

NO. 14

2025

Kaffee inspiriert: Bei schöpferischen Prozessen und für die Überwindung von kreativen Blockaden kann er eine spürbare Hilfe sein. Wenn wir auf ihn verzichten müssten, würde uns etwas Elementares fehlen.

Kaffeereport

Schwerpunkt: Kreativität

NO. 1 - 2012 - QUALITÄT

NO. 2 - 2013 - KULTUR UND TRENDS

NO. 3 - 2014 - NACHHALTIGKEIT

NO. 4 - 2015 - GESUNDHEIT

NO. 5 - 2016 - INNOVATION

NO. 6 - 2017 - LIEBE

NO. 7 - 2018 - INDIVIDUALITÄT

NO. 8 - 2019 - ARBEIT

NO. 9 - 2020 - VERANTWORTUNG

NO. 10 - 2021 - ZUSAMMENHALT

NO. 11 - 2022 - NEUBEGINN

NO. 12 - 2023 - VERZICHT

NO. 13 - 2024 - VIELFALT

NO. 14 - 2025 - KREATIVITÄT

Zukunft gestalten

In der Theorie ist die Sache recht einfach: Kreativität, so heißt es bei Wikipedia, ist die Fähigkeit, etwas zu erschaffen, das neu oder originell und dabei nützlich oder brauchbar ist. Die Praxis hingegen gestaltet sich - wie so oft - leider deutlich komplizierter.

Für den Text in diesem Heft zum Beispiel haben wir eine ganze Reihe von Anläufen nehmen müssen. Die erste Idee scheiterte an Terminen, das war nur Pech. Idee Nummer zwei war genial, scheiterte dann aber gleich mehrfach an der Umsetzung. Am Ende wurde es krampfzig: Die Redaktion drängelte, die Autorin war blockiert. Nach vier Varianten haben wir ganz neu aufgesetzt - und jetzt ein schönes Essay im Heft.

So kann es gehen, denn auch das gehört zum Wesen der Kreativität: Sie ist nicht auf Knopfdruck zu haben. Das Neue kommt nicht einfach so in die Welt. Wir müssen uns darum bemühen, uns einsetzen und dafür Zeit nehmen, unterschiedliche Wege ausprobieren, mit Rückschlägen umgehen, loslassen - und wieder neu anfangen. Wir müssen üben. Denn kreativ ist eben nicht der eine geniale Einfall, der viel beschworene Geistesblitz. Den kann es geben, ein seltenes Glück. Im Normalfall jedoch bewegen wir uns im Zickzack zum Ziel. Getragen von Wissen und Erfahrungen aus der Vergangenheit und angetrieben von unserer Idee, etwas besser machen zu wollen.

Kreativität ist mehr als nur die Fähigkeit, etwas Neues zu erschaffen. Kreativität ist eine Superkraft. Sie ist unser Werkzeug, in der Welt zurechtzukommen, unser Leben zu gestalten, auf morgen zu vertrauen und Zukunft zu wagen.

Wir müssen seit geraumer Zeit lernen, mit Verzicht und Komplexität umzugehen und sind jeden Tag gefordert, uns neu zu justieren, weil die Welt im Umbruch ist. Das geht nur, wenn wir uns Ziele setzen, zuversichtlich bleiben und an eine Zukunft glauben, die wir selbst gestalten können. Heute. Mit Neugier, einer guten Tasse Kaffee - und der Kraft der Kreativität.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre,

Erik Hofstädter
Tchibo

Susanne Risch
brand eins

Inhalt

Produkt & Produktion: **ab Seite 4**

Essay: **ab Seite 18**

Konsumentenbefragung: **ab Seite 22**

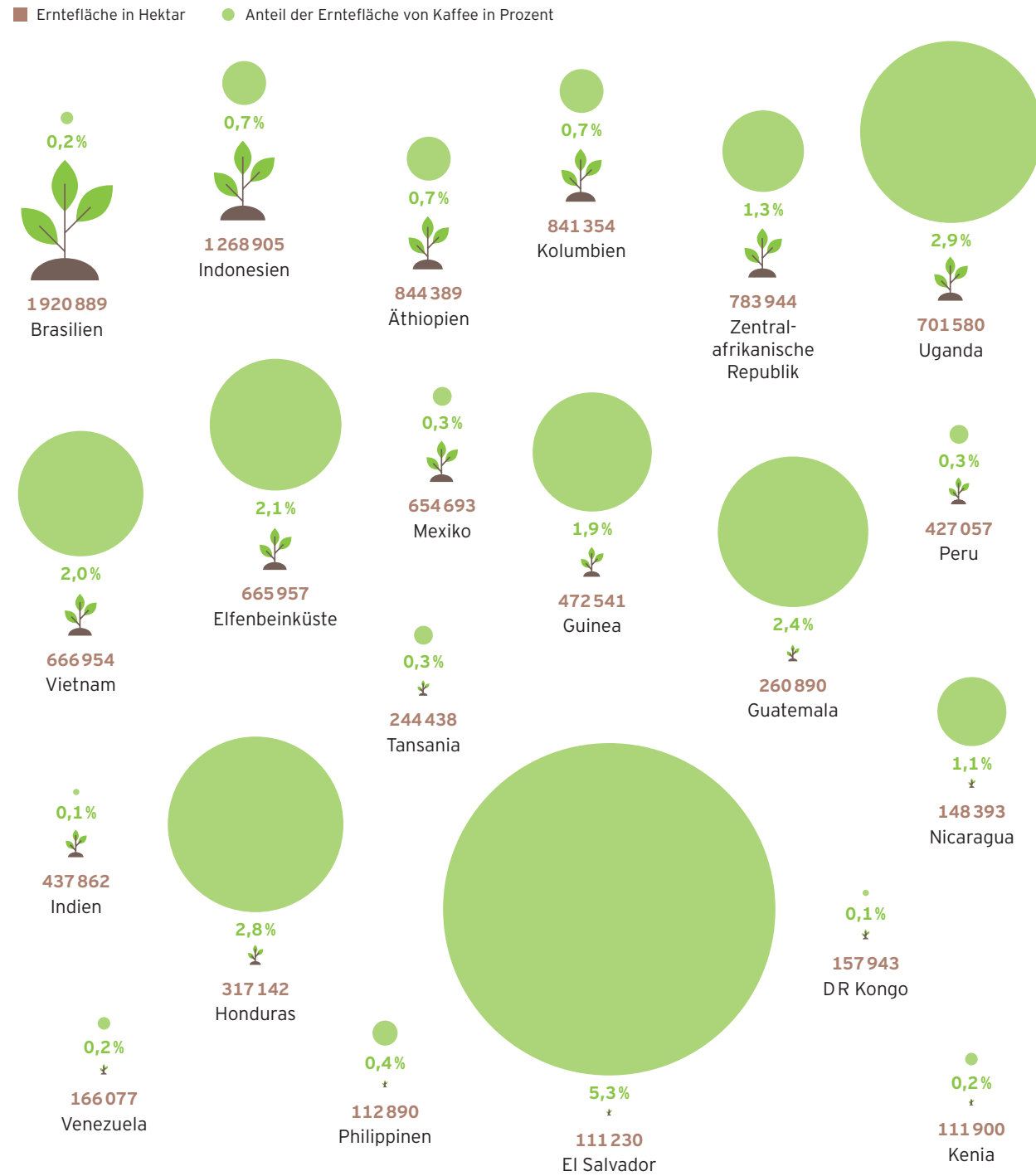
Konsum & Konsumenten: **ab Seite 44**

Menschen & Märkte: **ab Seite 54**

Quellen / Impressum: **Seite 66**

Anbauländer und Ernteflächen

Anbauländer mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*; weltweit; 2023; in Hektar;
Anteil der Erntefläche von Kaffee an der Landfläche in Ländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar*;
weltweit; 2023; in Prozent



*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

„Gott denkt in den Genies, träumt in den Dichtern und schläft in den übrigen Menschen.“
(Peter Altenberg)

Zugelegt

Gewinner (Top 10) nach Veränderung der Erntefläche von 2010 bis 2023; weltweit; in Prozent

Zentralafrikanische Republik	5 746,0%
Trinidad und Tobago	1 405,4%
Dominica	698,0%
Guinea	619,3%
Uganda	157,4%
Nepal	121,8%
Angola	105,5%
DR Kongo	93,5%
Laos	80,0%
Malawi	69,9%

*Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2023 Kaffeeernteflächen aufwiesen und deren Anbaufläche im Jahr 2023 über 100 Hektar lag. Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Eingebüßt

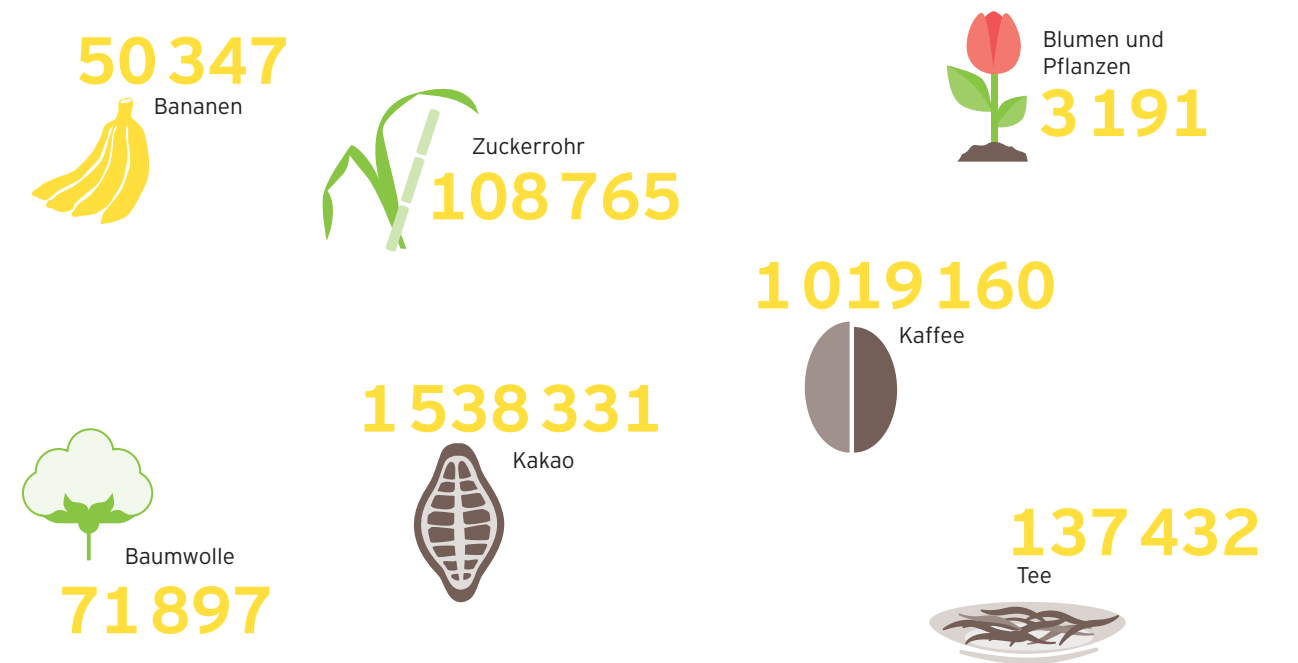
Verlierer (Top 10) nach Veränderung der Erntefläche von 2010 bis 2023; weltweit; in Prozent

Burundi	-90,0%
Ecuador	-84,6%
Sierra Leone	-83,5%
Kamerun	-76,5%
Haiti	-76,1%
Puerto Rico	-74,9%
Guyana	-70,7%
Dominikanische Republik	-68,5%
Timor-Leste	-54,1%
Ghana	-44,2%

*Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2023 Kaffeeernteflächen aufwiesen und deren Anbaufläche im Jahr 2023 über 100 Hektar lag. Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Aufgeteilt

Anbaufläche ausgewählter Fairtrade-Produkte; weltweit; 2022; in Hektar



Quelle: Fairtrade International

„Das Genie entdeckt die Frage, das Talent beantwortet sie.“
(Karl Heinrich Waggerl)

Kaffee für die Welt - aus aller Welt

Volumen der Rohkaffeeproduktion; 2024/25*; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken
(Veränderung zwischen 2020/21 und 2024/25 in Prozent)

weltweit

174 855 (-4,8%)



Rohkaffeeproduktion
in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

- 10 000+
- 1 000-9 999
- 100-999
- < 100

* Geschätzte Werte.
Quelle: United States Department of Agriculture (USDA)

Vershoben

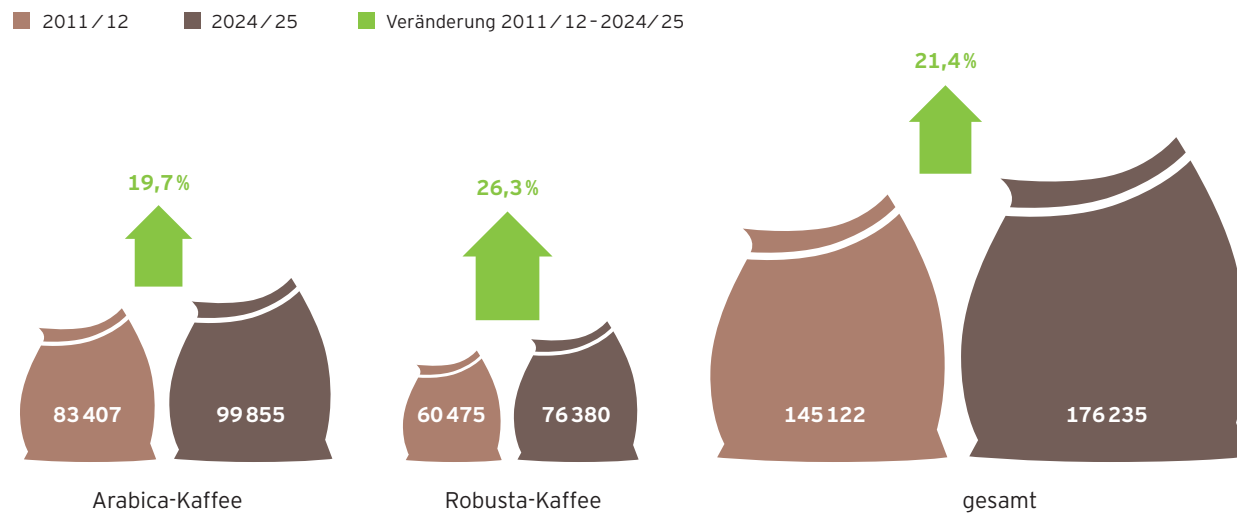
Verteilung der Kaffeeproduktion nach Sorten; weltweit; in Prozent



Quelle: International Coffee Organization (ICO)

Verpackt

Erntemenge von Arabica- und Robusta-Kaffee; weltweit; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken



* Prognose (Stand: Juni 2024). Quelle: United States Department of Agriculture (USDA)

„Die Freiheit der Fantasie ist keine Flucht in das Unwirkliche; sie ist Kühnheit und Erfindung.“
(Eugène Ionesco)

Vervielfacht

Erntefläche von Kaffee; weltweit; in Hektar



Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Verteilt

Ernteertrag von Kaffee; ausgewählte Länder; 2023; in Kilogramm pro Hektar



Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Mehr Ertrag, weniger Emissionen

Einfluss von Ertragssteigerungen auf den CO₂-Fußabdruck der Kaffeeproduktion

Der CO₂-Fußabdruck der Kaffeeproduktion verändert sich mit dem Ertrag. Wenn ertragreichere Sorten verwendet werden, reduzieren sich die Emissionen. Eine Ertragssteigerung beim Kaffeeanbau um

48%

(zum Beispiel durch ertragreichere Sorten) führt zur Abnahme der CO₂-Emissionen um

32%

Das bedeutet: Mehr Kaffee wird mit weniger Belastung für die Umwelt produziert.

Die WCR testet weltweit bestehende und neue Kaffeesorten unter verschiedenen Bedingungen - auf Forschungsstationen und in landwirtschaftlichen Betrieben. Aus 46 Hybridkreuzungen wählte die WCR vier Finalisten für vorkommerzielle Tests in Lateinamerika. Versuche zeigten für diese vier Kandidaten Ertragssteigerungen von bis zu

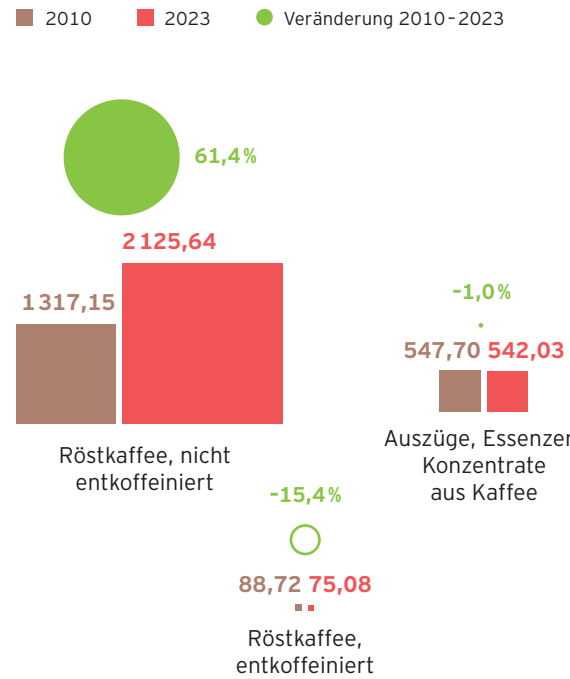
30%

Quelle: World Coffee Research (WCR)

„Ohne Fantasie keine Güte, keine Weisheit.“
(Marie von Ebner-Eschenbach)

Berechnet

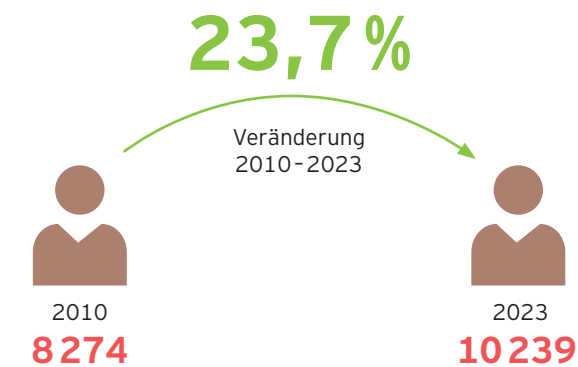
Produktionswert von Kaffee-Erzeugnissen; Deutschland; in Millionen Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Beschäftigt

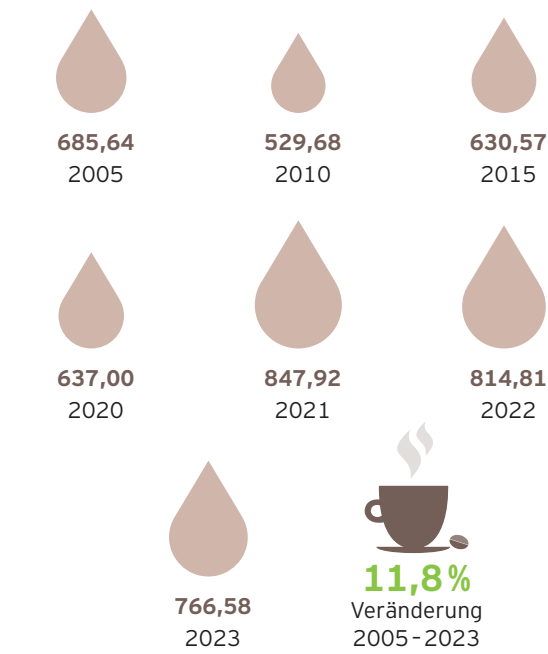
Zahl der Beschäftigten in der Verarbeitung von Kaffee und Tee in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Erbracht

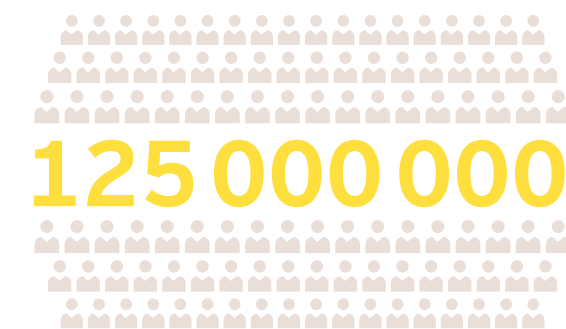
Produktionsmenge von trinkfertigen Kaffee- und Teegetränken; Deutschland; in Millionen Liter



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Ernährt

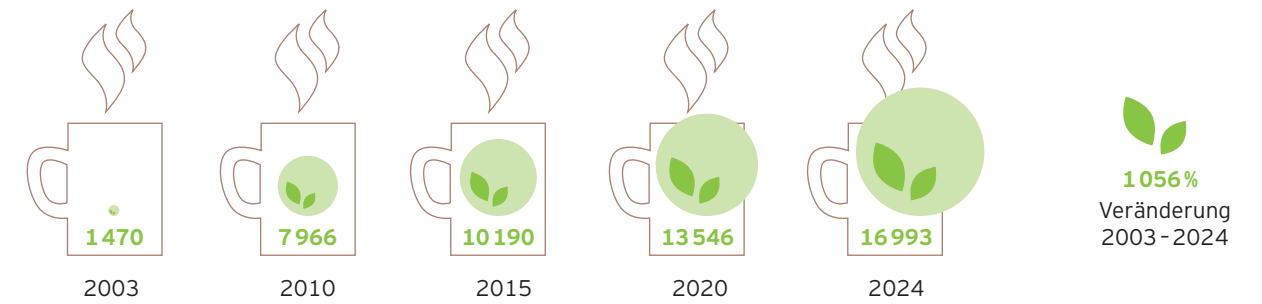
Zahl der Menschen, die mit Kaffee ihren Lebensunterhalt verdienen; weltweit; 2025



Quelle: Fairtrade Deutschland

Gezählt

Zahl der Produkte mit Bio-Siegel bei Heißgetränken; Deutschland



Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

Gewaschen

Produktion von Kaffeebohnen * nach Verarbeitungsmethoden; 2022/2023; weltweit; in Tonnen



* Definition Kaffeebohne: Kaffeebohnen sind die Steinfrüchte der Kaffeepflanze. Sie sind im reifen Zustand rot und ähneln optisch Kirschen. Die Kaffeebohne ist der Steinkern der Kirsche, die meist zwei davon enthält.
Quellen: International Coffee Organization (ICO), International Trade Centre (ITC), Tchibo

„Das eine Auge des Fotografen schaut weit geöffnet durch den Sucher, das andere, das geschlossene, blickt in die eigene Seele.“

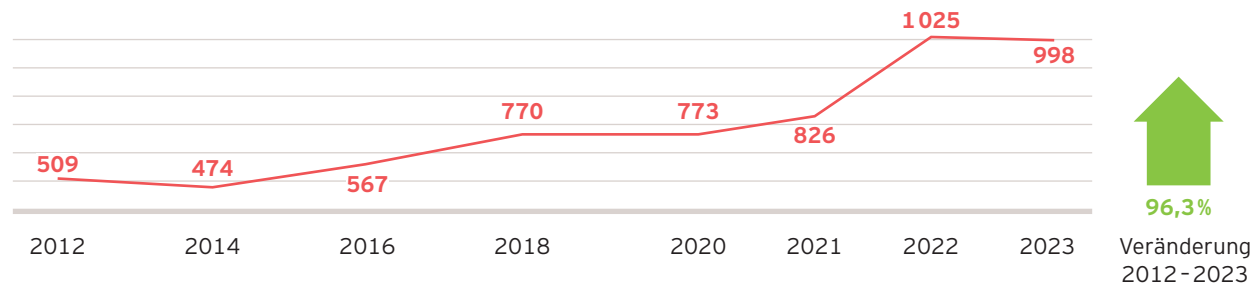
(Henri Cartier-Bresson)

„Fantasie haben heißt nicht, sich etwas auszudenken, es heißt, sich aus den Dingen etwas zu machen.“

(Thomas Mann)

Verdoppelt

Anbaufläche von UTZ-zertifiziertem Kaffee; weltweit; in Tausend Hektar



Quelle: Rainforest Alliance

Verkauf

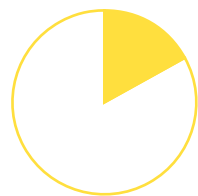
Verkäufe von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee (Top 10); weltweit; 2023; in Tausend Tonnen



Quelle: Rainforest Alliance

Vermessen

Anteil an Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee an der Gesamtproduktion; weltweit; 2023; in Prozent



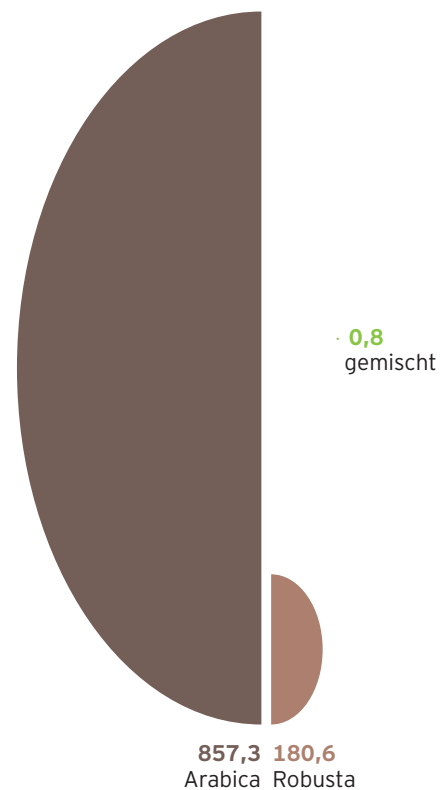
Anteil an Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee an der Gesamtproduktion von mehr als 10 Millionen Tonnen Kaffee

17%

Quelle: Rainforest Alliance

Verglichen

Anteil von Arabica und Robusta am Verkauf von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee; weltweit; 2023; in Tausend Tonnen

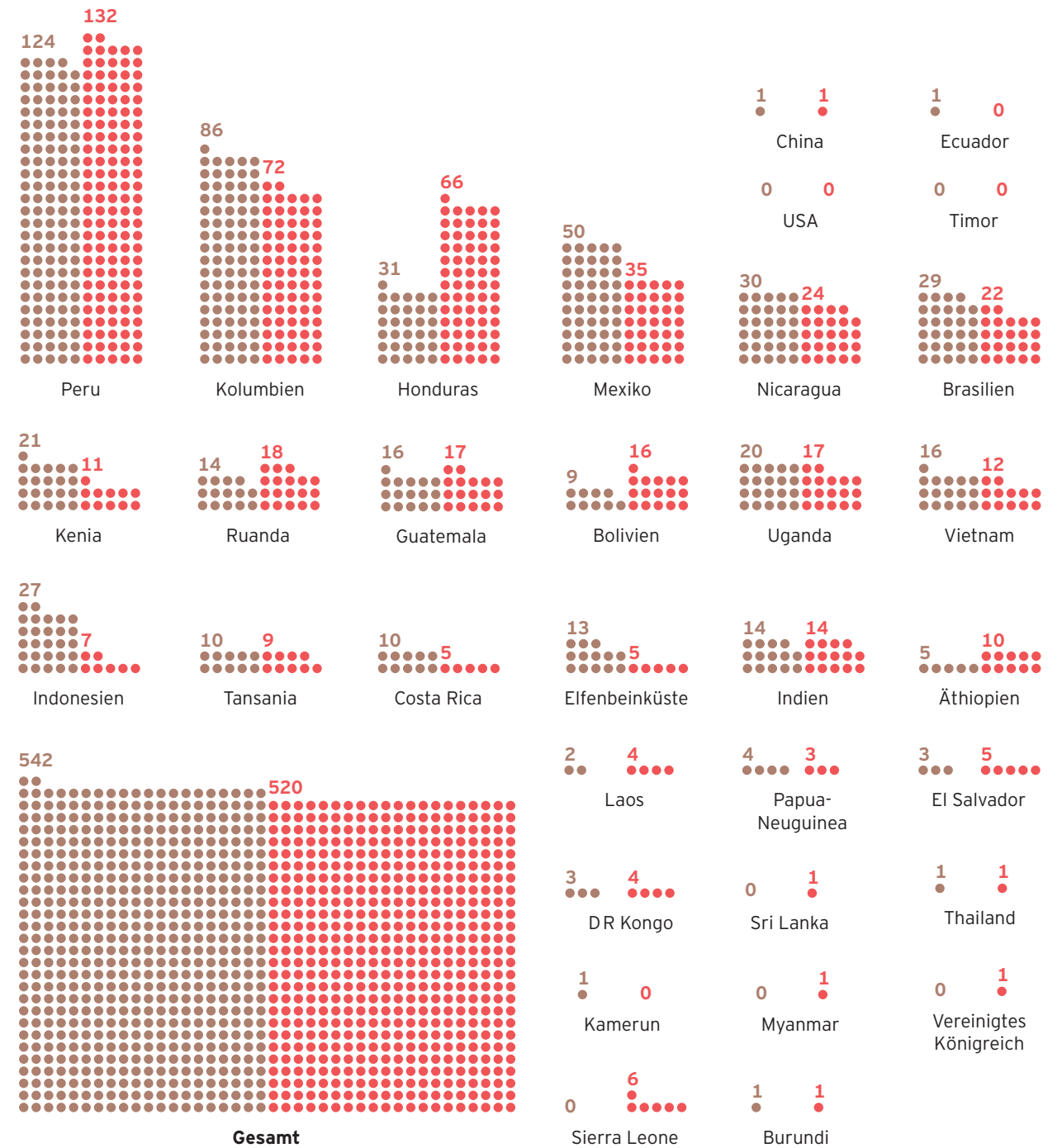


Quelle: Rainforest Alliance

Versiegelt

Zahl der Kaffeeproduzenten mit Fairtrade-Siegel nach Ländern; weltweit

● 2016 ● 2024



Quelle: FLO-CERT

„Zeichnen ist eine Form des Nachdenkens auf dem Papier.“

(Saul Steinberg)

„Im Entwurf, da zeigt sich das Talent, in der Ausführung die Kunst.“

(Marie von Ebner-Eschenbach)



Kreativität? Unsere Superkraft!

Jeder Mensch ist kreativ. Natürlich erfindet nicht jeder gleich die Geschirrspülmaschine oder malt die Mona Lisa. Doch darum geht es auch gar nicht. Es geht vielmehr um den Mut, Gängiges und Gewohntes zu hinterfragen: Wie könnte es vielleicht anders gehen?

Auch unser Autor hat sich diese Frage gestellt - und bekam von einer inneren Stimme ein paar überraschende Antworten. Ein Zwiegespräch über das Wesen der Schöpfungskraft zwischen ihm und seinem kreativen Ich.

Text: Peter Lau

Illustration: Anja Stiehler

Der Autor: Mein Chef sagt, es läuft nicht gut, wir müssen uns was einfallen lassen: Ich müsse mal kreativ werden. Was soll ich denn jetzt tun?

Seine innere Stimme: Tipps zur Erhöhung der Kreativität googeln?

Sehr witzig! Habe ich natürlich versucht. Aber ich weiß immer noch nicht, was er von mir erwartet. Was heißt das überhaupt: Kreativität?

Kreativität ist die Fähigkeit, etwas zu erschaffen, was neu oder originell und dabei nützlich oder brauchbar ist. Das ist die Definition des „Creativity Research Journal“, einer wissenschaftlichen Publikation über Kreativität. Anders gesagt: Menschen sehen Probleme und lassen sich etwas einfallen, um sie schnell und effektiv zu lösen.

Das klingt wie eine Superkraft.

In gewisser Weise ist das auch so. Die Erfolgsgeschichte der Menschheit basiert auf Einfallsreichtum. Wir haben viel erfunden: Rad, Geschirr, Papier, Buchdruck, Dampfmaschine, Penicillin, Telefon, Kernspaltung, Antibabypille, Computer, Internet ... Die Liste ist endlos. Und wir haben damit stetig unser Leben verbessert.

Allein die Reisegeschwindigkeit: Vor dem 19. Jahrhundert schafften Reisende bis zu 40 Kilometer am Tag. Heute überwindet jedes Verkehrsflugzeug bis zu 900 Kilometer - in einer Stunde!

Aber ich bin nun mal kein Erfinder! Ich habe einfach keine Superkraft.

Doch, die hast du. Alle Menschen sind kreativ, das lässt sich gar nicht verhindern. Auch du. Du glaubst es nur nicht, weil deine Ideen nicht viel bewegen. Tatsächlich wird offiziell zwischen alltäglicher und außergewöhnlicher Kreativität unterschieden. Die erste umfasst die kleinen und großen Ideen, die wir uns Tag für Tag einfallen lassen. Lifehacks zum Beispiel. Oder kleine Einfälle beim Kochen.

Honig-Senf-Sauerkraut! Lecker!

Zum Beispiel. Als außergewöhnliche Kreativität gilt dagegen, was zu großen Entwicklungen führt, die vielen Leuten nützen. Das müssen nicht mal Sternstunden der Menschheit sein. Es reicht, wie Josephine Cochrane die Geschirrspülmaschine zu erfinden.

Cochrane war eine wohlhabende, aber ansonsten ganz normale Frau im amerikanischen Illinois des 19. Jahrhunderts, die frustriert war, weil ihre Angestellten beim Abwasch ständig Porzellan zerbrachen. Also maß sie ihr Geschirr aus und baute passende Fächer aus Draht, die sie am Rand eines Rades befestigte. Das drehte sich über Düsen, die Wasser verspritzten. Fertig war der erste Geschirrspüler. Weltbewegend war das nicht. Und doch hat es bis heute das Leben vieler Menschen verbessert.

Ich wäre nie auf die Idee gekommen, eine Geschirrspülmaschine zu bauen.

Das sagst du jetzt. Aber Kreativität ist ein Prozess. Und die Ideenentwicklung ist nur ein Teil davon. Davor kommt der Möglichkeitssinn: die Vorstellung, dass es überhaupt besser gehen könnte. Josephine Cochranes größte kreative Leistung war nicht die Entwicklung der Maschine, sondern dass sie daran glaubte, dass es eine bessere Methode zur Reinigung des Geschirrs gibt, als der seit Ewigkeiten übliche Abwasch.

Lässt sich das überhaupt vergleichen? Mein Leben heute ist doch ganz anders als das Leben von Josephine Cochran im 19. Jahrhundert.

Das stimmt. Ganz lange war es keine Frage, was gebraucht wurde, weil die Menschen die meiste Zeit nur fürs Überleben gearbeitet haben. Es war immer klar, was sich ändern musste: Größere Ernten. Bessere Medikamente. Weniger Arbeit. Mit der Zeit wuchs das Wissen, mit der Wissenschaft wurde es systematischer genutzt, was die Kreativität und das technologische Entwicklungstempo in den vergangenen Jahrhunderten enorm beschleunigte. Deshalb haben wir heute die Freiheit, uns zu überlegen, was wir als Nächstes verbessern wollen.

Und genau da fällt mir nichts ein. Es gibt doch schon alles. Was soll ich denn noch erfinden?

Es geht nicht nur um neue Maschinen, Materialien oder Produktionsmethoden. Damit haben wir es seit der Industrialisierung wirklich weit gebracht. Wir brauchen etwas anderes. Da hat dein Chef schon recht. Aber das schaffen wir. Denn neben der problemlösenden Kreativität, die vor allem Wissenschaftler und Erfinder auszeichnet, gibt es auch noch die schöpferische Kreativität, mit der vor allem Künstler und Denker arbeiten.

Bei ihnen dreht sich alles um Ausdruck und Originalität, darum, Grenzen zu sprengen und frei zu denken. Kunst, Literatur, Musik, Architektur oder Design wären ohne schöpferische Kreativität überhaupt nicht möglich. Ohne sie hätte Beethoven nicht die Neunte Sinfonie und Paul McCartney nicht „Yesterday“ komponiert.

Du meinst, ich soll einfach mal ein bisschen rumspinnen und hoffen, dass eine gute Idee dabei ist? So wie der britische Autor H. G. Wells, der in seinem Roman „Befreite Welt“ die Atombombe vorhergesehen hat? Oder wie der Amerikaner William Gibson, der in seinem Roman „Neuromancer“ das Internet vorhergesagt? Super Idee! Dann schreibe ich ein Buch über eine gepolsterte Welt, in der ich mich nicht verletze, wenn ich wegen deines Blödsinns in Ohnmacht falle.

Nein, das meine ich nicht. Das ist nur eine andere Art von Erfinden. Doch dafür haben wir wirklich kaum noch Bedarf. Du hast schon recht, es gibt alles. Oder richtiger: Wir haben zumindest das Gefühl, alles Wesentliche wäre schon da: die Schrift, die Zahlen, das Geld ... Was soll noch kommen? Und deshalb verbessern wir in erster Linie: Wir machen unsere Staubsauger und Rasenmäher eben noch ein bisschen schneller und leistungsfähiger.

Und was willst du mir damit nun genau sagen?

Dass das nur eine Übergangsphase sein kann: Die nächsten großen Umwälzungen zeichnen sich schließlich schon ab. Wahrscheinlich werden wir bald von autonomen Autos von A nach B chauffiert, während KI-Agenten unser Leben organisieren und Roboter einen Großteil unserer Arbeit übernehmen. Und wer weiß denn, was alles passiert, wenn wir die Möglichkeiten von künstlicher Intelligenz oder Quantencomputing erst so richtig für uns zu nutzen wissen?

Ich hoffe, die Welt ist bald gepolstert. Das wird mir alles zu viel. Ich kippe gleich um!

Das ist gar nicht mal so abwegig. Ich meine, eine gepolsterte Welt, nicht, dass du umkippst. Es gab in der Geschichte der Menschheit immer wieder Ideen, die zu einer grundsätzlichen Neuorientierung und enormem Fortschritt geführt haben. Zum Beispiel in der Renaissance im 15. und 16. Jahrhundert: Heute denken wir bei dieser Epoche an die Meisterwerke von Leonardo da Vinci oder Michelangelo. Aber die größte Leistung war die Betonung des menschlichen Potenzials.

Der Humanismus betrachtete den Menschen als bewussten Urheber seiner Handlungen, indem er seine Schöpfungskraft neben die des zuvor unerreichbaren Gottes stellte. Das war der Anfang einer goldenen Ära, von deren Errungenschaften wir auch heute noch profitieren. Und der wir übrigens auch das Konzept der Kreativität verdanken.

Klar, ich erfinde den Humanismus 2.0. Für die Spülmaschine hat es leider nicht gereicht, aber das kriege ich spielend hin, logisch!

Auch ein Talent des Menschen: sich dummstellen, sobald es ungemütlich wird. Damit bist du nicht allein: Wir tun gerade alle so, als könnte es immer so weitergehen. Obwohl wir ganz genau spüren, dass das nicht stimmt. Das Ächzen der Erde in Folge des Klimawandels oder das Knirschen in allen Demokratien der Welt kann schließlich niemand überhören!

Aber im Ernst, wie soll das bitte funktionieren: Woher soll denn eine ganz neue Idee für die Welt kommen?



Klar, das dauert. Veränderung besteht aus vielen kleinen Schritten und zieht sich über eine lange Zeit. Zudem werden große Erfindungen nur selten von nur einer Person gemacht. Es gab nie den einen Menschen, der morgens aufgewacht ist und gesagt hat: „Ich habe die Zahlen erfunden! Hier sind schon mal die 1, 3, 5, 7 und 9 und morgen kommen die geraden.“

Ideen werden oft über Jahre von vielen klugen Köpfen immer weiterentwickelt – bis sie endlich zu gebrauchen sind. Das ist ein Grundprinzip der Kreativität. Und das gilt erst recht für große Entwicklungen, die unser gesamtes Zusammenleben verändern.

