

**GESCHICHTE DER NESPRESSO GRAND CRU-KAFFEES - CLASSIC LINE**

- 1986 Capriccio
- Così
- Decaffeinato
- Bolero (heute *Volluto*)
- 1991 Roma
- 1993 Toscana (heute *Arpeggio*)
- 1995 Livanto
- 1997 Ristretto
- 2000 Decaffeinato Intenso
- 2004 Vivalto Lungo
- Finezza Lungo
- Decaffeinato Lungo
- 2009 Dulsão do Brasil
- Rosabaya de Colombia
- Indriya from India
- Fortissio Lungo
- 2013 Linizio Lungo
- Ciocattino Variations
- Vanilio Variations
- Caramelito Variations
- Kazaar
- Dharkan
- 2014 Bukeela ka Ethiopia
- 2015 Arpeggio Decaffeinato
- Vivalto Lungo Decaffeinato
- Volluto Decaffeinato

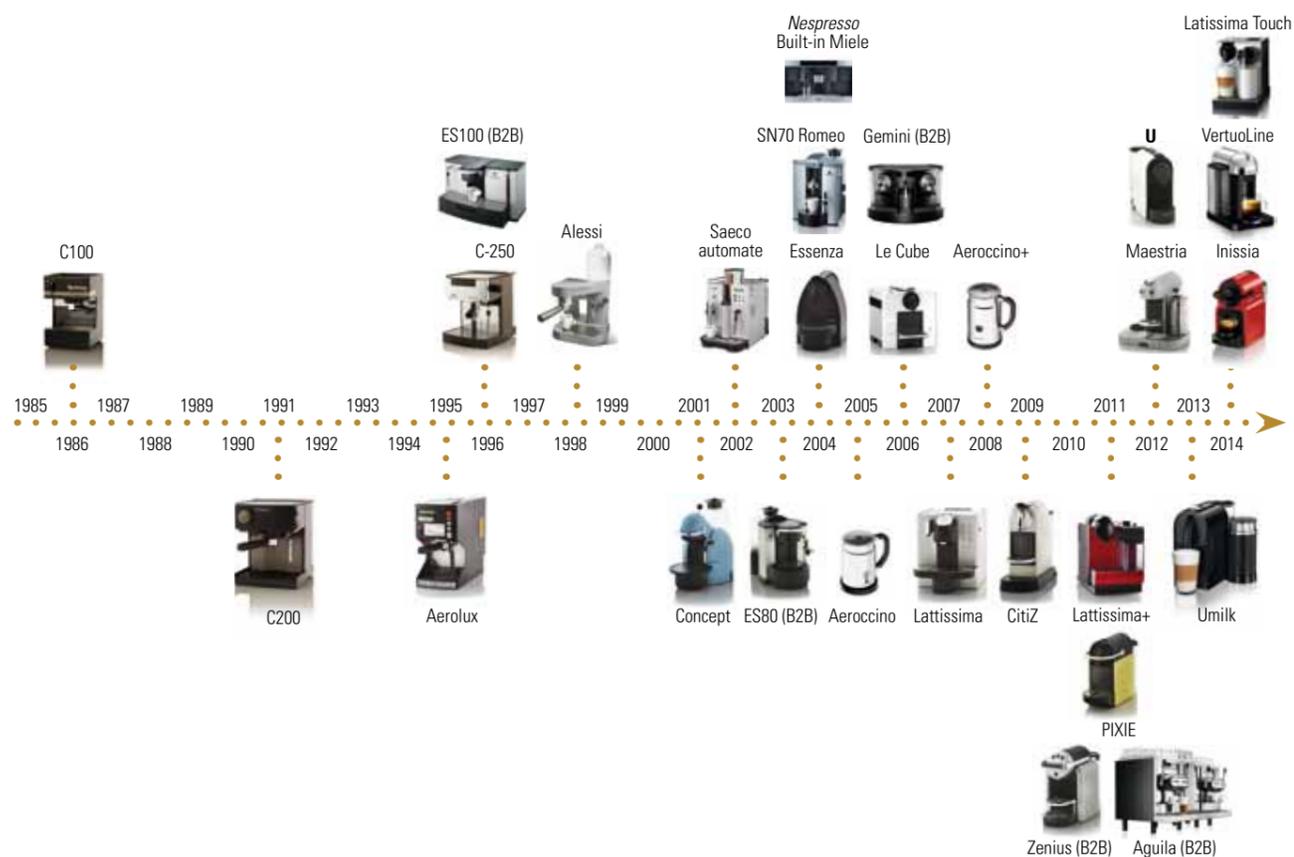
**GESCHICHTE DER NESPRESSO PROFESSIONAL GRAND CRU-KAFFEES**

- 1996 Caffepresso n°1 (heute Ristretto)
- Caffepresso n°2 (heute Lungo Forte)
- Caffepresso n°4 (heute Espresso Forte)
- Caffepresso n°6 (heute Espresso Leggero)
- Decaffeinato (heute Espresso Decaffeinato)
- 2003 Caffè Leggero (heute Lungo Leggero)
- 2008 Lungo Decaffeinato
- 2009 Ristretto Origin India
- 2014 Ristretto Intenso
- 2015 Espresso Origin Brazil
- Lungo Origin Guatemala

**GESCHICHTE DER NESPRESSO GRAND CRU-KAFFEES - VERTUOLINE™**

- 2014 Stormio
- Odacio
- Melozio
- Elvazio
- Hazelino
- Vanizio
- Decaffeinato
- Half caffeinato
- Diavolitto
- Altissio
- Voltesso
- Decaffeinato intenso
- 2015 Caramelizio

**GESCHICHTE DER NESPRESSO MASCHINEN**



# DIE GESCHICHTE VON NESPRESSO: VON EINER EINFACHEN IDEE HIN ZU EINEM EINMALIGEN MARKENERLEBNIS

© Nestlé Nespresso SA, Corporate Communications, April 2015

Weitere Informationen finden Sie auf:  
