

De'Longhi bleibt 2025 Marktführer im Gesamtjahr

(Neu-Isenburg, 17. Dezember 2025) Der Markt für Kaffeevollautomaten ist vielschichtig und kann nur realistisch bewertet werden, wenn alle relevanten Vertriebskanäle berücksichtigt werden. Nach Stückzahlen ist De'Longhi im Gesamtjahr 2025 (YTD) klarer Marktführer mit einem Marktanteil von 34,4 Prozent. In elf von zwölf Monaten lag De'Longhi vor dem Wettbewerb. Verbraucher:innen haben sich damit auch 2025 wieder überwiegend für Qualität entschieden. Die Nachfrage nach Geräten von De'Longhi wird auch durch unabhängige Tests gestützt. Institute wie Stiftung Warentest bewerten die Qualität verschiedener Modelle regelmäßig positiv.

November-Trend: Online-Preisdruck schwächt den Handel

Der Monat November zeigt eine deutliche Verschiebung innerhalb der Vertriebskanäle. Der stationäre Handel verliert Marktanteile an Online-Vertriebskanäle. Haupttreiber sind sehr aggressive Preisaktionen im Segment unter 500 Euro, insbesondere rund um den Black Friday auf Online-Plattformen. So gewinnen Distributionsplattformen wie Amazon oder Otto im November 2,1 Prozentpunkte Marktanteil und sind erstmals stärkster Vertriebskanal. Klassische Handelsketten verlieren im gleichen Zeitraum 3,4 Prozentpunkte. Gleichzeitig liegt der durchschnittliche Verkaufspreis im Online-Distributionshandel rund zehn Prozent unter Vorjahr (GfK, Deutschland). Diese Entwicklung zeigt: Der Markt wird kurzfristig vor allem durch Preiseffekte geprägt – nicht durch nachhaltige Produkt- oder Qualitätsargumente.

De'Longhi verfolgt seit Jahren eine ganzheitliche und langfristig ausgelegte Strategie, mit einem klaren Fokus auf den stationären Handel als zentralen Touchpoint für Premium-Kaffeevollautomaten. „Der Markt für Kaffeevollautomaten und -Siebträger lässt sich nur dann realistisch bewerten, wenn alle relevanten Vertriebskanäle einbezogen werden. De'Longhi ist seit Jahren die stärkste Marke im Gesamtmarkt - mit hoher Präsenz und Performance im stationären Handel. Damit folgen wir einer nachhaltigen Strategie, statt vorrangig auf kurzfristige Online-Aktivierungen zu setzen. Entsprechend waren wir auch im November nach Stückzahl im klassischen Handel erneut Nummer eins“, erklärt **Simon Winkler, Head of Product and Brand Management von De'Longhi Deutschland**.

Mit Innovationen wie der [PrimaDonna Aromatic](#) oder der [Rivelia](#) investiert De'Longhi konsequent in Produkterlebnisse, die Verbraucher:innen begeistern – am physischen POS, mit Beratung, Verkostung und direktem Vergleich. Damit stärkt das Unternehmen gezielt den stationären Handel als langfristiger Partner.

StiWa-Erfolge: De'Longhi mehrfach ausgezeichnet

In den letzten vier Jahren konnte De'Longhi gleich mehrere Auszeichnungen in renommierten Vergleichstests der Stiftung Warentest erzielen:

- [2022](#): Die De'Longhi Eletta Explore wird Testsieger und überzeugt mit einer herausragenden Punktzahl – ein Meilenstein für Innovation und Qualität.
- [2023](#): Wiederholt als Testsieger bestätigt, belegen De'Longhi-Modelle erneut Spotsenplätze im StiWa-Vergleichstest.
- [2024](#): Die Rivelia sichert sich den Testsieg, während die Magnifica Start Milk als Preis-Leistungs-Tipp ausgezeichnet wird – ein doppelter Erfolg, der den hohen Anspruch und die Bandbreite der De'Longhi-Produkte unterstreicht.

- 2025: Das Modell Magnifica Evo Next sichert sich die Gesamtnote GUT (2,1) – und zählt damit zu den bestbewerteten Geräten im Testfeld. Auch im Zubehörbereich kann De'Longhi 2025 einen vollen Erfolg verbuchen: Im Vergleichstest zum umweltfreundlichen Entkalken von Kaffeevollautomaten wurde der hauseigene Entkalker explizit als unbedenklich erwähnt.

Alle Informationen inkl. Bildmaterial finden Sie auch im [De'Longhi Newsroom](#).

Bleiben Sie stets auf dem Laufenden mit dem [De'Longhi Newsletter](#).

Über die De'Longhi Group:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 10.000 Mitarbeiter:innen in mehr als 30 Ländern erwirtschafteten im Jahr 2024 einen Umsatz von 3,48 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, nutribullet und magic bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken nutribullet und magic bullet. Zuletzt übernahm die De'Longhi Group 2024 La Marzocco, einen der weltweit führenden Anbieter von professionellen halbautomatischen Kaffeemaschinen.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 135 Mitarbeiter:innen. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte, Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2024 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premium Markenprodukte von De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Brand-First Strategie.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com, www.braunhousehold.com und www.nutribullet.com abrufbar.

PR-Agentur

Achtung! GmbH
Straßenbahnhof 3
20251 Hamburg

Tel.: +49 40 45 02 10-514
delonghi@achtung.de