Also: Abwarten und Tee trinken?

Kaffee – und beim Trinken den Blickwinkel überdenken, genau. Vielleicht brauchen wir unsere Kreativität im Moment, um unser aller Zusammenleben neu zu ordnen. Technologisch ist die Menschheit in so kurzer Zeit so weit gekommen, dass die gesellschaftliche Entwicklung nicht Schritt halten konnte. Viele Konzepte, auf denen unsere Welt beruht, scheinen heute vielfach fragwürdig.

An was denkst du?

Menschen glauben nicht mehr an Gott, weil das den Naturwissenschaften widerspricht. Der Profit einer Firma sagt nichts mehr über ihren Wert, weil wir neben den betriebswirtschaftlichen Kosten jetzt auch langfristige

gesellschaftliche Kosten sehen, die oft höher sind. Wir können uns auf nichts mehr einigen, weil vieles, was uns noch vor Kurzem selbstverständlich erschien, nicht mehr funktioniert. Vermutlich brauchen wir wirklich nichts dringender als einen neuen Blick auf die Welt.

Aber braucht es für so eine gesellschaftliche Neuordnung nicht ein paar kreative Vordenker, die vorangehen? Tja, das Führungspersonal ... auch so eine Sache! Im Grunde haben sich Hierarchien erledigt. Früher hatte es mal Sinn – zumindest theoretisch –, dass Wissen vertikal organisiert war. Oben verstanden sie mehr als unten. Von den Kaisern des Römischen Reichs bis zu den Konzernchefs der Wirtschaftswunderjahre hatten Anführer mehr Information, mehr Erkenntnis, mehr Einblick. Sie hatten Herrschaftswissen und leiteten daraus ihren Anspruch ab, bestimmen zu dürfen, wo es langgeht.

Das ist doch heute nicht anders!

Oh doch! Heute treffen sich die Menschen in virtuellen Räumen, kommunizieren mit Maschinen und verbünden sich mit künstlichen Intelligenzen, um produktiver zu werden. Die Welt ist so komplex und schnell geworden, dass auch die klügsten Chefs sie kaum noch überblicken. In ihrer Überforderung sind alle Menschen gleich.

Ich hätte googeln sollen. Du hilfst mir echt nicht weiter. Ich kann meinem Chef doch nicht sagen, dass wir die Hierarchie abschaffen müssen.

Wieso denn nicht? Unsere Kreativität war lange auf die materielle Welt fokussiert, weil es uns an allem fehlte. Jetzt sind wir soweit: Wir könnten tatsächlich den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Wir können unseren Einfallsreichtum für Kommunikation nutzen, für die Entwicklung unserer Gesellschaft, für eine gesündere Umwelt, ein stabileres Gesundheitssystem, für neue Partnerschaften – oder auch für ganz neue Strukturen bei der Arbeit. Lass dir was einfallen!

Um am Ende mehr Zeit zu haben?

Genau! Noch ist Geld unser Maßstab für alles. Aber vielleicht ist es in hundert Jahren die Zeit? Wir waren Jahrtausende auf den Raum konzentriert, in dem wir leben, und du siehst, wohin uns das gebracht hat. Wer weiß, was unsere Superkraft erschafft, wenn wir sie auf die Dimension Zeit ausrichten.

Zeitreisen!

Nein: Zeitnehmen. Um besser miteinander klarzukommen. Um besser mit uns selbst klarzukommen. Um besser zu wissen, wer wir sind und was wir eigentlich wollen. Unsere Kreativität hat uns Zeit geschenkt. Jetzt müssen wir überlegen, was wir damit anfangen. //

54

Prozent der Kaffeetrinker bezeichnen Kaffee als ihre Geheimwaffe gegen kreative Blockaden.

64

Prozent der Kaffeetrinker hilft Kaffee dabei, sich in ihrer Arbeit zu strukturieren.

Anregend und beflügelnd

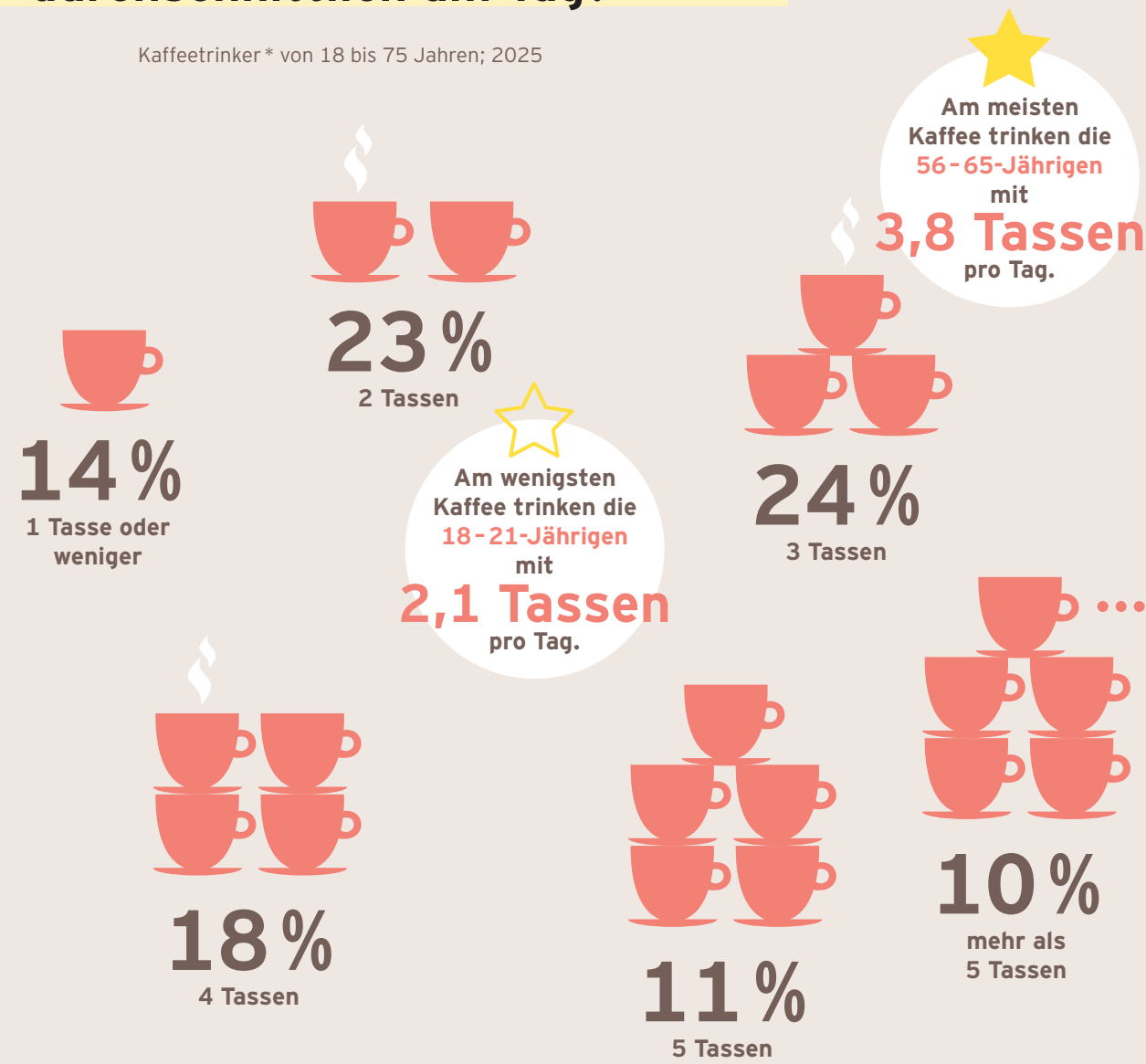
Es wird uns viel abverlangt dieser Tage. Die Zeiten sind schwierig, die Probleme häufen sich, unsere Welt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Aber Jammern ist keine Option. Wir können etwas tun: Dinge ausprobieren, neue Wege gehen, unfertige Ideen testen, uns spielerisch an Hürden herantasten, Fehler machen und daraus lernen. Kurzum: neugierig und kreativ sein.

Kaffee kann bei diesem schöpferischen Prozess eine spürbare Hilfe sein, das hat unsere repräsentative Umfrage ergeben, die wir im Januar 2025 erhoben haben. 1 500 Kaffeetrinkerinnen und Kaffeetrinker zwischen 18 und 75 Jahren aus ganz Deutschland haben diesmal zu Protokoll gegeben, welche Ideen ihnen nach dem Genuss von Kaffee in den Sinn kommen, wie schnell nach dem Konsum ihre Leistungsfähigkeit wächst, wie viele Tassen der Kreativität zuträglich sind und welche Strategien sich beim Überwinden von kreativen Blockaden als nützlich erwiesen haben.

So unterschiedlich die Antworten je nach Alter oder Wohnort auch sind, so klar ist das Gesamtergebnis: Kaffee inspiriert. Wenn wir auf ihn verzichten müssten, würde uns etwas Elementares im Schaffensprozess fehlen.

Wie viele Tassen trinken Sie durchschnittlich am Tag?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025



Täglicher Kaffeekonsum nach Geschlecht und Region**; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; Mittelwert in Tassen pro Tag

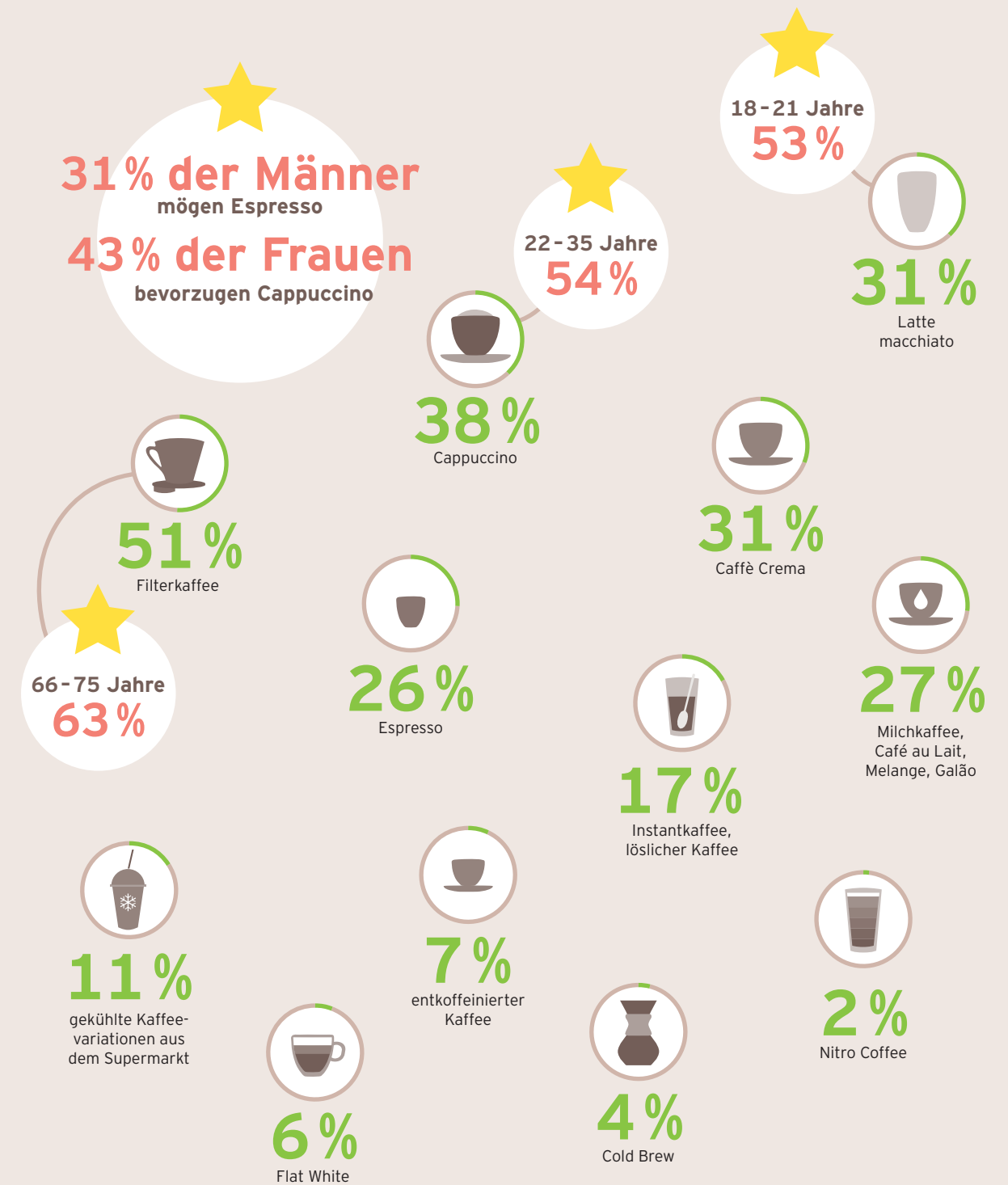


*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Bremen; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Welche Art Kaffee trinken Sie regelmäßig?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**

★ Beliebteste Variation nach Altersgruppe

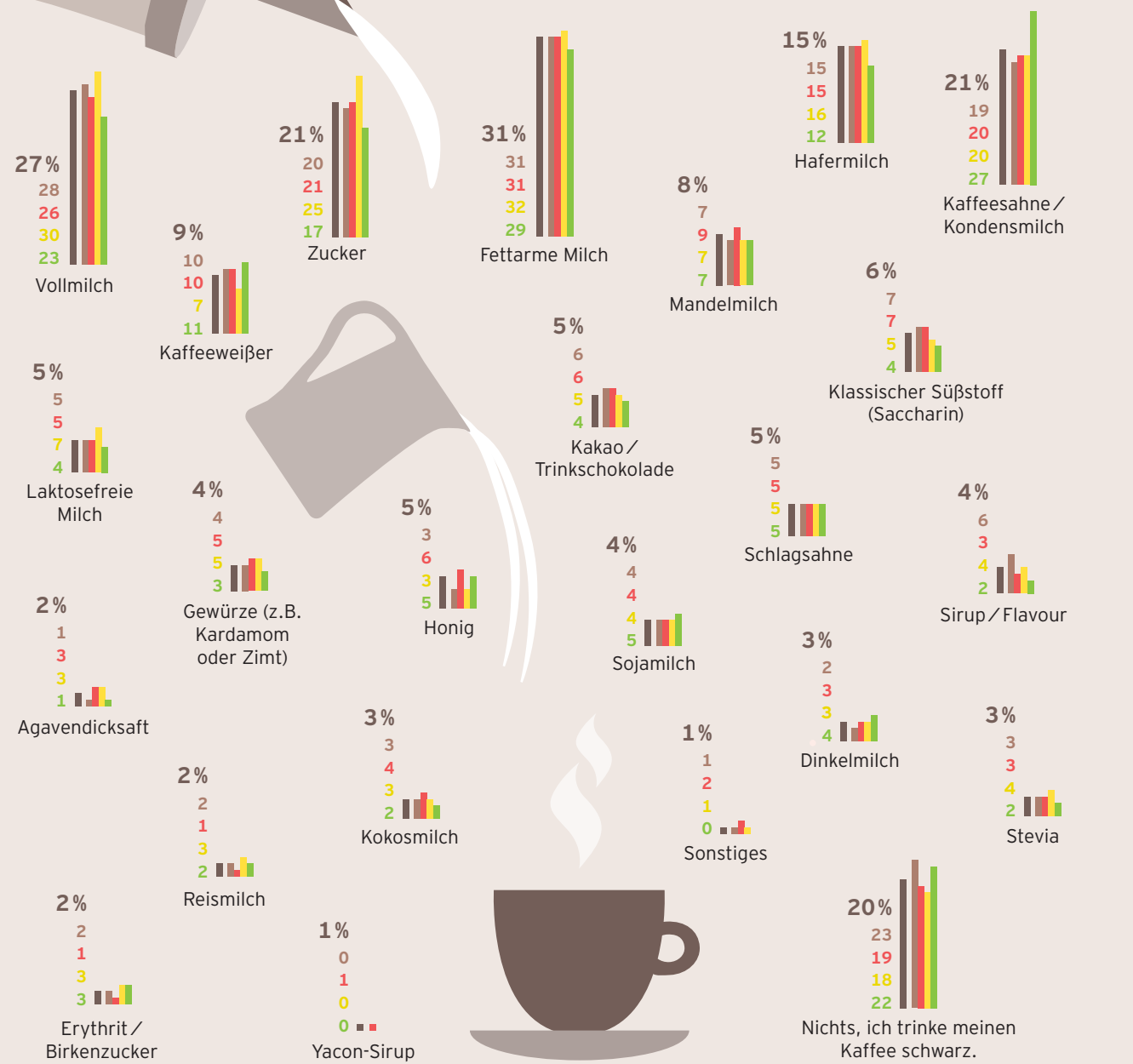


*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Was fügen Sie Ihrem Kaffee hinzu?

Ergänzungen zum Kaffee nach Region*; Kaffeetrinker** von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

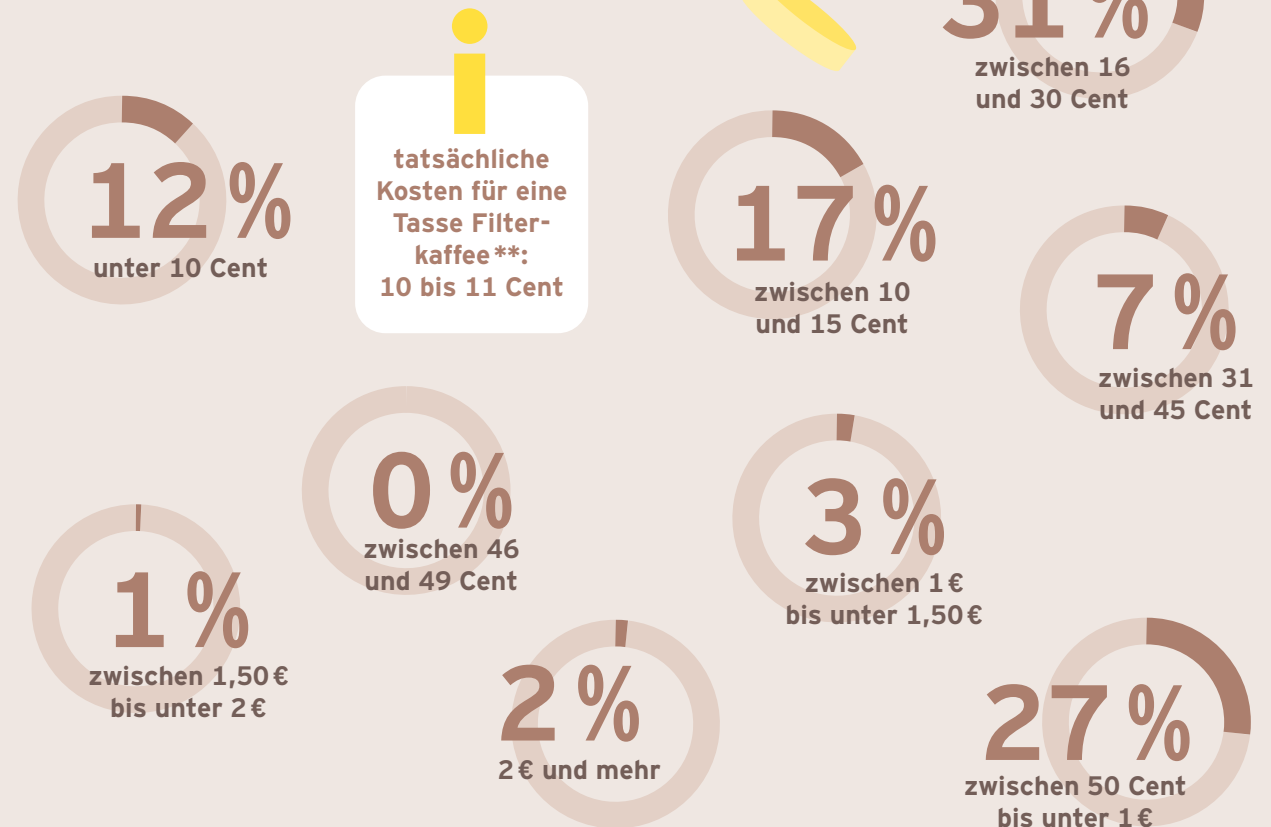
■ Deutschland ■ Norden ■ Westen ■ Süden ■ Osten



*Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Bremen; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. **Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Was schätzen Sie: Wie viel kostet eine Tasse Filterkaffee zu Hause?