[www.nestle-nespresso.com](http://www.nestle-nespresso.com)

**NESPRESSO GESCHICHTE**

Die Erfolgsgeschichte von *Nespresso* begann mit einer einfachen aber revolutionären Idee: Jedem zu ermöglichen, die perfekte Tasse Espresso zuzubereiten – genau wie ein professioneller Barista. Seit den Anfängen vor 29 Jahren hat das Markenkonzept von *Nespresso* die Art, wie Millionen von Menschen ihren Kaffee trinken, neu definiert und revolutioniert und hat damit die globale Kaffeekultur geprägt.

Durch das Bestreben, für Konsumenten jede einzelne Tasse zu einem außergewöhnlichen Kaffeeerlebnis zu machen, hat sich *Nespresso* vom Pionier und Trendsetter zur Referenz im Segment des portionierten Kaffees entwickelt. Obschon Kaffee das Herzstück unserer Arbeit darstellt, ist die Kundenzufriedenheit unser größter Antrieb. Die besondere Kundenorientierung bildet das Fundament unseres Unternehmens und hat über die letzten 29 Jahre hinweg das rasante Wachstum unserer Marke ermöglicht.

Die Geschichte von *Nespresso* ist von unserer Leidenschaft für Perfektion geprägt. Unser Erfolgsrezept besteht in kontinuierlicher Innovation, um unseren Kunden weltweit Geschmackserlebnisse höchster Kaffequalität zu ermöglichen. Bei allen Facetten unserer Arbeit, von der Auswahl unserer Grand Cru Kaffees bis zum einzigartigen *Nespresso* System, über die Marke und unseren Serviceanspruch sowie unser Nachhaltigkeitskonzept, haben wir fortwährend daran gearbeitet, das individuelle Geschmackserlebnis unserer Kunden zu verbessern und neu zu erfinden.

