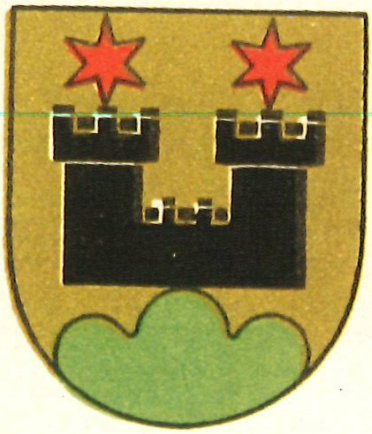
3

PFÄFFIKON



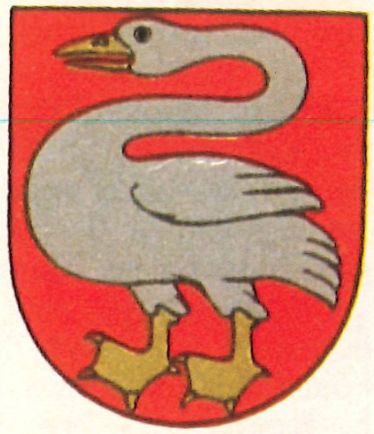
4

MEILEN



5

HORGEN



6

Weitere Produkte von KAFFEE HAG AG

Neben dem coffeinfreien Kaffee HAG bringt die Firma auch andere Lebensmittelprodukte auf den Markt.
Dem Kaffee HAG eines Tages einen coffeinhaltigen Kaffee zur Seite zu stellen ist nicht ganz unlogisch. Denn allen Kaffeeliebhabern, bei denen das Coffein keine ungünstigen Reaktionen auslöst, soll ein harmonisch komponierter Kaffee höchster Qualität, geboten werden: *«CAFE ONKO»,* der seit 1956 (vorerst unter dem Namen SOLANO) auf dem Schweizer Markt vertreten ist. Somit können die Fachkenntnisse und Erfahrungen der Kaffeespezialisten von KAFFEE HAG AG auch in dieser Beziehung nützlich eingesetzt und die modernen Betriebsanlagen besser ausgenützt werden. Für die Gastronomie werden Spezialmischungen unter dem Namen *«CAFE TASSE D'OR»* geliefert.
Im Laufe der Jahre ist eine weitere Kaffee-Spezialität, der reizarm veredelte *«CAFE ONKO S»,* entwickelt worden. Dieser Kaffee ist voll coffeinhaltig, aber durch ein spezielles Verfahren von vielen Reizstoffen befreit. «Café S» ist sowohl als gemahlener Bohnenkaffee, vacuumverpackt, wie auch als gefriergetrockneter Kaffee-Extrakt erhältlich.
Als weiteres Produkt ist noch das vitaminhaltige Erfrischungsgetränk *«CEFRISCH»* mit Fruchtgeschmack Orange, Zitrone und Pfirsich/Aprikosen zu erwähnen.

Der neue Kaffee HAG

Nach langjähriger Forschungsarbeit ist es gelungen, den guten Kaffee HAG jetzt noch besser zu machen: reicher im Aroma, kräftiger, voller im Geschmack.
Das Geheimnis: Bei HAG wird das Coffein durch ein neuartiges, patentiertes Aroma-Schon-Verfahren aus den wertvollen Kaffeebohnen ohne chemische Lösungsmittel so gezielt entzogen, dass sich das ganze natürliche Aroma und der köstliche Geschmack beim Rösten voll entfalten können. Kaffee HAG ist deshalb nicht nur bekömmlich, sondern schmeckt so gut, wie bester Kaffee schmecken soll.
Bei KAFFEE HAG wird konsequent modernisiert und wo immer möglich die Qualität der Produkte noch verbessert. Deshalb finden die Erzeugnisse der Firma die Anerkennung breiter Kreise. Sie geniessen und rechtfertigen das Vertrauen des Verbrauchers und des Handels. Bei HAG weiss man worauf dieses Vertrauen beruht: Auf der hohen Qualität der HAG Produkte, auf dem Nutzen, den sie Millionen von Menschen bringen. Und danach wird die KAFFEE HAG AG, Feldmeilen, auch in Zukunft handeln.

Sicher der Richtige..!

Nicht zu überbieten: Kaffee HAG die Weltmarke!

Bei HAG wird das Coffein aus den wertvollen Kaffeebohnen mit dem einzigartigen Aroma-Schon-Verfahren entzogen. So gezielt, dass das ganze natürliche Aroma und der köstliche Geschmack unberührt, voll erhalten bleiben. Sowohl als Bohnenkaffee wie auch als Kaffee-Extrakt: sicher der Richtige!

Kaffee HAG schmeckt so gut wie bester Kaffee schmecken soll!

HAG-Inserat 1983 (Atelier Tibor Franaszek).