Geschätzte Kosten für eine Tasse Filterkaffee (125 ml, ca. 7 g Kaffee pro Tasse) zu Hause im Durchschnitt; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



Geschätzte Kosten für eine Tasse Filterkaffee (125 ml, ca. 7 g Kaffee pro Tasse) im Durchschnitt nach Altersgruppen; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

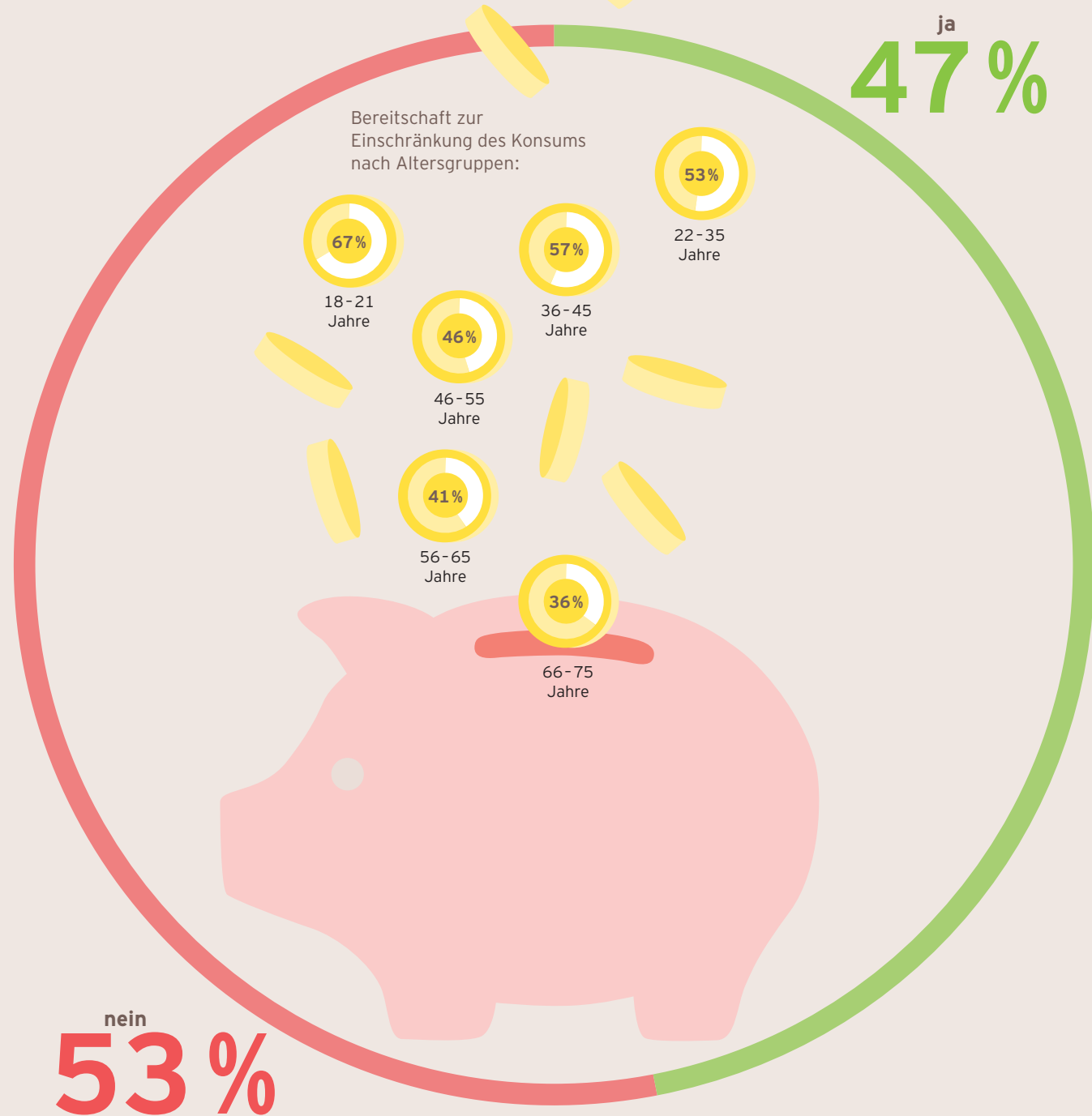
■ 18 bis 21 Jahre ■ 22 bis 35 Jahre ■ 36 bis 45 Jahre ■ 46 bis 55 Jahre ■ 56 bis 65 Jahre ■ 66 bis 75 Jahre



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Berücksichtigt wurde nur der reine Wareneinsatz bei einem angenommenen mittleren Kilopreis von 15 Euro; Kosten für Wasser, Strom, Filter oder die Kaffeemaschine sind nicht einbezogen. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Würden Sie Ihren Kaffeekonsum aus Kostengründen einschränken?

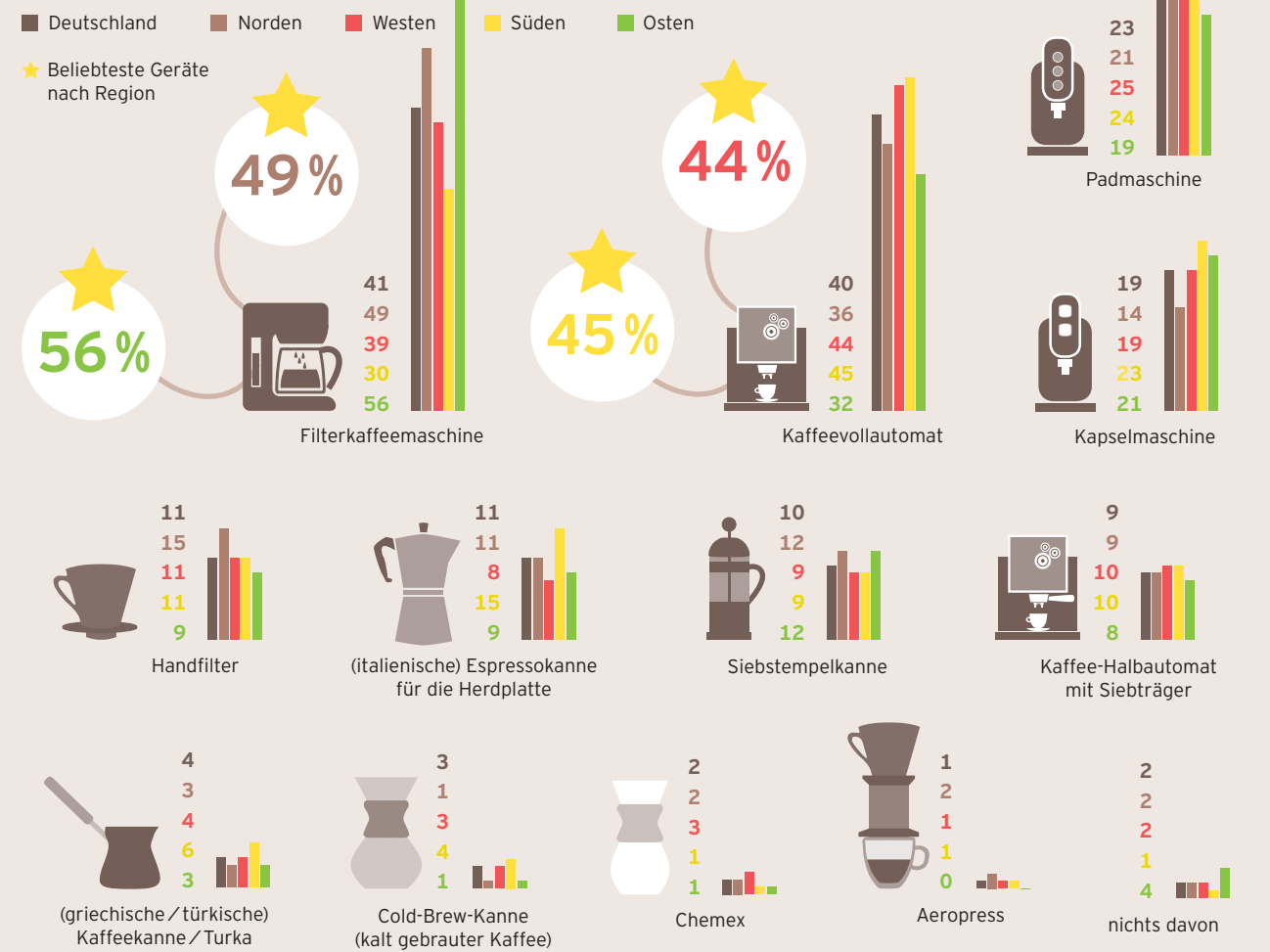
Bereitschaft zur Einschränkung des Kaffeekonsums, wenn der Preis das persönlich dafür festgelegte Budget überschreitet; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



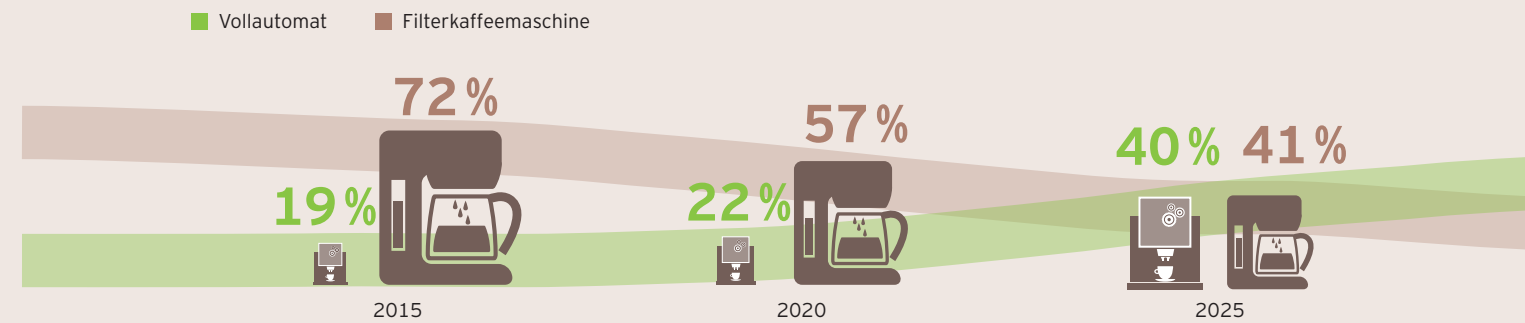
*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Welche dieser Geräte und Maschinen benutzen Sie zu Hause?

Kaffeemaschinennutzung nach Region*; Kaffeetrinker** von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

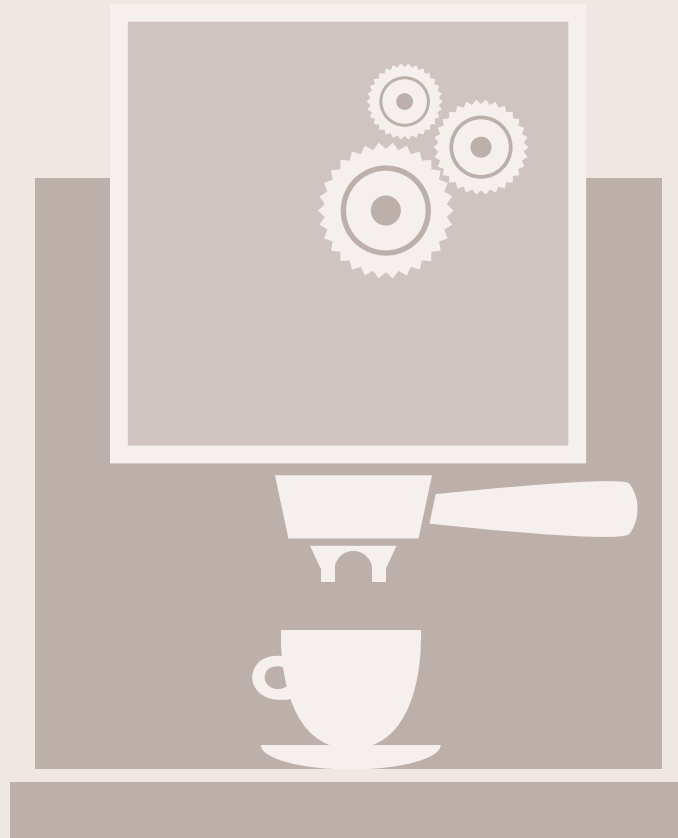
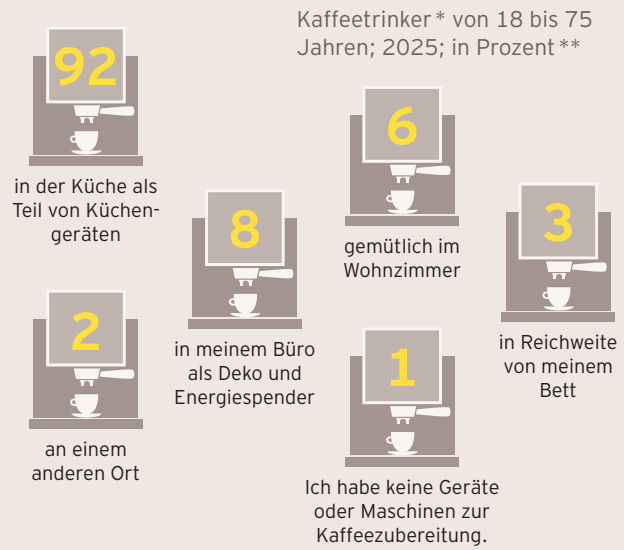


Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die Vollautomaten und Filterkaffeemaschinen nutzen, im Zeitverlauf***

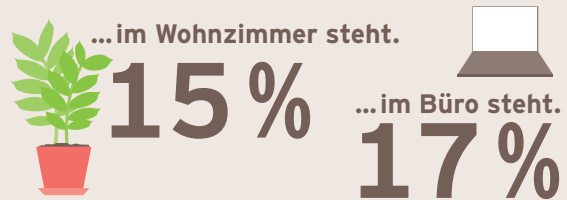


* Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Bremen; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. ** Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachnennung möglich. *** In 2015 und 2020 wurde der Kaffeemaschinenbesitz abgefragt, 2025 die Kaffeemaschinennutzung. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Wo steht Ihre Kaffeemaschine?



Anteil der 22-35-Jährigen, deren Gerät oder Maschine ...



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.
** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/ Statista

War Ihre Kaffeemaschine morgens schon mal kaputt?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die ein Gerät oder eine Maschine zur Kaffeezubereitung benutzen; 2025; in Prozent

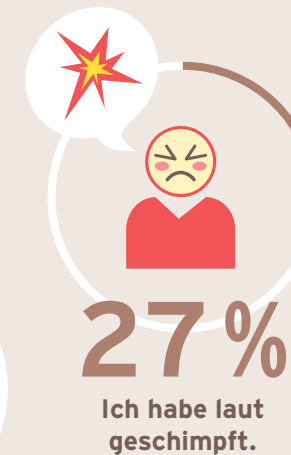
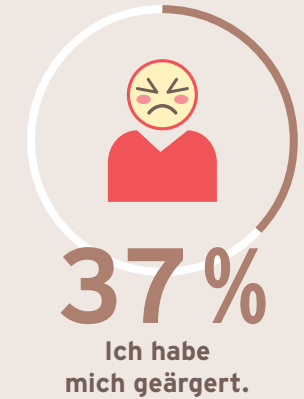


*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/ Statista



Wie haben Sie reagiert, als Ihre Kaffeemaschine nicht funktionierte?

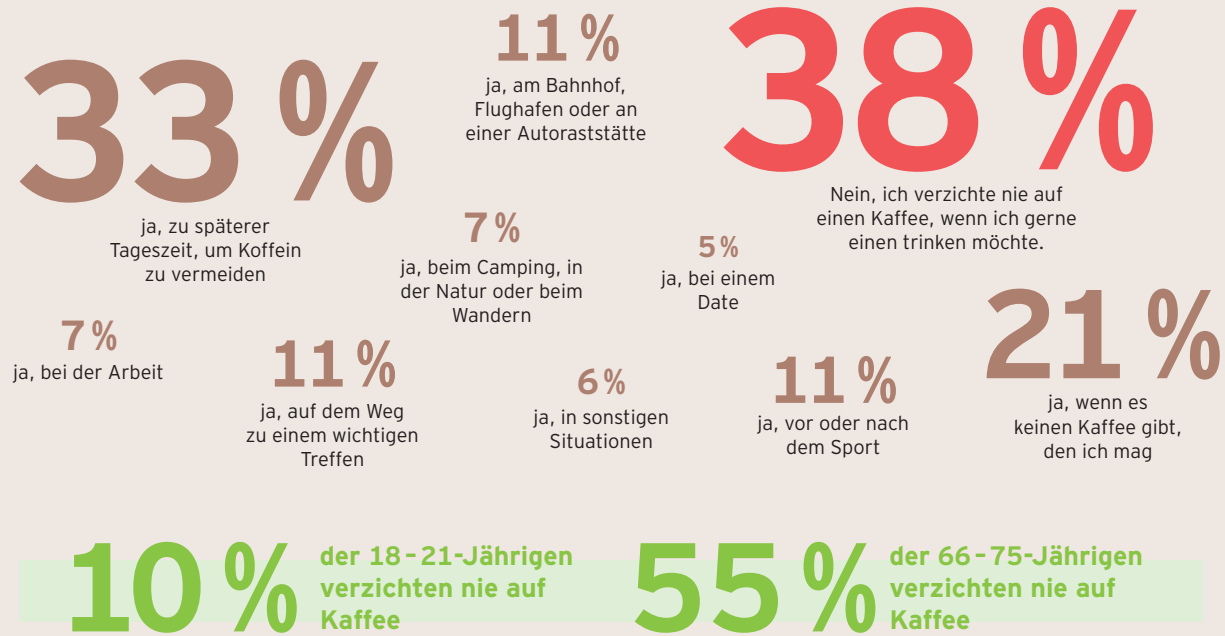
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, bei denen morgens die Kaffeemaschine schon mal nicht funktionierte; 2025; in Prozent**



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. ** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/ Statista

Gibt es Situationen, in denen Sie bewusst auf einen Kaffee verzichten?

Situationen, in denen bewusst auf Kaffee verzichtet wird, obwohl man gerne einen trinken würde; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Warum verzichten Sie auf Kaffee, obwohl Sie gerne einen trinken würden?

