



MELITTA GRUPPE Jahresbericht 2025

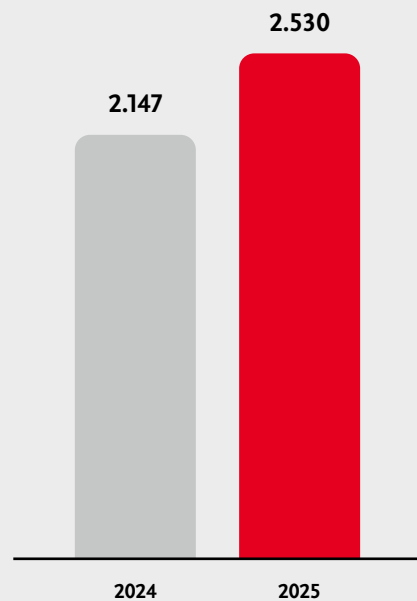
About People and Passion

Highlights in Zahlen

Umsatz

(in Mio. Euro)

+18%



TOP Arbeitgeber

Laut „Deutschlands beste Arbeitgeber 2025“
von Stern und Statista



TOP Innovator

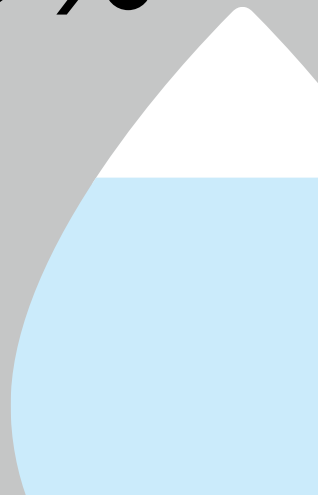
Laut Innovationswettbewerb „TOP 100 2025“
von compamedia

Reduktion der Abfallmengen

↘ 15.691 t (2024: 17.852 t)

–12%**Senkung des Wasserverbrauchs**

↘ 574.249 m³ (2024: 710.595 m³)

–19%**Verringerung der indirekten Emissionen**aus eingekaufter Energie (Scope 2, market-based) in tCO₂e

2024

39.793

–57%

2025

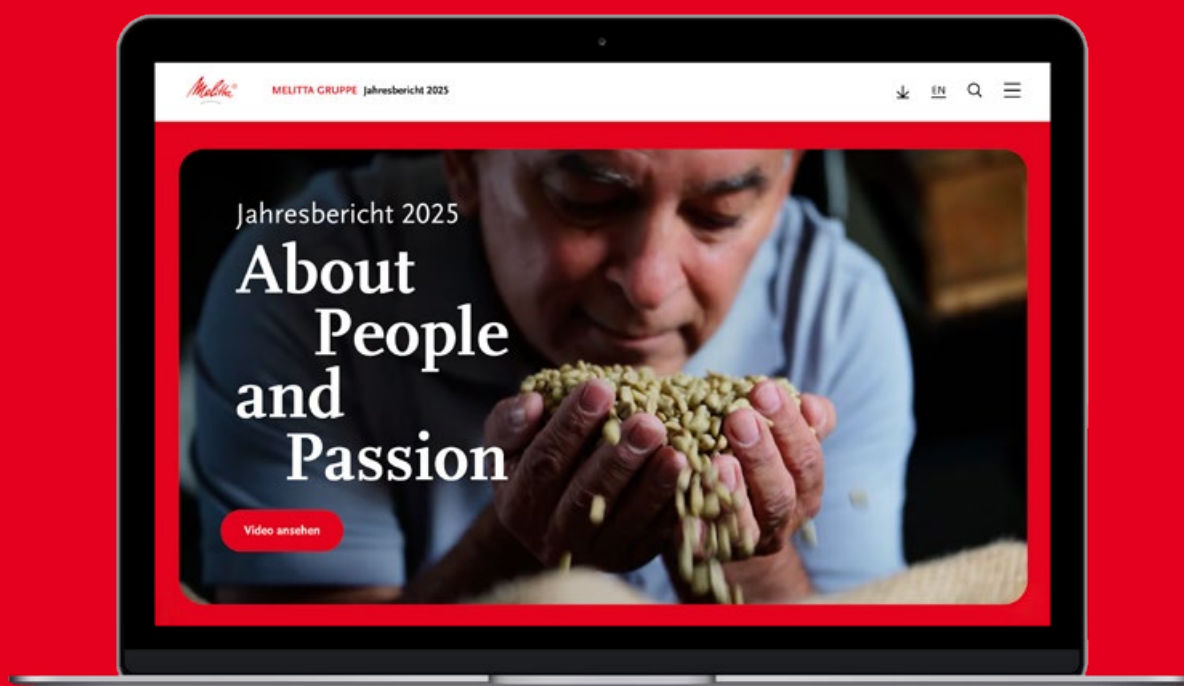
17.290

Inhalt

	Vorwort der Unternehmensleitung	6
	Highlights 2025	8
01	About People and Passion	
	Doppio	14
	Alltagshelden	20
	Kaffee-Kosmos	26
	Circle of Life	32
02	Die Melitta Gruppe	
	Für den Alltag gemacht	39
	Unsere Geschäftsfelder	40
	International zuhause	42
	Gemeinsam stark	44
	Die Unternehmens- und Zentralbereiche	46
03	Das Geschäftsjahr	
	Die Melitta Gruppe in Zahlen	61
	Geschäftsentwicklung	62
	Mitarbeitende	68
	Innovation	70
	Internationalisierung	72
	Digitalisierung	74

04 Nachhaltigkeit

Strategie	77
Ökologie	88
Gesellschaft	103
Verantwortungsvolle Unternehmensführung	108
Ausblick	110
Impressum	111

[Zum Onlinebericht](#)

Vorwort der Unternehmens- leitung



Jero Bentz und Katja Möller

Liebe Leserinnen und Leser,

wer in Generationen denkt, bewertet Chancen und Risiken anders als jemand, der sich am nächsten Quartalsergebnis orientiert. Denn eine langfristige Perspektive verändert den Blick auf konjunkturelle Schwankungen ebenso wie auf Investitionen in die Zukunft. Zusammen mit unternehmerischer Unabhängigkeit und finanzieller Stabilität schafft sie die Freiheit, Entscheidungen aus Überzeugung zu treffen – und nicht aus kurzfristigem Handlungsdruck.

Diesem Ansatz folgt die Melitta Gruppe seit über 100 Jahren und besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten zeigt sich seine Stärke. Gerade weil wir in den vergangenen Jahren unserem langfristigen Kurs treu geblieben sind und sich unsere Geschäftspartner auf uns verlassen konnten, haben wir das Geschäftsjahr 2025 erfolgreich abgeschlossen und unsere Marktpositionen trotz anspruchsvoller Rahmenbedingungen weiter gestärkt.

Mittlerweile kommen unsere Produkte bei der Zubereitung jeder vierten Tasse Kaffee weltweit zum Einsatz. Wir sind Weltmarktführer für Kaffeefilter und besetzen mit unseren Haushaltsfolien und -produkten die Marktführerschaft in Europa. 2025 ist es uns außerdem gelungen, wiederum in neue vielversprechende Märkte einzutreten und in zukunftsweisende Innovationen, Technologien und nachhaltige Geschäftsmodelle zu investieren. Auf diese Entwicklung sind wir sehr stolz. Gleichzeitig verstehen wir sie als Verpflichtung, unsere Marken und Produkte jeden Tag noch ein Stück besser zu machen.

Dieser Jahresbericht zeigt, was die Melitta Gruppe ausmacht. Er erzählt von Menschen, Marken und Ideen, die das Geschäftsjahr 2025 geprägt haben. Er gibt Einblicke in unsere Unternehmensgruppe und zeigt, wie wir die Melitta Gruppe für die Zukunft aufstellen.

Unser herzlicher Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen, Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnern für ihr Vertrauen, ihre Unterstützung und ihr Engagement. Wir freuen uns, wenn Sie uns auf unserem weiteren Weg begleiten.

Herzlichst



Jero Bentz



Katja Möller

Highlights 2025

Welche Meilensteine, Ereignisse und Entwicklungen haben das Berichtsjahr in unseren Unternehmensbereichen geprägt? Viel Vergnügen beim Entdecken!

[Highlights im Detail ansehen](#)



Melitta Europa Kaffee

Coffeeshop-Genuss für zuhause

Melitta erweitert Barista Range und startet zum Launch eine Kommunikationskampagne.

Melitta Gruppe

Klimaziele validiert

Die Science Based Targets initiative hat die Klimaziele der Melitta Gruppe bestätigt.

Melitta Südamerika

Expansion in Brasilien

Melitta Südamerika hat die Mehrheit am brasilianischen Anbieter Baristo übernommen.



Melitta Single Portions

Ausgezeichnete Markenarbeit

Avoury® erhält zwei Auszeichnungen beim German Brand Award 2025.



Melitta Asia Pacific

Kaffeegenuss im Sachet

Melitta Asia Pacific bringt ein flüssiges Kaffee-
konzentrat auf den chinesischen Markt.

Melitta Europa Kaffe Zubereitung

Pioniergeist seit 1965

Die Melitta Gruppe feiert 60 Jahre
Filterkaffeemaschinen.

Melitta Nordamerika

Ideenraum M-LAB

Melitta Nordamerika eröffnet
ein Innovationszentrum für die
amerikanische Kaffeewelt.

Melitta Europa Kaffee

Neue Chancen in Polen

Mit dem Eintritt in den polnischen Markt
treibt Melitta seine Internationalisierung in
Europa weiter voran.



Melitta Gruppe

Melitta x Real Madrid

Die Melitta Gruppe ist seit der Saison 2025/26
exklusiver Kaffeepartner von Real Madrid.

Melitta Gruppe

Corporate Influencer Programm

Zwölf Mitarbeitende erreichen mit #MelittaGroupVoices über 600.000 Impressions auf LinkedIn.



Melitta Südamerika

Limitierte Edition mit „Bridgerton“

In Zusammenarbeit mit der Netflix-Serie Bridgerton hat Melitta Südamerika den Gourmetkaffee Melitta Queen's Roast auf den Markt gebracht.

fresh at work

Lernen mit chunkx

Die Melitta Gruppe testet mit chunkx eine neue, KI-gestützte Mikrolernplattform.

ACW-Film

Fortschritt bei Folien

ACW-Film bietet Kunden und Kundinnen zwei sortenreine Verpackungsfolien.

Melitta Gruppe

AI Hub: KI strategisch nutzen

Der neue AI Hub bündelt KI-Anwendungen mit nachhaltigem Mehrwert für das Geschäft.





Melitta Europa Kaffee

Unterstützung in Tansania

Das Projekt „Kaffee-Power“ stärkt Frauen und Jugendliche entlang der Kaffee-Wertschöpfungskette.

Melitta Europa Kaffeezubereitung

Neues Design für Filtertüten®

Ein neues Verpackungsdesign schärft die Positionierung der Melitta® Filtertüten®.



Cofresco

CSR-Preis für Fair Recycled Plastic

Melitta erhält für sein Social Business in Indien den CSR-Preis 2025 der Bundesregierung.

Corsino Corsini

Corsini zeigt Flagge

Das neue Markenbild von Corsino Corsini rückt die toskanische Herkunft in den Mittelpunkt.



Cofresco

Kooperation mit World Cleanup Day

Cofresco hat eine langfristige Partnerschaft mit dem World Cleanup Day geschlossen.

01

About People and Passion

Doppio

Alltagshelden

Kaffee-Kosmos

Circle of Life

14

20

26

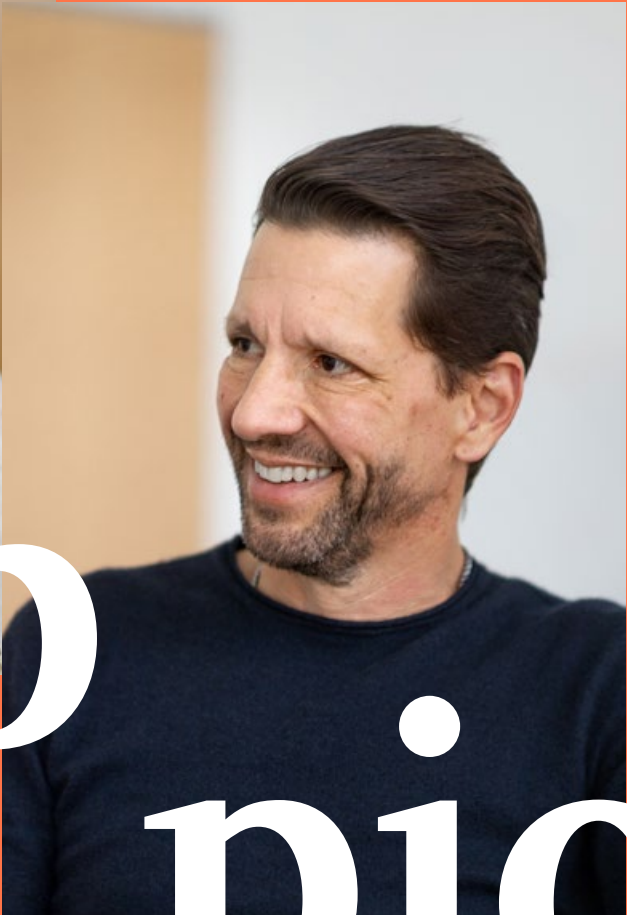
32

**Wie sich die Geschichte
des Kaffeegenusses entwickelt hätte,
wenn Willy im Schulheft kein
Löschblatt gehabt hätte?
Wir wissen es nicht.**

Zum Glück hatte der Sohn von Melitta Bentz eines, das seine Mutter stibitzen konnte. Die Dresdnerin liebte guten Kaffee – nur das Gekrümel des Kaffeesatzes und sein bitterer Geschmack störten sie gewaltig. So durchlöcherte sie einen Messingtopf, legte das Löschblatt hinein und erfand den weltweit ersten Kaffeefilter aus Papier.

Kurz darauf ließ sie als eine der ersten Frauen ihre Erfindung patentieren. Und aus Willys Löschblatt wuchs eine Unternehmensgruppe mit rund 5.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mehr als zwei Milliarden Euro Umsatz im Jahr.

Melitta Bentz hatte offenbar nicht nur eine Leidenschaft für Kaffee, sondern auch für ebenso kluge wie einfache Lösungen. Fürs Anpacken und Verbessern. Für Pragmatismus, Gestaltungskraft und unternehmerischen Weitblick.



Doppio

Seit Juli 2025 leiten Katja Möller und Jero Bentz die Melitta Gruppe gemeinsam. Was sie verbindet, ist mehr als eine gemeinsame Position: Es sind Vertrauen, Offenheit und der Anspruch, Entscheidungen mit Weitsicht und Nähe zu den Menschen zu treffen. Im Interview sprechen sie über ihre Zusammenarbeit als Führungsduo, die Zukunftsfähigkeit von Melitta und die Chancen in internationalen Märkten.

Katja, Jero, seit Juli 2025 seid ihr das Führungsduo der Melitta Gruppe. Wann habt ihr zum ersten Mal gedacht: Das funktioniert als Tandem?

Katja: Bei mir war das exakt der Moment, als Jero mich fragte, ob ich zusammen mit ihm das Unternehmen leiten möchte. Es fühlte sich unmittelbar richtig an. Ich hatte direkt ein Bild vor Augen, wie unsere Zusammenarbeit funktionieren wird. Jero und ich arbeiten seit 16 Jahren zusammen. Wir kennen uns sehr gut und vertrauen einander. Wir teilen zentrale Werte und eine gemeinsame Führungsphilosophie.

Jero: Mir war das bereits vor etwa drei Jahren klar. Als feststand, dass sich Katjas Vorgänger Volker Stühmeier aus der Unternehmensleitung zurückziehen würde, begann ich zu überlegen: Wer könnte auf ihn folgen? Schnell hatte ich Katja im Kopf, und ich wusste unmittelbar: Das wird passen. Sie kennt Melitta durch ihre lange Erfahrung sehr gut. In der Zwischenzeit schaut man dann bewusst hin und fragt sich, wie fühlt sich das an? Und ich war immer sicher, dass wir uns als Duo sehr gut ergänzen werden.

Wie genau ergänzt ihr euch denn?

Katja: Jero ist durch und durch Unternehmer. Für mich ist sehr wahrnehmbar, dass er die DNA seiner Urgroßmutter Melitta in sich trägt. Er bringt große Gestaltungskraft mit und erkennt früh, wo Chancen liegen und welche Risiken wir berücksichtigen müssen. Meine Stärke liegt dann eher in der Umsetzung, der Strukturierung von Themen sowie darin, die richtigen Menschen zusammenzubringen und darauf zu achten, was „zwischen den Zeilen“ passiert.

„Ich finde Diversität spannend, weil sie mich immer wieder neu herausfordert und am Ende das bestmögliche Ergebnis entsteht.“

Jero Bentz, Unternehmensleitung Melitta



Jero: Wir ergänzen uns jeden Tag in Meetings. Wir hinterfragen uns, bringen andere Blickwinkel und Herangehensweisen ein. Dieses Sparring ist auch der Grund, warum ich so gerne im Team arbeite: Ich finde Diversität spannend, weil sie mich immer wieder neu herausfordert und am Ende das bestmögliche Ergebnis entsteht. Was man dafür braucht, ist Offenheit ...

Katja: ... und eine Dialogkultur auf Augenhöhe. Dazu das Gefühl, zu jeder Zeit so sein zu dürfen, wie man wirklich ist.

Warum ist Authentizität in der Unternehmensleitung wichtig?

Jero: Authentizität bedeutet für mich, sich selbst treu zu bleiben und die Werte, für die dieses Unternehmen steht, glaubwürdig vorzuleben. Dazu gehören Verlässlichkeit und Verbindlichkeit ebenso wie Respekt gegenüber den Menschen und ihrer Vielfalt. Gerade in der Unternehmensleitung ist es wichtig, dass diese Werte nicht nur formuliert werden, sondern im täglichen Handeln erkennbar sind. Das schafft Vertrauen und gibt Orientierung.

Katja: Ergänzen möchte ich noch die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und auch schwierige Entscheidungen zu treffen. Diese Werte helfen uns, Menschen zu begeistern, Geschäfte erfolgreich zu entwickeln, Märkte zu sichern und neue Märkte zu erschließen.

Katja, du bist seit mehr als 30 Jahren im Unternehmen. Wie hat deine neue Position deinen Blick auf Melitta verändert?

Katja: Schon 2020, als ich die Geschäftsführung im Bereich Kaffeezubereitung übernahm, habe ich mir die Frage gestellt: Wofür stehe ich und was will ich erreichen? Meine Antwort war damals: „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind stolz, bei Melitta zu arbeiten.“ Und diese Antwort gilt für mich auch noch heute.

Mein Blick auf Melitta als Ganzes hat sich natürlich erweitert. Meine Entscheidungen betreffen heute die gesamte Gruppe, ihre gemeinsame Ausrichtung und ihre langfristige Entwicklung. Damit ist auch meine Verantwortung gewachsen. Doch mein Ziel – mein Warum – hat sich nicht verändert.

Was bedeutet das ganz konkret für dich in deinem Handeln?

Katja: Für mich bedeutet gute Führung, Kopf und Herz zu verbinden: Situationen sachlich zu analysieren und zugleich die Menschen hinter den Entscheidungen im Blick zu behalten. Auch in verantwortlicher Position möchte ich nahbar und ansprechbar bleiben, zuhören und unterschiedliche Perspektiven ernst nehmen.

Der Kaffeemarkt ist volatil. Geopolitische Krisen, Klimawandel, ökonomische Unsicherheiten – wie bewältigt Melitta diese Herausforderungen?

Jero: Ja, die Preise für Kaffee schwanken teils sehr stark. Das fordert uns heraus. Gleichzeitig ist Kaffee ein Genussmittel, das für viele Menschen weltweit zum Alltag gehört. Die Nachfrage ist trotz steigender Preise grundsätzlich stabil bzw. wachsend und damit sehr verlässlich und krisenfest. Und genau diese Kombination passt exzellent zu der Ausrichtung von Melitta, einem Familienunternehmen mit einer langfristigen Orientierung. Nicht ohne Grund reicht unsere Strategie bis ins Jahr 2033.

Der Konsum bleibt stabil, die Rohstoffpreise aber nicht.

Jero: Genau, und im Geschäftsjahr 2025 sind wir erfolgreich mit dieser Herausforderung umgegangen und haben gezeigt, dass wir als Familienunternehmen auch hier einen Wettbewerbsvorteil besitzen. Unsere Antworten auf Schwankungen im Markt lauten Besonnenheit, Ruhe und Augenmaß. Wir bleiben langfristig bei der Linie, von der wir überzeugt sind. Und das ist im Kaffeegeschäft ein enormer Vorteil.

Jero Bentz

Jero ist Urenkel der Unternehmensgründerin Melitta Bentz und seit 2013 Mitglied der Unternehmensleitung.

Nach Abitur und Reserveoffizierausbildung studierte er BWL in Würzburg und Koblenz und erwarb im Anschluss berufsbegleitend einen MBA in Charlotte, North Carolina. Seine berufliche Laufbahn begann er als Berater bei einer großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Nach einer Station als Inhaber und Geschäftsführer einer Marketing-Agentur am Bodensee stieg er 2010 ins Familienunternehmen ein. Jero vertritt damit die vierte Familiengeneration der Melitta Gruppe.



Katja Möller

Katja ist seit 1996 für die Melitta Gruppe tätig, seit Juli 2025 ist sie Teil der Unternehmensleitung.

Sie begann 1996 ihr Duales Studium der Betriebswirtschaft bei Melitta Haushaltsprodukte. Ihre erste Stelle trat sie dort 1999 im Logistik-Controlling an, im Verlauf der Jahre stieg sie bis zur Leitung Controlling EU auf. Nach weiteren Leitungsfunktionen in der Melitta Gruppe übernahm Katja 2020 die Geschäftsführung der Melitta Europa GmbH & Co. KG – Geschäftsbereich Kaffeezubereitung.



„Für mich bedeutet gute Führung, Kopf und Herz zu verbinden: Situationen sachlich zu analysieren und zugleich die Menschen hinter den Entscheidungen im Blick zu behalten.“

Katja Möller, Unternehmensleitung Melitta



Katja: Gleichzeitig wollen wir unsere Langfristorientierung mit der Fähigkeit verbinden, schnell auf Veränderungen zu reagieren. Wenn sich der Markt bewegt, dann müssen wir uns anpassen. Wir müssen wachsam sein, die Märkte im Blick haben und zur richtigen Zeit die richtigen Schlüsse ziehen. Beherzt und konsequent, aber nie hektisch oder aktivistisch.

