

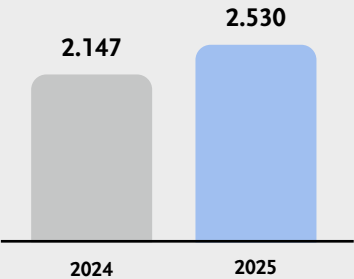
Das Geschäfts- jahr

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

Die Melitta Gruppe in Zahlen

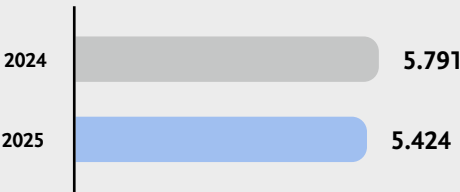
Umsatz

(in Mio. Euro)



Mitarbeitende

(im Jahresdurchschnitt)

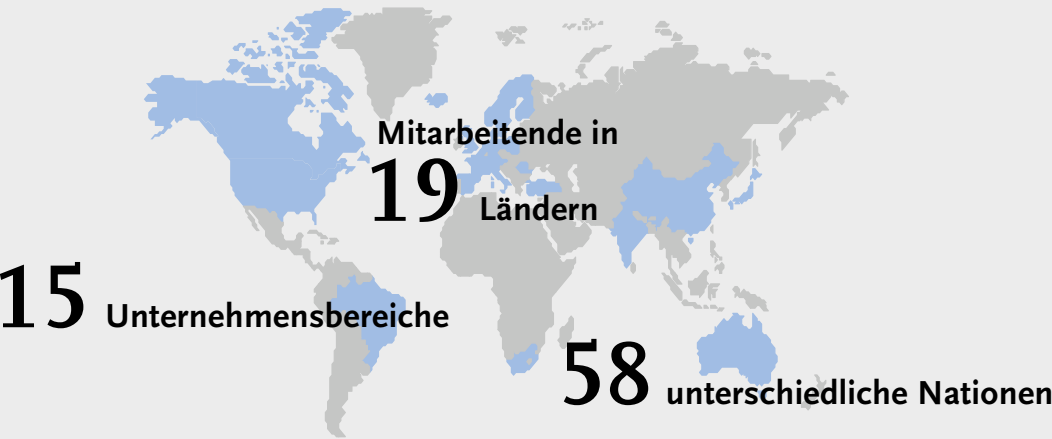


Umsätze der Segmente*

(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

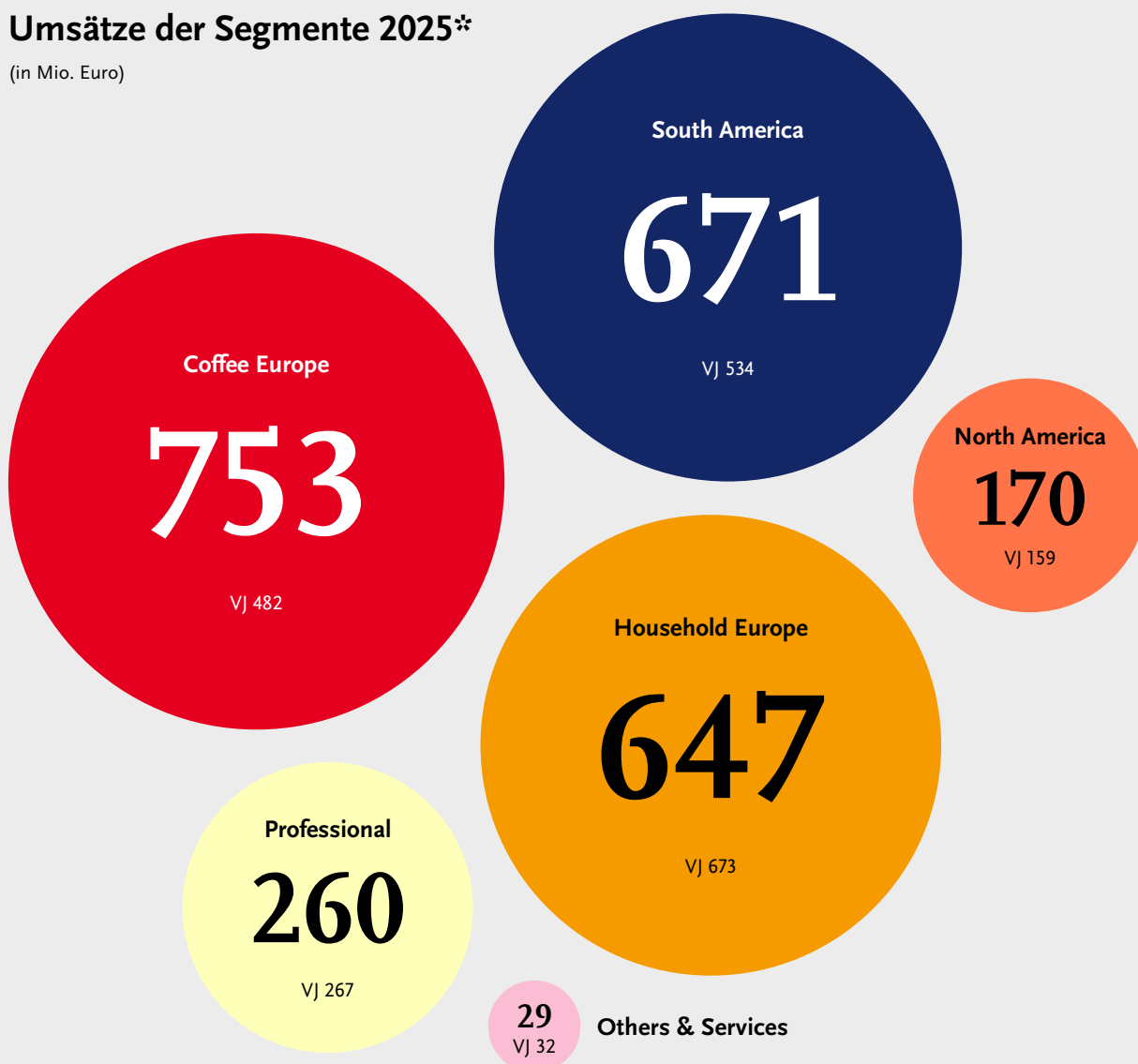
Die Melitta Gruppe hat sich trotz dieses anspruchsvollen Umfelds im Geschäftsjahr 2025 sehr zufriedenstellend entwickelt. Entscheidend dafür waren die starke Position in vielen Märkten, die stabilen Beziehungen zu den Geschäftspartnern sowie die langfristige Perspektive der Unternehmensgruppe. Von hoher 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.

