



## Österreichs Kaffeekultur im Wandel: Wie Gen Z Kaffeekonsum neu definiert

**Wien, 12.05.2026** - Österreich bleibt eine Kaffee-Nation: Über 70,7 Prozent trinken täglich oder mehrmals täglich ihren geliebten Kaffee. Die Tchibo Kaffee-Fakten - eine repräsentative Umfrage, die das Unternehmen gemeinsam mit NIQ/GfK Anfang des Jahres umgesetzt hat - zeigen: Die Art und Weise, wie Generationen ihren Kaffee konsumieren, unterscheidet sich deutlich. Die traditionelle Kaffeehauskultur trifft auf Coffee to go, der Espresso zu Hause auf den Cappuccino unterwegs - Österreichs Kaffeekultur ist vielfältiger denn je.

### **Gen Z: Produktivitäts-Tool und soziales Ritual zugleich**

Auch wenn die Gen Z (15-29 Jahre) ihren Kaffee - wie alle Generationen - bevorzugt zu Hause trinkt, zeigt sie ein deutlich mobiles Konsumverhalten: Beeindruckende 94,2 Prozent der jungen Kaffeetrinker\*innen kaufen Coffee to go - ein Wert, der alle anderen Altersgruppen deutlich übertrifft (Millennials 30-45 Jahre: 78,7%, Gen X 46-61 Jahre: 62%, Babyboomer 62-80 Jahre: 50,8%). Auch die Kaffeehauskultur erlebt bei der jüngsten Generation eine Renaissance: 78,6 Prozent der Gen Z nutzen Kaffeehäuser für wichtige Gespräche und Verabredungen, mehr als jede andere Altersgruppe. Kaffee wird für sie zum sozialen Event, zur Kulisse für Begegnungen.

Gleichzeitig nutzt die Gen Z Kaffee strategisch als Produktivitäts-Tool: Während 41,9 Prozent der jungen Generation Kaffee gezielt zur Konzentrationsförderung einsetzen, sehen nur 10,2 Prozent der Babyboomer diese Funktion. Für junge Menschen ist Kaffee nicht nur Genuss, sondern funktionaler Begleiter im Alltag - 24,2 Prozent der Gen Z verbinden Kaffee mit Produktivität, im Vergleich zu nur 1,4 Prozent bei den Babyboomern. Kaffee erfüllt für die Gen Z also eine Doppelrolle: Er ist sowohl soziales Bindemittel als auch funktionaler Alltagshelfer.

### **Geschmack der Generationen: Von Cappuccino bis Espresso**

Die Gen Z bevorzugt mit 44,3 Prozent den Cappuccino, während die Generation X mit 37,4 Prozent und die Babyboomer mit 33,1 Prozent zum Espresso greifen. Der klassische Verlängerte wird mit 41,6 Prozent vor allem von Millennials geschätzt.



### **Regionale Kaffee-Hochburgen: Salzburg führt**

Geografisch zeigt sich Österreich vielfältig: In Kärnten trinken 85,4 Prozent täglich oder mehrmals täglich Kaffee, während es in Vorarlberg nur 57 Prozent sind. Beim durchschnittlichen Konsum führt Salzburg mit 2,9 Tassen pro Tag, gefolgt von Tirol (2,81) und dem Burgenland (2,78) - der Österreich-Schnitt liegt bei 2,6 Tassen pro Tag.

### **Generation X: Die vieltrinkenden Frühaufsteher\*innen**

Die Generation X (46-61 Jahre) trinkt mit durchschnittlich 3,06 Tassen pro Tag am meisten - und das früh: 44,7 Prozent starten bereits vor 7:00 Uhr mit ihrer ersten Tasse. Diese Generation hat Kaffee am tiefsten in ihre Morgenroutine integriert.

### **Zuhause bleibt Nummer eins**

86 Prozent trinken Kaffee zu Hause, doch auch hier zeigen sich Unterschiede: Während 98,3 Prozent der Babyboomer hauptsächlich zu Hause trinken, sind es bei der Gen Z 71,3 Prozent.