Melitta will im Kaffeegeschäft weiter wachsen. Auf welchen Märkten seht ihr dafür das größte Potenzial?

Jero: Wachstum und Internationalisierung sind wichtig, aber kein Selbstzweck. Gerade im Kaffeebereich ist es ratsam, Demut und Weitsicht zu zeigen. Wenn wir in neue Märkte

gehen, fragen wir uns, wo dort unsere Chancen liegen und wie wir einen Mehrwert erbringen können. Schauen wir beispielsweise auf Brasilien, ein Land mit hohem Kaffeeconsum. Der Markt ist gesättigt, aber groß und differenziert. Wir sind im Süden stark vertreten, im Norden sehen wir noch Wachstumspotenzial. Allerdings müssen wir dort mit anderen Marktbedingungen und unterschiedlichen Vorlieben bei Röstung, Zubereitung und Verpackungsgröße von Kaffee umgehen. Demut bedeutet für uns, dass wir auf diese Unterschiedlichkeiten eingehen. Wir wollen wachsen, aber immer mit Blick auf die Besonderheiten der jeweiligen Märkte. Das gilt auch für weitere potenzielle Wachstumsmärkte in Asien, Skandinavien oder Osteuropa.

Melitta wird stark über Kaffee wahrgenommen, welche Rolle spielen die anderen Bereiche für die Gruppe?

Katja: Kaffee macht rund 60 Prozent unseres Umsatzes aus und ist damit die bedeutendste der drei Säulen unseres Geschäfts. Die zweite ist die Kaffeezubereitung, als Ursprung von Melitta. Als Hersteller von Filtertüten® sind wir weltweit Marktführer und stehen für enorme Kompetenz. Die dritte Säule sind unsere Haushaltsprodukte, mit denen wir kontinuierlich wachsen. Mit den Produkten von Cofresco sind wir Marktführer in Europa, das Geschäft ist stabil und macht große Freude.

Der Jahresbericht trägt den Titel „About People and Passion“. Welche Situation aus eurem ersten Jahr als Führungsduo verkörpert dieses Motto besonders?

Jero: Hinzu kommt unser Direct-to-Consumer-Geschäft, das wir kontinuierlich ausbauen. Mit Roast Market betreiben wir beispielsweise die führende Online-Plattform für Premiumkaffee und -kaffeezubehör im DACH-Bereich. Und wir etablieren die Plattform gerade in weiteren Ländern Europas. Roast Market bietet uns nicht nur viel Wachstumspotenzial, die Plattform stärkt auch die Beziehung zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Wir erreichen dort Menschen, die sich intensiv mit Kaffee beschäftigen, und gewinnen durch den unmittelbaren Austausch wertvolle Erkenntnisse.

Durch die Partnerschaft mit Real Madrid gewinnt Melitta zusätzliche Sichtbarkeit auf internationaler Bühne. Was sagt dieses Engagement über die Marke aus?

Katja: Sport steht für Dynamik und Lebendigkeit, für Disziplin und Ausdauer, für Fairness und Respekt. Mit diesen Werten identifizieren wir uns bei Melitta zu 100 Prozent.

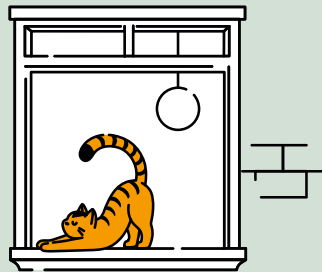
Jero: Real Madrid ist nicht nur ein Verein, der sehr erfolgreich Fußball spielt. Der Club ist weltweit bekannt, insbesondere in Asien und Südamerika, also in Wachstumsmärkten, die für uns sehr interessant sind. Real Madrid nimmt dort eine Leuchtturmfunktion ein. Die Partnerschaft ist somit für Melitta ein ausgezeichnetes Vehikel, um in diesen Regionen Aufmerksamkeit und Sympathie für unsere Marke und unsere Produkte zu erzeugen.

Katja: Ich halte es für sehr wichtig, als Unternehmensleitung präsent und ansprechbar zu sein. Als ich im Juli 2025 meine Position angetreten bin, sagte ich zu Jero: „Lass uns noch vor den Sommerferien eine Mitarbeiterversammlung machen.“ Ich war sehr aufgeregt, das große Foyer in Minden war voll. Aber als ich in die Gesichter der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschaut habe, wurde mir bewusst, wie eng sie sich mit Melitta verbunden fühlen und wie sehr jeder Einzelne zum Erfolg unseres Unternehmens beitragen will. Und da habe ich mich vor ihnen und neben Jero auf der Bühne direkt wohl gefühlt. Dieser Moment steht – neben vielen anderen – für „About People and Passion“. Diese Momente haben mich durch das erste Jahr getragen – und werden mich weitertragen.

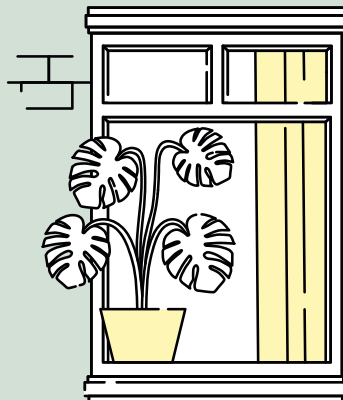
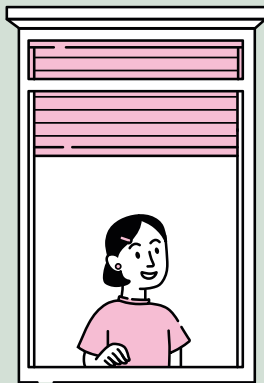
Jero: Die Kolleginnen und Kollegen wollen uns live, echt und ehrlich erleben. Das gilt für die schönen Momente, das gilt aber auch dann, wenn wir schwierige Nachrichten überbringen müssen. Oder wenn Unsicherheiten Fragen aufwerfen, die wir noch nicht beantworten können. In solchen Situationen authentisch, offen und ehrlich zu sein – und dann zu spüren, dass die Menschen uns vertrauen: Auch das steht für mich für „About People and Passion“.



Alltags- helden

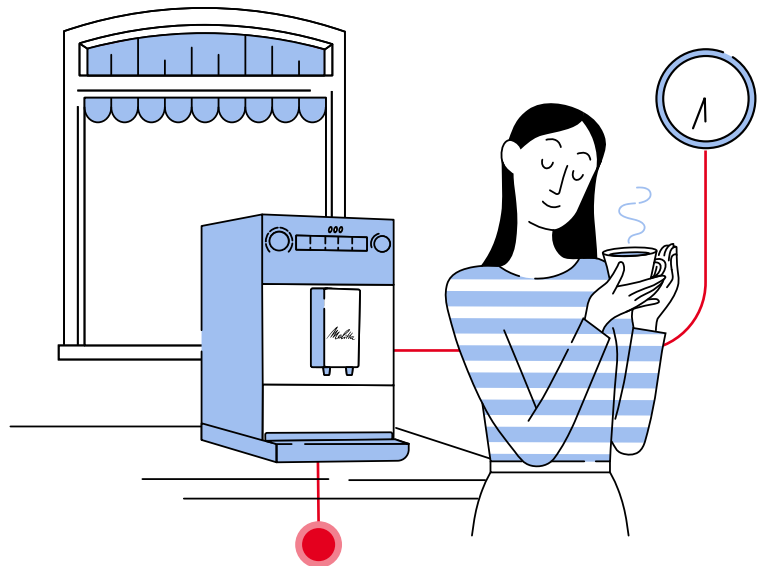


Ein Tag, unzählige Aufgaben und viele kleine Erlebnisse: Bei Linda, Tom und Ida ist jeder Tag ein bisschen anders – und doch voller vertrauter Rituale. Begleite die Familie von morgens bis abends und entdecke die Alltagshelden, die unauffällig dafür sorgen, dass alles glatt läuft – von praktischen Lösungen bis hin zu den kleinen Genussmomenten, die einen Tag besonders machen.



06:35

Pssst... Linda schleicht auf Zehenspitzen in die Küche. Tom und Ida schlafen noch. Sie öffnet das Fenster, kühle Morgenluft strömt herein. Dann schaltet sie die Kaffeemaschine ein. Während das Mahlwerk leise surrt, atmet sie den Duft der frisch gemahlenen Bohnen ein – dieser Moment gehört nur ihr.

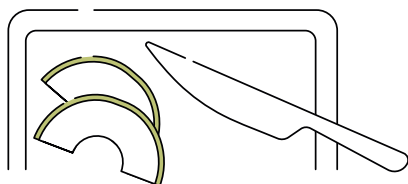
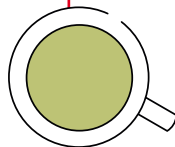
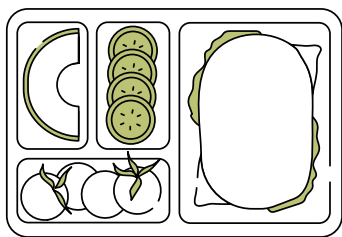


Das Raumwunder

Der Melitta® Purista® Kaffeevollautomat ist kompakt gestaltet und eignet sich daher auch für kleinere Küchen. Sein leises Mahlwerk mahlt die Kaffeebohnen frisch und bereitet per Knopfdruck Kaffee zu.

06:45

Der Kaffee schmeckt voll und aromatisch, nach Geborgenheit und Zuhause und auch ein kleines bisschen nach Ruhe vor dem Sturm. Die nutzt Linda, um Idas Brotdose vorzubereiten: Brötchen, Käse, Gurke, Tomaten und als Highlight im kleinen Extrafach ein Stück Honigmelone. Als sie fast fertig ist, stapfen Kinderfüße die Treppe herab.

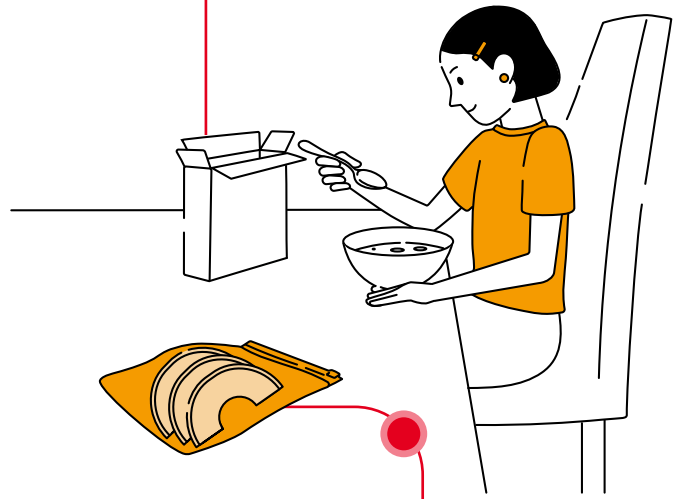


Die Genussexpertin

Melitta® Barista steht für Barista-Genuss in verschiedenen Zubereitungsformen: als ganze Bohne, gemahlen, als Kapsel und als Instantkaffee. Die einzelnen Varianten sind jeweils auf die entsprechende Zubereitungsart abgestimmt.

07:02

„Mama, Müsli!“ Ida steht mit zerzaustem Haar in der Küche. Jetzt kommt auch Tom dazu. Schnell verstaut Linda die restliche Melone in einem wiederverschließbaren Beutel – ihr Snack fürs Büro. Nach dem gemeinsamen Frühstück heißt es für Ida: ab ins Bad, anziehen, packen. „Alles dabei?“, fragt Linda. Ida nickt. „Und Zähne geputzt?“ Über Idas Gesicht huscht ein schiefes Grinsen.

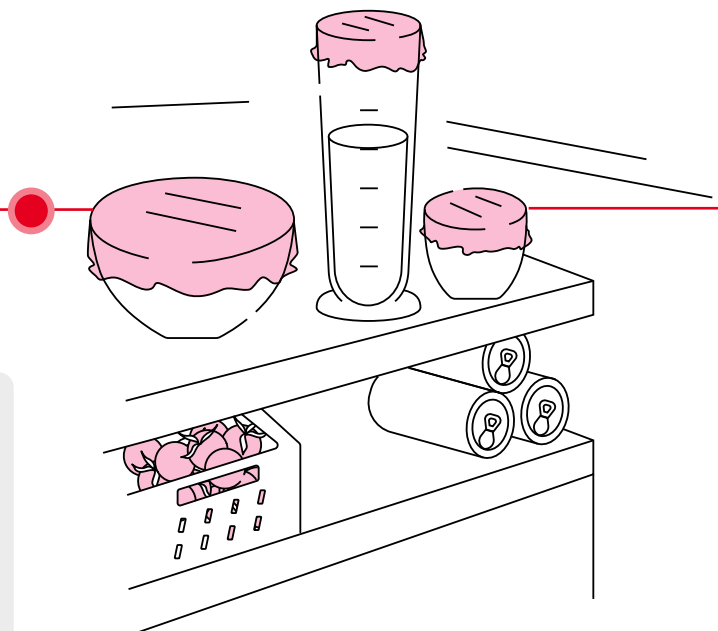


Der Frischeheld

Der Toppits® Zipper® Beutel eignet sich zum Frischhalten, Einfrieren und Transportieren von Lebensmitteln. Der sichere Verschluss schließt den Beutel zuverlässig, während die reißfeste Spezialfolie den Inhalt schützt. Die Beutel bestehen anteilig aus aufbereiteten Reststoffen. Sie sind wiederverwendbar und recycelbar und können dazu beitragen, Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

08:30

Ida ist in der Schule, Linda bei der Arbeit. Tom hat das Haus für sich. Zeit für Vorbereitungen, denn heute Abend gibt es Pizza. Die Pizzasauce ist schnell angerührt, das Gemüse für den Belag geschnitten und der Beilagensalat gewaschen. Bevor alles in den Kühlschrank wandert, deckt Tom die Gemüseschälchen und die große Salatschüssel mit Frischhaltefolie ab. Um den Teig kümmert sich Tom später – jetzt steht erst einmal etwas anderes auf dem Plan.



Die Schutzbeauftragte

Die Toppits® Frischhaltefolie hält Lebensmittel länger frisch und hilft dabei, Geschmack, Frische und Aroma zu bewahren. Sie eignet sich außerdem zur Aufbewahrung von Speisen, die zu einem späteren Zeitpunkt verzehrt werden sollen.

Der Filterprofi

Der Swirl® MicroPor® Staubsaugerbeutel filtert Hausstaub. Je nach Modell besteht er zu 45 bis 65 Prozent aus Recyclingmaterial. Sein leistungsstarker Filter hält Partikel und Schmutz zuverlässig zurück und unterstützt so eine gründliche Reinigung.

Der Kraftvolle

Der Swirl® Schwerlast-Abfallsack eignet sich für schwere und sperrige Abfälle, die beispielsweise beim Aufräumen, bei Gartenarbeiten oder Renovierungen anfallen. Die Folie besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff und ist auf eine hohe Belastbarkeit ausgelegt.

10:52

„Don't stop me now...“, trällert Tom gegen den Staubsauger an. Mit Musik und den richtigen Helfern geht der Haushalt viel leichter von der Hand. So verschwinden die Staubmäuse im Nu. Danach nimmt er sich endlich etwas vor, das schon viel zu lange wartet: den Kleiderschrank. Anprobieren, entscheiden, aussortieren – Schritt für Schritt entsteht Ordnung. Am Ende ist der große Müllbeutel fast voll mit aussortierten Kleidungsstücken und bereit für den Altkleidercontainer. Tom ist zufrieden.



16:15

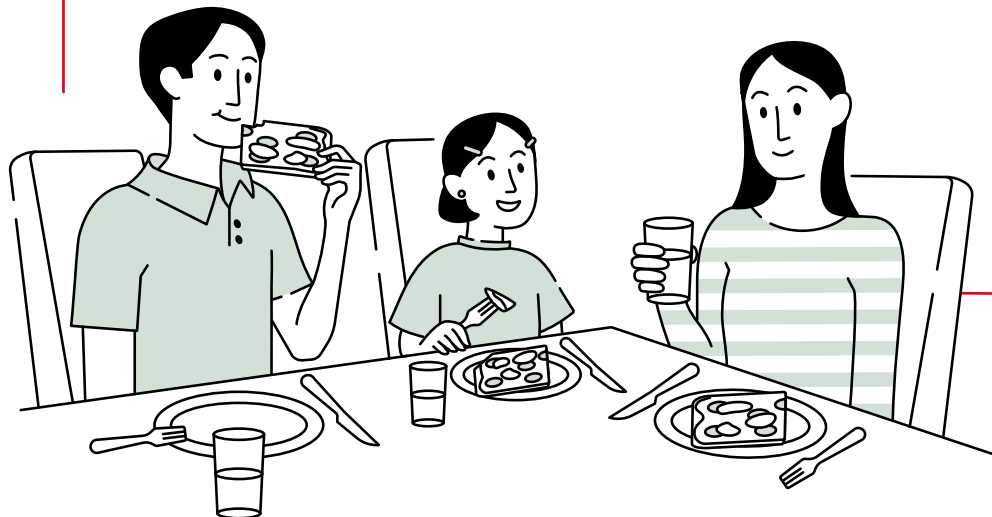
„Papaaa!“ Ida stürmt durch die Tür und direkt in Toms Arme. „Wann machen wir endlich Pizza?“ Während Tom den Teig knetet, flitzt Ida um ihn herum. Wenig später befindet sich Mehl auf der Arbeitsfläche, Mehl auf dem Boden und Mehl in Idas Haaren. „Lass mich, ich kann das alleine“, quengelt sie beim Teigausrollen. Die Form des Pizzateigs ist eher kreativ als rechteckig und ragt an einigen Stellen über das Backpapier.

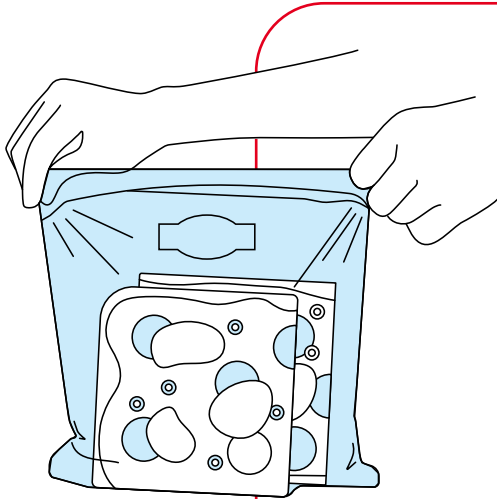
Die Ofenfreundin

Der Toppits® Backpapier-Bogen eignet sich zum Backen von Kuchen, Keksen und anderen Speisen. Das Papier wird aus natürlichen, nachwachsenden Rohstoffen hergestellt, die aus FSC®-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammen. Es verhindert das Anhaften von Speisen und macht zusätzliches Einfetten meist überflüssig.

17:30

Linda ist von der Arbeit zurück und hilft nun beim Belegen der Pizza. Ida verteilt großzügig Mais auf einer Ecke. „Das wird mein Stück“, sagt sie. Paprika und Zwiebeln will sie nicht. Stattdessen landet jede Menge Käse auf ihrem Stück – und in ihrem Mund, wenn Linda und Tom nicht hinschauen. Während die Pizza im Ofen backt, erzählt Ida, was sie in der Schule erlebt hat. Schließlich sitzen alle drei mit der dampfenden Pizza am Tisch. Erst pusten, dann der erste Bissen: Lecker!





18:43

Alle sind satt und es ist sogar noch etwas Pizza übrig. Während Tom Ida ins Bett bringt, räumt Linda auf: Gemüsereste wandern in den Bio-Müll, Geschirr in die Spülmaschine. Für die noch lauwarmer Pizza legt Linda zwei Gefrierbeutel bereit.

Der Frostwächter

Mit dem Toppits® SafeLoc® Gefrierbeutel lassen sich Lebensmittel sicher im Gefrierfach aufbewahren. Der Beutel ist wiederverschließbar und anteilig unter Verwendung von aufbereiteten Reststoffen hergestellt. Während der SafeLoc® Verschluss dicht schließt, schützt die extra reißfeste Folie vor Gefrierbrand. Dadurch lassen sich Geschmack und Qualität der Lebensmittel besser bewahren.

19:55

Beim letzten Blick in die Küche fällt Linda das Display der Kaffeemaschine auf. Seit einigen Tagen erinnert es daran, dass eine Entkalkung ansteht. Mit wenigen Handgriffen startet sie das Programm, der Entkalker übernimmt den Rest. So ist die Maschine morgen wieder einsatzbereit für den ersten Kaffee – und für einen neuen Tag voller Leben, Alltag und Genussmomente.

Der Kalklöser

Der Das Melitta® Anti Calc Bio* Multi Usage Liquid eignet sich zum Entkalken von Kaffeemaschinen, Wasserkochern und vergleichbaren Geräten. Das Produkt ist lebensmittelsauber und biologisch abbaubar.** Es löst Kalkablagerungen und unterstützt die regelmäßige Reinigung der Geräte.

* Die enthaltene Zitronensäure wird in einem biotechnischen Herstellungsverfahren aus zuckerhaltigen Rohstoffen gewonnen.

** Biologische Abbaubarkeit von 97 % in 28 Tagen gem. OECD 301B





Kaffee ist eines der wichtigsten Handelsgüter der Welt – und hinter jeder Bohne steckt eine Geschichte voller Wissen, Leidenschaft und Können. Vier Kaffeeexpertinnen und -experten geben Einblicke in ihren Kosmos: von der Auswahl des Rohkaffees über Nachhaltigkeit bis hin zu Spezialitätenkaffees und handwerklicher Röstkunst. Eine Reise durch die Welt des Kaffees – und zu den Menschen, die sie mitgestalten.



„Wir sind der erste Großröster, der auch Manufakturkaffees anbietet. Das macht uns einzigartig.“

Ana Dießenbacher, Marketing Managerin Specialty Coffee bei Melitta Europa Kaffee

Anas Gespür für besondere Kaffees

Jeder besondere Kaffee beginnt mit einer Idee. Eine der Ersten, die an neuen Ideen für Spezialitätenkaffees arbeitet, ist Ana Dießenbacher. Als Marketing Managerin Specialty Coffee entwickelt sie Manufaktur-Kaffees, die begeistern und zum Entdecken einladen sollen.

Am Anfang eines neuen Manufaktur-Kaffees steht die Frage: Was wünschen sich Kaffeeliebhaberinnen und -liebhaber? Gemeinsam mit Fachleuten aus verschiedenen Bereichen begleitet Ana den gesamten Entwicklungsprozess: Zunächst probiert sie zusammen mit dem Rohkaffeemanagement und dem Team der Melitta® Manufaktur unterschiedliche Kaffees. Zusammen legen sie fest, welche Herkunft, Röstung und Geschmacksprofile am besten zur Idee des neuen Kaffees passen. Anschließend stimmt sie das Konzept mit Vertrieb, Kommunikation und Trade Marketing ab. „Letztendlich entscheiden wir gemeinsam, was funktionieren würde“, sagt sie.

