



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

746 Anbieter im KI-Vergleich: Melitta führt das Ranking für Kaffee und Kaffeemaschinen an



Das KI-Performance-Ranking zu Kaffee und Kaffeemaschinen erfasst 746 Anbieter in zehn führenden Large Language Models. Melitta sichert sich mit der höchsten Punktzahl und einer Präsenz in 13 von 14 Produktkategorien den ersten Platz. Auf Platz zwei folgt De'Longhi mit dem besten Sentiment-Score.

Esslingen am Neckar, 20. Mai 2026 – Die neue Studie „KI-Performance Kaffee und Kaffeemaschinen 2026“ von research tools untersucht systematisch, welche Anbieter bei KI-gestützten Verbraucheranfragen rund um Kaffee und Kaffeemaschinen präsent sind. Analysiert wurden Antworten von zehn führenden Large Language Models auf 50 realitätsnah formulierte Anfragen zu 14 Produktkategorien, von Kaffeefullautomaten über Kaffeepads bis hin zu Bohnenkaffee. Insgesamt erfasst die Studie 746 verschiedene Anbieter.

Im Gesamtranking führt Melitta mit Präsenz in 13 von 14 Produktkategorien als Allrounder. De'Longhi folgt auf dem zweiten Rang und erzielt den besten Sentiment-Score: Auf einen kritischen Begriff kommen hier 283 positive. Tchibo belegt Platz drei als Preis-Leistungs-Sieger. Gemessen an der Häufigkeit und der Reihenfolge ihrer Nennungen führen Kaffeemarken die Anbietergruppen mit 42 Prozent der gesamten KI-Performance an.

Die Analyse zeigt erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Modellen: ChatGPT priorisiert etablierte Haushaltsmarken wie Philips, Melitta und Sage, gestützt auf Händlerquellen wie Amazon und MediaMarkt sowie Testportalen wie chip.de. Claude favorisiert Nachhaltigkeit und Bio-Zertifizierungen – hier führt Lavazza vor Melitta und Philips. Bei Copilot stehen Krups, Melitta und De'Longhi hoch im Kurs. DeepSeek bevorzugt strukturierte Listenartikel, Gemini kombiniert breite deutsche Medienquellen – während Perplexity inhaltliche Tiefe belohnt. Die Markenabdeckung fällt bei ChatGPT mit 27 Prozent und Claude mit 26 Prozent am höchsten aus.

Die meistzitierten Quellen in den KI-Antworten sind Test- und Vergleichsportale: coffeeness.de führt mit 272 Zitationen, gefolgt von coffeecircle.com mit 119 und roastmarket.de mit 109. Von den Universalhändlern liegen otto.de und amazon.de vorne. Die Auswertung von über 38.000 Wörtern zeigt eine zu 85,5 Prozent sachlich-informierende Tonalität, gefolgt von 14,1 Prozent positiv-empfehlenden und nur 0,4 Prozent kritischen Aussagen.

Aus den Befunden leitet die Studie konkrete Handlungsempfehlungen ab, die Marken dabei unterstützen, ihre Sichtbarkeit in Large Language Models gezielt zu stärken. Die Empfehlungen zeigen auf, über welche Hebel KI-Präsenz tatsächlich entsteht, wie sich die unterschiedlichen Präferenzen der einzelnen Modelle strategisch nutzen lassen und welche Maßnahmen besonders wirksam sind, wenn Verbraucher qualitative Kaufentscheidungen per KI vorbereiten.

Über die Studie:

Die ‚Studie KI-Performance Kaffee und Kaffeemaschinen 2026‘ von *research tools* untersucht die Markensichtbarkeit von Anbietern in den zehn Large Language Models ChatGPT, Claude, Copilot, DeepSeek, Gemini, Grok, LLaMA, Mistral, Perplexity, Qwen anhand von jeweils 50 realitätsnah formulierten Nutzeranfragen über 14 Produktkategorien. Neben dem Gesamtranking mit insgesamt 746 Anbietern analysiert sie KI-Rankings nach Produktkategorien, Anbietergruppen, Zitationsquellen sowie Tonalität und Positionierung der Top-10-Marken.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-ki-performance-kaffee-und-kaffeemaschinen-2026/>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net