**FÜNF PHASEN DES WACHSTUMS UND DER INNOVATION**

- 1986-1994**  
**PIONIERJAHRE: TRIAL AND ERROR**  
Gegründet als ein Tochterunternehmen der Nestlé SA brachte *Nespresso* seine ersten Maschinen sowie die ersten vier Grand Cru Kaffeevariationen auf den Markt. Das *Nespresso* System und das Geschäftsmodell wurden fortan kontinuierlich verbessert, stets mit dem Ziel, das Kaffeeerlebnis unserer Kunden zu perfektionieren. Als sich das Unternehmen auf den wichtigsten europäischen Märkten zu etablieren begann, nahm die Entstehung einer Brand Community rund um *Nespresso* Gestalt an.
- 1995-1999**  
**START-UP PHASE: AUFBAU DES FUNDAMENTS**  
Die Zunahme an Innovations- und Investitionskraft führt dazu, dass *Nespresso* die finanzielle Gewinnschwelle erreicht. Jedes Jahr führt *Nespresso* neue innovative Maschinen im B2B wie auch im B2C Bereich ein. Die Auswahl von Grand Cru Kaffees vergrößert sich stetig, genauso wie die Anzahl an *Nespresso* Clubmitgliedern. Mit der Einführung der ersten E-Commerce Website, auf der jederzeit online Bestellungen getätigt werden können, bringt *Nespresso* seinen Service auf eine neue Ebene.

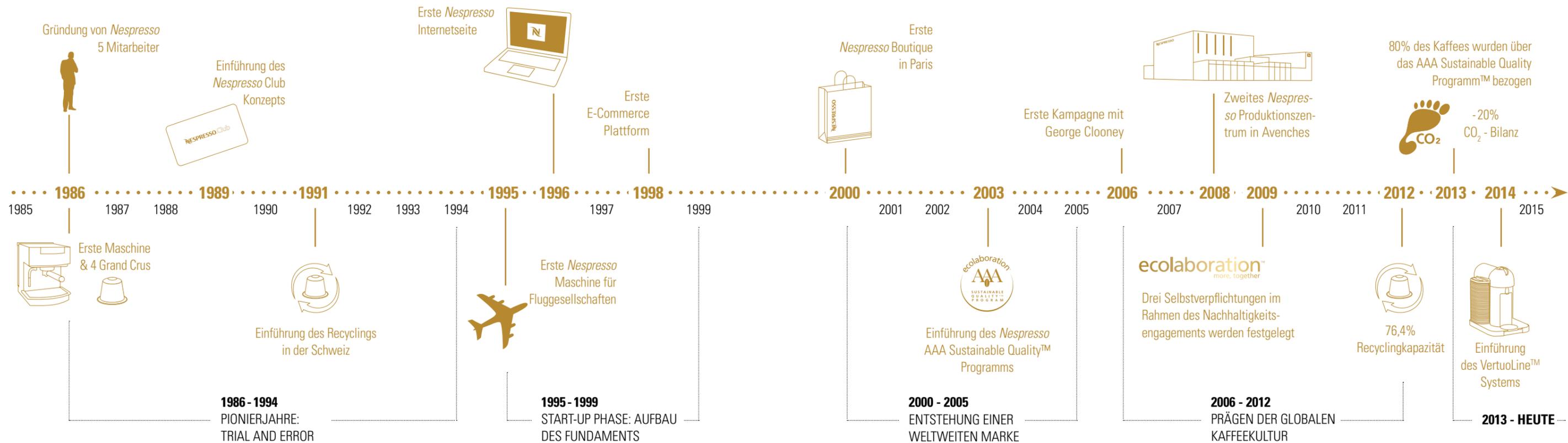


Die Erfolgsgeschichte von *Nespresso* beruht auf kontinuierlicher Innovation.

**2000-2005**  
**ENTSTEHUNG EINER WELTWEITEN MARKE**  
Mit der geographischen Expansion von *Nespresso* beschleunigt sich das Wachstum des Unternehmens. Die *Nespresso* Maschinen werden kontinuierlich in Bezug auf ihre Ausstattung und innovative Designs weiterentwickelt, um den Kunden immer mehr Komfort zu bieten. Eine größere Auswahl an Grand Crus – inklusive des ersten Limited Edition Kaffees im Jahr 2001 – wird eingeführt, um die Kunden mit neuen Kaffee-Geschmackserlebnissen zu überraschen. Die Einführung des *Nespresso* Boutique Konzepts im Jahr 2000 ermöglicht den Konsumenten, die *Nespresso* Markenwelt zu erleben. Das Konzept ist darauf ausgelegt, sich in den kommenden Jahren weltweit zu verbreiten. Außerdem führt das Unternehmen sein einzigartiges Programm zur nachhaltigen Gewinnung von Kaffee ein.