Die Melitta® Manufaktur ist für Ana mehr als eine Rösterei: Sie zeigt im Kleinen, welche Kaffeeexpertise im gesamten Unternehmen steckt. Gleichzeitig schafft sie eine besondere Differenzierung im Markt. „Wir sind der erste Großröster, der auch Manufakturkaffees anbietet. Das macht uns einzigartig“, erklärt sie. Die Auszeichnung der Melitta® Manufaktur als „Röster des Jahres 2026“ bestätigt, was Ana und dem Team besonders wichtig ist: die Leidenschaft und Kompetenz hinter den Spezialitätenkaffees sichtbar zu machen.



Farbe, Gestaltung, Wirkung: Die Verpackung erzählt, welche Idee und welcher Charakter hinter dem Kaffee stecken.



Jörg und die Reise der Kaffeebohne

Bevor man einen Kaffee genießen kann, hat er schon eine lange Reise hinter sich. Jörg Lehmann kennt alle Stationen bis ins Detail: Seit fast 35 Jahren begleitet er für Melitta die Bohne von der Herkunft bis zum fertigen Produkt – heute als Leiter für Rohkaffeemanagement und Rohkaffeelogistik. Seine Arbeit ist international. „Kaffee wächst im Kaffeegebiet“, erzählt er. „Ich bin gedanklich immer in der Welt unterwegs.“

Die Reise des Kaffees beginnt bei den Bäuerinnen und Bauern. Schon beim Anbau werden wichtige Qualitätsgrundlagen gelegt. Jörg und sein Team wählen passende Qualitäten aus, beobachten Märkte und Börsen und bestimmen den richtigen Zeitpunkt für den Einkauf. Über Kooperativen, Exporteure, Handelshäuser und Reedereien gelangt der Kaffee nach Europa.

Ein wichtiger Teil seiner Arbeit ist die sensorische Prüfung: Beim täglichen „Cupping“ im Probenzimmer werden Kaffees geröstet, verkostet und bewertet. Mit geschultem Geschmacksinn erkennt Jörg feine Unterschiede und prüft, ob ein Kaffee hält, was er verspricht. „Jede Herkunft, jede Ernte und jede Rezeptur bringt neue Nuancen. Genau das macht Kaffee so spannend“, erklärt er. Diese Vielfalt zu verstehen und in ein verlässliches Geschmackserlebnis zu übersetzen, macht für ihn den besonderen Reiz seiner Arbeit aus.



„Jede Herkunft, jede Ernte und jede Rezeptur bringt neue Nuancen. Genau das macht Kaffee so spannend.“

Jörg Lehmann, Leiter Rohkaffeekauf und Rohkaffeelogistik bei Melitta Europa Kaffee



Beim täglichen „Cupping“ wird jede Probe genau geprüft – so zeigen sich feinste Unterschiede.



„Die Community-Projekte ermöglichen es mir, mich direkt mit der Frage zu beschäftigen, wie es den Menschen in den Anbauregionen geht und wie sie langfristig gut vom Kaffeeanbau leben können – das macht meinen Job so besonders.“

Svea Behnke, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Melitta Europa Kaffee

Sveas Leidenschaft für verantwortungsvollen Kaffee

Nachhaltigkeit spielt für Svea Behnke im Kaffeegeschäft eine zentrale Rolle. Als Nachhaltigkeitsmanagerin koordiniert sie Themen von Berichterstattung über Regulatorik bis hin zu Community-Projekten in den Ursprungsländern.

„Wir beschäftigen uns mit den Anbaurealitäten“, erklärt Svea. „Wie geht es den Menschen vor Ort – und wie können wir dazu beitragen, dass sie langfristig gut vom Kaffeeanbau leben können?“ Dabei geht es um Verantwortung für Mensch und Umwelt ebenso wie um neue gesetzliche Anforderungen, etwa die EU-Entwaldungsverordnung. Diese fordert transparente Lieferketten und den Nachweis, dass Kaffee entwaldungsfrei erzeugt wurde. Mit Community-Projekten unterstützt die Melitta Gruppe die Menschen in den Anbaugebieten unter anderem dabei, diese Anforderungen zu erfüllen.



Seit 2014 hat die Melitta Gruppe über 30 Community-Projekte umgesetzt – für bessere Perspektiven in den Anbauländern.

Seit 2014 hat die Melitta Gruppe mehr als 30 Community-Projekte umgesetzt. Neben nicht produktbezogenen Initiativen fördern die Kaffee-Sondereditionen „Selection des Jahres“ und „Kaffee des Jahres“ Projekte im Ursprungsland des Kaffees. 2026 unterstützt die Melitta Gruppe gemeinsam mit der Kinderrechtsorganisation Plan International Projekte zur Stärkung von Ernährungssicherheit, Bildung und Chancengleichheit in Äthiopien und Honduras.



In der Manufaktur wartet der Rohkaffee sortenrein auf seinen Weg in den Röster.

Alfred und die Kunst des Röstens

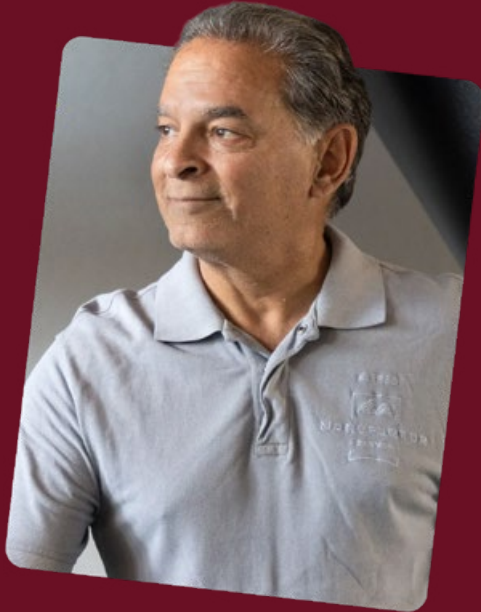
Einer, der den Charakter jeder Bohne mit viel Erfahrung herausarbeitet, ist der Manufaktur-Röstmeister Alfred Liere. Seine Verbindung zum Kaffee reicht weit zurück: Seit sein Vater vor rund 50 Jahren eine Kaffeeplantage kaufte, begleitet ihn das Getränk und seine vielfältige Aromawelt. „Ich habe schon immer mit Kaffee zu tun gehabt. Dass ich heute Kaffee aus Guatemala, meinem Land, selbst rösten darf, macht mich besonders stolz“, erklärt er.



Am Trommelröster zählt jedes Detail: Temperatur, Luftzufuhr und Bewegung der Bohnen.

Bevor die Bohnen in den Röster kommen, prüft Alfred jeden Rohkaffee sorgfältig – optisch und sensorisch. Anschließend entwickelt er für jede Sorte ein individuelles Röstprofil. Im traditionellen Langzeit-Trommelröstverfahren röstet er die Bohnen bei 200 bis 220 Grad Celsius bis zu 20 Minuten. Dabei passt er Temperatur, Luftzufuhr und die Bewegung der Bohnen immer wieder neu an.

Jede Kaffeesorte stellt ihn vor eine neue Aufgabe. Mit langjähriger Erfahrung und dem richtigen Gespür entscheidet Alfred, wie sich ihre Aromen am besten entfalten – echte Handwerkskunst, die den Charakter jedes Kaffees hervorhebt. „Wenn Kaffee sorgfältig aufbereitet wird, wenn man hört, wie die Bohnen knacken, sieht, wie sie sich entfalten, und schließlich ihr Aroma schmeckt – genau dann entsteht für mich guter Kaffee“, beschreibt er.



„Ich habe schon immer mit Kaffee zu tun gehabt. Dass ich heute Kaffee aus Guatemala, meinem Land, selbst rösten darf, macht mich besonders stolz.“

Alfred Liere, Röstmeister der Melitta® Manufaktur

Circle

Was hat ein Müllbeutel in Deutschland mit einer Milchtüte in Indien zu tun? Mehr, als man auf den ersten Blick vermuten würde. Denn beides kann Teil desselben Kreislaufs sein. Das zeigt die Reise eines Kunststoffs – von der Mülltrennung über Recycling und Produktion bis hin zu einem neuen Leben als Müllbeutel der Marken Swirl® und handy bag®.

of Life

Wer denkt schon darüber nach, woher ein Müllbeutel kommt? Meist verschwindet er hinter seiner Funktion: Er sammelt, transportiert und entsorgt. Doch bei den Müllbeuteln von Swirl® und handy bag®, zwei Marken der Unternehmensgruppe, steckt weit mehr dahinter. Sie werden mit 100 Prozent recyceltem Plastik hergestellt (ausgenommen Verschluss, Farb- und Zusatzstoffe) und zeigen, wie aus Abfall wieder ein wertvoller Rohstoff wird – und wie Kreislaufwirtschaft im Alltag funktionieren kann.

Station 1

Mülltrennung



Plastikprodukte sind aus unserem Alltag kaum wegzudenken, denn sie sind vielseitig einsetzbar, langlebig und hygienisch. Zur Herausforderung werden sie vor allem dann, wenn sie nach der Nutzung nicht im Kreislauf gehalten werden.

Landen Verpackungen im Restmüll, werden sie meist verbrannt, sodass lediglich ihr Heizwert genutzt wird. Korrekt gesammelt, können sie in Sortieranlagen erfasst und recycelt werden – inklusive des Müllbeutels. Dadurch kann die Lebensdauer des Kunststoffes verlängert werden.

Die Mülltrennung ist eine Grundlage jeder funktionierenden Kreislaufwirtschaft – auch wenn sich der Mythos hartnäckig hält, am Ende werde ohnehin alles zusammengeworfen. Damit Kunststoffe nach der Sammlung hochwertig recycelt werden können, müssen Unternehmen Produkte und Verpackungen von Anfang an so gestalten, dass sie sich in unterschiedlichen Sammel- und Recyclingsystemen effizient sortieren und verwerten lassen. Nur wenn Industrie, Entsorgungswirtschaft und Verbraucherinnen und Verbraucher gemeinsam ihren Beitrag leisten, können mehr Kunststoffe recycelt und wertvolle Rohstoffe im Kreislauf gehalten werden.



Richtig recyceln

- **Plastik nicht in den Restmüll** – sonst gehen wertvolle Rohstoffe für das Recycling verloren
- **Restmüll raus aus der Wertstofftonne** – Fehlwürfe erschweren die Verwertung von Kunststoffen
- **Lokale Regeln beachten** – Entsorgungssysteme unterscheiden sich je nach Region
- **Den richtigen Müllbeutel verwenden** – helle und transparente Beutel eignen sich in der Regel für Verpackungsabfälle



Station 2

Recycling in Europa



Von der Abfalltonne gelangen die gefüllten Müllbeutel über Müllsammelfahrzeuge in Sortieranlagen. Dort werden sie zunächst von Hand oder mit Maschinen nach Materialarten getrennt und von groben Fremdstoffen befreit. Moderne Anlagen setzen zusätzlich Kameras sowie Infrarottechnik ein, um unterschiedliche Kunststoffe zuverlässig zu erkennen. Je sorgfältiger die Sortierung und Reinigung, desto gleichmäßiger und hochwertiger ist später das Endmaterial.

Im nächsten Schritt wird das Material zerkleinert, gewaschen und getrocknet, sodass Schmutz und Rückstände entfernt werden. Danach gelangt es in sogenannte Extruder, Anlagen, in denen der Kunststoff erhitzt, geschmolzen und unter Druck neu geformt wird. Die flüssige Kunststoffmasse wird anschließend durch feine Öffnungen gepresst und zu Granulat geformt, das als Rohstoff für neue Produkte dient.



Station 3

Fair Recycled Plastic



Recycling ist weltweit unterschiedlich organisiert und geprägt von den jeweiligen infrastrukturellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Das zeigt ein Blick nach Bangalore in Indien. In der Millionenmetropole fallen täglich Tausende Tonnen Abfall an. Vieles davon landet auf Straßen, auf illegalen Deponien oder in der Natur. Eine wichtige Rolle spielen deshalb die sogenannten Waste Picker. Sie sammeln wiederverwertbare Materialien und bringen Rohstoffe zurück in den Kreislauf.

Hier setzt Fair Recycled Plastic an – ein Social Business, das die Melitta Gruppe gemeinsam mit der Yunus Social Business Fund GmbH gegründet hat. Ziel ist es, Kunststoffabfälle zu verwerten, Umweltverschmutzung zu reduzieren und gleichzeitig die Lebensbedingungen für rund 2.000 Waste Picker und ihre Familien zu verbessern.

Im indischen Recyclingwerk werden vor allem gebrauchte Milchtüten aus LDPE (Low Density Polyethylene) recycelt. Gemeint sind nicht die in Deutschland üblichen Getränkekartons, sondern Kunststoffbeutel, wie sie in vielen Ländern außerhalb Europas für Milch verwendet werden. Der Kunststoff ist reißfest und flexibel – ideal für die Herstellung von Müllbeuteln.



„Ich freue mich sehr dazu beizutragen, ein sehr ernstes Problem zu lösen: die Umweltverschmutzung durch Kunststoffabfälle. Durch meine Ausbildung kenne ich die Vielseitigkeit von Kunststoffen. Deshalb wollte ich Teil eines grundlegenden Wandels in der Produktion von Kunststoffprodukten sein. Denn: Nicht das Plastik selbst ist das Problem, sondern die Art, wie wir damit umgehen.“

Ashutosh Singh, Country Manager für die Aktivitäten von Fair Recycled Plastic in Indien



„Ich bin stolz, zum Erfolg von Fair Recycled Plastic beizutragen und bin überzeugt, dass das unsere Zukunft ist: Mit jedem Granulat, das wir in die Produktion integrieren, leisten wir einen Beitrag zum Umweltschutz und verbessern die Lebensbedingungen der Menschen in Indien. Das entspricht den Werten von Cofresco und meinen persönlichen Überzeugungen.“

Tomasz Rapicki, Qualitätsmanager bei Cofresco in Polen

Station 4

Produktion



Schließlich findet das Granulat aus Europa und Indien seinen Weg in das Cofresco Werk in Polen. Seit 2025 läuft die Produktion überwiegend mit Grünstrom (2025: 18 Mio. kWh Grünstrom, 4 Mio. kWh konventioneller Strom). Jede Produktlinie bekommt ihre eigene, exakt abgestimmte Materialmischung – so auch der klassische Swirl® Zugband-Müllbeutel. Dieser besteht aus einer Kombination von in Indien gewonnenem sowie europäischem Recyclingmaterial, wobei die Anteile je nach Materialverfügbarkeit leicht variieren können.

Aus dem Kunststoffgranulat werden Folien, aus den Folien neue Müllbeutel. Hinter diesem Prozess steckt jahrzehntelanges Material-Know-how: Während die Forschung und Entwicklung am Hauptsitz der Melitta Gruppe in Minden kontinuierlich an neuen Rezepturen und höherer Materialeffizienz arbeitet, testen Engineering Teams in Polen die Formulierungen direkt auf den Produktionsanlagen.





Station 5

Wiederverwendung

Am Ende landet der Müllbeutel wieder dort, wo seine Geschichte für die meisten Menschen beginnt: im Haushalt oder am Arbeitsplatz. Dort sammelt er Verpackungen, Abfälle und Dinge, die nicht mehr gebraucht werden. So wird er selbst Teil eines Kreislaufs, der immer wieder von vorn beginnt.

Dabei besteht jeder einzelne Müllbeutel – mit Ausnahme von Zugband, Farbstoffen und Additiven – aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff. Das reduziert den Bedarf an neuen Kunststoffen aus fossilen Rohstoffen. Zugleich ist der Müllbeutel reißfest, hält dicht und funktioniert zuverlässig. Das zeigt, dass nachhaltige Prozesse und hohe Qualität kein Widerspruch sein müssen – ein Verständnis, das die Melitta Gruppe in alle Bereiche überträgt.



02

Die Melitta Gruppe

Für den Alltag gemacht	39
Unsere Geschäftsfelder	40
International zuhause	42
Gemeinsam stark	44
Die Unternehmens- und Zentralbereiche	46

Für den Alltag gemacht

Ob morgens beim ersten Kaffee, im Meeting mit Kolleginnen und Kollegen, beim Cappuccino im Lieblings-café, beim Kochen und Backen zuhause oder beim Aufräumen danach – Millionen Menschen kommen Tag für Tag mit unseren Produkten in Berührung.

Hinter all diesen Produkten steht derselbe Anspruch: den Alltag der Menschen einfacher, komfortabler und besser zu machen. Und ganz besondere Genussmomente zu schaffen. Daran hat sich seit mehr als 100 Jahren nichts geändert.

Als Melitta Bentz 1908 den Kaffeefilter erfand, legte sie den Grundstein für ein Familienunternehmen, das sich bis heute seine Unabhängigkeit und seine Liebe zum Kaffee bewahrt hat. Was mit einer einzigen Idee begann, wurde durch zahlreiche wegweisende Innovationen zu einer internationalen Unternehmensgruppe, die seit vielen Jahrzehnten zu den bedeutendsten Markenartikelherstellern Deutschlands zählt.

Kaffee ist die Wurzel und der Kern unseres Leistungsangebots. Von der Bohne bis zur Tasse. Aber auch jenseits von Kaffee und Kaffeezubereitung erschließen wir uns zukunftsfähige Geschäftsmodelle und verbinden Unternehmer- und Erfindergeist mit dem Ziel, jeden Tag verlässlich Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden zu schaffen.

Unser Erfolg basiert auf einem klaren Anspruch: höchste Qualität, unternehmerisches Denken, den Mut zu Innovationen und die Bereitschaft, Veränderungen als Chance zu begreifen. Mit rund 5.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an 59 Standorten in 19 Ländern entwickeln wir Produkte und Dienstleistungen, denen Verbraucherinnen und Verbraucher ebenso wie gewerbliche Kunden in mehr als 100 Märkten weltweit vertrauen.

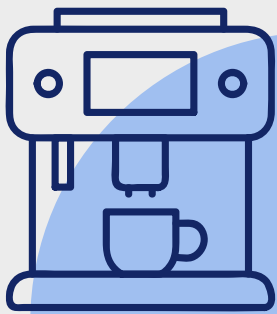
Unsere Geschäftsfelder

Von der Kaffeebohne bis zum Kaffeevollautomaten.
Von der Frischhaltefolie bis zum Müllbeutel. Vom
Staubsaugerbeutel bis zu Verpackungsmaterialien.
Ob zuhause oder im beruflichen Umfeld – mit
unseren Produkten und Dienstleistungen begleiten
wir sowohl Verbraucherinnen und Verbraucher als
auch gewerbliche Kunden durch ihren Alltag.

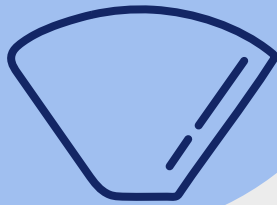
Um diese Vielfalt übersichtlich zu bündeln, gliedern
wir unsere Aktivitäten in drei Geschäftsfelder:

Kaffee

Kaffee ist für uns weit mehr als ein Getränk. Er steht für Genuss, Qualität und besondere Momente. Unser Sortiment reicht vom klassischen Filterkaffee über ganze Bohnen bis hin zu Pads und Kapseln.



Kaffee- zubereitung



Perfekter Kaffee braucht die passende Zubereitung. Deshalb entwickeln wir Lösungen für Kaffeegenuss – von Filterkaffeemaschinen und Kaffeemühlen bis hin zu Kaffeevollautomaten und professionellen Wasserspendern.

Haushalts- produkte

Kleine Lösungen machen den Alltag oft ein großes Stück einfacher. Unsere Haushaltsprodukte unterstützen dabei, Lebensmittel frisch aufzubewahren und zuzubereiten, Abfälle hygienisch zu entsorgen und viele Handgriffe zu erleichtern.



International zuhause

Die Welt ist unser Zuhause – und jeder Markt hat seine eigenen Besonderheiten. Was in Brasilien als perfekter Kaffee gilt, unterscheidet sich von den Erwartungen deutscher Verbraucherinnen und Verbraucher. In China wird Kaffee anders zubereitet als in Nordamerika. Und auch beim Frischhalten und Zubereiten von Lebensmitteln unterscheiden sich die Gewohnheiten und Anforderungen von Land zu Land.

Gerade diese Unterschiede machen unsere internationale Aufstellung so wertvoll. Unsere Präsenz vor Ort ermöglicht es uns, Produkte und Lösungen nah an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden zu entwickeln, gleichzeitig Erfahrungen, Ideen und Innovationen zu teilen und erfolgreiche Lösungen aus einem Markt für andere Märkte nutzbar zu machen.

Die Welt ist unser Zuhause
– und jeder Markt hat seine
eigenen Besonderheiten.