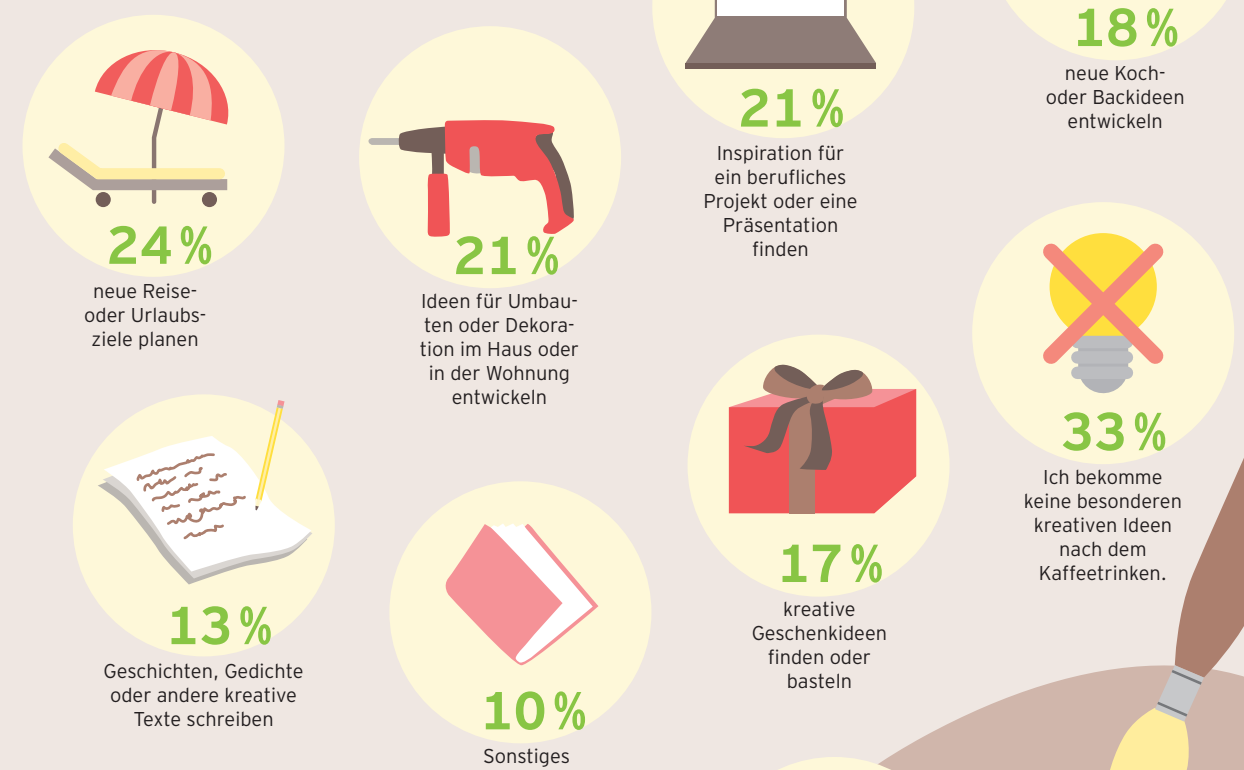
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die auch mal auf Kaffee verzichten, obwohl sie gerne einen trinken würden; 2025; in Prozent**



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

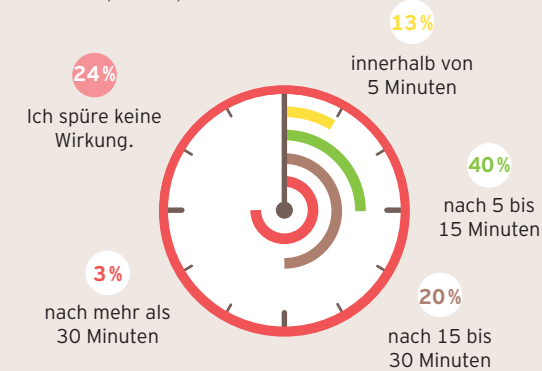
Welche kreativen Ideen kommen Ihnen nach dem Kaffeetrinken in den Sinn?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



Wie schnell spüren Sie die Wirkung von Kaffee auf Ihre Leistungsfähigkeit?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

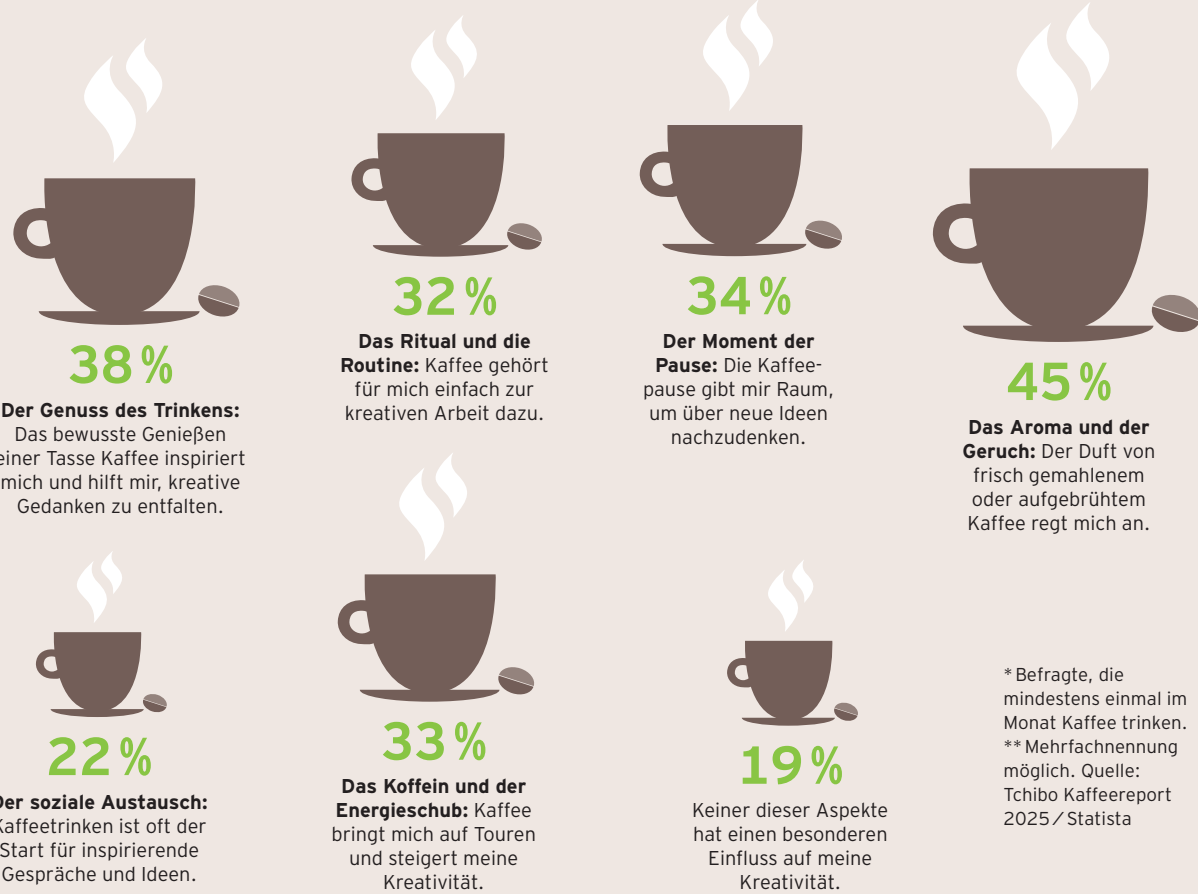


*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

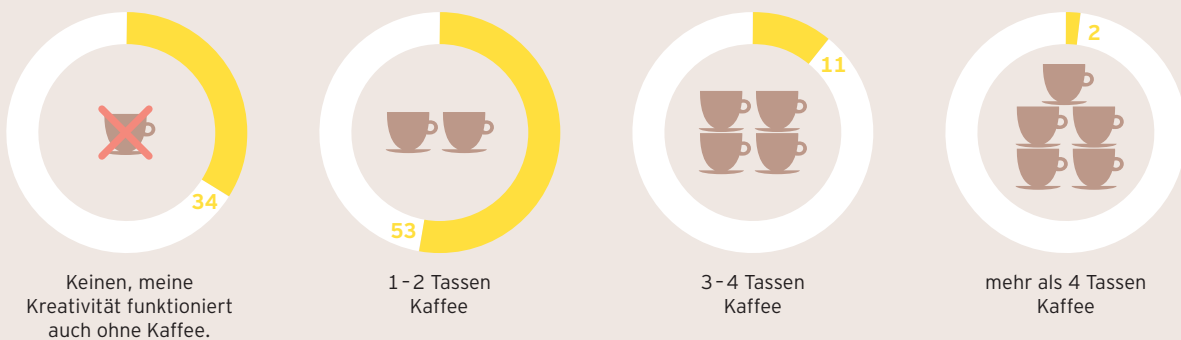
Welche Aspekte des Kaffeetrinkens haben Einfluss auf Ihre Kreativität?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



Wie viel Kaffee brauchen Sie, um Ihr kreatives Genie zu wecken?

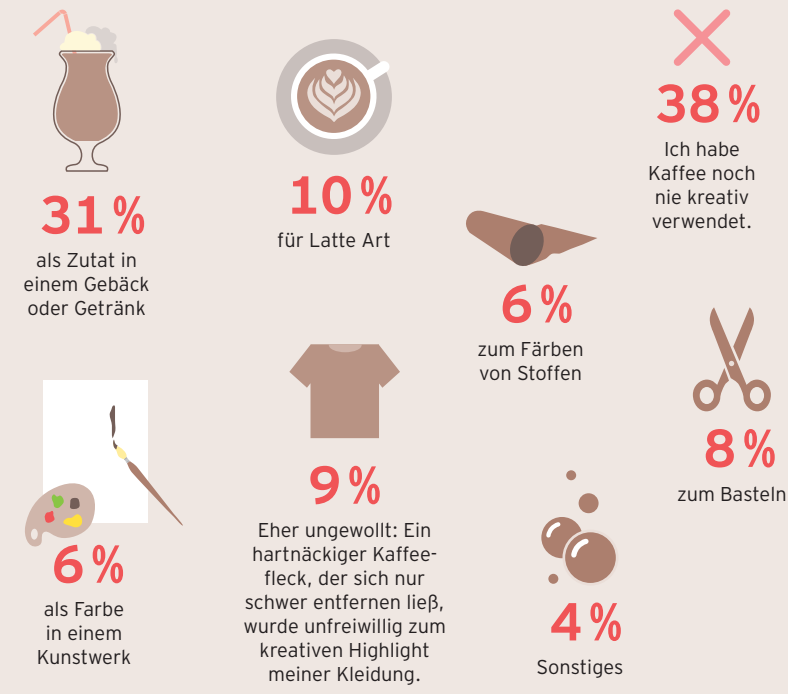
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Wie haben Sie Kaffee schon einmal kreativ genutzt?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.
** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista



Was würde ein Leben ohne Kaffee für Ihre Kreativität bedeuten?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Was ist Ihnen beim Anrichten Ihrer Kaffeespezialität wichtig?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



8% Latte Art - ohne die geht es nicht!



8% ein ansprechendes Bild, das ich gerne auf Social Media teile

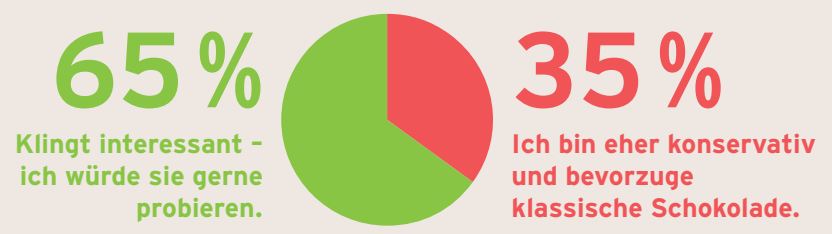
10% farbenfrohe oder außergewöhnliche Dekorationen, z. B. essbare Blumen, goldene Streusel oder andere Verzierungen

18% stilvolles oder einzigartiges Geschirr, das den Genuss unterstreicht

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.
** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Was halten Sie von Schokolade, die aus Kaffeebohnen hergestellt wird?

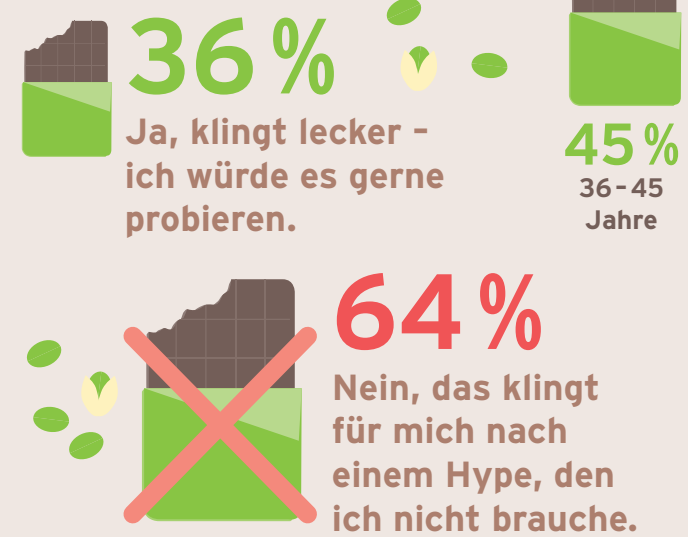
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



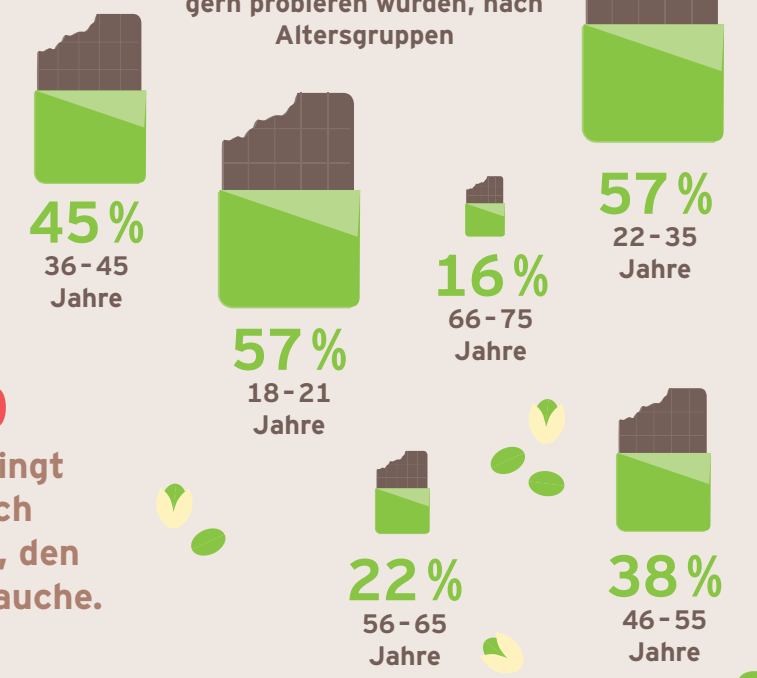
* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Würden Sie Dubai-Schokolade als Kaffeegetränk probieren?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



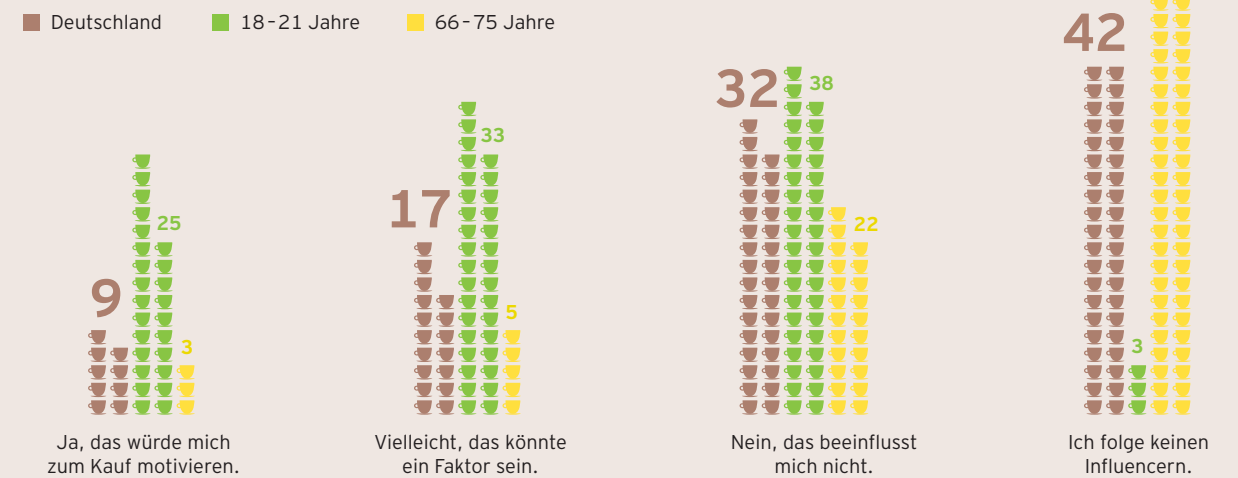
Anteil der Kaffeetrinker, die Dubai-Schokoladen-Kaffee gern probieren würden, nach Altersgruppen



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Würden Sie ein Kaffeeprodukt eher kaufen, wenn es eine Sonderedition mit Ihrem Lieblingsinfluencer gäbe?

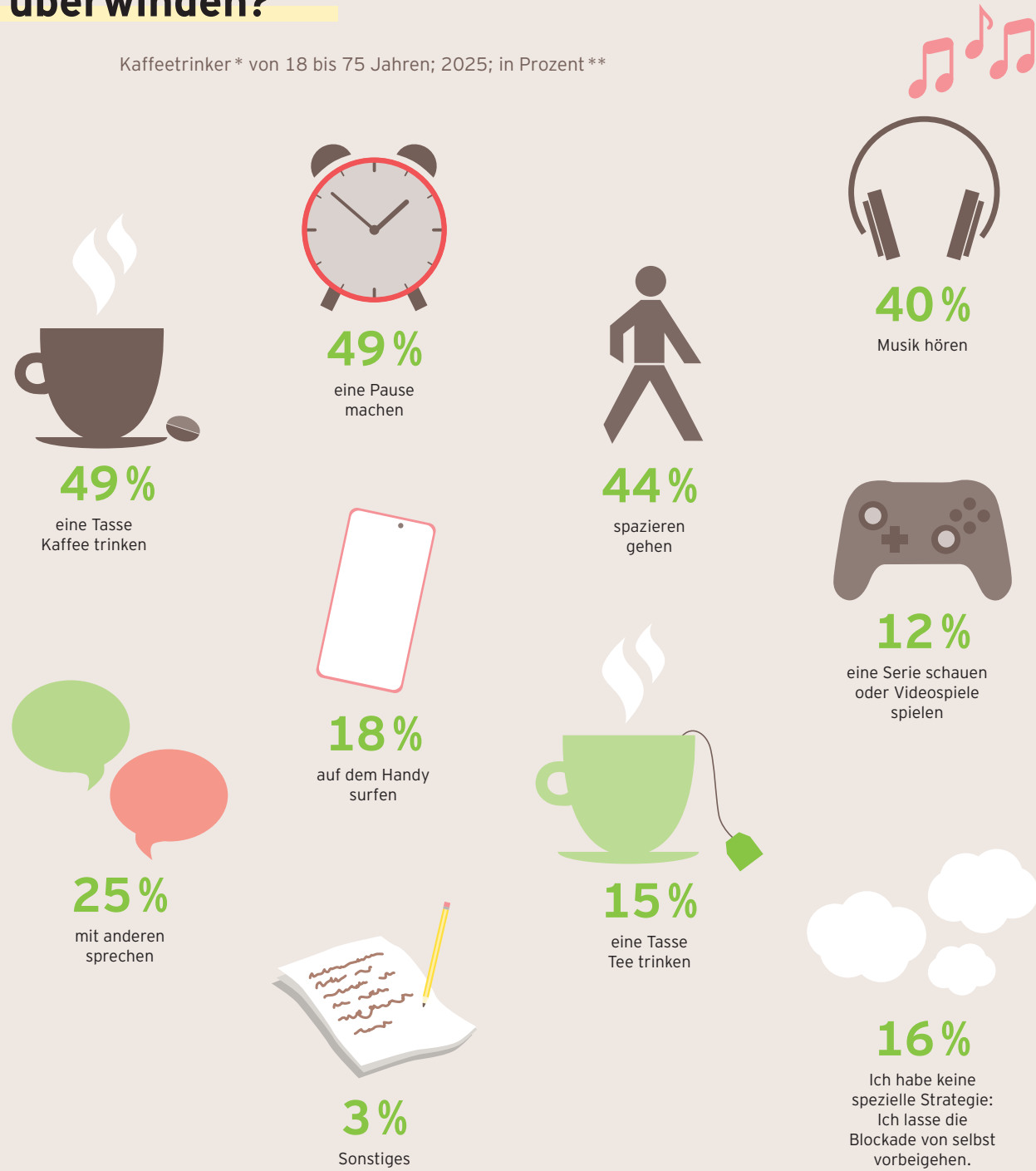
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren und ausgewählte Altersgruppen; 2025; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Welche Strategien nutzen Sie, um kreative Blockaden zu überwinden?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent**



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. **Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Wie wirkt Kaffee auf Ihr Durchhaltevermögen bei komplexen Aufgaben?

