



PRESSE-INFORMATION

Exklusivmarke überzeugt:

CoffeeB als „Produkt des Jahres 2025“ ausgezeichnet

- Innovatives Kaffeesystem begeistert Fachjury
- CoffeeB setzt auf gepresste Röstkaffeebälle statt klassischer Kapseln
- EDEKA und Netto investieren weiter in Qualität der Eigen- und Exklusivmarken

Hamburg, 11. September 2025 – Kaffee ist das beliebteste Heißgetränk der Deutschen – rund 164 Liter trinkt jede Person im Schnitt pro Jahr¹. Besonders beliebt sind Kapselsysteme, die weltweit jährlich etwa 63 Milliarden Kapseln und damit rund 100.000 Tonnen Abfall verursachen. Mit CoffeeB bieten EDEKA und Netto Marken-Discount exklusiv ein nachhaltigeres Kaffeesystem an, das vollständig auf herkömmliche Kapseln verzichtet. Stattdessen kommen innovative, unverpackte Coffee Balls aus gepresstem Röstkaffee zum Einsatz, die das volle Aroma bewahren und deutlich umweltfreundlicher sind. Im Rahmen des Awards zum „Produkt des Jahres“ wurden die CoffeeB Balls in der Kategorie Getränke ausgezeichnet. Der Award wird vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) vergeben und würdigt herausragende Produktinnovationen im deutschen Einzelhandel.

Statt auf die üblichen Kapseln aus Aluminium oder Plastik setzt CoffeeB auf kleine, unverpackte Bälle aus gepresstem Röstkaffee. Eine pflanzliche Schutzschicht bewahrt das Aroma des Kaffees und macht zusätzliche Verpackung überflüssig. Das Ergebnis: vollmundiger Kaffeegenuss ohne überflüssigen Abfall. Nach dem Aufbrühen können die Coffee Balls einfach im Biomüll, im Hausmüll oder auf dem Kompost entsorgt und später sogar als natürlicher Dünger, z. B. für Zimmerpflanzen, genutzt werden. Der EDEKA-Verbund bietet im CoffeeB-Sortiment eine vielfältige Auswahl unterschiedlicher Kaffeesorten in verschiedenen Stärkegraden: von Lungo bis hin zum klassischen Espresso. Die Qualität von CoffeeB zeigt sich auch in der aktuellen Bewertung (ET: 09/2025) von Stiftung Warentest: Die Sorte Café Royal Lungo wurde mit dem Qualitätsurteil "gut" bewertet. Die dazugehörige Maschine „Globe“ besteht zu einem großen Teil aus recycelten Materialien und arbeitet energieeffizient. Zudem ist sie modular konstruiert, sodass einzelne Komponenten gezielt ausgetauscht werden können. Auch hier spiegelt die Bewertung „gut“ von Stiftung Warentest aus 2023 die Qualität der Maschine.

¹ [Kaffee: Konsum und Anbau – Statistiken und Daten | Statista](#)



PRESSE-INFORMATION

EDEKA und Netto Marken-Discount beweisen mit der Auszeichnung zum „Produkt des Jahres“ einmal mehr die Innovationskraft des im Handel einzigartigen Systems sowie das Engagement für umweltfreundliche und kundenorientierte Produktlösungen – und das bei einem qualitativ hochwertigen Geschmackserlebnis zum fairen Preis. CoffeeB ist im deutschen Lebensmittelhandel exklusiv bei EDEKA, Marktkauf und Netto Marken-Discount erhältlich.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) zählt zu den führenden unabhängigen Testinstituten im deutschsprachigen Raum. Es führt regelmäßig objektive Studien und Produktvergleiche durch. Weitere Informationen zum Wettbewerb: [Produkt des Jahres - DISQ](#)

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warenengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir lieben Lebensmittel“ und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie trinkgut, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

Netto Marken-Discount im Profil

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.400 Filialen, über 88.500 Beschäftigten, wöchentlich 21,5 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 17,6 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Netto ist PAYBACK Partner: In allen Netto-Filialen, im Netto-Onlineshop und auf netto-reisen.de können Punkte gesammelt werden. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren.