

BRITA feiert 60 Jahre und blickt auf ein weiteres Rekordjahr zurück

- **Geschäftsjahr 2025 bestätigt den kontinuierlichen Wachstumskurs**
- **Great Place to Work® zeichnet BRITA erneut als hervorragenden Arbeitgeber aus**
- **Denken in Generationen prägt das Unternehmen seit 60 Jahren**

Taunusstein, 04. August 2026 – Was 1966 unter einem Birnbaum mit einer Idee von Firmengründer Heinz Hankammer begann, hat sich zu einer internationalen Erfolgsgeschichte entwickelt. Im Juli 2026 feierte BRITA sein 60-jähriges Firmenjubiläum und veröffentlicht zugleich den Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht für das Jahr 2025. Mit einem Umsatz von 759 Mio. Euro (+4,4 Prozent gegenüber Vorjahr) markiert 2025 ein weiteres Rekordjahr in der Geschichte der BRITA Group.

Das Familienunternehmen ist mit 27 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften, Betriebsstätten, Beteiligungen sowie Vertriebs- und Industriepartnern in 70 Ländern aktiv. 81 Prozent des Umsatzes wurden außerhalb des deutschen Heimatmarkts erwirtschaftet. Das stetige Wachstum zeigt sich auch in der Belegschaft: Ende 2025 beschäftigte BRITA weltweit 2.545 Mitarbeitende, davon 1.368 in Deutschland.

Dieses Jahr wurde BRITA erneut länderübergreifend als Great Place to Work® ausgezeichnet. 86 Prozent der Mitarbeitenden weltweit nahmen an der Befragung teil. 90 Prozent der Befragten gaben an, stolz darauf zu sein, bei BRITA zu arbeiten; 87 Prozent bewerteten das Unternehmen als sehr guten Arbeitgeber. Beide Werte haben sich im Vergleich zur letzten Befragung im Jahr 2024 um mehrere Prozentpunkte verbessert.

„Wir wollen BRITA zu einer emotionalen Lifestyle-Marke weiterentwickeln. Dafür haben wir in den vergangenen Jahren die Weichen gestellt und maßgebliche Investitionen getätigt. Die Bilanz gibt uns recht: Wir transformieren BRITA aus einer Position der Stärke heraus“, sagt Markus Hankammer, Inhaber und CEO der BRITA Group.

60 years of doing better

Die Geschichte von BRITA begann 1966 unter einem Birnbaum im Garten von Firmengründer Heinz Hankammer – mit einer einfachen Idee: Wasser besser zu machen. In den vergangenen sechs Jahrzehnten hat sich BRITA von einer kleinen Gartenwerkstatt zu einem globalen Unternehmen entwickelt und den Markt für Trinkwasseroptimierung maßgeblich geprägt.

Die Entwicklung von BRITA ist geprägt von Pioniergeist, Innovationskraft und dem Anspruch, Verantwortung zu übernehmen – von den ersten handgefertigten Filtern über die internationale Expansion bis hin zur konsequenten Verankerung von Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell. „Drink better. Do better.“ steht heute sinnbildlich für eine Haltung,

mit der das Unternehmen den Wandel von einem funktionalen Produkthanbieter zu einer wertorientierten, globalen Hydration-Marke gestaltet.

BRITA hat sich verpflichtet, bis 2050 Net Zero zu erreichen. Der sogenannte Product Impact gilt im Unternehmen als gleichberechtigte Steuerungsgröße neben Umsatz und Gewinn. Damit misst BRITA einerseits den eigenen Carbon Footprint entlang der Wertschöpfungskette sowie den Fortschritt in Richtung Net-Zero-Emissionen; andererseits wird auch der positive Effekt der Produkte sichtbar: Allein im Jahr 2025 konnten durch die Nutzung von BRITA Produkten anstelle von Flaschenwasser weltweit 6,1 Milliarden Einwegplastikflaschen eingespart werden.

„Bei BRITA denken wir weniger in Quartalen als vielmehr in Generationen. Das ist unser besonderes Verständnis von Verantwortung. So habe ich die Firma von meinem Vater übernommen, und so binden wir schon heute die dritte Generation in das Unternehmen ein“, sagt Hankammer.

Weitere Informationen finden sich im [Nachhaltigkeitsbericht](#).

--

Über die BRITA Group

Mit einem Gesamtumsatz von 759 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2025 und weltweit 2.545 Mitarbeitenden zum Jahresende 2025, davon 1.368 in Deutschland, gehört die BRITA Group zu den führenden Unternehmen im Bereich der Trinkwasseroptimierung. Die Traditionsmarke BRITA nimmt eine führende Position auf dem globalen Wasserfiltermarkt ein.

Das 1966 gegründete Familienunternehmen mit Hauptsitz in Taunusstein bei Wiesbaden ist auf allen fünf Kontinenten durch 27 nationale und internationale Tochtergesellschaften, Betriebsstätten und Beteiligungen sowie durch Vertriebs- und Industriepartner in 70 Ländern vertreten. Es betreibt fünf Produktionsstätten in Deutschland, Großbritannien, Italien und China.

Pressekontakt

BRITA Group – Corporate Communications

Maximilian Kranl, Manager Group Corporate Communications

mkranl@brita.net

+49 152 5320 2885