**2006-2012**  
**PRÄGEN DER GLOBALEN KAFFEEKULTUR**  
Die Erfolgsgeschichte von *Nespresso* wird durch die Fokussierung auf die Herstellung höchster Kaffequalität, dauerhafte Kundenbeziehungen und einen nachhaltigen Geschäftserfolg vorangetrieben. Neue Maschinen setzen weiterhin Maßstäbe in den Bereichen Style, Innovation und Design. *Nespresso* erweitert seine Kaffee-Expertise durch die Kreation einzigartiger Blends, um seine Kunden immer wieder aufs Neue zu begeistern. Das Sponsoring von angesehenen Veranstaltungen, die ersten Markenbotschafter sowie das wachsende Netzwerk an Boutiquen tragen dazu bei, *Nespresso* als weltweit angesehene Marke zu etablieren. Mit der Einführung von Ecolaboration™ und der damit einhergehenden Verpflichtung zur Reduzierung der Umweltauswirkungen der Geschäftstätigkeiten, tritt *Nespresso* seine Vorreiterrolle im Bereich der Nachhaltigkeit in der Kaffee-Industrie an.

**2013 - HEUTE**  
**FESTIGUNG DER GLOBALEN KAFFEEFÜHRERSCHAFT**  
*Nespresso* festigt seine Position in dem dynamischen Segment für portionierten Kaffee. Kaffee-, Maschinen- und Service-Innovationen beleben kontinuierlich die Erlebnisse der Konsumenten und bieten ihnen besondere Kaffee-Genussmomente. *Nespresso* verstärkt seine Milch-Expertise. Die Marke forciert ihren Ausbau in Nordamerika mit der Einführung der VertuoLine, eine revolutionäre Maschine die sich lokalen Konsumentenbedürfnissen für große Kaffeetassen anpasst. *Nespresso* verstärkt seine Bindung zu führenden Köchen und Sommerliern aus der ganzen Welt und positioniert sich als Partner der Wahl für die gehobene Gastronomie. Das Unternehmen setzt sich das ambitionierte Ziel, mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie The Positive Cup die Marke mit dem nachhaltigsten, qualitativ hochwertigsten Portionskaffee, zu werden.



- 1986**
  - Nespresso SA wird mit einem Mitarbeiterstab von fünf Angestellten gegründet. Das Produkt wird in den ersten Testmärkten Schweiz, Japan und Italien eingeführt. Dabei steht zunächst der B2B Sektor im Fokus.
  - Das unverwechselbare Nespresso Logo wird eingeführt.
  - Die ersten vier Grand Cru Sorten, *Capriccio*, *Cosi*, *Decaffeinato* und *Bolero* (später als *Veneto* und inzwischen als *Volluto* bekannt) kommen auf den Markt.
  - Verkaufsstart der ersten Nespresso Maschinen, die über einen Kapselhalter verfügen, der wie von einem traditionellen Barista mit der Hand eingesetzt wird.
- 1989**
  - Das Nespresso Clubkonzept wird lanciert um den Kunden eine Bandbreite an Services zu bieten.
- 1991**
  - Das erste Recyclingprogramm für Nespresso Kapseln wird in der Schweiz eingeführt.
  - Das Nespresso System ist in Amerika und Frankreich für den privaten Gebrauch erhältlich.
- 1995**
  - Nespresso überschreitet die Rentabilitätsschwelle und macht fortan Gewinn.
  - Die von Aerolux hergestellte erste Nespresso Maschine für Fluggesellschaften wird bei Swissair eingesetzt und stellt die Weichen für eine Einbindung der Marke in die First Class.
- 1996**
  - Die erste Nespresso Internetseite bietet eine Plattform auf der die Nespresso Expertise und die Produkte beworben werden.
- 1998**
  - Das Unternehmen ändert seinen Namen in Nestlé Nespresso SA.
  - Eine erweiterte Version des Nespresso Internetauftritts geht 1996 online und bietet Clubmitgliedern die Möglichkeit, jederzeit Nespresso Produkte im Internet bestellen zu können.