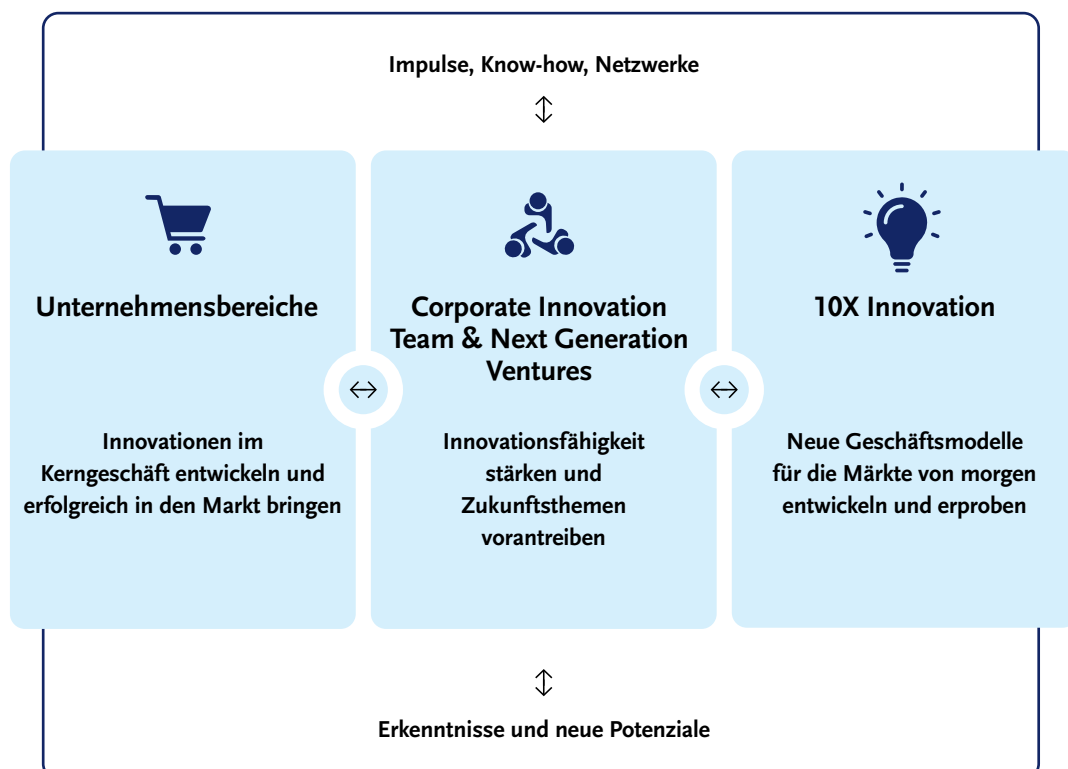
In den Branchenauswertungen erreichte sie Platz 1 bei den langlebigen Konsumgütern sowie Platz 3 in der Kategorie Lebensmittel und Verbrauchsgüter.

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](#)