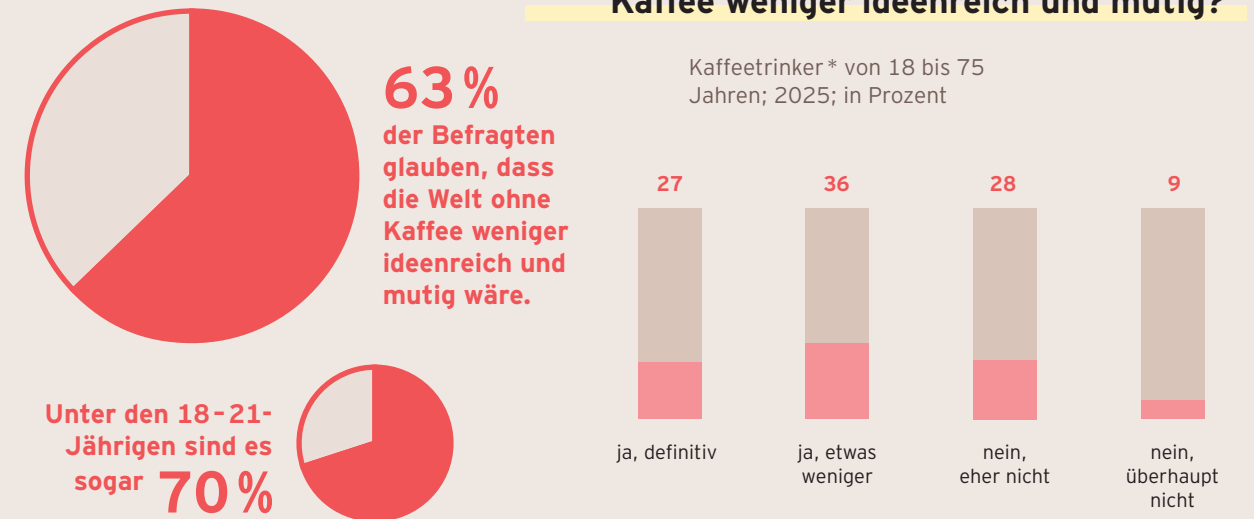
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Was glauben Sie: Wäre die Welt ohne Kaffee weniger ideenreich und mutig?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent



*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025/Statista

Kommt es vor, dass Sie Ihren Kaffee auch mal wegkippen?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

58%

Nein, ich kippe Kaffee nie weg.

36%

ja, ab und zu

7%

ja, häufig

Kippen ihren Kaffee nie weg:

28%

18-21-Jährige

39%

22-35-Jährige

51%

36-45-Jährige

61%

46-55-Jährige

68%

56-65-Jährige

75%

66-75-Jährige

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Aus welchen Gründen kippen Sie Kaffee weg?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die Kaffee auch mal wegkippen; 2025; in Prozent**

Wenn der Kaffee ...

... zu kalt ist **50%**

... nicht mehr benötigt wird (also übrig-geblieben ist) **29%**

... zu stark ist **16%**

sonstige Gründe **2%**

... zu lange gestanden hat **49%**

... insgesamt nicht schmeckt **25%**

... zu schwach ist **12%**

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. ** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Wie fühlen Sie sich, wenn Sie Kaffee wegkippen?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die Kaffee auch mal wegkippen; 2025; in Prozent**

37%

Ich ärgere mich, weil ich den Kaffee lieber genießen wollte.

31%

Ich habe ein schlechtes Gewissen wegen der Lebensmittelverschwendung.

23%

Ich fühle mich unwohl, weil Kaffee teuer ist.

22%

Ich denke dabei an die Umwelt und vermeide es, so gut es geht.

25%

Es stört mich nicht, manchmal bleibt das einfach nicht aus.

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. ** Mehrfachnennung möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Hat Sie das schon mal jemand gefragt: „Kommst du noch mit hoch auf einen Kaffee?“

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

21%

ja, selten

34%

ja, ab und zu

11%

ja, häufig

34%

Nein, das hat mich noch niemand gefragt.

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Sind Sie nach der Frage mit hochgegangen?

Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die schon mal „Kommst du noch mit hoch auf einen Kaffee?“ gefragt wurden; 2025; in Prozent

18%

Ja, ich bin immer mit hochgegangen.

49%

Ja, ich bin meistens mit hochgegangen.

26%

Ja, aber ich bin nur selten mit hochgegangen.

6%

Nein, ich bin noch nie mit hochgegangen.

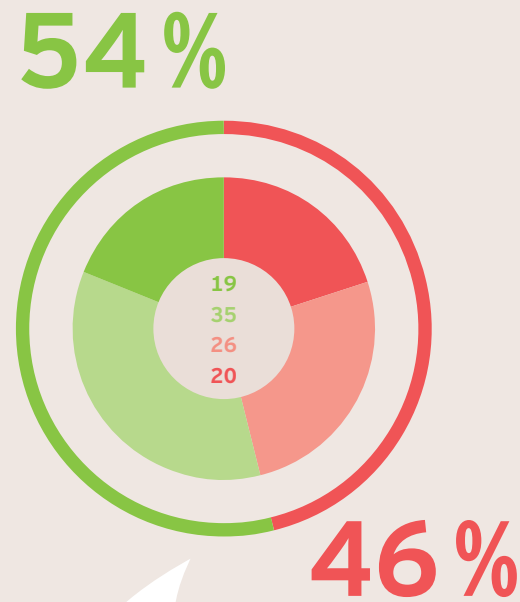
* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu?

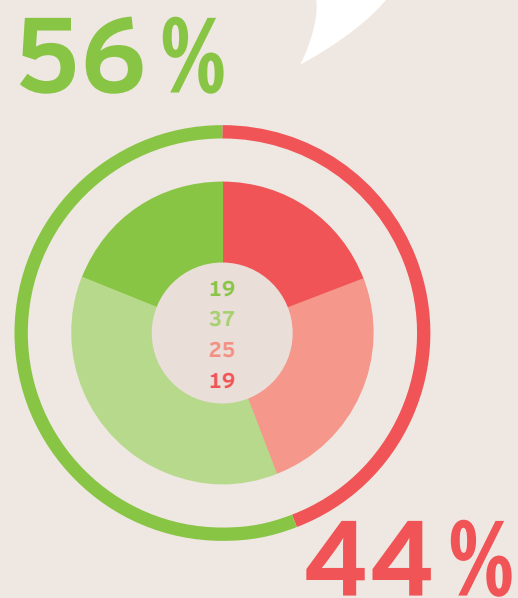
Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2025; in Prozent

- Ich stimme eher/voll und ganz zu
- Ich stimme eher/überhaupt nicht zu
- Ich stimme voll und ganz zu
- Ich stimme eher zu
- Ich stimme eher nicht zu
- Ich stimme überhaupt nicht zu

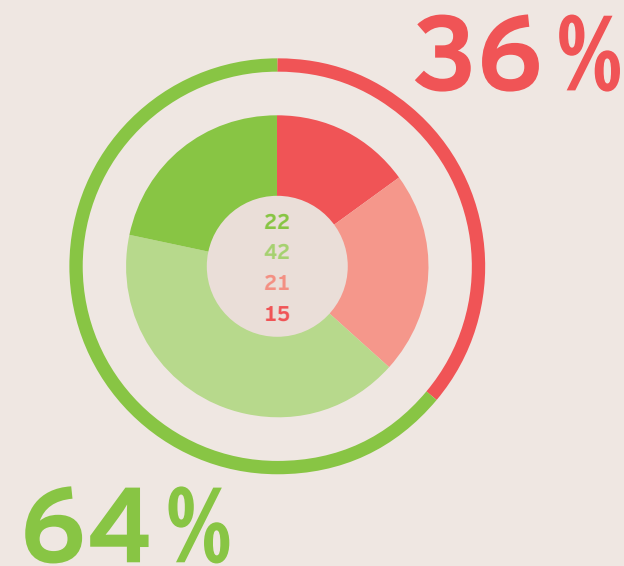
„Mit Kaffee beginnt bei mir jeder kreative Prozess bzw. ich habe dabei Geistesblitze.“



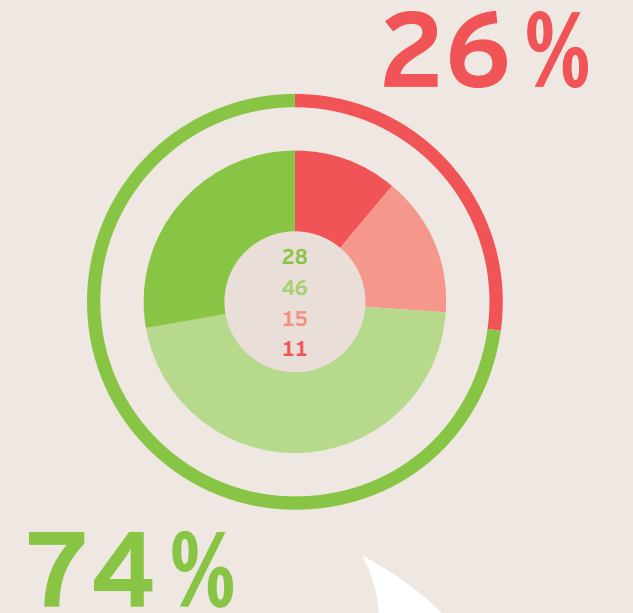
„Kaffee ist meine Geheimwaffe, um kreative Blockaden zu überwinden.“



„Kaffee hilft mir, mich in meiner Arbeit zu strukturieren.“



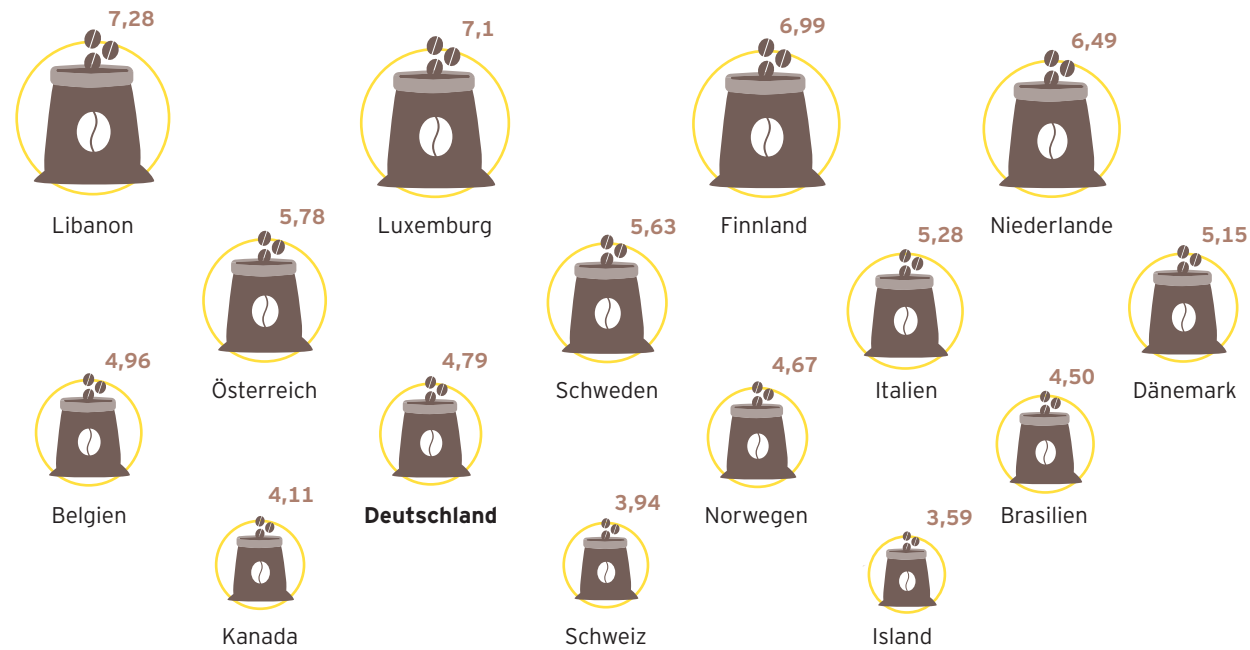
„Kaffee bringt mich dazu, alltägliche Dinge entspannter und offener zu sehen.“



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.
Quelle: Tchibo Kaffeereport 2025 / Statista

Alljährlich

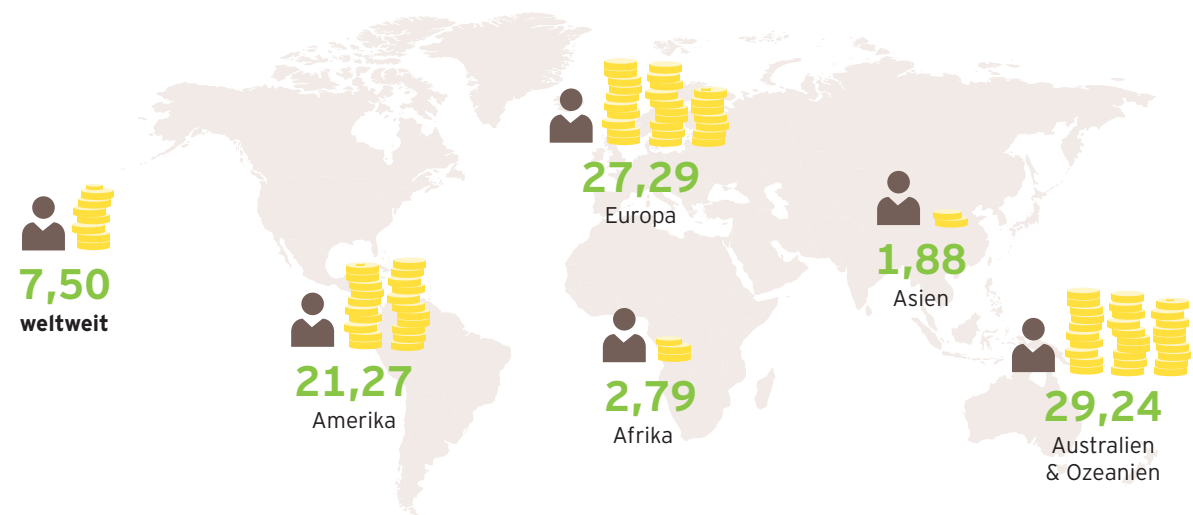
Pro-Kopf-Absatz von Kaffee; ausgewählte Länder; 2024; in Kilogramm



Quelle: Statista Consumer Market Outlook

Persönlich

Pro-Kopf-Umsatz von Röstkaffee; weltweit; 2024; in Euro



Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Gedanken wollen oft - wie Kinder und Hunde -, dass man mit ihnen im Freien spazieren geht.“

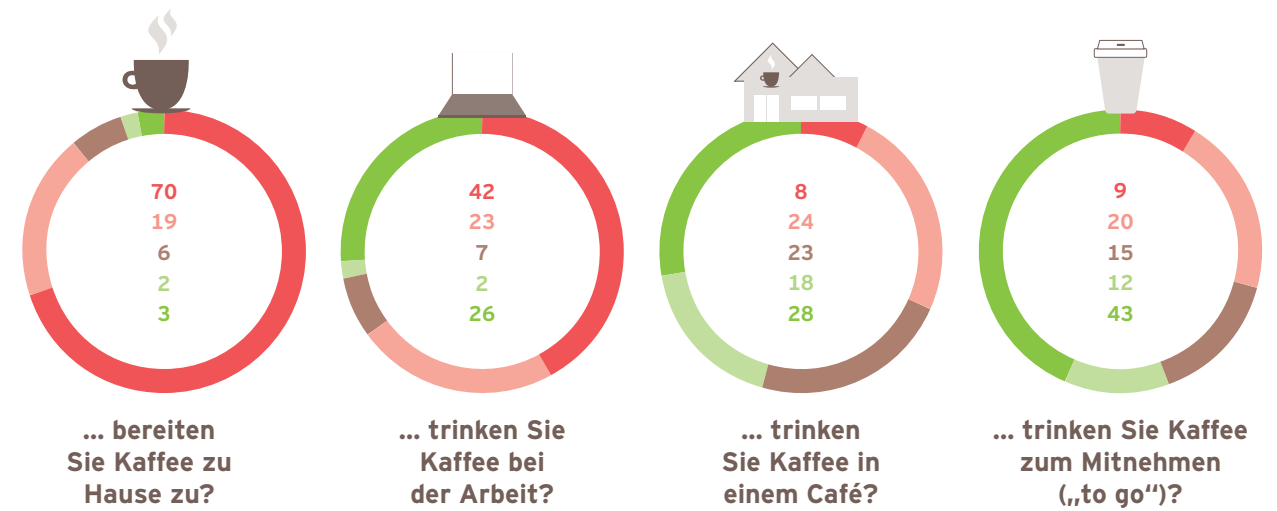
(Christian Morgenstern)

Örtlich

Orte der Kaffeezubereitung und des Kaffeekonsums; weltweit; 2024; in Prozent

■ jeden Tag ■ mehrmals pro Woche ■ einmal pro Woche ■ mindestens einmal im Monat ■ weniger als einmal im Monat oder nie

Wie oft...