- 1999**
  - Ein neues Nespresso B2B Handelssystem wird eingeführt, um klein- und mittelständischen Betrieben sowie Gastro- und Hotelleriebetrieben der Premiumkategorie passende Lösungen anzubieten.
- 2000**
  - Eröffnung der ersten Nespresso Boutique als Concept Store in der Rue du Scribe, Paris.
- 2001**
  - Nespresso bringt eine Concept Machine auf den Markt, die zum ersten Mal auf den manuellen Kapselhalter verzichtet. Die Open Jaw Innovation ermöglicht eine vereinfachte Handhabung und eine sauberere Bedienbarkeit.
  - Blue Batak aus Sumatra ist die erste Sorte einer neuen Limited Edition von Spezialkaffees, die im Frühling erhältlich ist.
- 2002**
  - Das erste eigenständige Nespresso Produktionszentrum nimmt den Betrieb in Orbe in der Schweiz auf.
- 2003**
  - Nespresso führt in Zusammenarbeit mit der Rainforest Alliance sein einzigartiges AAA Sustainability Quality™ Programm ein, um eine nachhaltige Erzeugung von Kaffee höchster Qualität sowie den Wohlstand der Kaffeebauern sicherzustellen.
  - Nespresso wird Co-Sponsor des Alinghi-Teams, Titelverteidiger des 32. Amerika-Cups.
- 2004**
  - Einführung der Lungo Sorten, die zusammen mit neuen Milch- und Eiskaffeevariationen die Gesamtzahl der Nespresso Grand Crus auf zwölf erhöht.
  - Verkaufsstart der Essenza Maschine, die über das innovative Top Loading drop-in Kapselkonzept verfügt, das bei allen nachfolgenden Nespresso Maschinen angewandt wird.
- 2006**
  - Realisierung der ersten Kampagne mit George Clooney, der von den Clubmitgliedern als Nespresso Markenbotschafter gewählt wurde.

- 2007**
  - Die erste Nespresso Flagship Boutique wird an der Champs-Élysées in Paris eröffnet.
  - Einführung der Latissima Maschine. Diese verfügt über eine exklusive Funktion zur Aufbereitung von Milch und Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck.
- 2008**
  - Eröffnung eines neuen Produktions- und Vertriebszentrums in Avenches in der Schweiz.
- 2009**
  - Nespresso führt das Ecolaboration™ Programm ein, das alle Nachhaltigkeitsinitiativen entlang der Wertschöpfungskette vereint. Außerdem beinhaltet das Programm drei Verpflichtungen bezüglich des Kaffeeanbaus, dem Kapselrecycling und der Verminderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bis Ende 2013 erfüllt werden sollen.
  - Das Sortiment von Nespresso wird durch die Einführung von drei Pure Origin Kaffees und zwei Lungo Sorten erweitert, sodass sich die Anzahl der Grand Cru Kaffees im B2C Bereich auf 16, im B2B Bereich auf acht erhöht.
- 2010**
  - Die 200. Nespresso Boutique wird in Shanghai eröffnet. Bis zum Ende des Jahres steigt die Anzahl der Boutiques durch Eröffnungen in Brüssel, Miami, New York, Sydney sowie weiteren Niederlassungen weltweit auf 215 Stück an. Die im Oktober eröffnete Boutique in München weist ein neues Vertriebskonzept zur Personalisierung des Einkaufserlebnisses auf.
- 2011**
  - Verkaufsstart der Nespresso Pixie Maschine, der bisher kleinsten, intelligentesten und energieeffizientesten Kaffeemaschine.
- 2012**
  - Die Eröffnung der ersten Boutique in San Francisco leitet die Expansion von Nespresso an der US-Westküste ein.
  - Nespresso erreicht die angestrebte Recyclingkapazität von 75% ein Jahr früher, als geplant, und übersteigt das Ziel mit 76,4% sogar.