### **Die neue Kaffee-Realität: Vielfalt statt Einheitlichkeit**

42,4 Prozent aller Befragten können sich ihren Tag ohne Kaffee kaum vorstellen. Doch während frühere Generationen den Kaffee als fixes Morgenritual zelebrieren, integriert die junge Generation ihn flexibler in ihren Alltag - unterwegs, im Café, als bewussten Genussmoment oder gezielten Energy-Boost.

### **Tchibo Kaffee-Fakten to go: Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick**

- **KAFFEE-NATION: 70,7% trinken täglich oder mehrmals täglich Kaffee**  
Österreich ist eine echte Kaffee-Nation - mehr als zwei Drittel der Bevölkerung ab 15 Jahren trinken regelmäßig Kaffee.
- **GENERATIONEN-UNTERSCHIED: 37,1% Gen Z vs. 87,2% Babyboomer**  
Während fast neun von zehn Babyboomern täglich oder mehrmals täglich Kaffee trinken, ist es bei der Gen Z nicht einmal die Hälfte - ein klarer Generationenunterschied.
- **FRÜHE VÖGEL: 44,7% der Gen X trinken vor 7:00 Uhr ihren ersten Kaffee**  
Die Generation X startet am frühesten in den Kaffeetag.
- **REGIONALE UNTERSCHIEDE: Salzburg führt mit 2,9 Tassen/Tag**  
Der Kaffeekonsum variiert zwischen den Bundesländern - Salzburg liegt bei der durchschnittlichen Tassenanzahl an der Spitze (2,9), gefolgt von Tirol (2,81) und dem Burgenland (2,78).



- **TOP 3 FAVORITEN: Cappuccino 35%, Verlängerter 34%, Espresso 33%**  
Diese drei Kaffeespezialitäten dominieren den österreichischen Kaffeegeschmack - mit nur minimalem Abstand zueinander.
- **TASSENMEISTER GEN X: 3,06 Tassen pro Tag - höchster Wert aller Generationen**  
Die Generation X (46-61 Jahre) trinkt durchschnittlich am meisten Kaffee, während die Gen Z mit 1,81 Tassen den niedrigsten Wert aufweist.
- **HEIMVORTEIL: 86% trinken Kaffee zu Hause**  
Der Großteil des Kaffeekonsums findet in den eigenen vier Wänden statt - deutlich vor Büro (39,6%) oder Kaffeehaus (25,5%).

Diese und noch mehr Zahlen und Daten stehen ab sofort als PDF-Download für Sie bereit.

#### Generationen im Überblick

- Gen Z: 15-29 Jahre
- Millennials: 30-45 Jahre
- Gen X: 46-61 Jahre
- Babyboomer: 62-80 Jahre

#### Weitere Informationen für Medienschaffende:

Karin Stöger, MA  
Tchibo Österreich  
Senior Corporate Communications Manager  
Tel.: +43 (0)1 76622-2105, [karin.stoeger@tchibo.at](mailto:karin.stoeger@tchibo.at)  
[www.tchibo.com/at](http://www.tchibo.com/at) | [www.tchibo.at](http://www.tchibo.at)  
[blog.tchibo.at](http://blog.tchibo.at) | [www.facebook.com/tchibo.at](http://www.facebook.com/tchibo.at) | [www.instagram.com/tchibo.at](http://www.instagram.com/tchibo.at)

#### Über Tchibo:

Tchibo Österreich mit Sitz in Wien beschäftigt über 800 Mitarbeiter\*innen und ist heimischer Röstkaffee-Marktführer. Mit eigenen Filialen, starkem Online-Vertrieb und flächendeckender Präsenz im Handel verfügt das Unternehmen über ein Omnichannel-Vertriebssystem, das neben Kaffee der Marken Tchibo, Eduscho, Cafissimo und Qbo wechselnde Non Food Sortimente sowie Dienstleistungen anbietet. Seit 20 Jahren ist Nachhaltigkeit integrativer Teil der Geschäftstätigkeit, was das Unternehmen durch langfristige Partnerschaften mit Umweltinitiativen zu Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft unterstreicht. Für seine familienfreundliche Unternehmenskultur wurde Tchibo mit dem staatlichen Gütesiegel „berufundfamilie“ ausgezeichnet und 2025 rezertifiziert.