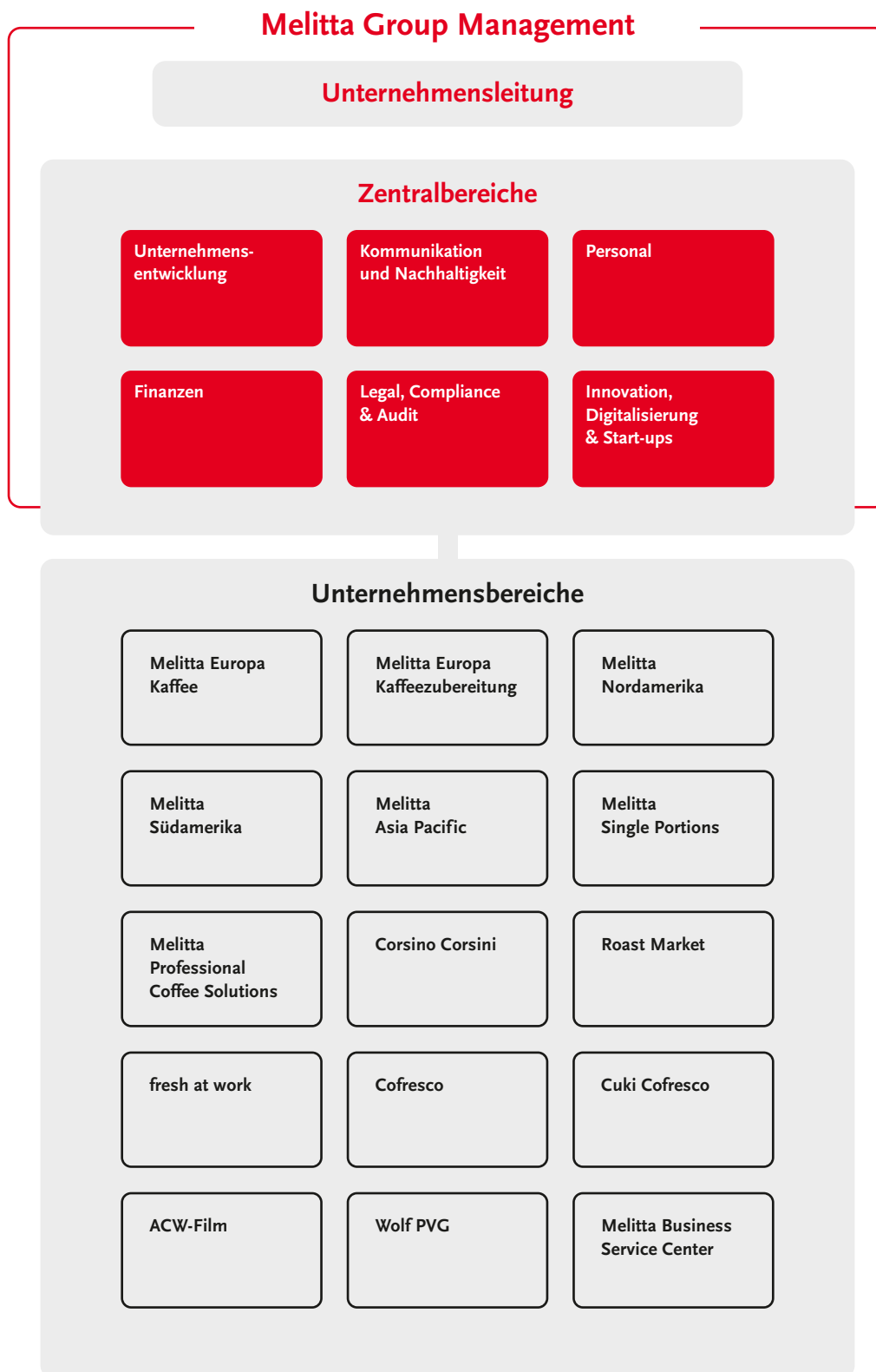


Gemeinsam stark

Gemeinsamer Erfolg entsteht dort, wo Eigenverantwortung und Zusammenarbeit Hand in Hand gehen. Deshalb tragen unsere Unternehmensbereiche die Verantwortung für ihr operatives Geschäft und entwickeln ihre Strategien eigenständig im Rahmen der gruppenweiten Ausrichtung. So können sie flexibel auf die Anforderungen ihrer Märkte reagieren und gleichzeitig von den Kompetenzen und dem Know-how der gesamten Melitta Gruppe profitieren.

Unterstützt werden sie dabei durch die Zentralbereiche, die strategische Themen auf Gruppenebene steuern, gruppenweite Standards entwickeln, Kompetenzen bündeln und die Unternehmensleitung bei der Steuerung der Gruppe unterstützen.

Zu unseren wichtigsten Organisationsprinzipien zählen eine dezentrale Aufstellung und flache Hierarchien und Strukturen, die unternehmerisches Denken und Handeln fördern. Wir schätzen hohe Eigenverantwortlichkeit, den Mut zu Neuem sowie Leidenschaft und Freude. Gemeinsame Werte, vertrauensvolle Zusammenarbeit und die langfristige Perspektive eines Familienunternehmens bilden dabei das Fundament.



Persönlich haftender Gesellschafter der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG: Jero Bentz

Kommanditisten: Dr. Thomas Bentz, Thomas Dominik Bentz, Claudia Tauß, Johannes Tauß, Maximilian Tauß, Jara Bentz, Dr. Stephan Bentz, Eva Maria Bentz, Alexandra Taufmann, Tilman Bentz, Nora Sophie Bentz

Beirat: Joachim Rabe (Vorsitz), Thomas Dominik Bentz, Claudia Tauß, Alastair Bruce, Andreas Ronken, Burkhard Schwenker, Dr. Anna Weber

Die Unternehmens- und Zentralbereiche

Die Melitta Gruppe besteht aus 15 Unternehmensbereichen, die ihre Märkte eigenverantwortlich bearbeiten. Diese Aufstellung ermöglicht es den Unternehmensbereichen, nah an ihren Kundinnen und Kunden sowie den jeweiligen Märkten zu sein. Gleichzeitig profitieren sie von der engen Zusammenarbeit innerhalb der Melitta Gruppe, indem sie gemeinsame Lösungen entwickeln und die Stärke einer internationalen Unternehmensgruppe nutzen.

Unterstützt werden die Unternehmensbereiche von sechs Zentralbereichen, die gruppenweite Standards entwickeln, Kompetenzen bündeln und bereichsübergreifende Projekte vorantreiben. Sie sorgen dafür, dass die Stärken der gesamten Melitta Gruppe wirksam werden und die Unternehmensbereiche sich auf ihr Geschäft und ihre Kundinnen und Kunden konzentrieren können.

Melitta Europa Kaffee

Melitta Europa Kaffee verantwortet das Kaffeegeschäft von Melitta in Europa, Afrika und im Mittleren Osten. Das Sortiment bietet für jeden Geschmack den passenden Kaffeegenuss: Filterkaffee, Ganze Bohnen für Kaffeevollautomaten und frisches Mahlen, Pad-Sortimente und Kapseln für die Einzeltassen-Zubereitung, Spezialitätenkaffees aus der Melitta® Manufaktur sowie Instant-Kaffee. Die Kaffeemarke Melitta® steht in mehr als 60 Ländern für Kaffeegenuss und gehört zu den bekanntesten, meistgekauften und umsatzstärksten Kaffeemarken.



„2025 haben wir wichtige Voraussetzungen für unser weiteres Wachstum geschaffen. Mit dem Ausbau unserer Marktpositionen in zahlreichen strategischen Regionen blicken wir zuversichtlich auf das kommende Jahr.“

Matthias Rensch, Melitta Europa Kaffee

Melitta Europa Kaffeezubereitung

Melitta Europa Kaffeezubereitung entwickelt, produziert und vermarktet Qualitätsprodukte für die Filtertüten® in privaten Haushalten unter der Marke Melitta®. Hierzu zählen Kaffeefilter, Handfilter, Filterkaffeemaschinen, Kaffeemühlen, Wasserkocher und Kaffeevollautomaten für die Zubereitung von Kaffeespezialitäten zuhause. Mit seinen Produkten, die durch hohe Qualität vollkommene Genusserlebnisse garantieren, besetzt der Unternehmensbereich führende Positionen in zahlreichen Ländern der Welt.

„2025 war für uns ein Jahr voller Meilensteine, die wichtige Impulse gesetzt haben: Wir haben unser Kaffeefiltersortiment neu positioniert, 60 Jahre Filterkaffeemaschinen gefeiert und unsere Marktpositionen in einem anspruchsvollen Marktumfeld gut behaupten können.“

Sven Neuhaus, Melitta Europa Kaffeezubereitung



Melitta Nordamerika

Melitta Nordamerika bietet hochwertigen Röstkaffee, Kaffeefilter und Pour-Over-Brühsysteme für Endverbraucher und den Business-to-Business-Markt an. Die Produkte werden vor allem in den USA und Kanada vermarktet, wo die Marke Melitta® für herausragende Qualität bekannt ist.

„Insbesondere im B2B-Geschäft sehen wir viele Wachstumschancen, die wir nutzen wollen. Mit dem M-Lab, neuen internationalen Partnerschaften und innovativen Cold- und Concentrate-Coffee-Konzepten haben wir 2025 hierfür wichtige Voraussetzungen geschaffen.“



Martin T. Miller, Melitta Nordamerika

Melitta Südamerika

Melitta Südamerika bietet ein breites Sortiment für den Kaffeegenuss an, darunter gerösteten und gemahlene Kaffee, Kaffee kapseln, Instantkaffee sowie Produkte zur Kaffeezubereitung wie Filterpapier. Der Geschäftsbereich betreibt drei Produktionsstätten in Brasilien, darunter zwei Kaffeeröstereien und eine Papierfabrik. Im Markt ist das Kaffeesortiment bekannt für seinen hervorragenden Geschmack und eine große Vielfalt an Mischungen, während das Filterpapier eine schnelle Filterung mit einer ausgezeichneten Aromenentfaltung verbindet.



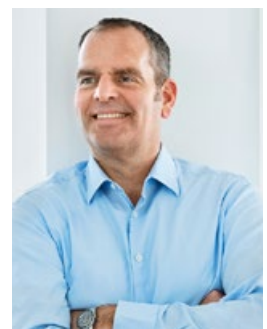
„Südamerika bietet uns weiterhin große Wachstumschancen – insbesondere in Brasilien. Mit der Akquisition von Baristo haben wir uns 2025 den Zugang zum Out-of-Home-Kaffeemarkt in Brasilien geschaffen und können künftig noch mehr Leistungen aus einer Hand anbieten.“

Marcelo Barbieri, Melitta Südamerika

Melitta Asia Pacific

Melitta Asia Pacific ist für die B2C- und B2B-Aktivitäten von Melitta auf dem chinesischen Markt verantwortlich. Im B2C-Geschäft bietet der Geschäftsbereich sowohl lokal produzierten als auch importierten Kaffee sowie Produkte zur Kaffeezubereitung an. Die B2B-Aktivitäten konzentrieren sich auf die Deckung des professionellen Bedarfs an Maschinen, Kaffeeprodukten, Dienstleistungen und Konzepten für den Außer-Haus-Bereich. In China ist Melitta als Marke für hochwertige Kaffeeprodukte und Kaffeezubereitungsgeräte bekannt.

„Unser Ziel ist es, im dynamischen chinesischen Markt noch näher am Kunden zu sein und auf seine spezifischen Bedürfnisse einzugehen. Dafür bauen wir unser lokales Kaffeeportfolio konsequent aus – 2025 unter anderem mit neuen Produkten für unsere B2C- und B2B-Kunden.“



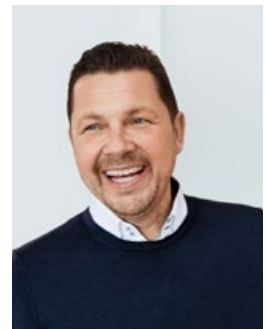
Oliver Heppener, Melitta Asia Pacific

Melitta Single Portions

Melitta Single Portions ist innerhalb der Melitta Gruppe für Produkte rund um die Heißgetränkezubereitung in Form der Einzelportionierung zuständig. Seit 2019 bietet der Unternehmensbereich mit Avoury® einzelportionierten Tee im Premium-Sortiment an. Kern des Portfolios sind die Avoury One® Teemaschine und mehr als 30 zertifizierte Premium-Teesorten in der Avoury® TeaCycle Cap®. Per Knopfdruck entstehen so Genussmomente in höchster Qualität.

„Die Bekanntheit von Avoury® hat auch 2025 weiter zugenommen. Mit der neuen Body & Mind Range und zusätzlichen Teesorten haben wir im vergangenen Geschäftsjahr wichtige Akzente gesetzt, um neue Zielgruppen anzusprechen und unsere Marktposition zu stärken.“

Holger Feldmann, Melitta Single Portions



Melitta Professional Coffee Solutions

Melitta Professional Coffee Solutions ist weltweiter Partner für die professionelle Heißgetränkezubereitung im Außer-Haus-Markt. Zum Leistungsspektrum gehören Kaffeemaschinen, Kaffees, technische Services, digitale Lösungen und Finanzierungen im Standard- und Individualgeschäft. Die Kompetenzen des Unternehmensbereichs reichen von der Entwicklung und Produktion professioneller Kaffeemaschinen über die Entwicklung und den Vertrieb besonderer Kaffee-, Kakao- und Teesortimente bis hin zum Kundenservice vor Ort und zur Entwicklung digitaler Lösungen.



„2025 haben wir mehrere wegweisende Innovationen im Markt eingeführt. Hierzu zählen der Verkaufsstart neuer Kaffeevollautomaten sowie das Angebot innovativer Digitallösungen für Kaffeesysteme in hochfrequentierten Einsatzbereichen wie Tankstellen, Convenience Stores oder Quick-Service-Restaurants.“

Günther Klatt, Melitta Professional Coffee Solutions

Corsino Corsini

Corsino Corsini stellt seit 1950 in der Toskana hochwertige Kaffeespezialitäten her und verwendet dabei Bohnen aus allen Kaffeeanbauländern. Unter den Marken Caffè Corsini® und Compagnia dell'Arabica® vertreibt der Unternehmensbereich ganze Bohnen, gemahlene Kaffee und Einzelportionen in Italien sowie in 60 weiteren Ländern. Darüber hinaus bietet Corsino Corsini Kaffeeprodukte für die Gastronomie, insbesondere für Bars und Hotels in der Toskana und den angrenzenden Regionen.

„Die wachsende Nachfrage nach hochwertigen Spezialitätenkaffees eröffnet uns neue Potenziale. Diese wollen wir nutzen – mit starken Marken, italienischer Kaffeekompetenz und in enger Zusammenarbeit mit anderen Unternehmensbereichen der Melitta Gruppe.“

Patrick Hoffer, Corsino Corsini



Roast Market

Roast Market ist ein führender Online-Kaffee-Fachhändler für Kaffee und Barista-Zubehör. Das Sortiment umfasst mehr als 3.000 Artikel von über 100 Röstereien und mehr als 50 Zubehör- und Maschinenlieferanten. Roast Market betreibt eigene Webshops für den deutschen, den österreichischen und den niederländischen Markt und ist positioniert als E-Commerce-Plattform für Liebhaber qualitativ hochwertiger Kaffeeprodukte. Zudem unterhält das Unternehmen einen Flagship Store in Frankfurt am Main.

„Internationale Expansion und operative Exzellenz gingen für uns 2025 Hand in Hand. Mit neuen Märkten sowie Investitionen in Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Logistik schaffen wir die Grundlage für profitables Wachstum.“

Matthias Sickinger, Roast Market



fresh at work

fresh at work bietet einen umfassenden Service für die Versorgung mit Kaffee und Wasser am Arbeitsplatz an. Hierzu zählen die Bereitstellung und Wartung der Maschinen sowie die Belieferung mit Kaffeebohnen, Milch- und Schokoladenpulver. Von seinen Mitbewerbern unterscheidet sich fresh at work durch einfache, transparente und kurzfristig kündbare Verträge, durch exzellente Servicequalität und umfassende Reparaturleistungen.

„Das Geschäftsjahr 2025 war für uns sehr erfolgreich. 2026 wollen wir mit dem Markteintritt in Spanien, einer KI-gestützten Microlearning-Plattform und einem noch stärkeren digitalen Auftritt diesen Erfolg weiter steigern.“



Alexander Busse, fresh at work

Cofresco

Cofresco ist Europas führender Hersteller von Markenprodukten im Bereich Haushaltsfolien für zuhause und in der professionellen Küche. Hierzu zählen Produkte für das Frischhalten, Zubereiten und Einfrieren von Lebensmitteln, für das Verstauen sowie für das Entsorgen von Abfällen. Im B2C-Bereich ist der Unternehmensbereich mit seinen Marken Toppits®, Albal®, BacoFoil®, handy bag® und Swirl® in fast allen europäischen Ländern präsent. Im B2B-Bereich ist Cofresco vor allem mit den Marken Wrapmaster® und Caterwrap® bekannt.

„Unser Foodservice-Geschäft hat sich 2025 in zahlreichen strategischen Märkten sehr erfolgreich entwickelt. Diesen Wachstumskurs wollen wir fortsetzen – mit weiteren Investitionen in unsere internationale Präsenz und einer stärkeren Wahrnehmung der Marke Wrapmaster®.“

Oliver Strelecki, Cofresco



Cuki Cofresco

Cuki Cofresco stellt Lebensmittelverpackungen, Einwegbehälter und Folien zur Lebensmittelkonservierung her. Mit seinen über 4.000 Produkten richtet sich der Unternehmensbereich sowohl an Endverbraucher als auch an gewerbliche Kunden. Eine marktführende Position nimmt Cuki Cofresco mit seinen Marken Cuki® und Domopak® in Italien ein.

„2025 stand für uns im Zeichen einer gezielten Weiterentwicklung des internationalen B2B-Geschäfts. Große Erfolge sind uns in der französischsprachigen Region und in ausgewählten europäischen Märkten gelungen. Dort haben wir unsere Marktpräsenz weiter gefestigt.“



Stefano Camera, Cuki Cofresco

ACW-Film

ACW-Film entwickelt und produziert hochwertige flexible Verpackungsfolien sowie Verpackungspapiere für die Konsumgüterindustrie in Deutschland und Europa. Der Unternehmensbereich liefert – teilweise im Just-in-Time-Verfahren – Folien, Folienverbunde, vollständig recyclingfähige Verbunde bzw. Monostrukturen, Papiere und Papierverbunde für die spezialisierten Verpackungsanlagen seiner Kunden.

„2025 haben wir unser Portfolio an Verpackungslösungen mit innovativen Monomaterial-Konzepten gezielt erweitert. Damit unterstützen wir unsere Kunden auf dem Weg zu mehr Kreislauffähigkeit und wollen unsere Marktposition 2026 weiter ausbauen.“

Markus Wielens, ACW-Film



Wolf PVG

Wolf PVG ist ein hochspezialisierter Systemlieferant rund um den Staubsauger und die industrielle Filtertechnik. Zum Produktspektrum gehören Staubsaugerbeutel, Staubsaugerdüsen, Halteflansche für Staubsaugerbeutel und Luftfilter. Die Produkte werden sowohl für die Industrie als auch für das eigene Endverbrauchergeschäft entwickelt und gefertigt. Unter den Kernmarken Swirl® und Worwo® vertreibt Wolf PVG Staubsaugerbeutel, Staubsaugenzubehör und Produkte der Reinigungssparte für private Haushalte in Europa. Darüber hinaus werden hochqualitative Meltblown- und Verbundmaterialien und Filter für verschiedenste Luftfiltrationsanwendungen gefertigt.



„Um unseren Kunden künftig ein noch umfassenderes Leistungsangebot zu bieten, haben wir 2025 beschlossen, Wolf PVG und Cofresco zusammenzuführen. Denn so bündeln wir unsere Kompetenzen, nutzen Synergien und bieten unseren Kunden noch höheren Mehrwert.“

Oliver Strelecki, Wolf PVG

Melitta Business Service Center

Das Melitta Business Service Center bündelt Aufgaben und Services auf Gruppenebene. Hierzu gehören neben der Gestaltung der operativen Personal- und Buchhaltungsprozesse das Controlling, der strategische Einkauf, das Business Process Management und die IT. Ziel ist es, die Prozesse und Systeme der Gruppe zu vereinfachen, zu vereinheitlichen und so auszurichten, dass die Flexibilität und Effizienz der Unternehmensgruppe erhöht und die Voraussetzungen für eine durchgängige Digitalisierung unter hohen Sicherheitsstandards geschaffen werden.

„Als Partner der Unternehmens- und Zentralbereiche hat das Melitta Business Service Center auch 2025 wichtige Zukunftsthemen vorangetrieben – von der Weiterentwicklung der globalen IT-Landschaft über den Ausbau der Cyber Security bis zur verstärkten Nutzung Künstlicher Intelligenz.“

Stefanie Bohnhorst, Melitta Business Service Center



Zentralbereich Innovation, Digitalisierung & Start-ups

Der Zentralbereich Innovation, Digitalisierung & Start-ups beschäftigt sich mit dem Erkennen und Nutzen von Chancen, die sich aus Veränderungen im Marktumfeld, Trends und neuen Technologien ergeben. Er unterstützt die Unternehmensbereiche bei Innovationen und der digitalen Transformation und entwickelt neue Ansätze und Geschäftsmodelle für die Melitta Gruppe. Dabei wird auf das Know-how und die Ressourcen der Teams in der Zentrale und des Inkubators 10X Innovation zurückgegriffen. Zum Aufgabenbereich des Zentralbereichs gehört außerdem die Beteiligung an Start-ups.



**„Mit dem Aufbau eines gruppen-
weiten AI Hubs, dem Ausbau
unserer eigenen KI-Plattform
,Melina‘ sowie der Entwicklung
neuer Geschäftsideen stärken wir
die Zukunftsfähigkeit der Melitta
Gruppe. Die Auszeichnung als Top
Innovator bestätigt unseren Kurs.“**

René Korte, Zentralbereich Innovation, Digitalisierung & Start-ups

Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit

Der Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit unterstützt die Unternehmensleitung in allen Fragen der Kommunikation und der Nachhaltigkeit. Er entwickelt die Kommunikationsstrategie der Melitta Gruppe und setzt sie auf Gruppenebene in der externen und internen Kommunikation sowie in den Bereichen Sponsoring und Events um. In seinem Verantwortungsbereich liegen außerdem die strategische Ausrichtung, Berichterstattung und Koordination der gruppenweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie die Verankerung von Nachhaltigkeit in der globalen Geschäftsstrategie. Der Zentralbereich verantwortet außerdem die strategische Ausrichtung und Umsetzung der gruppenweiten Sportsponsoring-Aktivitäten. In Zusammenarbeit mit den zuständigen Einheiten übernimmt der Bereich das Management der betrieblichen Immobilien der Gruppe.

Zentralbereich Finanzen

Der Zentralbereich Finanzen verantwortet die Finanzstrategie und das Finanzmanagement der Unternehmensgruppe. Er ist Teil der globalen Finanzorganisation und unter anderem verantwortlich für die Finanzierung und das wertorientierte Steuerungssystem der Gruppe. Zu den wesentlichen Aufgaben gehören die Planung und die Steuerung der gruppenweiten Cashflows, die Transformation der Finanzorganisation und das Finanzmanagement der Gruppe sowie des Financial Reporting auf der Basis einheitlicher Standards, Prozesse, Daten und Systeme. Der Zentralbereich verantwortet die drei Bereiche Corporate Finance, Taxes und FP&A, Accounting sowie das globale Versicherungsmanagement. Für die Unternehmens- und Zentralbereiche werden Dienstleistungen zur finanzwirtschaftlichen Unterstützung und Trainings angeboten. Darüber hinaus ist er für die operative Koordination und Steuerung von M&A-Projekten und Kooperationen zuständig.