- 2013**
  - Nespresso führt mit Kazaar und Dharkan zwei neue Grand Cru Sorten ein, die eine bisher ungekannte Intensität aufweisen. Die Anzahl der Grand Crus wird somit auf 21 Stück erweitert.
  - Nespresso erfüllt seine Vorgabe, 80% des Kaffees durch das AAA Sustainability Quality™ Programm zu beziehen sowie die CO<sub>2</sub>-Bilanz einer Tasse Nespresso Kaffee um 20% zu reduzieren.
  - Nespresso führt den Nespresso Cube ein. Dieses innovative und automatisierte Vertriebskonzept ermöglicht eine ungekannte Art des Einkaufens und stellt eine neue Dimensionen des Kundenservice dar.
- 2014**
  - Nespresso führt seine 2020 Nachhaltigkeitsvision The Positive Cup™ ein, die ambitionierte Ziele in den Bereichen Kaffeenernte, soziales Wohl und Aluminium-Beschaffung, -Nutzung und -Entsorgung sowie Widerstandskraft gegen den Klimawandel hat und von einer 500 Millionen CHF Investition unterstützt wird.
  - Nespresso stellt Bukeela ka Ethiopia vor, den ersten Pure Origin Lungo Grand Cru-Kaffee, der die Palette auf 22 Grand Cru-Kaffeevarietäten ausweitet, wie auch Ristretto Intenso, der die professionelle Palette auf 9 Grand Cru-Kaffees ausbaut. Mit der Einführung der VertuoLine™ revolutioniert Nespresso den nordamerikanischen Kaffeemarkt. Die VertuoLine™ ist ein innovatives System, welches auf der Centrifusion™ Technologie basiert und die Vorliebe für große Kaffeetassen berücksichtigt.
  - Das Boutique-Netzwerk übersteigt die 400<sup>er</sup> Marke mit Eröffnungen unter anderem in Bogota, Toulouse und Istanbul.

## GESCHICHTE DER *NESPRESSO* LIMITED EDITION GRAND CRU-KAFFEES

1994		First Special Club
1995		Special Club with Kenya and Costa Rica coffees
1996		Special Club with Costa Rica coffee
1997		Special Club with Sidamo coffee
1998		Special Club with Kenya, Yemen and Guatemala coffees
1999		Special Club with Yirgacheffe and Montana Verde coffees
2000		Special Club with Kilimandjaro and Sulawessi Kalossie coffees
2001		Blue Batak from Sumatra Limited Edition, Special Club with Genuine-Antiqua coffee
2002		Sidamo and Mysore Limited Editions
2003		Korgua and Tarrazu Limited Editions
2004		Yunnan and Ixhuatlán Limited Editions*
2005		Sandona and Senang Limited Editions*
2006		Bourbon Amarelo and Ensibuko Limited Editions*
		First Variations (Vanilla, Apple Cinnamon, Aniseed)
2007		Oà Limited Edition and Kilimandjaro & Tanzania Special Club *
		Almond, Chocolate Orange and Cardamom Variations
		Oà Limited Edition and Kilimandjaro & Tanzania Special Club
2008		Goroka and Jinogalpa Limited Editions*
		Caramel, Crystallized Ginger, Mandarin Variations
2009		Singatoba Limited Edition*
		Gingerbread, Chestnut Cream, Apricot Variations
2010		Tanzaru and Kazaar Limited Editions
		Vanilla, Almond, Caramel Variations
2011		Onirio and Dhjana Limited Editions
		Dark Chocolate, Vanilla Blossom, Cherry Variations
2012		Kazaar and Naora
		Crealto Limited Editions *
		Hawaii Kona Special Reserve *
		Hazelnut, Macadamia Nut, Coconut Variations
2013		Trieste and Napoli Limited Editions
		Cioccorosso, Masala Chai and Liminto Variations
2014		Cubanía and Colombian Terroirs Limited Editions
		Maragogype Special Reserve
		Hazelnut Dessert, Chocolate Mint, Apple Crumble Variations

*\* (ebenfalls für Professional-Grand Cru-Kaffees)*