„2025 haben wir die Finanzierungsstruktur der Melitta Gruppe neu aufgestellt und die Voraussetzungen für eine schnellere und effizientere Finanzsteuerung geschaffen. Damit haben wir die finanzielle Robustheit der Gruppe in volatilen Märkten weiter gestärkt.“

Jochen Emde, Zentralbereich Finanzen



Zentralbereich Personal

Der Zentralbereich Personal gestaltet die strategischen, strukturellen und regulatorischen Rahmenbedingungen für die Personalarbeit in der Melitta Gruppe. Seine Aufgabe ist es, übergreifende Leitlinien, Standards und Instrumente zu entwickeln, die eine konsistente, zukunftsorientierte und an den Unternehmenszielen ausgerichtete Personalarbeit in allen Gesellschaften der Gruppe ermöglichen. Dabei versteht sich der Zentralbereich nicht als Ersatz für die operativen Personaleinheiten in den einzelnen Legal Entities, sondern als steuernde, koordinierende und impulsgebende Funktion auf Gruppenebene. Zu den weiteren Aufgaben zählen zudem das Setzen von Impulsen für die Weiterentwicklung von Organisation, Führung, Zusammenarbeit und Unternehmenskultur sowie die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität der Melitta Gruppe.

Zentralbereich Legal, Compliance & Audit

Der Zentralbereich Legal, Compliance & Audit hat die strategische Aufgabe, die Geschäftstätigkeit der Melitta Gruppe mit Blick auf die Einhaltung geltender Gesetze und regulatorischer Vorschriften zu ermöglichen. Der Rechtsbereich unterstützt die Unternehmensleitung, die anderen Zentralbereiche sowie die Unternehmensbereiche in allen Rechtsfragen, insbesondere in den Bereichen Wettbewerbsrecht, Wirtschafts- und Vertragsrecht, Gesellschaftsrecht sowie gewerblicher Rechtsschutz und Datenschutzrecht. Compliance und Interne Revision sind wesentliche Elemente des internen Kontroll- und Steuerungssystems, das die Einhaltung gesetzlicher und regulatorischer Bestimmungen sowie unternehmensinterner Richtlinien sicherstellt.



„Im Fokus des vergangenen Geschäftsjahrs stand die Weiterentwicklung unserer Compliance-Systeme sowie die Begleitung zahlreicher neuer regulatorischer Anforderungen. Damit sind wir heute noch besser aufgestellt, um die wachsende Komplexität der Vorgaben effizient zu beherrschen.“

Dr. Philipp Giesen, Zentralbereich Legal, Compliance & Audit

Zentralbereich Unternehmensentwicklung

Der Zentralbereich Unternehmensentwicklung befasst sich mit der strategischen Ausrichtung der Melitta Unternehmensgruppe und ihrer einzelnen Unternehmensbereiche. Er unterstützt die Unternehmensleitung bei der Weiterentwicklung der Gruppenstrategie und die Unternehmensbereiche bei der Umsetzung ihrer Strategieprojekte sowie bei der Geschäftssteuerung und Umsetzung wesentlicher Projekte. Dazu werden Trends und Entwicklungen am Markt beobachtet, strategische Optionen bewertet und Strategieprogramme entwickelt. Der Zentralbereich gliedert sich in die Abteilungen Gruppenstrategie, Beteiligungsmanagement und Planungs- und Berichtswesen sowie Brand Coordination.

„Bei der Umsetzung unserer Strategie Melitta 2033 haben wir wichtige Meilensteine erreicht – unter anderem mit Maßnahmen zur weiteren Internationalisierung und zum Ausbau unseres D2C-Geschäfts. Das Ziel: zusätzliche Wachstumschancen für die Melitta Gruppe zu erschließen.“

Günther Klatt, Zentralbereich Unternehmensentwicklung



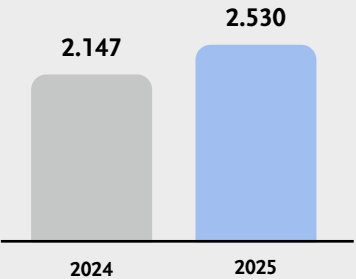
Das Geschäfts- jahr

Die Melitta Gruppe in Zahlen	61
Geschäftsentwicklung	62
Mitarbeitende	68
Innovation	70
Internationalisierung	72
Digitalisierung	74

Die Melitta Gruppe in Zahlen

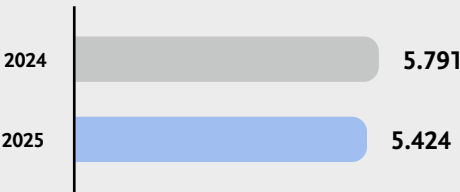
Umsatz

(in Mio. Euro)



Mitarbeitende

(im Jahresdurchschnitt)

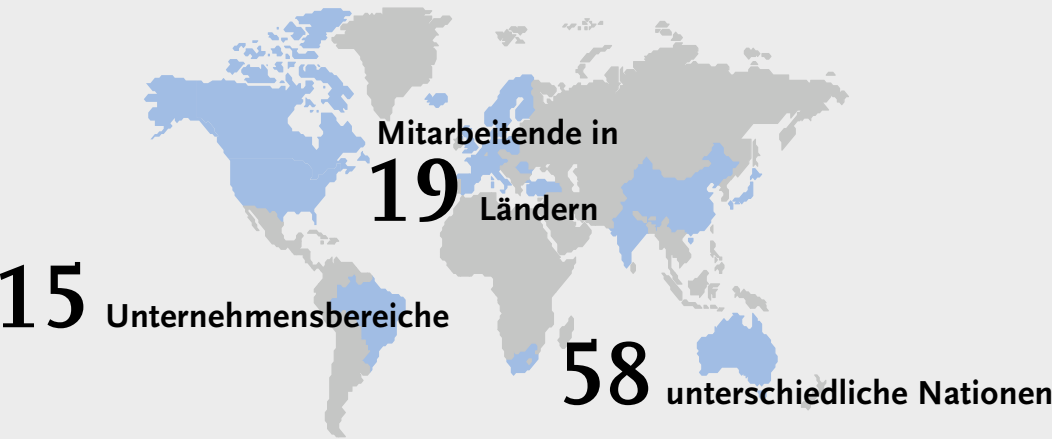


Umsätze der Segmente*

(in Mio. Euro)

Segment	2025	2024
Coffee Europe	753	482
South America	671	534
North America	170	159
Professional	260	267
Household Europe	647	673
Others & Services	29	32
Gesamt	2.530	2.147

* Exklusive konzerninterne Umsätze mit anderen Segmenten.



Geschäftsentwicklung

Starke Marken, führende Positionen

Die Melitta Gruppe verfolgt seit ihrer Gründung ein klares Ziel: mit innovativen Produkten den Alltag von Menschen einfacher und genussvoller zu machen. Grundlage dafür sind ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden sowie starke Marken. Sie geben Orientierung, schaffen Vertrauen und stehen für Lösungen, die im Alltag verlässlich funktionieren – zuhause ebenso wie im professionellen Einsatz.

Dieser Anspruch prägt die Melitta Gruppe bis heute – im Kaffeegeschäft ebenso wie in der Kaffeezubereitung und bei Haushaltsprodukten. In allen drei Geschäftsfeldern ist es das Ziel, führende Positionen einzunehmen und diese kontinuierlich auszubauen.



Marktführende Positionen im Geschäftsjahr 2025

- Weltmarktführer im Kaffeefiltergeschäft
- Marktführer in Europa mit Haushaltsfolien und -produkten – unter anderem unter den Marken Toppits® und Swirl®
- Marktführende Position mit Kaffeeprodukten in Deutschland und Brasilien, den zweit- und drittgrößten Kaffeemärkten der Welt

Dass die Melitta Gruppe in vielen Ländern und Märkten so erfolgreich positioniert ist, liegt auch an ihrem Anspruch, regionale Unterschiede, Erwartungen und Gewohnheiten genau zu verstehen und im Produktportfolio gezielt zu berücksichtigen. Heute wird bei der Zubereitung jeder vierten Tasse Röstkaffee weltweit auf Produkte von Melitta zurückgegriffen – sei es in Form von Kaffee, Filtern, Kaffeemaschinen oder anderem Zubehör.

Langfristig und unabhängig wachsen

Als Familienunternehmen denkt die Melitta Gruppe nicht in Quartalen, stattdessen zählt die langfristige und nachhaltige Entwicklung. Unternehmerische Unabhängigkeit hat dabei höchste Priorität. Qualität, Expertise, Geradlinigkeit und Verlässlichkeit prägen deshalb das unternehmerische Handeln der Gruppe.

Gerade in herausfordernden Zeiten wie diesen zeigt sich, wie tragfähig dieser Ansatz ist. Er stärkt die Anpassungsfähigkeit und Widerstandskraft der Melitta Gruppe, gibt Innovationen und neuen Geschäftsmodellen den nötigen Raum und schafft zugleich die Voraussetzung dafür, für Kundinnen und Kunden und Geschäftspartner auch unter schwierigen Bedingungen ein verlässlicher Partner zu bleiben.

Langfristige Wachstumsstrategie

Zentrale Hebel:

- Fokus auf die Geschäftsfelder Kaffee und Kaffe Zubereitung als Wachstumstreiber
- Profitabilität und Stabilität im Geschäftsfeld Haushaltsprodukte
- Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten und Eintritt in neue Märkte
- Stärkung des Markengeschäfts
- Investitionen in neue Kategorien im Kaffeebereich und Chancennutzung im internationalen Kaffeemarkt
- Ausbau der Bereiche Professional und Direct-to-Consumer
- Fortsetzung der Investitionen in Entwicklungsgeschäfte

Herausforderndes Umfeld 2025

Geopolitische Veränderungen, schwankende Preise bei Rohstoffen und Energie sowie hohe Lebenshaltungskosten: Das Jahr 2025 war für die meisten Unternehmen in der Konsumgüterindustrie erneut sehr herausfordernd.

Die Konjunktur entwickelte sich sowohl in Deutschland als auch in anderen europäischen Kernmärkten nur moderat. In Brasilien und China war die wirtschaftliche Entwicklung von vielen Unsicherheiten geprägt. Lediglich die US-Wirtschaft erzielte vergleichsweise hohe Wachstumsraten.

Für kaffeeproduzierende Unternehmen kamen stark schwankende Preise für Rohkaffee erschwerend hinzu: So lag der Börsenpreis für ein Pfund Arabica-Bohnen zu Jahresbeginn bei 3,20 US-Dollar und stieg bis Mitte Februar auf seinen Jahreshöchststand von 4,30 US-Dollar. Nach einem Rückgang auf 2,80 US-Dollar Anfang August kletterte der Preis bis Mitte September erneut auf 4,20 US-Dollar, um zum Jahresende wieder auf 3,30 US-Dollar zu fallen.

Ungebrochenes Wachstum

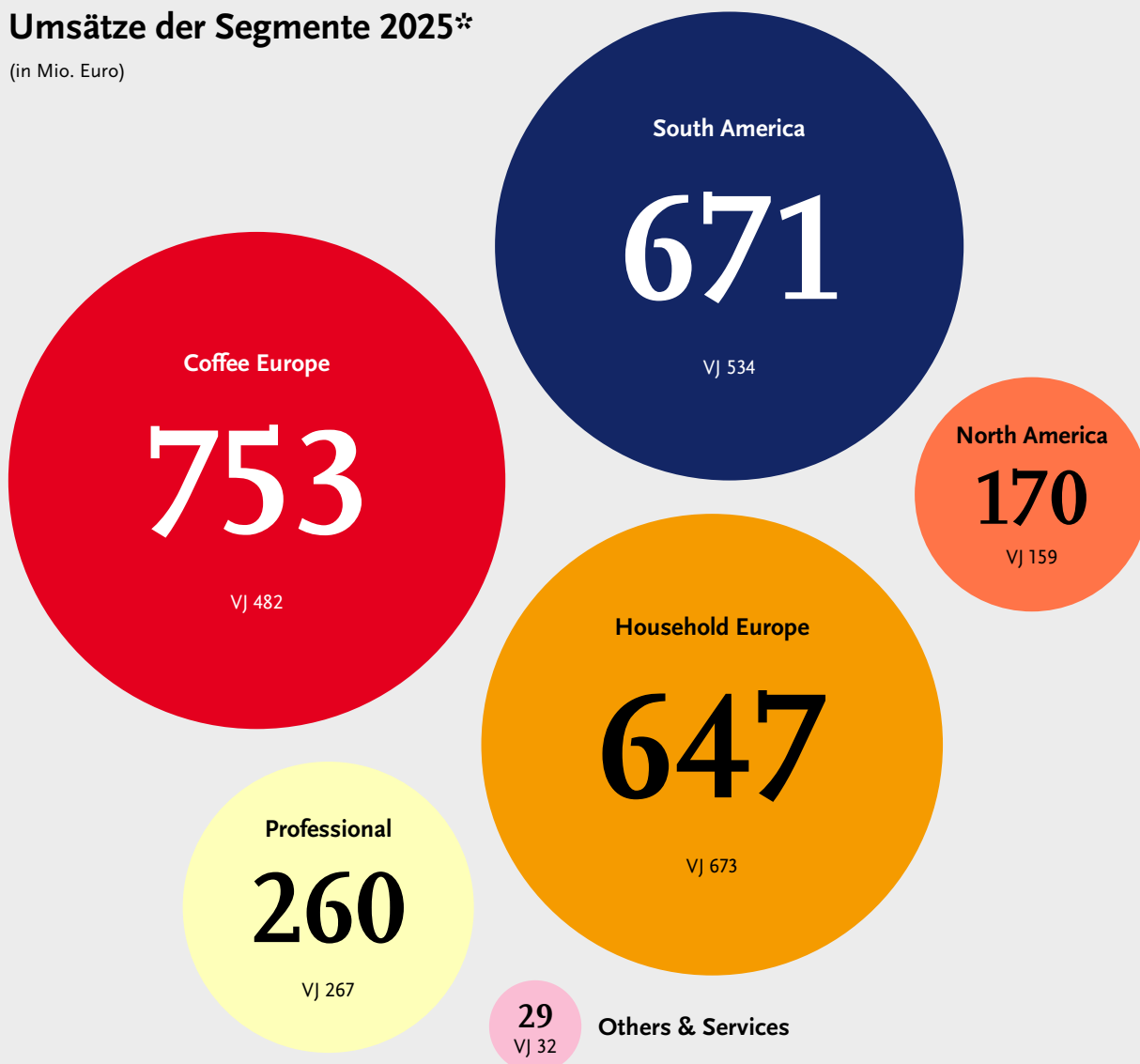
Die Melitta Gruppe hat sich trotz dieses anspruchsvollen Umfelds im Geschäftsjahr 2025 sehr zufriedenstellend entwickelt. Entscheidend dafür waren die starke Position in vielen Märkten, die stabilen Beziehungen zu den Geschäftspartnern sowie die langfristige Perspektive der Unternehmensgruppe. Von hoher Bedeutung waren außerdem Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Unternehmens- und Zentralbereiche, die bereits im Geschäftsjahr 2024 eingeleitet wurden.

Der Umsatz stieg auf 2.530 Mio. Euro – und damit um 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Währungsbereinigt fiel das Wachstum mit 21 Prozent sogar noch stärker aus. Auch die Ergebnisentwicklung verbesserte sich spürbar. Damit haben sich die Erwartungen an das Geschäftsjahr mehr als erfüllt.

Seit dem Geschäftsjahr 2025 werden die Unternehmensbereiche, die zur Melitta Gruppe gehören, in sechs Segmente zusammengefasst. Sie haben zum Umsatz der Melitta Gruppe wie folgt beigetragen:

Umsätze der Segmente 2025*

(in Mio. Euro)



VJ = Vorjahreswerte 2024

* Exklusive konzerninterne Umsätze mit anderen Segmenten.

Die Übersicht macht deutlich, dass insbesondere die Kaffeeengeschäfte – und damit die Segmente Coffee Europe, South America und North America – sehr erfolgreich waren:

- Das **Segment Coffee Europe** bündelt das Kaffeegeschäft in den europäischen Märkten. Mit den Kernmarken Melitta® und Caffè Corsini® reicht das Sortiment von Filterkaffee über Instant Cappuccino und Ganze Bohnen bis hin zur Einzeltassen-Zubereitung. Auch Roast Market, der größte Online-Marktplatz für Premiumkaffee und -kaffe Zubehör in der DACH-Region, gehört zu diesem Segment. 2025 stieg der Umsatz des Segments um 56 Prozent. Neben höheren Absatzmengen trug dazu vor allem die erfolgreiche Weitergabe gestiegener Rohkaffeepreise bei.
- Das **Segment South America** umfasst das Kaffee- und Filtergeschäft in den südamerikanischen Märkten. Angeboten werden Kaffeeprodukte sowie Melitta® Filtertüten® und Kaffeefilter, unter anderem unter den Marken Melitta®, Café Bom Jesus® und Café Barão®. Trotz rückläufiger Absatzmengen stieg der Umsatz 2025 um 26 Prozent. Ausschlaggebend waren eine konsequente Preispolitik und die starke Marktposition der Marken, insbesondere in Brasilien.
- Das **Segment North America** steht für das Kaffee- und Filtergeschäft in den USA und Kanada. Auch hier werden Kaffeeprodukte, Melitta® Filtertüten® und Kaffeefilter für die jeweiligen Marktbedürfnisse angeboten. Das Segment zeigte 2025 ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung. Wesentlicher Treiber war auch hier die Weitergabe gestiegener Rohkaffeepreise.

Die anderen Segmente der Gruppe entwickelten sich trotz des herausfordernden Marktumfelds auf einem stabilen Niveau:

- Das **Segment Professional** bündelt das internationale Geschäft mit professioneller Kaffeezubereitung – von Kaffeemaschinen über Kaffeeprodukte bis hin zu Service- und Office-Coffee-Angeboten. 2025 lagen die in diesem Segment erzielten Umsätze leicht unter dem Vorjahr. Grund dafür waren vor allem die Investitionszurückhaltung vieler Kunden und geringere Absätze bei Kaffeemaschinen. Das Kaffee- und Servicegeschäft entwickelte sich dagegen stabil. Bei fresh at work stiegen die Umsätze, vor allem durch eine steigende Nachfrage nach Wasserspendern und durch Preisanpassungen.

- Das **Segment Household Europe** umfasst Produkte für die Kaffeezubereitung im privaten Haushalt sowie Haushaltsprodukte rund um Frischhalten, Aufbewahren und Entsorgen. Dazu zählen unter anderem die Marken Melitta®, Toppits®, Swirl®, Albal®, handy bag® und Cuki®. Das Segment stand 2025 weiterhin unter Druck. Der Umsatz lag um 4 Prozent unter dem Vorjahr. Gründe waren vor allem eine geringere Nachfrage nach Filterpapieren und ein hoher Preisdruck in den Bereichen Food Management und Professional.
- **Others & Services** umfasst neben Service- und Holdingaktivitäten vor allem Produkte für Industriekunden, etwa Spezialpapiere, Vliese und flexible Verpackungen. 2025 ging der Umsatz um 9 Prozent zurück. Ausschlaggebend war insbesondere die weiterhin schwierige Lage der europäischen Tapetenindustrie, die das Geschäft mit Spezialpapieren belastete.

Gestärkt ins Jahr 2026

Im Geschäftsjahr 2025 wurden große Fortschritte bei der Weiterentwicklung der Unternehmens- und Zentralbereiche gemacht und die operative Performance und Liquidität verbessert. Neben der positiven Entwicklung der Kaffeeengeschäfte konnten zudem in vielen wichtigen Regionen die Marktpositionen gehalten oder weiter ausgebaut und die Wettbewerbsfähigkeit gesteigert werden. Die Melitta Gruppe geht damit insgesamt gestärkt ins Jahr 2026.

Der eingeschlagene Kurs wird auch im Geschäftsjahr 2026 fortgesetzt. Ziel ist es, die Kaffeeengeschäfte weiter zu stärken, die Internationalisierung voranzutreiben und das Sortiment konsequent an die sich verändernden Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden anzupassen. Um Melitta noch resilienter zu machen, werden die Abläufe weiter optimiert sowie das strikte Kostenmanagement fortgesetzt. Auf das Geschäftsjahr 2026 blickt die Melitta Gruppe daher zuversichtlich und erwartet erneut einen erfolgreichen wirtschaftlichen Verlauf.

Mitarbeitende

Hinter dem Erfolg der Melitta Gruppe stehen 5.424 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Sie arbeiten in 19 Ländern und stammen aus 58 unterschiedlichen Nationen. Mit ihrem Wissen, ihrer Kreativität und ihrem Engagement sorgen sie jeden Tag dafür, dass aus guten Ideen Lösungen entstehen, die den Alltag von Menschen einfacher und genussvoller machen.

Übergeordnetes Ziel der Personalarbeit der Melitta Gruppe ist es, die richtigen Talente zu gewinnen, zu fördern und langfristig an das Unternehmen zu binden. Im Mittelpunkt steht dabei ein Arbeitsumfeld, in dem Mitarbeitende Verantwortung übernehmen, ihre Stärken einbringen und sich kontinuierlich weiterentwickeln können.

Im Geschäftsjahr 2025 standen insbesondere die folgenden Themenfelder im Fokus:

Mitarbeiterentwicklung

2025 wurden die Personalentwicklungsmaßnahmen weiter individualisiert. Um Potenziale gezielter fördern zu können und die Führungskultur weiterzuentwickeln, wurden neue Impact- und Feedbackformate sowie zusätzliche Angebote für Führungskräfte (individuelle Coaching-Angebote, „Learning Nuggets“ und „People Day“) erarbeitet. Gleichzeitig wurden die digitalen Lernangebote erweitert, eine Software-Lösung zur Erstellung von unternehmensspezifischen E-Learnings eingeführt und eine globale Sprachlernplattform implementiert.

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

Um Beruf und Privatleben in Einklang zu bringen, unterstützt die Melitta Gruppe ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit vielfältigen Angeboten – von Beratung und Coaching über Hilfestellungen bei Kinderbetreuung und Pflege bis hin zu speziellen Informations- und Austauschformaten. 2025 wurden die im Vorjahr ausgebauten Angebote international ausgerollt und um weitere Informationsformate ergänzt.

Benefits

Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bietet die Melitta Gruppe zahlreiche Benefits in den Bereichen Finanzen & Vorsorge, Gesundheit & Wellness, Leben & Arbeiten, Wohlfühlen & Gemeinschaft. Diese Angebote wurden 2025 gezielt weiterentwickelt und an aktuelle Bedürfnisse angepasst.

Weitere Informationen zum Thema „Eigene Belegschaft“ finden sich im Kapitel „Nachhaltigkeit“.



TOP Arbeitgeber

Die Melitta Gruppe zählt zu den besten Arbeitgebern Deutschlands. Im Arbeitgeberranking von Stern und Statista belegte sie 2025 Platz 12.

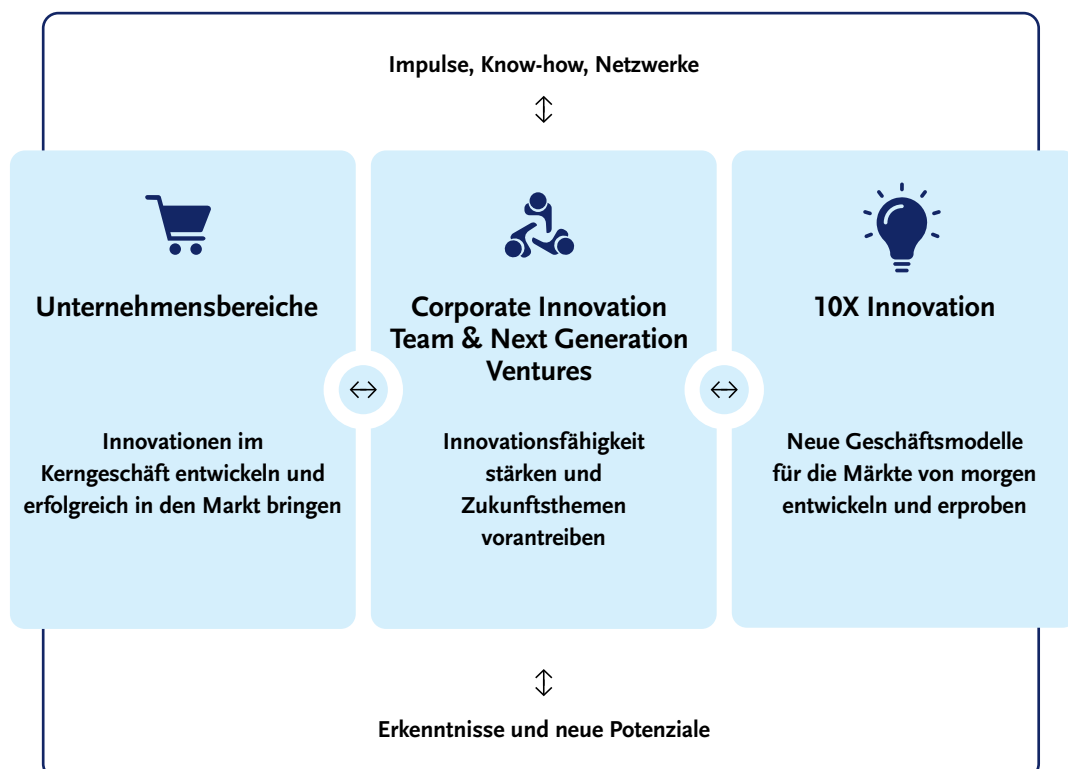
In den Branchenauswertungen erreichte sie Platz 1 bei den langlebigen Konsumgütern sowie Platz 3 in der Kategorie Lebensmittel und Verbrauchsgüter.

Innovation

Neue Ideen haben die Melitta Gruppe groß gemacht. Deshalb gehören Innovationen bis heute zu den wichtigsten Voraussetzungen für ihren langfristigen Erfolg.

Die Verantwortung für Innovationen im Kerngeschäft liegt in den einzelnen Unternehmensbereichen. Sie entwickeln ihre Produkte, Sortimente und Prozesse kontinuierlich weiter und treiben Innovationen nah am Geschäft voran. Im Geschäftsjahr 2025 reichte das Spektrum von neuen Cold- und Concentrate-Coffee-Konzepten für Nordamerika über den Ausbau lokaler Kaffeeportfolios in China bis hin zu neuen Produktlinien wie der Body & Mind Range bei Avoury®.

Unterstützt werden die Unternehmensbereiche durch ein Team auf Gruppenebene, das Zukunftstrends analysiert, Innovationskompetenzen vermittelt, die Entwicklung neuer Geschäftsfelder begleitet und neue Geschäftsfelder aufbaut. Zudem verantwortet es die Beteiligungen an innovativen Start-ups. Zu den Schwerpunkten des Jahres 2025 gehörten ein Foresight-Projekt zur





TOP Innovator

Im Innovationswettbewerb „TOP 100“ wurde die Melitta Gruppe 2025 als „TOP Innovator“ ausgezeichnet. Das von compamedia jährlich vergebene Siegel würdigt mittelständische Unternehmen mit besonderer Innovationskraft und basiert auf einem wissenschaftlichen Auswahlverfahren mit mehr als 100 Prüfkriterien.

Entwicklung neuer Geschäftsfeldideen gemeinsam mit Cofresco, Workshops und Netzwerkformate zur Stärkung der Innovationsfähigkeit, die Analyse zukünftiger Konsumtrends im Kaffeemarkt sowie der Ausbau der Beteiligung am Start-up Loffee. Zudem bietet das Team seit 2025 auch anderen Unternehmen unter der Marke comorrow by Melitta Group® maßgeschneiderte Innovationsworkshops und Keynotes an.

Mit dem Inkubator 10X Innovation entwickelt die Melitta Gruppe schließlich Ideen für Produkte und Geschäftsmodelle, die über das heutige Kerngeschäft hinausgehen. Zum Portfolio gehört unter anderen die Marke LIV NATURAL®.

Melitta Nordamerika

Ideenraum M-LAB

Melitta Nordamerika eröffnet ein Innovationszentrum für die amerikanische Kaffeewelt.

Mehr erfahren



Internationalisierung

Die Melitta Gruppe setzt auf langfristiges und profitables Wachstum. Dabei spielt die Internationalisierung eine Schlüsselrolle. Sie eröffnet neue Marktchancen, schafft Zugang zu dynamischen Wachstumsregionen und sorgt für eine breitere Risikostreuung.

Da sich Märkte, Produkte und Kundengruppen regional zum Teil deutlich unterscheiden, verfolgen die Unternehmensbereiche grundsätzlich individuelle Internationalisierungsstrategien. Unterstützt werden sie dabei durch die Zentralbereiche der Melitta Gruppe, beispielsweise mit Marktanalysen, rechtlicher Beratung oder beim Wissenstransfer. Darüber hinaus arbeiten die Unternehmensbereiche beim Markteintritt bzw. dem Ausbau der Aktivitäten in einem Land bzw. einer Region regelmäßig zusammen und nutzen – sofern vorhanden – bestehende Strukturen und Erfahrungen anderer Gesellschaften der Melitta Gruppe.

Melitta Europa Kaffee

Neue Chancen in Polen

Mit dem Eintritt in den polnischen Markt treibt Melitta seine Internationalisierung in Europa weiter voran.

Mehr erfahren



Zu den Regionen mit großem Wachstumspotenzial zählen für die Melitta Gruppe derzeit Südamerika und Asien. Mit der Übernahme der süd-afrikanischen Rösterei Caturra im Jahr 2024 wurde zudem die Grundlage für den weiteren Ausbau der Aktivitäten in Afrika geschaffen.

Schwerpunkte der Internationalisierung 2025



Digitalisierung

Digitalisierung schafft die Voraussetzungen für die Märkte von morgen. Für die Melitta Gruppe ist sie deshalb ein zentraler Hebel für Kundenorientierung, Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsstärke. Im Mittelpunkt stehen dabei nicht einzelne Technologien, sondern ihr konkreter Beitrag zum Unternehmenserfolg. Deshalb verfolgt die Melitta Gruppe einen themenorientierten Ansatz: Digitale Lösungen werden gezielt dort entwickelt und eingesetzt, wo sie messbaren Mehrwert für Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Geschäftsprozesse schaffen.

Im Geschäftsjahr 2025 stand insbesondere das Themenfeld Künstliche Intelligenz gruppenweit im Mittelpunkt. Künstliche Intelligenz versteht die Melitta Gruppe nicht nur als technologische Entwicklung, sondern als einen Beschleuniger digitaler Transformation in allen Bereichen der Unternehmensgruppe. Ziel ist es, Technologie konsequent als Lösungsinstrument für konkrete geschäftliche Herausforderungen einzusetzen und so bereichsübergreifend Mehrwert zu schaffen. Zu den größten Initiativen in diesem Themenfeld gehörten:

- Aufbau eines AI Hub mit dem Ziel, eine bereichsübergreifende Organisationsform zu etablieren, die den Einsatz von KI verantwortungsvoll und praxisnah im Arbeitsalltag ermöglicht.
- Weiterer Ausbau der KI-Plattform „Melina“, die mittlerweile von mehr als einem Drittel der Mitarbeitenden zur Unterstützung im Arbeitsalltag genutzt wird.
- Implementierung spezieller KI-unterstützter Anwendungen im Customer Service und bei Übersetzungstätigkeiten, die bereits konkreten Nutzen für die Unternehmensbereiche erzielen.

Um die Verbraucherinnen und Verbraucher weltweit noch bedarfsgerechter ansprechen zu können, wurden außerdem die unter „Consumer Excellence“ gebündelten digitalen Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten weiterentwickelt. Ein wichtiger Meilenstein war dabei die Einführung eines globalen Content-Management-Systems. Das neue System ermöglicht es, Inhalte international konsistenter, effizienter und skalierbarer bereitzustellen und so die digitale Kundenansprache weiter zu verbessern.

Neben diesen gruppenweiten Schwerpunktthemen treiben die Unternehmensbereiche zahlreiche eigene Digitalisierungsprojekte voran. Im Fokus stehen dabei die weitere Digitalisierung von Produktions- und Verwaltungsprozessen, der Ausbau digitaler Vertriebs- und Marketingaktivitäten, die Weiterentwicklung von E-Commerce-Angeboten sowie die Stärkung der Cyber Security. Auch dabei gilt der Grundsatz, digitale Lösungen gezielt dort zu entwickeln und einzusetzen, wo sie den größten Mehrwert für das jeweilige Geschäft schaffen.

Melitta Gruppe

AI Hub: KI strategisch nutzen

Der neue AI Hub bündelt KI-Anwendungen mit nachhaltigem Mehrwert für das Geschäft.

[Mehr erfahren](#)



Nach- haltigkeit

Strategie	77
Ökologie	88
Gesellschaft	103
Verantwortungsvolle Unternehmensführung	108
Ausblick	110

Strategie

Wandel gestalten

Die Melitta Gruppe hat ihre Märkte in den Geschäftsfeldern Kaffee, Kaffeezubereitung und Haushaltsprodukte über viele Jahrzehnte immer wieder geprägt – mit herausragenden Innovationen, starken Marken und wegweisenden Qualitätsstandards. Diesen Anspruch verfolgt sie auch mit Blick auf Nachhaltigkeit: In den für sie relevanten Bereichen will sie den Wandel aktiv vorantreiben und mitgestalten.

Nachhaltigkeit ist seit vielen Jahren als einer von sieben Kernwerten fest im Wertekanon des Familienunternehmens verankert. Die Melitta Gruppe hat sich daher bereits sehr früh zu den internationalen, nachhaltigkeitsrelevanten Standards und Abkommen bekannt und tritt mit Nachdruck für deren Umsetzung ein. Sowohl auf Gruppenebene als auch in den einzelnen Unternehmensbereichen werden Nachhaltigkeitsanforderungen systematisch in den Strategien und Entscheidungen berücksichtigt.

Große Bedeutung misst die Melitta Gruppe dem Austausch und der Kooperation entlang der Wertschöpfungsketten bei. Denn umfassende Veränderungen lassen sich nur erreichen, wenn möglichst viele Beteiligte gemeinsam handeln.

Vier Wertschöpfungsbereiche im Fokus

Die Melitta Gruppe ist insbesondere in vier Wertschöpfungsbereichen tätig. Jeder dieser Bereiche ist von eigenen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt.

Kaffee

Im Wertschöpfungsbereich Kaffee bezieht die Melitta Gruppe Rohkaffee aus nahezu allen Anbaugebieten der Welt und verarbeitet ihn in eigenen Röstereien in Europa, Nord- und Südamerika weiter.



Gerade im Kaffeeanbau und bei der Ernte bestehen dabei vielfältige nachhaltigkeitsrelevante Herausforderungen:

- Klimawandel: Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, Verfügbarkeit von Anbauflächen
- Biodiversität: Einsatz von Düngemitteln, Monokulturen, Entwaldung, Resilienz der Pflanzen und landwirtschaftlichen Systeme
- Kreislaufwirtschaft: Recyclingfähigkeit von Verpackungen
- Soziales: Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der Lieferkette

Um diesen Herausforderungen wirksam zu begegnen, orientiert sich die Melitta Gruppe an folgendem Zukunftsbild und trägt mit zahlreichen Projekten und Maßnahmen zu seiner Umsetzung bei: Der Rohkaffee stammt aus einem Anbau, von dem alle Beteiligten vor Ort dauerhaft gut leben können und der die ökologischen Systeme erhält oder regeneriert. Verarbeitung, Transport und Röstung erfolgen möglichst klima- und wasserschonend. Verpackungen sind recycelbar und – wo möglich – mehrfach nutzbar oder aus Rezyklaten hergestellt. Die Zubereitung erfolgt energiesparend, und der Kaffeesatz wird einer sinnvollen Weiterverwertung zugeführt.

Um dieses Zukunftsbild zu verwirklichen, wirkt die Melitta Gruppe gemeinsam mit anderen Akteuren auf Branchenstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein. Zugleich entwickelt sie ihre eigenen Ziele, Strukturen und Prozesse weiter, um nachhaltiges Handeln in ihrem Kaffeegeschäft zu fördern und sicherzustellen – von der Beschaffung über Produktion, Transport und Verpackung bis hin zu Vermarktung und Verwertung.

Kunststoff

Die Melitta Gruppe nutzt Kunststoffe vor allem für die Erstellung ihrer Haushaltsprodukte. Dazu zählen Haushalts- und Lebensmittelfolien, Abfall- und Staubsaugerbeutel sowie weitere praktische Helfer für das Frischhalten, Aufbewahren und Entsorgen im privaten Haushalt sowie im gewerblichen Umfeld.



Die größten nachhaltigkeitsrelevanten Herausforderungen in diesem Wertschöpfungsbereich sind:

- Klimawandel: Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Ressourcen und Kreislaufwirtschaft: Verbrauch von fossilen Ressourcen, Recyclingfähigkeit von Kunststoffen
- Soziales: Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der Lieferkette

Angestrebt wird folgendes Zukunftsbild: Künftig werden ausschließlich Kunststoffe verwendet und vermarktet, die aus recycelten oder erneuerbaren Rohstoffen klima- und ressourcenschonend hergestellt und mehrfach verwendbar sind. Sie werden nach Ende der Nutzung stofflich recycelt oder bauen sich für den Fall fehlender Entsorgungsstrukturen in der Natur rückstandsfrei biologisch ab.

Um zur Verwirklichung dieser Vision beizutragen, entwickelt die Melitta Gruppe ihre Produkte und Verpackungen kontinuierlich weiter und setzt verstärkt auf recycelte und recyclingfähige Materialien sowie auf verbesserte Kreislauffähigkeit. Zugleich engagiert sich die Gruppe entlang der Wertschöpfungskette – von der Materialauswahl über die Produktion bis hin zur Entsorgung – und arbeitet mit Partnern daran, neue geeignete Materialien zu entwickeln und bestehende Recyclingstrukturen zu verbessern.

Zellstoff

Die Melitta Gruppe nutzt Zellstoff für Produkte rund um die Kaffeezubereitung und den Haushalt – insbesondere für Kaffeefilter, Haushalts- und Spezialpapiere. Darüber hinaus sind viele Verpackungen aus Papier oder Pappe.



In diesem Wertschöpfungsbereich bestehen vor allem folgende nachhaltigkeitsrelevante Herausforderungen:

- Klimawandel: Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Biodiversität: Entwaldung, Monokulturen, Vielfalt der Tier- und Pflanzenarten, Resilienz der Bäume und Wälder
- Wasser: Wasserbedarf in der Papierproduktion

Das Zukunftsbild: Der Zellstoff stammt aus recycelten oder nachhaltig bewirtschafteten Quellen und wird klima- sowie wasserschonend verarbeitet. Nach der Nutzung wird das Papier möglichst stofflich recycelt oder – wo dies nicht möglich ist – rückstandsfrei in der Natur abgebaut.

Um zur Verwirklichung dieses Zukunftsbilds beizutragen, setzt die Melitta Gruppe auf zertifizierte Rohstoffe. Darüber hinaus optimiert sie kontinuierlich ihre Produktionsprozesse, um bei der Herstellung der Filter und Papiere den Energie- und Wasserverbrauch zu senken. Gleichzeitig arbeitet sie daran, Verpackungen weiter zu verbessern – durch neue Materialien, angepasste Verpackungssysteme und den Verzicht auf nicht zwingend nötige Umverpackungen.

Elektrogeräte

Die Melitta Gruppe entwickelt und vertreibt Elektrogeräte vor allem für die Kaffeezubereitung im privaten und professionellen Umfeld. Hierzu zählen neben Filterkaffeemaschinen und Kaffeevollautomaten auch Einzelportionssysteme, Milchaufschäumer und Wasserkocher.



Die in diesem Wertschöpfungsbereich bestehenden nachhaltigkeitsrelevanten Herausforderungen sind:

- Klimawandel: Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in der Nutzungsphase
- Ressourcen und Kreislaufwirtschaft: Verbrauch von fossilen Ressourcen, Reparaturfähigkeit und Langlebigkeit der Produkte
- Soziales: Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der Lieferkette

Das Zukunftsbild: Das Elektrogerät besteht aus wiederverwerteten oder verantwortungsvoll gewonnenen Materialien und wird unter Einhaltung international anerkannter Arbeits- und Menschenrechtsstandards hergestellt. Es ist langlebig, energie- und ressourceneffizient, reparierbar und wird am Ende seines Lebenszyklus möglichst vollständig wiederverwertet.

Um zu dieser Zukunft beizutragen, verbessert die Melitta Gruppe kontinuierlich die Energieeffizienz, den Materialeinsatz und die Lebensdauer ihrer Geräte. Gleichzeitig werden Anforderungen an Lieferanten systematisch weiterentwickelt und die Einhaltung entsprechender Standards überprüft. Darüber hinaus arbeitet die Gruppe daran, Reparatur- und Recyclingmöglichkeiten zu verbessern und die Geräte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg nachhaltiger zu gestalten.

Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie

Im Geschäftsjahr 2025 hat die Melitta Gruppe ihre Nachhaltigkeitsstrategie wesentlich weiterentwickelt, um den Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) besser entsprechen zu können. Dadurch haben sich die Darstellung und die Inhalte der Melitta Nachhaltigkeitsstrategie zum Teil deutlich verändert. Außerdem werden derzeit die Ziele für die als wesentlich identifizierten Themen überarbeitet.

Eine zentrale Rolle spielte dabei die Wesentlichkeitsanalyse nach dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit. Dazu führte die Melitta Gruppe 2024 und 2025 eine zweistufige Stakeholder-Befragung durch: eine breit angelegte Online-Befragung über alle relevanten Anspruchsgruppen hinweg sowie ergänzende persönliche Gespräche mit ausgewählten Stakeholdern.

Auf der Basis dieser Stakeholder-Befragung wurde ermittelt, welche Nachhaltigkeitsthemen aus Sicht der Betroffenen und des Unternehmens so relevant sind, dass sie gesteuert, berichtet und strategisch adressiert werden müssen. Die Ergebnisse dieses Prozesses zeigt die folgende Grafik auf.

CSRD: Chance statt Pflicht

Die Einführung der CSRD versteht die Melitta Gruppe als Chance, ihre Nachhaltigkeitsstrategie noch systematischer und wirkungsvoller auszurichten. Ziel ist es, die neuen Berichtsanforderungen nicht nur zu erfüllen, sondern Nachhaltigkeitsaspekte noch umfassender in der Unternehmenssteuerung zu verankern. An dem 2024 gestarteten Projekt sind daher zahlreiche Bereiche der Unternehmensgruppe involviert.

Dieser Anspruch prägt auch die nächsten Projektschritte: Nach Abschluss der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse werden im zweiten Halbjahr 2026 die Ziele entsprechend der neuen Struktur der CSRD überarbeitet. Darauf aufbauend werden die Maßnahmenpläne erarbeitet bzw. weiterentwickelt. Gleichzeitig werden Governance-Strukturen und das Nachhaltigkeits-Datenmanagement kontinuierlich weiterentwickelt. Ziel sind klare Verantwortlichkeiten, belastbare Entscheidungsgrundlagen und eine noch wirksamere Steuerung der Nachhaltigkeitsleistungen.

Langfristig denken.

Unsere Wertschöpfungsbereiche

Kaffee**Kunststoff****Zellstoff****Elektrogeräte**

Ökologie

Klimawandel

Wasser

Biodiversität

Kreislaufwirtschaft



Gesellschaft

Eigene Belegschaft

Arbeitskräfte in der
Wertschöpfungskette

Kunden und Endverbraucher



**Verantwortungsvolle
Unternehmensführung**

Nachhaltig handeln.

Stakeholder-Befragung: im Dialog zur Wesentlichkeit

Welche Nachhaltigkeitsthemen sind für Kundinnen und Kunden, Lieferanten und Banken, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und andere Stakeholder der Melitta Gruppe besonders wichtig? Welche Erwartungen stellen sie an die Unternehmensgruppe? Und welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus für ihre zukünftige Entwicklung?

Um diese Fragen zu klären, hat die Melitta Gruppe in den Jahren 2024 und 2025 eine umfassende Stakeholder-Befragung nach den Vorgaben der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) umgesetzt. Die Stakeholder-Befragung ist ein zentrales Element der Doppelten Wesentlichkeitsanalyse. Sie entscheidet darüber, welche Nachhaltigkeitsthemen künftig im Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsberichterstattung stehen, und liefert zugleich wichtige Impulse für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie.

Das umfassende Projekt, in dem zahlreiche Unternehmens- und Zentralbereiche eingebunden waren, folgte einem sechsstufigen Prozess, der von der Identifikation der relevanten Stakeholder-Gruppen bis zur Validierung der Ergebnisse reichte. Insgesamt wurden 245 Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlicher Stakeholder-Gruppen – darunter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Gesellschafter, Geschäftskunden, Lieferanten, Banken und Versicherungen sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft, Medien, Nichtregierungs- und Verbraucherorganisationen sowie Verbänden einbezogen.

Die Befragung erfolgte über Onlinefragebögen und vertiefende Interviews. Inhalte und Aufbau orientierten sich an den Anforderungen der CSRD und der European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Parallel dazu lieferten die Unternehmensbereiche eine umfassende Bestandsaufnahme insbesondere zu umweltbezogenen Themen, da diese überwiegend dezentral verantwortet werden. Um ein gemeinsames Verständnis sicherzustellen, wurden zudem regulatorische Anforderungen, wissenschaftliche Erkenntnisse, Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie bereits vorliegende Nachhaltigkeitsdaten in Basisdokumenten zusammengeführt und allen Beteiligten zur Verfügung gestellt.

In der nächsten Projektphase bewerteten die Unternehmensbereiche die Auswirkungen, Risiken und Chancen (Impacts, Risks and Opportunities – IRO) der identifizierten relevanten Themen. Abschließend wurden die Ergebnisse zu einer gruppenweiten Bewertung zusammengeführt, konsolidiert, validiert und freigegeben. Insgesamt wurden im Rahmen des Projekts dabei mehr als 150 Nachhaltigkeitsthemen untersucht.

Die Ergebnisse der Stakeholder-Befragung flossen in die Doppelte Wesentlichkeitsanalyse ein. Diese bildet die Grundlage für die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung der Melitta Gruppe nach den ESRS und liefert zugleich wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung ihres Nachhaltigkeitsmanagements.

Das Projekt zeigte deutlich: Die Anforderungen der CSRD lassen sich nur im engen Schulterschluss unterschiedlicher Fachkompetenzen erfolgreich umsetzen. Gleichzeitig eröffnet dieser bereichsübergreifende Austausch die Chance, nachhaltiges Wirtschaften noch stärker in den Wertschöpfungsprozessen zu verankern und die Geschäftsmodelle frühzeitig an zukünftige Anforderungen anzupassen.



>150 Nachhaltigkeits-themen analysiert

245 Stakeholder befragt

2024/25
Projektlaufzeit

Klar definierte Verantwortlichkeiten

Für die Steuerung und Koordination der Nachhaltigkeitsaktivitäten auf Gruppenebene ist der Zentralbereich Kommunikation und Nachhaltigkeit verantwortlich. Er entwickelt – in enger Abstimmung mit den Unternehmens- und Zentralbereichen – die übergeordneten Ziele, Strategien, Roadmaps und Kennzahlen. Darüber hinaus bündelt und analysiert er die gruppenweiten Nachhaltigkeitsdaten und verantwortet die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Melitta Gruppe.

Für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Unternehmensbereichen sind diese selbst zuständig. In jedem Unternehmensbereich ist ein Sustainability Supervisor benannt, der das für die jeweiligen Herausforderungen erforderliche Fachwissen mitbringt. Er treibt die Maßnahmen voran, koordiniert und steuert sie und sorgt für einen reibungslosen Austausch von Daten und Informationen.

Im kontinuierlichen Dialog

Die Melitta Gruppe steht mit einer Vielzahl von Anspruchsgruppen (Stakeholder) im Austausch, um über ihre Erwartungen und Anforderungen informiert zu sein und sie über Ereignisse und Entwicklungen bei der Melitta Gruppe zu unterrichten. Dazu zählen Geschäftskunden, Verbraucherinnen und Verbraucher, Mitarbeitende, Lieferanten und Kapitalgeber ebenso wie Medien, Wissenschaft, Verbraucherorganisationen, Gewerkschaften, Politik, Nichtregierungsorganisationen und weitere Vertreter der Zivilgesellschaft.

Der Dialog erfolgt über unterschiedliche Formate und Kanäle – von persönlichen Gesprächen, Befragungen, Veranstaltungen und Messen bis hin zu Website, Intranet, Social Media, Newslettern und Publikationen. Darüber hinaus bringt sich die Melitta Gruppe in den Nachhaltigkeitsausschüssen verschiedener Initiativen, Kooperationen und Verbänden ein, z. B. Consumer Goods Forum, BAUM e.V. FSC® International, Deutscher Kaffeeverband, Zentralverband der Elektroindustrie und Markenverband e.V.

Ökologie

Das Geschäftsmodell der Melitta Gruppe ist in hohem Maße auf natürliche Ressourcen angewiesen – vom Rohkaffee über Zellstoff und Kunststoffe bis hin zu Energie und Wasser in der Verarbeitung. Eine intakte Umwelt ist deshalb eine wesentliche Voraussetzung für die Zukunftsfähigkeit der Gruppe. Zugleich entspricht der Schutz natürlicher Lebensgrundlagen dem Selbstverständnis und dem generationenübergreifenden Denken und Handeln des Familienunternehmens.

Aus diesen Gründen ist die Melitta Gruppe seit Langem bestrebt, die ökologischen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit zu verringern und Ressourcen so schonend wie möglich einzusetzen. Im Mittelpunkt stehen dabei insbesondere die Themen Klimawandel, Wasser, Biodiversität und Kreislaufwirtschaft.

Klimawandel

Um die Treibhausgasemissionen in allen ihren vier Wertschöpfungsbereichen – Kaffee, Kunststoff, Papier und Elektrogeräte – zu reduzieren, hat die Melitta Gruppe die folgenden Ziele definiert. Sie ersetzen die 2019 formulierten Klimaziele und wurden 2025 von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert (Basisjahr: 2021):

- Scope 1 und 2: Verringerung der Emissionen bis 2030 um 43,15 Prozent und bis 2045 um 90 Prozent
- Scope 3 – Energy & Industry: Verringerung bis 2035 um 37,5 Prozent und bis 2045 um 90 Prozent
- Scope 3 – Forest, Land and Agriculture: Verringerung bis 2035 um 45,5 Prozent und bis 2045 um 72 Prozent
- Netto-Null: Erreichen von Netto-Null-Emissionen bis spätestens 2045

Darüber hinaus erwartet die Melitta Gruppe, dass Lieferanten, die für 70 Prozent der Emissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen im Scope 3.1 – Energy & Industry verantwortlich sind, bis 2030 eigene Klimaziele nach den Kriterien der Science Based Targets initiative festlegen („Supplier Engagement“).

Erreicht werden sollen diese Ziele insbesondere durch den Bezug erneuerbarer Energien, eine kontinuierliche Senkung des Energieverbrauchs, Investitionen in moderne Maschinen und Anlagen sowie durch die Einbindung der Lieferanten bei der Dekarbonisierung der Wertschöpfungsketten.

Validierte Klimaziele

Im Juli 2023 hat sich die Melitta Gruppe dazu verpflichtet, ihre Klimaziele durch die Science Based Targets initiative (SBTi) validieren zu lassen. Nach zweijähriger Vorbereitung bestätigte die SBTi im Oktober 2025, dass die von der Melitta Gruppe entwickelten Ziele unter Berücksichtigung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse mit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens im Einklang stehen.

Für die Melitta Gruppe ist die Validierung weit mehr als die Bestätigung ihrer Klimastrategie. Sie stärkt die Glaubwürdigkeit ihrer Klimaschutzaktivitäten und schafft Orientierung in einem zunehmend dynamischen Marktumfeld. Gleichzeitig gewinnen wissenschaftlich fundierte Klimaziele für Kundinnen und Kunden, Geschäftspartner, Finanzmarktakeure und Regulierungsbehörden immer mehr an Bedeutung. Für die Melitta Gruppe ist die Validierung daher auch ein wichtiger Baustein für ihre langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Ambitionen der Melitta Gruppe
im Einklang mit dem

1,5-Grad-Ziel



„Die Validierung unserer Klimaziele durch die SBTi ist ein wichtiger Meilenstein für die Melitta Gruppe. Sie bestätigt, dass unsere Emissionsreduktionsziele wissenschaftlich fundiert sind und zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 °C beitragen. Diese Anerkennung bestärkt uns darin, die Dekarbonisierung in allen Bereichen unserer Unternehmensgruppe konsequent voranzutreiben.“

Wolfgang Wäntig, Director Sustainability, Melitta Gruppe



2025 betrug der gesamte Energieverbrauch innerhalb der Melitta Gruppe 324.669.358 kWh. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang um 1,6 Prozent.

Wesentliche Gründe für den Rückgang sind – neben verringerten Produktionsmengen in einigen Wertschöpfungsbereichen – vor allem die erfolgreiche Umsetzung von diversen Energieeinsparmaßnahmen sowie eine höhere Energieeffizienz durch Investitionen in neuere Geräte, Maschinen und Anlagen.

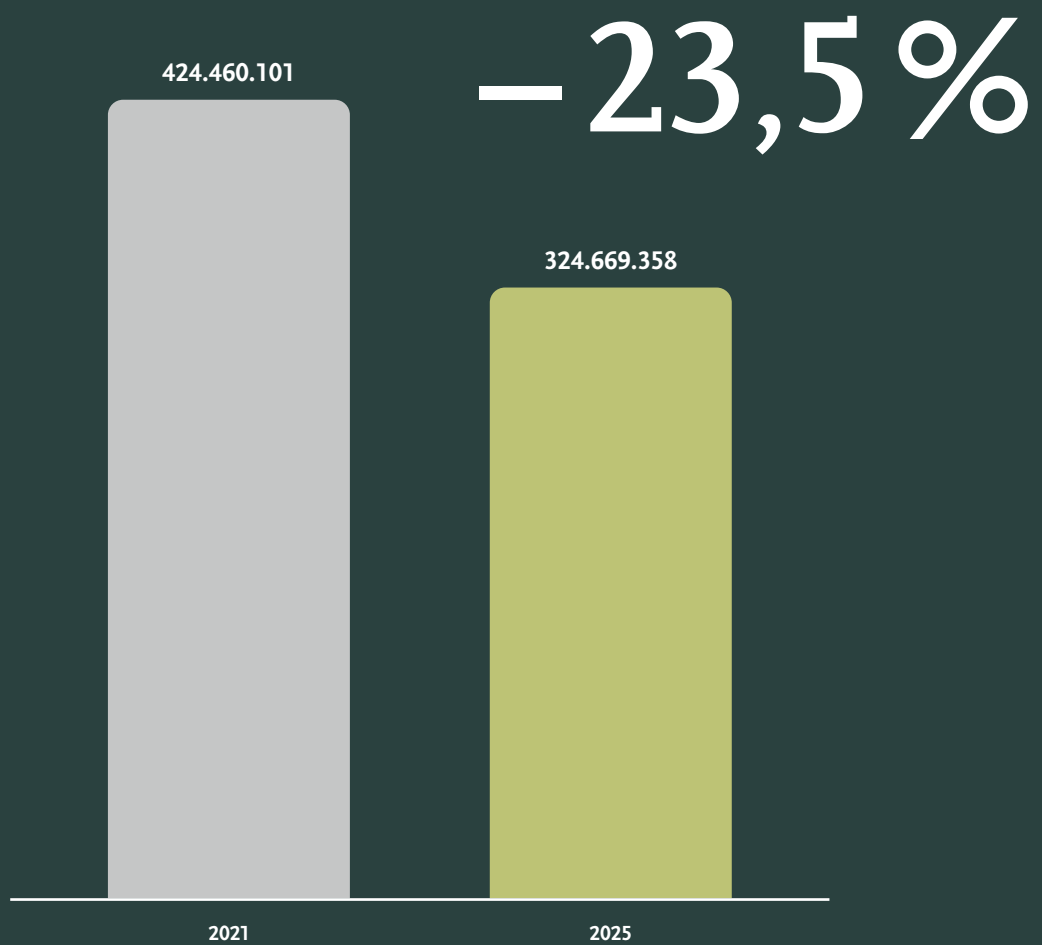
Energieverbrauch

(in kWh)	2025	2024	Δ (in %)
Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus nicht erneuerbaren Quellen	140.562.236	137.252.058	+ 2,4
Kraftstoffverbrauch innerhalb der Organisation aus erneuerbaren Quellen	35.503.847	36.309.855	– 2,2
Stromverbrauch (Eigenerzeugung + Fremdbezug)	119.929.885	125.845.670	– 4,7
Heizenergieverbrauch zusammen mit Kühlenergie (Fernwärme)	2.193.245	1.940.903	+ 13,0
Dampfverbrauch	29.620.452	30.310.381	– 2,3
Verkaufter Strom	1.953.799	454.201	+ 330,2
Verkaufte Heizungsenergie	1.347.122	1.377.256	– 2,2
Gesamter Energieverbrauch innerhalb der Organisation	324.669.358	329.827.411	– 1,6

Bezogen auf das Basisjahr 2021 ist der Energieverbrauch in den vergangenen fünf Jahren um 23,5 Prozent gesunken.

Entwicklung des Energieverbrauchs

(in kWh)



Auch die Emissionen sind im Verlauf des Geschäftsjahres 2025 gesunken. Hierzu trugen neben dem geringeren Energieverbrauch insbesondere folgende Maßnahmen bei:

- Umstellung auf grünen Strom am Produktionsstandort Brodnica (Polen)
- Diverse Maßnahmen zur Dekarbonisierung in mehreren Unternehmensbereichen, z. B. Weiterentwicklungen in der Lieferkette und der Logistik, stärkere Nutzung erneuerbarer Energien sowie Ausbau der Elektrofahrzeugflotte

Emissionen

(in tCO ₂ e)	2025	2024	Δ (in %)
Scope 1	35.328	34.517	+ 2,3
Scope 2 (location-based)	56.524	58.920	– 4,1
Scope 2 (market-based)	17.290	39.793	– 56,55
Scope 3	1.613.717	1.619.659	– 0,37

Seit dem Basisjahr 2021 haben sich die Emissionen wie folgt verringert:

Emissionen

(in tCO ₂ e)	2025	2021	Δ (in %)
Scope 1	35.328	52.092	– 32,2
Scope 2 (location-based)	56.524	73.812	– 23,4
Scope 2 (market-based)	17.290	54.580	– 68,32
Scope 3	1.613.717	2.888.241	– 44,13

Grüner Strom für Brodnica

Der Cofresco Standort Brodnica hat 2025 einen wichtigen Schritt auf dem Weg zu einer klimafreundlicheren Produktion gemacht: Der überwiegende Teil des bezogenen Netzstroms wurde auf Grünstrom umgestellt. Dadurch stammen heute rund 81 Prozent des Stromverbrauchs von insgesamt 21,4 Millionen kWh aus erneuerbaren Energien. Rund 15.000 Tonnen CO₂e werden so jedes Jahr vermieden.

Brodnica im Norden Polens ist der wichtigste Produktionsstandort von Cofresco, Europas führendem Hersteller von Markenprodukten für das Frischhalten, Zubereiten und Einfrieren von Lebensmitteln sowie für die Abfallentsorgung. Mit Marken wie Toppits®, Albal®, Bacofoil®, Swirl®, handy bag®, Wrapmaster® und Caterwrap® erreicht Cofresco mehr als 70 Millionen Haushalte in Europa.



81 %

Anteil des Stromverbrauchs
aus erneuerbaren Energien



Produktionsstandort Cofresco

Circle of Life

Was verbindet eine Milchtüte in Indien mit einem Müllbeutel in Polen? Die Antwort führt mitten in den Kreislauf.

Mehr erfahren

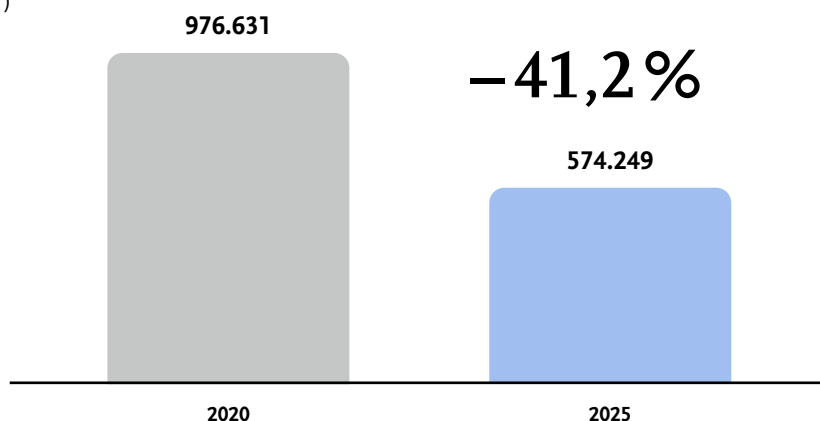
Wasser

Wasser wird insbesondere an den papierproduzierenden Standorten der Melitta Gruppe benötigt. Verwendet wird ausschließlich Süßwasser. An den papierproduzierenden Standorten wird kein Wasser aus Wasserstress-Bereichen entnommen.

Im Geschäftsjahr 2020 wurde als Ziel definiert, den Wasserverbrauch an den papierproduzierenden Standorten bis 2025 um 25 Prozent zu reduzieren. Dieses Ziel wurde erreicht: Der Wasserverbrauch reduzierte sich in diesem Zeitraum sogar um 41,2 Prozent.

Entwicklung des Wasserverbrauchs

(in m³)



Wesentliche Gründe dafür sind eine konsequente Kreislaufführung des Betriebswassers, Investitionen in moderne Maschinen und Anlagen sowie kontinuierliche Verbesserungen der Herstellungsprozesse. Von 2024 auf 2025 konnte der Wasserverbrauch mit diesen Maßnahmen noch einmal um 19,2 Prozent verringert werden.

Wasser

(in m ³)	2025	2024	Δ (in %)
Gesamte Wasserentnahme an den papierproduzierenden Standorten	574.249	710.595	–19,2
hiervon Oberflächenwasser	59.689	143.014	–58,3
hiervon Grundwasser	460.570	508.637	–9,4
hiervon Wasser von Dritten (kommunales Wasser)	53.990	58.944	–8,4

Melitta Südamerika senkt Wasserverbrauch um 29 Prozent

Zwischen 2021 und 2025 hat Melitta Südamerika den Wasserverbrauch um 29 Prozent reduziert. Möglich wurde dies insbesondere durch technische Optimierungen in der Papierproduktion am brasilianischen Standort Celupa. Ein neu installierter Scheibenfilter bereitet das Prozesswasser auf, sodass es mehrfach im Produktionskreislauf genutzt werden kann und deutlich weniger Frischwasser benötigt wird.

Begleitet wurde das Projekt im letzten Jahr von einer Kampagne, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit monatlichen Informationen und einem Ampelsystem über die Fortschritte informierte und sie so motivierte, eigene Beiträge zur Senkung des Wasserverbrauchs zu leisten. Weitere Investitionen zur Verringerung des Wasserverbrauchs sind bereits geplant.



– 29 %

**Wasserverbrauch
zwischen 2021 und 2025**

Biodiversität

Die Themen Klimawandel und Biodiversität sind eng miteinander verknüpft. Der Verlust natürlicher Lebensräume und biologischer Vielfalt kann den Klimawandel verstärken, während steigende Temperaturen, veränderte Niederschlagsmuster und extreme Wetterereignisse gleichzeitig erhebliche Auswirkungen auf Ökosysteme und Artenvielfalt haben.

Für die Melitta Gruppe spielt das Thema Biodiversität vor allem in den Wertschöpfungsbereichen Kaffee und Zellstoff eine wichtige Rolle. Denn sowohl der Kaffeeanbau als auch die Gewinnung von Holz und Zellstoff stehen in engem Zusammenhang mit natürlichen Ökosystemen, der Nutzung landwirtschaftlicher Flächen und dem Schutz von Wäldern, Böden und Wasserressourcen:

Im **Wertschöpfungsbereich Kaffee** setzt sich die Melitta Gruppe gemeinsam mit anderen Marktakteuren für einen nachhaltigeren Kaffeeanbau ein. Im Mittelpunkt stehen dabei die Weiterentwicklung nachhaltiger Anbaumethoden und Standards sowie die Entwicklung und Unterstützung von Qualifizierungs-, Innovations- und Community-Projekten in den Anbauregionen.

Zu den wichtigsten Maßnahmen 2025 gehörten:

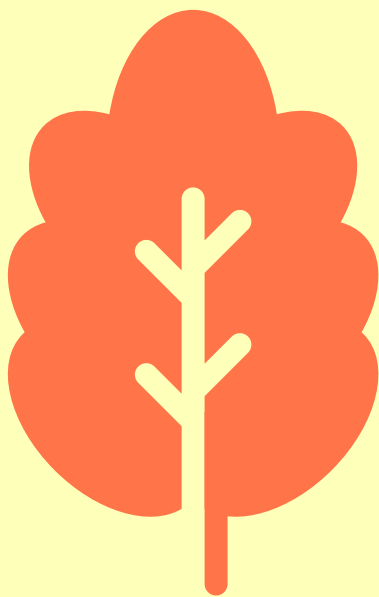
- Mitarbeit im Ausschuss „Nachhaltiger Kaffee“ des Deutschen Kaffeeverbands
- Umsetzung einer Initiative zur Stärkung von Zukunftsperspektiven im Kaffeesektor in Tansania gemeinsam mit Plan International
- Ausbau des Anteils nachhaltig zertifizierter Kaffees im Portfolio
- Fortführung bestehender und Start neuer Community-Projekte in Kaffeeanbauregionen

Der Anteil des von der Melitta Gruppe bezogenen Rohkaffees mit Nachhaltigkeitszertifizierungen stieg 2025 von 9,9 auf 12,2 Prozent. Da Zertifizierungen allein nur begrenzt zu strukturellen Veränderungen im Kaffeeanbau beitragen können, plant die Melitta Gruppe verstärkt über eine unmittelbare Verankerung von Nachhaltigkeitskriterien in den Anbauregionen wirksam zu werden. Im Mittelpunkt sollen dabei die Verknüpfung der Klimaziele mit dem Kaffeeanbau und eine gezielte Förderung regenerativer Anbaumethoden stehen. Hierzu bündelt die Melitta Gruppe die Aktivitäten ihrer Kaffee-Einheiten, intensiviert die Messung erzielter Fortschritte und richtet die Berichterstattung stärker auf Emissionsminderungen, regenerative Entwicklung und Projektfortschritte aus.

Im **Wertschöpfungsbereich Zellstoff** steht insbesondere der verantwortungsvolle Umgang mit Wäldern und anderen natürlichen Ressourcen im Mittelpunkt. Die Melitta Gruppe arbeitet daran, den Anteil zertifizierter Rohstoffe und Rezyklate weiter zu erhöhen sowie Verpackungen und Papierprodukte ressourcenschonender zu gestalten. Gleichzeitig werden alternative, nicht holzbasierte Zellstoffe hinsichtlich ihrer ökologischen Auswirkungen geprüft.

Zu den wichtigsten Maßnahmen 2025 gehörten:

- Sammlung und Wiederverwendung von Papierresten am Produktionsstandort Celupa in Brasilien
- Weitere Erhöhung des Rezyklatanteils bei Verpackungen: Die Verpackungen der Kaffeefilter sowie vieler Produkte des Geschäftsfelds „Haushaltsprodukte“ bestehen bereits zu 95 bis 100 Prozent aus Rezyklaten, die Verpackungen von Filterkaffeemaschinen und Kaffeevollautomaten zu rund 80 Prozent.
- Entwicklung und Umsetzung weiterer Maßnahmen für umweltschonendere Verpackungen



100 %

Anteil des bezogenen Holz-Zellstoffs mit FSC®-Zertifizierung

Kreislaufwirtschaft

Das Thema Kreislaufwirtschaft betrifft grundsätzlich alle Wertschöpfungsbereiche der Melitta Gruppe – etwa mit Blick auf Verpackungen, Produktionsabfälle sowie die Verwertung und Entsorgung von Produkten und Materialien. Ziel der Melitta Gruppe ist es, Ressourcen möglichst effizient zu nutzen, Abfälle zu vermeiden, Wertstoffe so weit wie möglich im Kreislauf zu halten und dabei dem Prinzip „ReDesign – ReDuce – ReUse – ReCycle“ zu folgen.

Besondere Bedeutung hat das Thema in den Wertschöpfungsbereichen Kunststoff und Elektrogeräte. Hier bestehen besondere Herausforderungen hinsichtlich Materialeinsatz, Recyclingfähigkeit, Wiederverwertung und Entsorgungsstrukturen:

Im **Wertschöpfungsbereich Kunststoff** liegt der Fokus darauf, fossile Rohstoffe zu reduzieren, den Anteil von Rezyklaten zu erhöhen und die Kreislauffähigkeit von Produkten und Verpackungen weiter zu verbessern. Die Melitta Gruppe arbeitet dafür an neuen Materialien, optimiert Verpackungssysteme und entwickelt Produkte so weiter, dass sie möglichst recyclingfähig sind oder aus recycelten beziehungsweise erneuerbaren Rohstoffen hergestellt werden können.

Zu den wichtigsten Maßnahmen 2025 gehörten:

- Vollständige Kreislaufverwertung von Kunststoffproduktionsabfällen am Standort Brodnica (Polen)
- Weiterer Ausbau der Produktionskapazitäten bei Vishuddh Recycle an aufbereiteten Kunststoffabfällen

Cofresco

CSR-Preis für Fair Recycled Plastic

Melitta erhält für sein Social Business in Indien den CSR-Preis 2025 der Bundesregierung.

Mehr erfahren



- Umstellung auf nachhaltigere Kaffeeverpackungen in China
- Umstellung von Verpackungs- und Display-Trays im europäischen Kaffeegeschäft auf 100 Prozent recyceltes Papier
- Wiederverwertung von Verpackungsmaterial in der Produktion nachhaltiger Dachziegel in Brasilien

2025 verringerte sich die von der Melitta Gruppe bezogene Kunststoffmenge gegenüber dem Vorjahr um rund 9 Prozent. Dazu trugen insbesondere Innovationen bei der Neu- und Weiterentwicklung von Produkten, die Vermeidung von Kunststoffen sowie die Umstellung auf alternative Materialien bei. Gleichzeitig erhöhte sich der Anteil von Post-Consumer- und Post-Industrial-Rezyklaten am gesamten Kunststoffbezug der Melitta Gruppe von 34,3 auf 34,8 Prozent.



34,8 %

**Anteil von Post-Consumer-
bzw. Post-Industrial-Rezyklaten
am gesamten Kunststoffbezug**

Im **Wertschöpfungsbereich Elektrogeräte** stehen insbesondere ein ressourcenschonender Materialeinsatz, langlebige Produkte sowie eine verbesserte Reparatur- und Recyclingfähigkeit im Fokus. Um diese Ziele zu erreichen, entwickelt die Melitta Gruppe ihre Geräte kontinuierlich weiter und arbeitet gemeinsam mit Lieferanten und anderen Marktteilnehmern an Lösungen, die den Einsatz ressourcenschonender, langlebiger und recyclingfähiger Materialien und Komponenten ermöglichen.

Zu den wichtigsten Maßnahmen 2025 gehörten:

- Ausweitung des Reparaturangebots für Filterkaffeemaschinen, das neben hochwertigen Maschinen sowie Kaffeevollautomaten auch die Reparatur von Filterkaffeemaschinen im mittleren Preissegment umfasst
- Aufbau eines Online-Angebots für „Refurbished-Geräte“ (insbesondere generalüberholte Vorführgeräte, die vom Vertrieb oder Handel zurückgegeben werden)

– 16,6 %

**Reduktion der Abfallmengen
von 2021 bis 2025**

☒ 15.691 t (2021: 18.812 t)

Gruppenweit verfolgt die Melitta Gruppe das Ziel, sämtliche **Abfälle** Schritt für Schritt zu verringern, Wertstoffe besser zu nutzen und Materialien möglichst lange im Kreislauf zu halten. Dazu gehören eine noch umfassendere Trennung und Wiederverwertung von Abfällen, die Rückführung geeigneter Materialien in die eigene Produktion sowie die Umstellung auf Mehrwegsysteme, wo dies sinnvoll und möglich ist. Zugleich werden Entsorgungsstrukturen und perspektivisch auch das Ressourcenmanagement in den Lieferketten weiterentwickelt.

2025 ging das Gesamtgewicht der Abfälle von 17.852 t auf 15.691 t zurück. Davon wurden 13.478 t einer Verwertung zugeführt. Die Verwertungsquote stieg damit von 81,8 Prozent im Vorjahr auf 85,9 Prozent.

Abfall

(in t)	2025	2024
Gesamtgewicht Abfall	15.691	17.852
Gesamtgewicht ungefährlicher Abfall	15.486	17.647
hiervon extern beseitigt	2.125	3.166
hiervon extern verwertet	13.361	14.481
Gesamtgewicht gefährliche Abfälle	205	204
hiervon extern beseitigt	88	75
hiervon extern verwertet	117	129
Verwertungsquote (in %)	81,8	85,9

Zu den herausragenden Maßnahmen 2025 gehörten:

- Vollständige Kreislaufverwertung von Kunststoffproduktionsabfällen am Produktionsstandort Brodnica (Polen)
- Umstellung von diversen Verpackungen, die einem hochwertigeren Recyclingprozess zugeführt werden können.



Cofresco

Kooperation mit World Cleanup Day

Cofresco hat eine langfristige Partnerschaft mit dem World Cleanup Day geschlossen.

Mehr erfahren

Vielfalt und Diversität

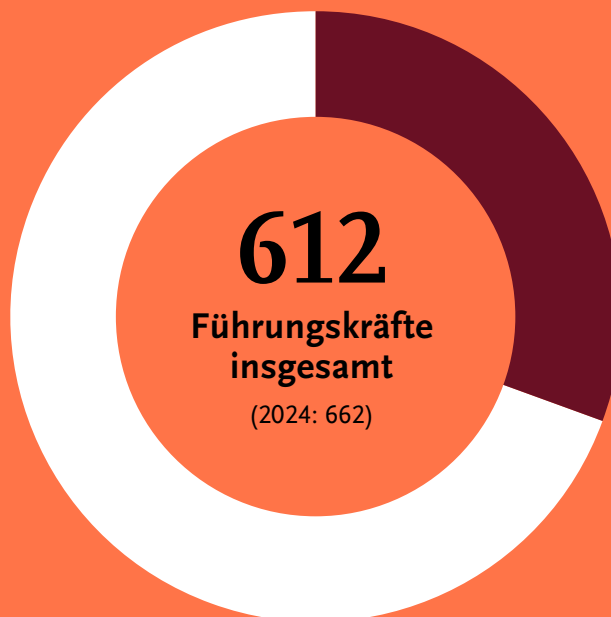
(pro Kopf, zum Jahresende)

♂
65,3 %
männlich
(2024: 64,9 %)



♀
34,7 %
weiblich
(2024: 35,1 %)

♂
69,3 %
männlich
(2024: 69,8 %)



♀
30,7 %
weiblich
(2024: 30,2 %)

Gesellschaft

Der langfristige Erfolg der Melitta Gruppe hängt wesentlich von den Menschen ab, die entlang der Wertschöpfungsketten tätig sind – von den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über Arbeitskräfte bei Lieferanten und Partnern bis hin zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern der Produkte. Der respektvolle Umgang mit ihren Bedürfnissen, Erwartungen und Rechten ist deshalb ein wichtiger Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses der Gruppe.

Im Mittelpunkt stehen dabei Themen wie Mitarbeiterentwicklung, Vielfalt und Chancengleichheit, Arbeitssicherheit und Gesundheit, Arbeits- und Menschenrechte sowie Produktsicherheit, -qualität und -transparenz. Als Familienunternehmen setzt sich die Melitta Gruppe auch hier hohe Maßstäbe – für das eigene Handeln und für die Zusammenarbeit mit Partnern in den Märkten.

Eigene Belegschaft

Zum 31.12.2025 beschäftigte die Melitta Gruppe weltweit 5.522 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Anzahl pro Kopf). Aufgrund ihrer internationalen Präsenz und der unterschiedlichen Anforderungen in den einzelnen Geschäftsfeldern ist die Gruppe auf Menschen mit vielfältigen Fähigkeiten, Erfahrungen und Perspektiven angewiesen. Vielfalt wird deshalb als große Stärke verstanden – unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft, kulturellem Hintergrund oder Bildungsweg. Dabei gilt der Anspruch, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die gleichen Chancen für ihre berufliche Entwicklung zu bieten.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Förderung von Frauen in Führungspositionen. Das Ziel, den Anteil von Frauen in Führungspositionen bis 2025 auf mindestens 30 Prozent zu erhöhen, wurde bereits 2024 erreicht. 2025 lag der Anteil bei 30,7 Prozent.

Anzahl Mitarbeitende

(pro Kopf, zum Jahresende)	2025	2024
Mitarbeitende gesamt *	5.522	6.070
Angestellte	3.374	3.682
Gewerbliche Mitarbeitende	2.148	2.388
Leiharbeiterinnen und Leiharbeiter	190	73

* Die Abweichung zum Kapitel „Das Geschäftsjahr“ ergibt sich daraus, dass die Mitarbeitendenzahl im Nachhaltigkeitsbericht gemäß GRI zum Stichtag 31.12. und im Kapitel „Das Geschäftsjahr“ gemäß IFRS als Jahresdurchschnitt ausgewiesen wird.

Eine kontinuierliche und anspruchsvolle Aus- und Weiterbildung nimmt in der Melitta Gruppe einen hohen Stellenwert ein. Gruppenweite Angebote zur Mitarbeiterentwicklung werden durch Programme in den Unternehmensbereichen ergänzt, um den unterschiedlichen Anforderungen der Geschäftsfelder gerecht zu werden.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Arbeitssicherheit und der Gesundheitsschutz. Insbesondere an den Produktionsstandorten gelten umfassende Schutzmaßnahmen, die häufig über gesetzliche Anforderungen hinausgehen. 2024 wurde ein deutschlandweites Arbeitssicherheitssystem eingeführt, ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch zwischen den Arbeitssicherheitsverantwortlichen etabliert und 2025 weiter ausgebaut. Gleichzeitig entwickeln die Unternehmensbereiche ihre eigenen Arbeitssicherheitsmaßnahmen kontinuierlich weiter – mit einem besonderen Fokus auf Prävention und die Vermeidung verhaltensbedingter Unfälle.

Auch Gesundheitsmanagement und Gesundheitsförderung nehmen einen hohen Stellenwert ein. Entsprechende Angebote werden regelmäßig überprüft und weiterentwickelt. Verschiedene Befragungen zeigen insgesamt eine hohe Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit den Qualifizierungs- und Gesundheitsangeboten.

Arbeitssicherheit und Gesundheit

	2025	2024
Anzahl Todesfälle aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen	0	0
Anzahl arbeitsbedingter Verletzungen	69	80
Rate arbeitsbedingter Verletzungen	1,46	1,65
Häufigste arbeitsbedingte Verletzungen	Schneiden Prellen, Stoßen, Sonstiges	Prellen, Stoßen, Schneiden, Umknicken, Stolpern, Rutschen

Zu den herausragenden Maßnahmen 2025 gehörten:

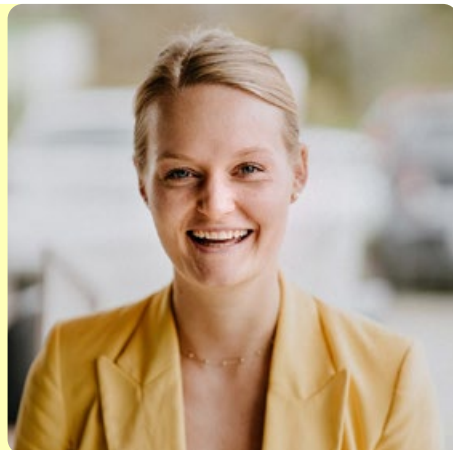
- Ausbau Vereinbarkeitsmanagement
- Veröffentlichung eines Magazins für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die zu pflegende Angehörige haben
- Umsetzung eines Corporate Influencer Programms u. a. mit Inhalten zu Employer Branding und auch Nachhaltigkeitsthemen
- Arbeitssicherheit: quartalsweiser Erfahrungsaustausch mit Sicherheitsfachkräften und Vereinheitlichung von Themen wie Gefährdungsbeurteilungen, Gefahrstoffkataster etc.

Melitta Gruppe

Corporate Influencer Programm

Zwölf Mitarbeitende erreichen mit #MelittaGroupVoices über 600.000 Impressions auf LinkedIn.

Mehr erfahren



Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette

Die Melitta Gruppe trägt Verantwortung nicht nur für die eigenen Mitarbeitenden, sondern auch für die Menschen entlang ihrer globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten. Ziel ist es, die Einhaltung der Menschenrechte in allen Geschäftsaktivitäten und Wertschöpfungsbereichen sicherzustellen und den entsprechenden Sorgfaltspflichten umfassend nachzukommen. Dabei orientiert sich die Gruppe unter anderem an der OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business, am Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte, an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie an den ILO-Kernarbeitsnormen.

Die größten Risiken für mögliche Menschenrechtsverletzungen sieht die Melitta Gruppe in komplexen, international organisierten Lieferketten – insbesondere im Wertschöpfungsbereich Kaffee. Deshalb konzentrieren sich die Maßnahmen vor allem auf Einkaufs- und Managementprozesse entlang der Lieferketten. Zentrale Grundlage ist der gruppenweit geltende Supplier Code of Conduct, der klare Anforderungen an Lieferanten und Geschäftspartner formuliert. Ziel ist dabei nicht nur die Kontrolle von Standards, sondern vor allem die kontinuierliche Verbesserung und Befähigung der Partner entlang der Wertschöpfungsketten.

Im Geschäftsjahr 2025 wurde das gruppenweite Risikomanagementsystem zur Umsetzung der Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) weiter ausgebaut. Wesentliche Bestandteile waren die vollständige Erfassung aller unmittelbaren Lieferanten sowie Risikoanalysen auf Länder-, Warengruppen- und Lieferantenebene. Lieferanten mit erhöhtem Risiko wurden vertieft überprüft. Gleichzeitig wurden Prozesse für Lieferantenqualifizierung, Schulungen und Sozialaudits weiterentwickelt. Neue Lieferanten durchlaufen grundsätzlich einen LkSG-konformen Risiko- und Freigabeprozess.

Im Kaffeegeschäft engagiert sich die Melitta Gruppe darüber hinaus gemeinsam mit Partnern und Branchenorganisationen für die Verbesserung sozialer Standards in den Anbauregionen. Dazu zählen unter anderem die Mitarbeit im Deutschen Kaffeeverband sowie gemeinsame Projekte und Hinweisgebersysteme in den Ursprungsländern. Ziel ist es, Risiken frühzeitig zu erkennen, Transparenz zu erhöhen und die Arbeits- und Lebensbedingungen entlang der Lieferketten langfristig zu verbessern.



Melitta Europa Kaffee

Unterstützung in Tansania

Das Projekt „Kaffee-Power“ stärkt Frauen und Jugendliche entlang der Kaffee-Wertschöpfungskette.

[Mehr erfahren](#)

Kunden und Endverbraucher

Anspruch der Melitta Gruppe ist es, in ihren Märkten zu den Qualitätsführern zu zählen und sich durch langlebige, zuverlässige, sichere und nutzerfreundliche Produkte vom Wettbewerb zu differenzieren. Daher stellt sie hohe Anforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von den eingesetzten Rohstoffen und Materialien über die Produktionsprozesse bis zum fertigen Produkt. Lieferanten werden nach definierten Qualitätskriterien ausgewählt und überprüft. Zertifizierte Qualitätsmanagementsysteme, internationale Standards sowie umfassende Kontroll- und Sicherungsmechanismen gewährleisten Qualität und Produktsicherheit in den Produktionsprozessen. Gleichzeitig gewinnen Anforderungen wie Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit, Recyclingfähigkeit und umweltschonende Entsorgung zunehmend an Bedeutung und werden systematisch in die Produktentwicklung integriert.

Großen Wert legt die Melitta Gruppe außerdem auf Information und Dialog. Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten über Verpackungen, Websites und digitale Angebote umfangreiche Informationen zu Produkten, ihrer Anwendung und ihren Eigenschaften. Ergänzend stehen zahlreiche Service- und Dialogangebote zur Verfügung. Rückmeldungen aus Verbraucherbefragungen, Produkttests und Kundenkontakten fließen kontinuierlich in die Weiterentwicklung von Produkten und Services ein.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Die Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten an Nachhaltigkeitsanforderungen wird durch verbindliche Regeln, Prozesse und Steuerungsinstrumente unterstützt. Hierzu zählen vor allem der gruppenweite Code of Conduct, der Supplier Code of Conduct, der Wertekanon sowie verschiedene Richt- und Leitlinien der Unternehmensgruppe (z. B. Grundsatzerklärung, UK Modern Slavery Act, Deforestation Policy). Sie bilden den Rahmen für verantwortungsvolles und regelkonformes Handeln – sowohl innerhalb der Melitta Gruppe als auch entlang der Wertschöpfungsketten.

Im Code of Conduct definiert die Melitta Gruppe klare Verhaltensgrundsätze für ihre Mitarbeitenden. Dazu gehören insbesondere Anforderungen im Hinblick auf Menschenrechte, Integrität, die Vermeidung von Korruption sowie den respektvollen Umgang miteinander und mit Geschäftspartnern. Ergänzend formuliert der Supplier Code of Conduct verbindliche Anforderungen an Lieferanten und Geschäftspartner, unter anderem zur Einhaltung von Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards. Gleichzeitig bildet er eine wichtige Grundlage für die Umsetzung der Anforderungen des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) und der europäischen Lieferkettensrichtlinie (CSDDD).

Nachhaltigkeit ist darüber hinaus als einer von sieben Kernwerten im Wertekanon der Unternehmensgruppe verankert. Entsprechend werden Nachhaltigkeitsanforderungen systematisch in Richt- und Leitlinien integriert – beispielsweise bei strategischen Geschäftsinitiativen, Investitionen oder Veränderungen in Beschaffung, Produktion und Vermarktung. Ergänzt wird dies durch mittel- und langfristige Nachhaltigkeitsziele, über deren Fortschritte regelmäßig berichtet wird.

Zur Steuerung der Nachhaltigkeitsaktivitäten nutzt die Melitta Gruppe gruppenweit definierte nichtfinanzielle Leistungsindikatoren. Diese werden über eine einheitliche ESG-Software erfasst und ausgewertet. Für alle Kennzahlen bestehen verbindliche Definitionen und Datenerfassungsprozesse. Dabei orientiert sich die Gruppe – wo immer möglich – an etablierten internationalen Standards und Methoden, etwa dem Greenhouse Gas Protocol oder ISO-Standards. Schulungen und regelmäßige Abstimmungen unterstützen dabei eine möglichst hohe Vergleichbarkeit und Qualität der Daten.

Im Geschäftsjahr 2025 wurden Governance, Prozesse und Datenstrukturen weiter ausgebaut – insbesondere mit Blick auf die Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). So wurden der Corporate-Finance-Bereich sowie die Finance-Abteilungen der Unternehmensbereiche enger in die Nachhaltigkeitsberichterstattung eingebunden. Darüber hinaus wurde das Risikomanagement um die Analyse und Bewertung von ESG-Risiken nach dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit erweitert. Ziele, Kennzahlen, Datenmanagement und Reporting-Infrastrukturen wurden entsprechend weiterentwickelt und stärker mit den finanziellen Steuerungsprozessen verknüpft.

Um die neuen Anforderungen wirksam umzusetzen, fanden 2025 zahlreiche Weiterbildungsmaßnahmen statt. Zudem wurden verschiedene Arbeitskreise eingerichtet, in die mehr als 50 Mitarbeitende aus unterschiedlichen Unternehmens- und Zentralbereichen eingebunden waren. Zudem wurden die Mitarbeitenden zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen geschult („Sustainability Insights“), um sie für zentrale Hebel und gesetzliche Anforderungen zu sensibilisieren und den Dialog zu fördern. Aufgrund des sehr positiven Feedbacks werden diese Schulungen 2026 fortgeführt.

Ausblick

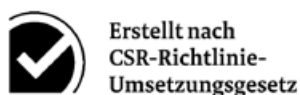
Die Melitta Gruppe arbeitet derzeit intensiv daran, die Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) umzusetzen und ihre Nachhaltigkeitsstrategie entsprechend weiterzuentwickeln. Dazu gehören die Überarbeitung bestehender Ziele, die Definition neuer Zielsetzungen und Meilensteine sowie die Entwicklung entsprechender Maßnahmenpläne – sowohl auf Gruppenebene als auch in den einzelnen Unternehmensbereichen.

Gleichzeitig werden Strukturen, Prozesse und Verantwortlichkeiten weiter angepasst, um Nachhaltigkeitsanforderungen noch systematischer in die Unternehmenssteuerung zu integrieren. Ziel ist eine Nachhaltigkeitsstrategie und -governance, die den regulatorischen Anforderungen gerecht wird und zugleich einen praxisnahen Rahmen für wirksame nachhaltige Veränderungen schafft.

Über den Nachhaltigkeitsbericht

Alle im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichten Zahlen und Fakten beziehen sich, sofern nicht anders angegeben, auf den Stichtag 31.12.2025. Redaktionsschluss war der 30.08.2026.

Der Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich im Aufbau an den European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Weiterführende Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten veröffentlicht die Melitta Gruppe in ihrer Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), die auf der Website des DNK eingesehen werden kann.



Im- pressum

Herausgegeben von der Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG

Redaktion

Corporate Communications und Nachhaltigkeit
Marienstraße 88, 32425 Minden
+49 571 40 46 – 0
pr@melitta.de

Konzept, Storytelling und Gestaltung

3st kommunikation GmbH, Mainz

Text und inhaltliche Begleitung (Finanz- und Nachhaltigkeitsteil)

COMMPARK GmbH, Liederbach am Taunus

© 2026 Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG