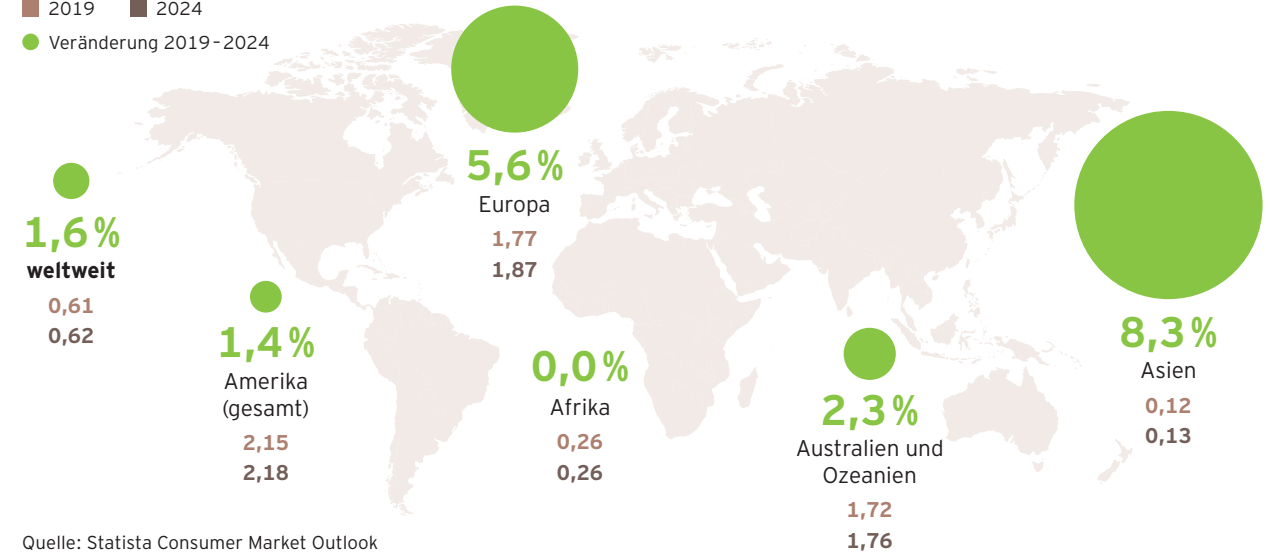


Quelle: Deloitte

Erheblich

Pro-Kopf-Absatz von Röstkaffee; weltweit; in Kilogramm

■ 2019 ■ 2024
● Veränderung 2019-2024



Quelle: Statista Consumer Market Outlook

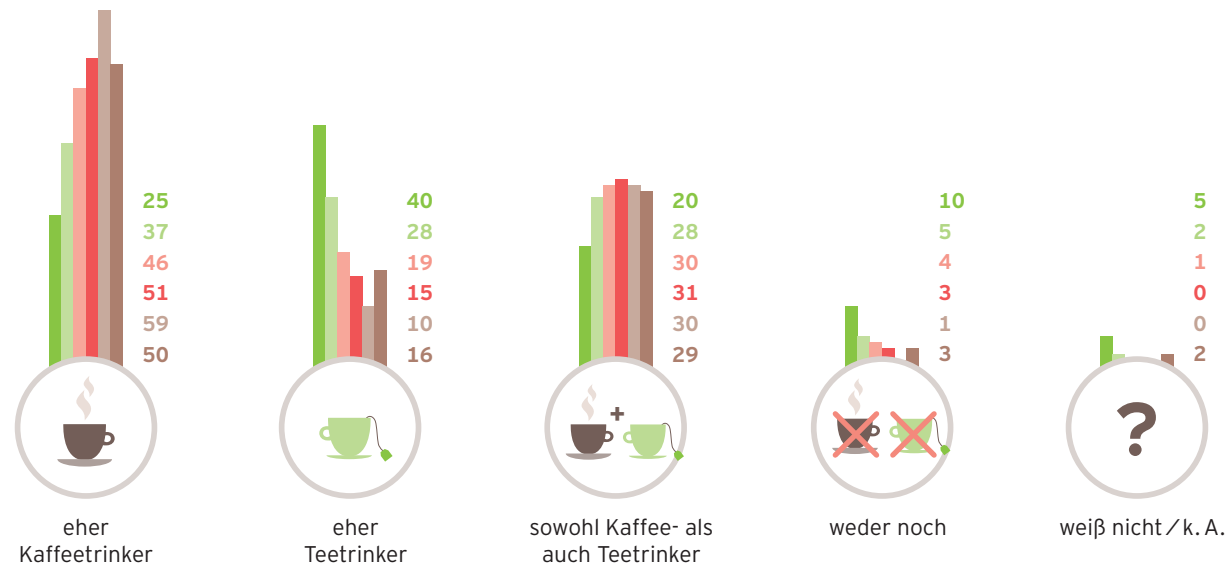
„Wie die Welt von morgen aussehen wird, hängt in großem Maß von der Einbildungskraft jener ab, die gerade jetzt lesen lernen.“

(Astrid Lindgren)

Deutlich

Präferenz für Kaffee oder Tee nach Altersgruppen; Deutschland; 2024; in Prozent

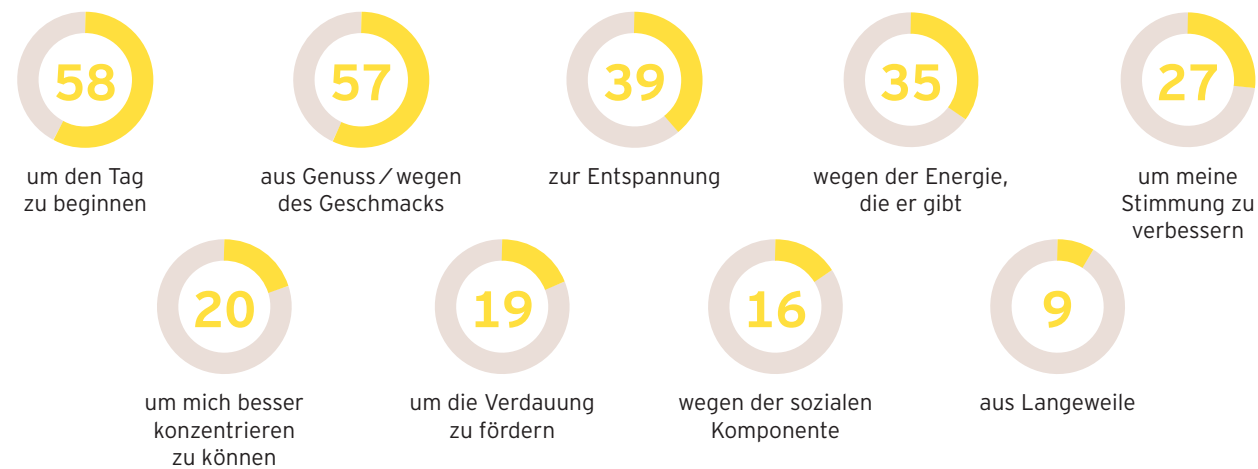
■ 18-24 Jahre ■ 25-34 Jahre ■ 35-44 Jahre ■ 45-54 Jahre ■ 55+ Jahre ■ gesamt



Quelle: YouGov

Allmorgendlich

Gründe für Kaffeekonsum; Deutschland; 2024; in Prozent*

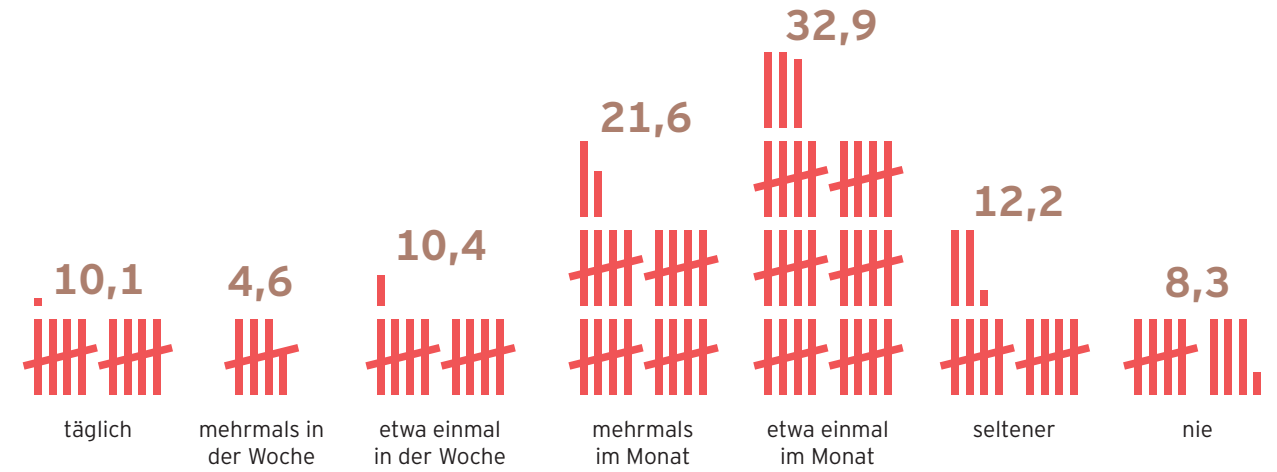


* Mehrfachnennung möglich. Quelle: appinio

„Von allen Welten, die der Mensch erschaffen hat, ist die der Bücher die Gewaltigste.“
(Heinrich Heine)

Häufig

Kaufhäufigkeit von Kaffee; Deutschland; 2024; in Prozent

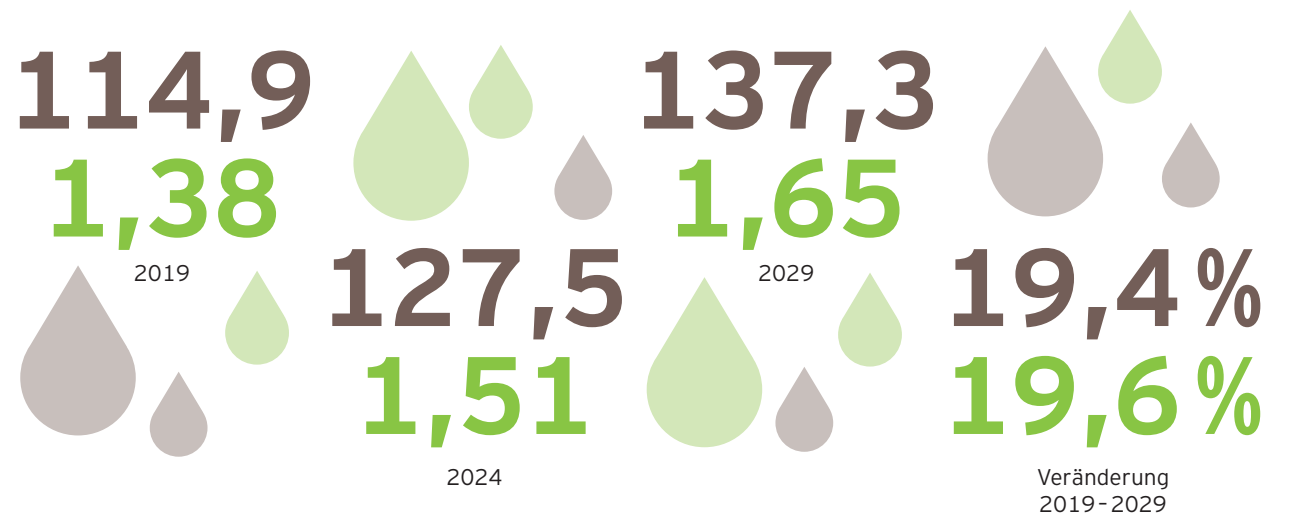


Quelle: RMS

Fertig

Ready-to-drink Kaffee*: Pro-Kopf-Konsum und Marktvolumen für den Konsum zu Hause; Deutschland; Prognose; in (Millionen) Litern

■ Marktvolumen in Mio. Litern ■ Pro-Kopf-Konsum in Litern



* Der Markt für trinkfertigen Kaffee (Ready-to-drink, RTD) umfasst verpackte Kaffeegetränke in flüssiger Form, die zum Verzehr bereit sind. Zu den gängigen Varianten von RTD-Kaffee gehören Eiskaffee, Kaffee Latte und Cold Brew Coffee. Quelle: Statista Market Insights

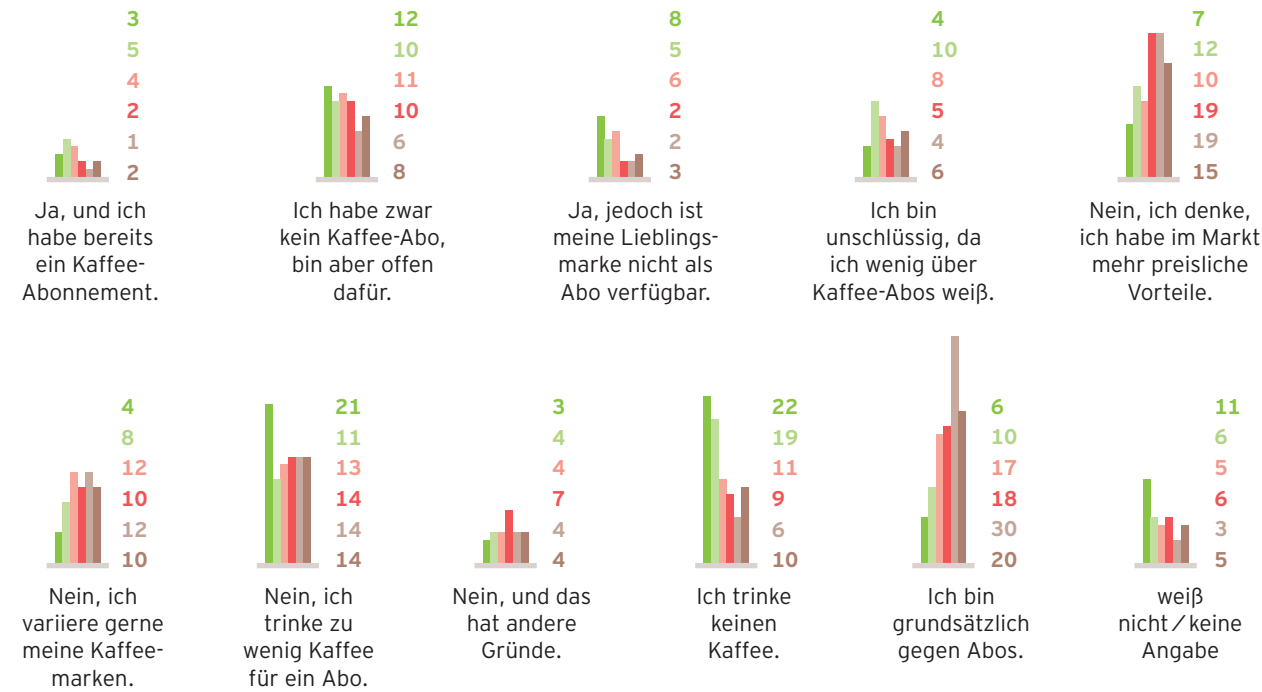
„Jeder, der sich die Fähigkeit erhält, Schönes zu erkennen, wird nie alt werden.“
(Franz Kafka)

Lieber flexibel

Attraktivität eines Kaffee-Abonnements nach Altersgruppen; Deutschland; 2024; in Prozent

Ist es für Sie attraktiv, ein Kaffee-Abonnement abzuschließen?

18-24 Jahre 25-34 Jahre 35-44 Jahre 45-54 Jahre 55+ Jahre gesamt



Quelle: YouGov

Lieber günstig

Hindernisse beim Konsum von nachhaltigem Kaffee; weltweit; 2024; in Prozent*



* Mehrfachnennung möglich. Quelle: Deloitte

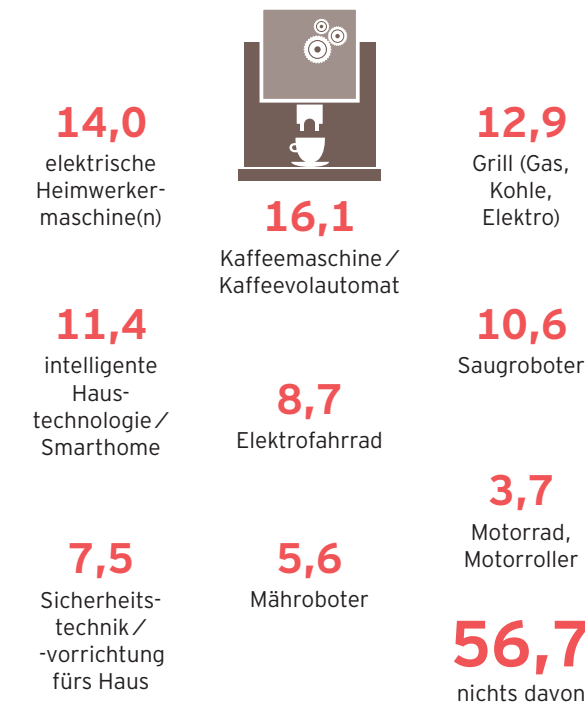
„Eines Tages wird man offiziell zugeben müssen, dass das, was wir Wirklichkeit getauft haben, eine noch größere Illusion ist als die Welt des Traumes.“

(Salvador Dalí)

Geplant

Neuanschaffung von Haushaltsgeräten; Deutschland; 2024; in Prozent*

Welche der folgenden Gegenstände planen Sie in den nächsten zwölf Monaten neu anzuschaffen oder zu ersetzen?



* Mehrfachnennung möglich. Quelle: RMS

Gekauft

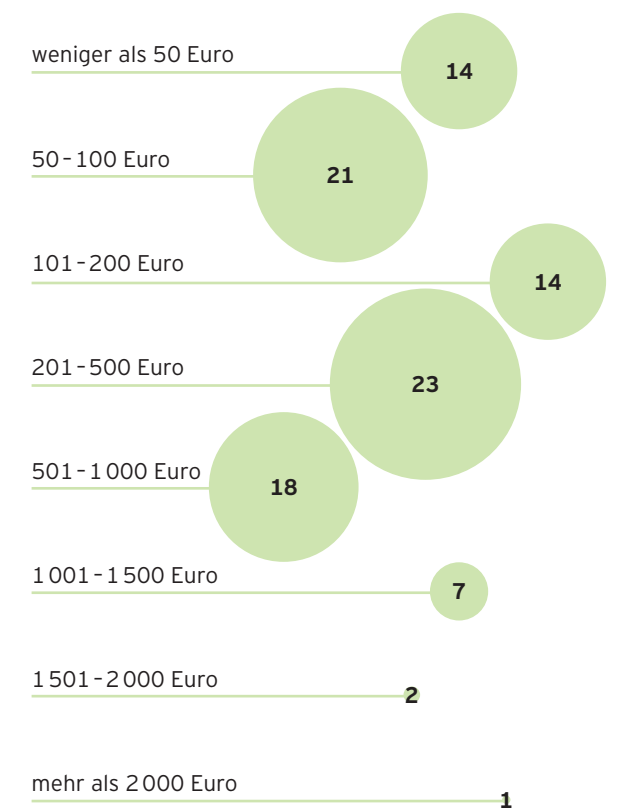
Einkaufskanäle und -orte für den Kaffeekonsum zu Hause; weltweit; 2024; in Prozent*



* Mehrfachnennung möglich. Quelle: Deloitte

Kalkuliert

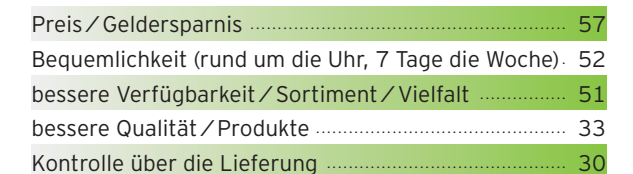
Ausgaben für Kaffeemaschinen; Deutschland; 2024; in Prozent



Quelle: appinio

Bestellt

Gründe für den Online-Kauf von Kaffee; weltweit; 2024; in Prozent*



* Mehrfachnennung möglich. Quelle: Deloitte

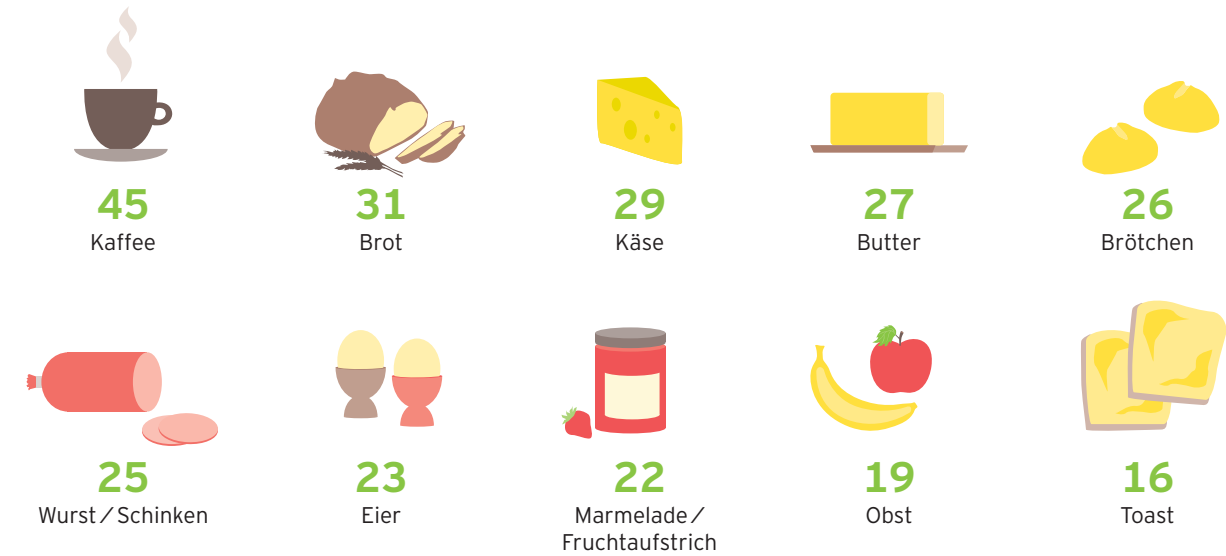
„Es gibt Maler, die die Sonne in einen gelben Fleck verwandeln. Es gibt aber andere, die dank ihrer Kunst und Intelligenz einen gelben Fleck in die Sonne verwandeln können.“

(Pablo Picasso)

Keine Frage

Kaffee als Bestandteil des täglichen Frühstücks; Deutschland; 2025; in Prozent

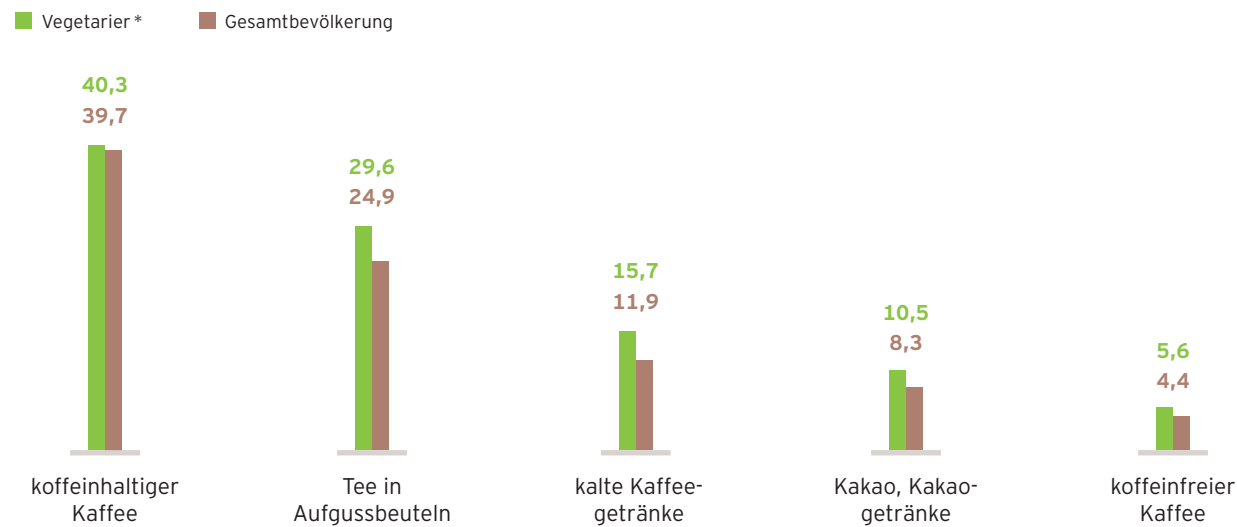
Wie setzt sich Ihr tägliches Frühstück während der Woche zusammen?



Quelle: YouGov

Ohne Frage

Beliebteste Frühstücksgetränke von Vegetariern im Vergleich zur Gesamtbevölkerung; Deutschland; 2024; in Prozent

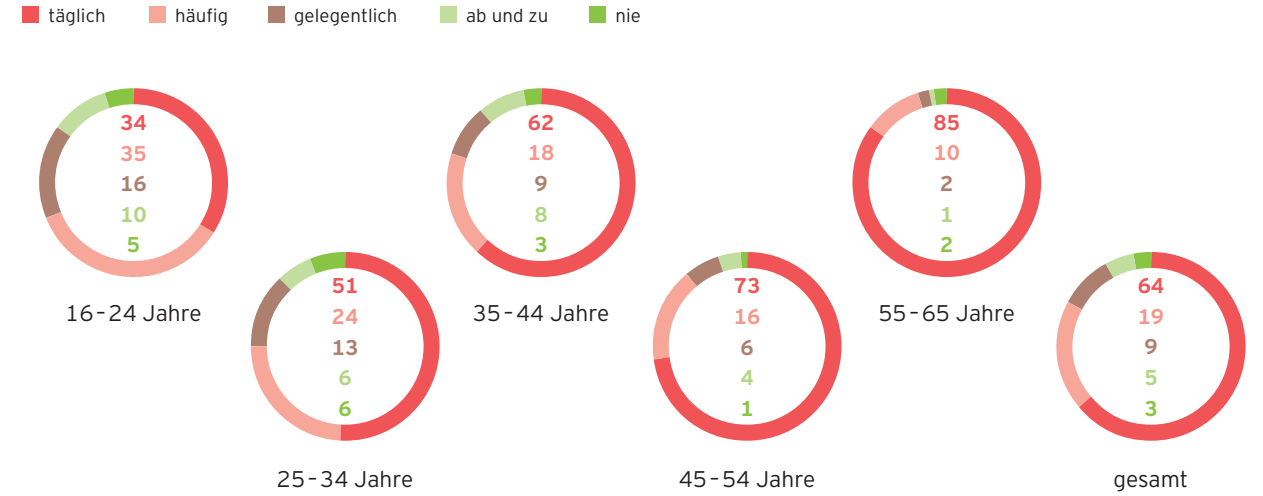


* Vegetarier oder Personen, die weitgehend auf Fleisch verzichten. Quelle: IfD Allensbach

„Schreib den ersten Satz so, dass der Leser unbedingt auch den zweiten lesen will.“
(William Faulkner)

Eine Frage des Alters

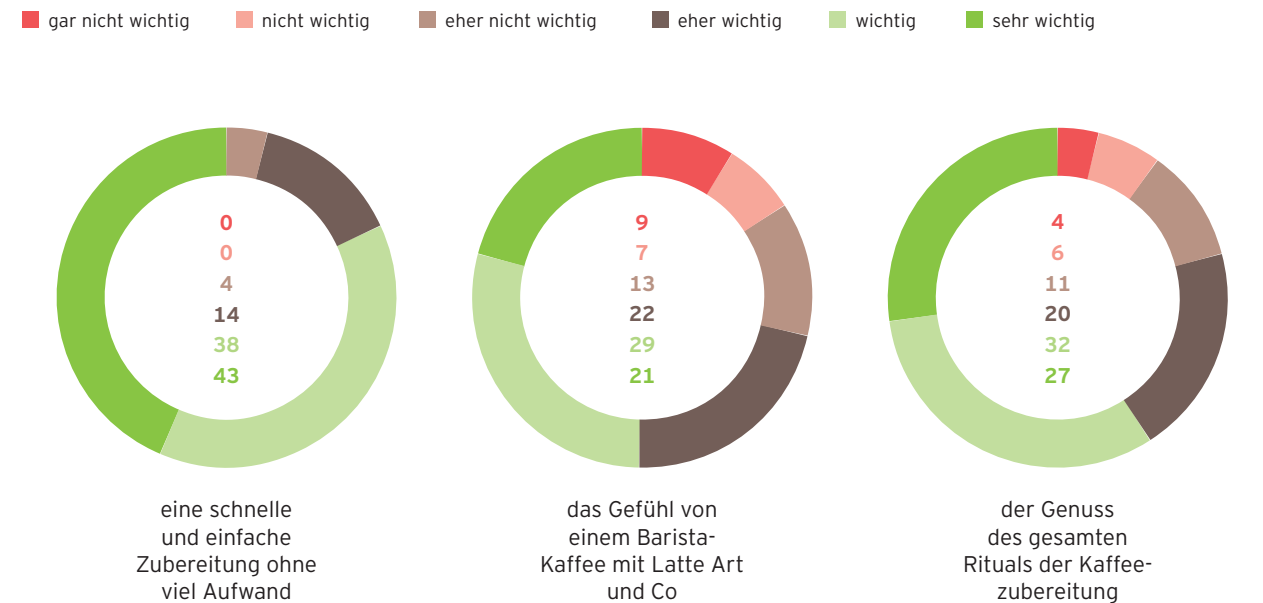
Kaffeezubereitung zu Hause nach Altersgruppen; Deutschland; 2024; in Prozent



Quelle: appinio

Eine Frage der Zeit

Wichtigkeit verschiedener Kriterien bei der Kaffeezubereitung zu Hause; Deutschland; 2024; in Prozent

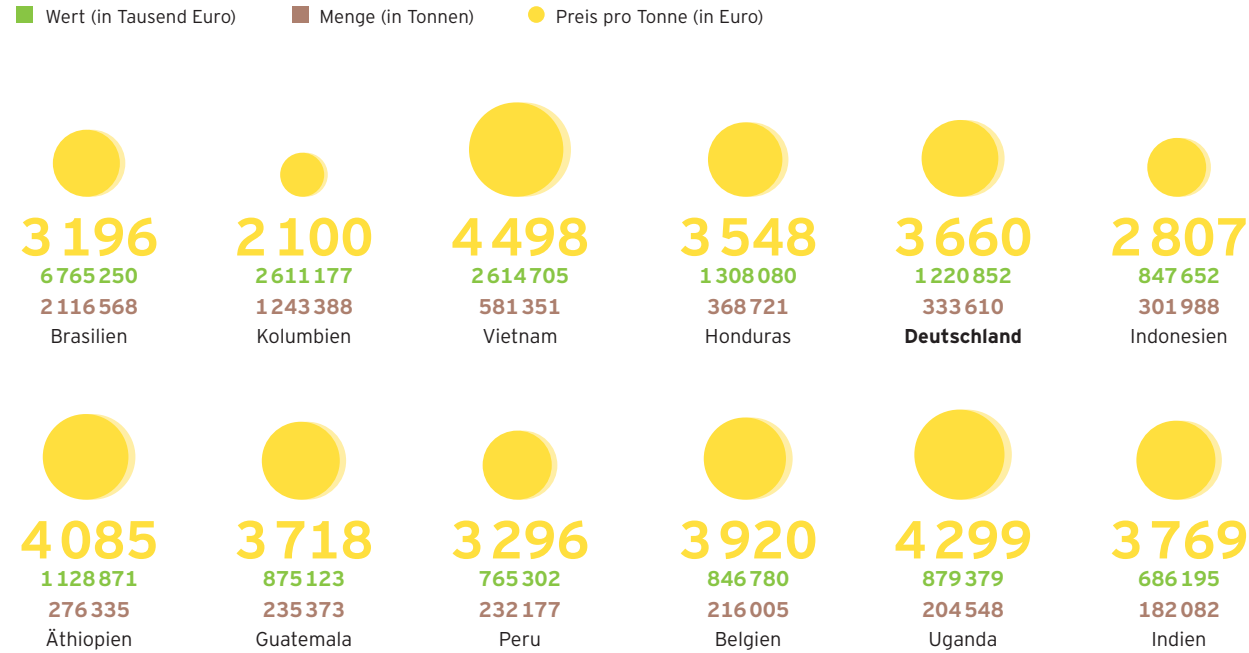


Quelle: appinio

„Je üppiger die Pläne blühen, um so verzwickter wird die Tat.“
(Erich Kästner)

In Tonnen und Euro

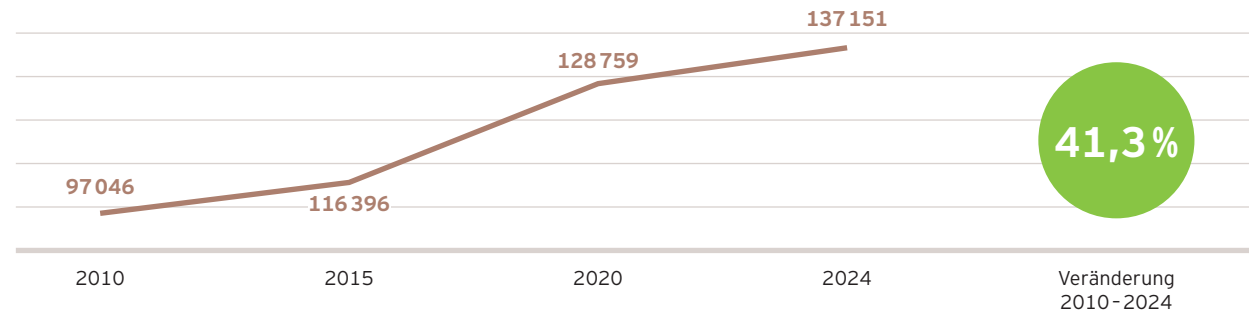
Exportmenge und -wert der führenden Exportländer von Kaffee; weltweit; 2023; in (Tausend) Euro; in Tonnen



Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Im Laufe der Zeit

Gesamlexport von Kaffeebohnen im Zeitvergleich; weltweit; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

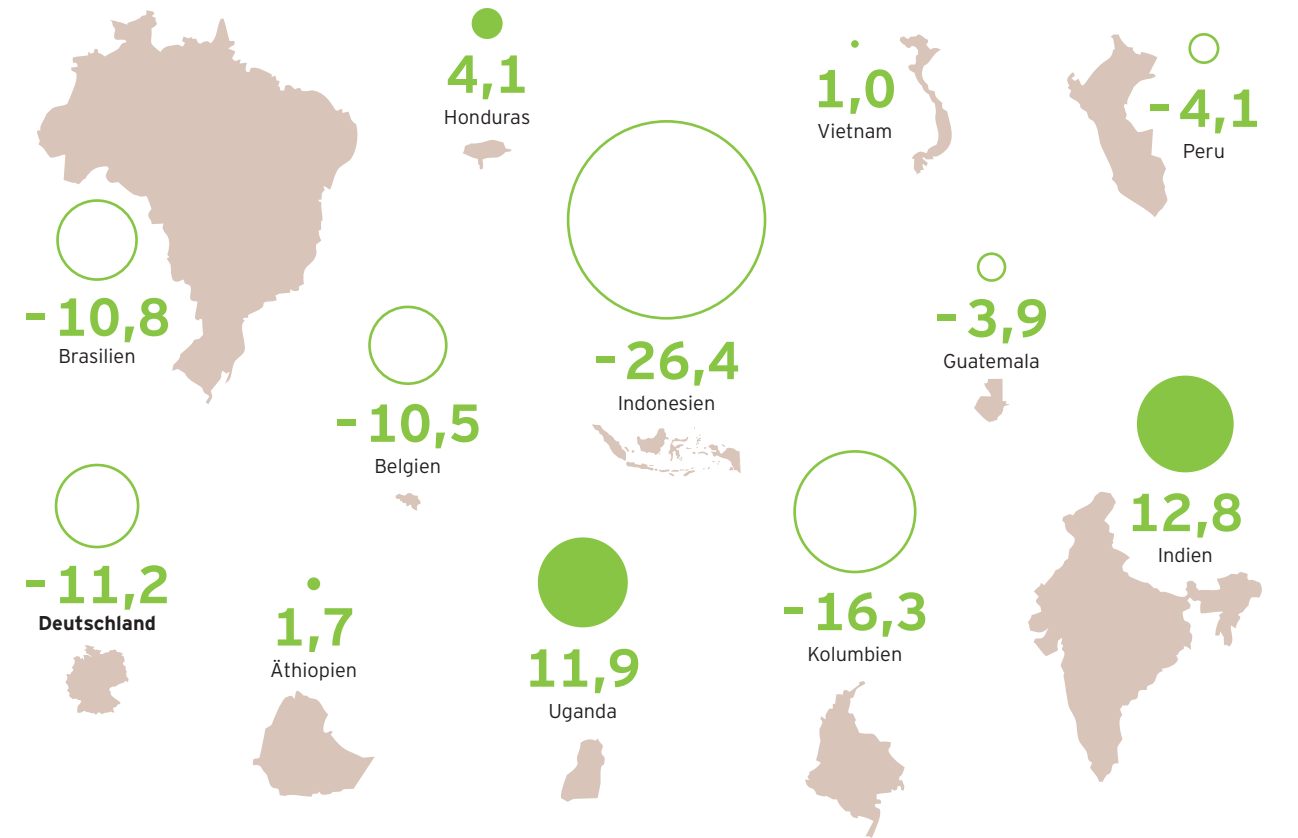


Quelle: International Coffee Organization (ICO)

„Aus dem Leide schöpft die Kunst die erhabensten Eingebungen.“
(Michelangelo Buonarroti)

Prozentig

Veränderung des Exportvolumens der führenden Kaffee-Exportländer weltweit von 2000-2023; in Prozent



Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Volumig

Exportvolumen von Rohkaffee aus Deutschland; in Tonnen*

2010	200552
2015	166339
2020	197436
2024	176297
Veränderung 2010-2024	-12,1%

* Beim Jahr 2024 handelt es sich um einen vorläufigen Wert.
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Wertig

Exportwert von Rohkaffee aus Deutschland; in Tausend Euro*

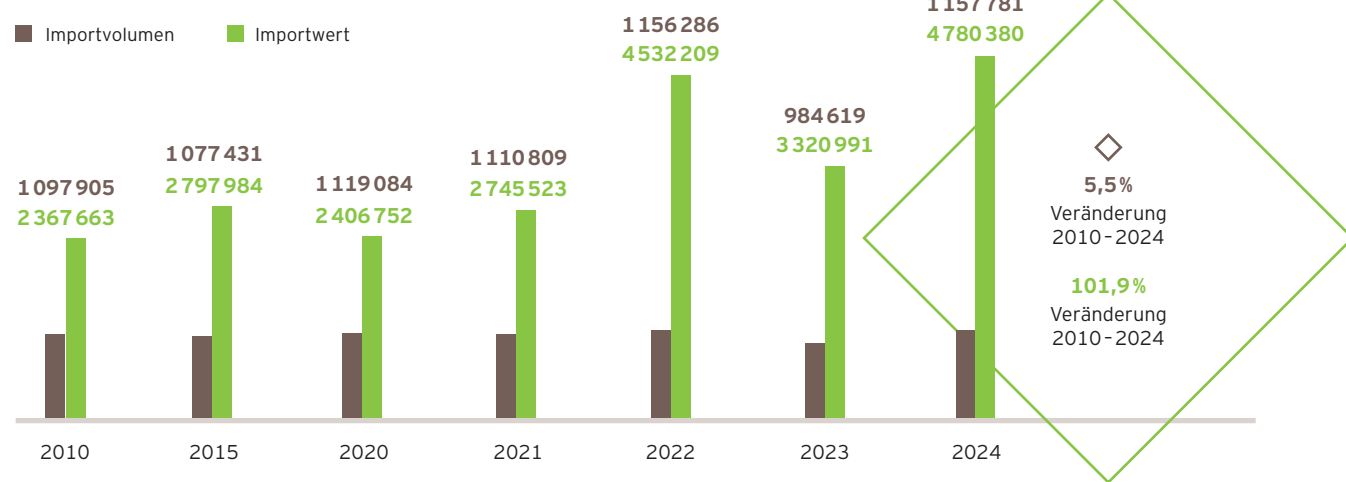
2010	424173
2015	448768
2020	478743
2024	779835
Veränderung 2010-2024	83,8%

* Beim Jahr 2024 handelt es sich um einen vorläufigen Wert.
Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

„Fantasie ist unser guter Genius oder unser Dämon.“
(Immanuel Kant)

Importiert

Importvolumen von Rohkaffee in Deutschland; in Tonnen* und Importwert von Rohkaffee in Deutschland; in Tausend Euro*



*Bei dem Wert für das Jahr 2024 handelt es sich um einen vorläufigen Wert. Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Aggregiert

Veränderung des Importvolumens von Rohkaffee in Deutschland von 2010 bis 2024; Top-20-Exportländer nach Volumen; in Prozent

Brasilien	36,7
Vietnam	-0,8
Honduras	0,9
Kolumbien	177,6
Uganda	43,1
Peru	-39,2
Äthiopien	-23,9
Indien	85,7
Indonesien	-74,6
Papua-Neuguinea	-32,2
Tansania	216,1
Spanien	301 552,4
Belgien	18,2
Guatemala	-44,1
Nicaragua	32,2
China	-50,8
Kenia	-21,4
Mexiko	-30,0
Costa Rica	-12,1
Frankreich	895,2

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

„Alle Menschen haben die Anlage, schöpferisch tätig zu sein. Nur merken es die meisten nie.“
 (Truman Capote)

Akkumuliert

Führende Importländer von Röstkaffee nach Importmenge; weltweit; 2023; in Tonnen und Umsatz mit Kaffee nach Ländern*; ausgewählte Länder weltweit; 2023; in Milliarden Euro



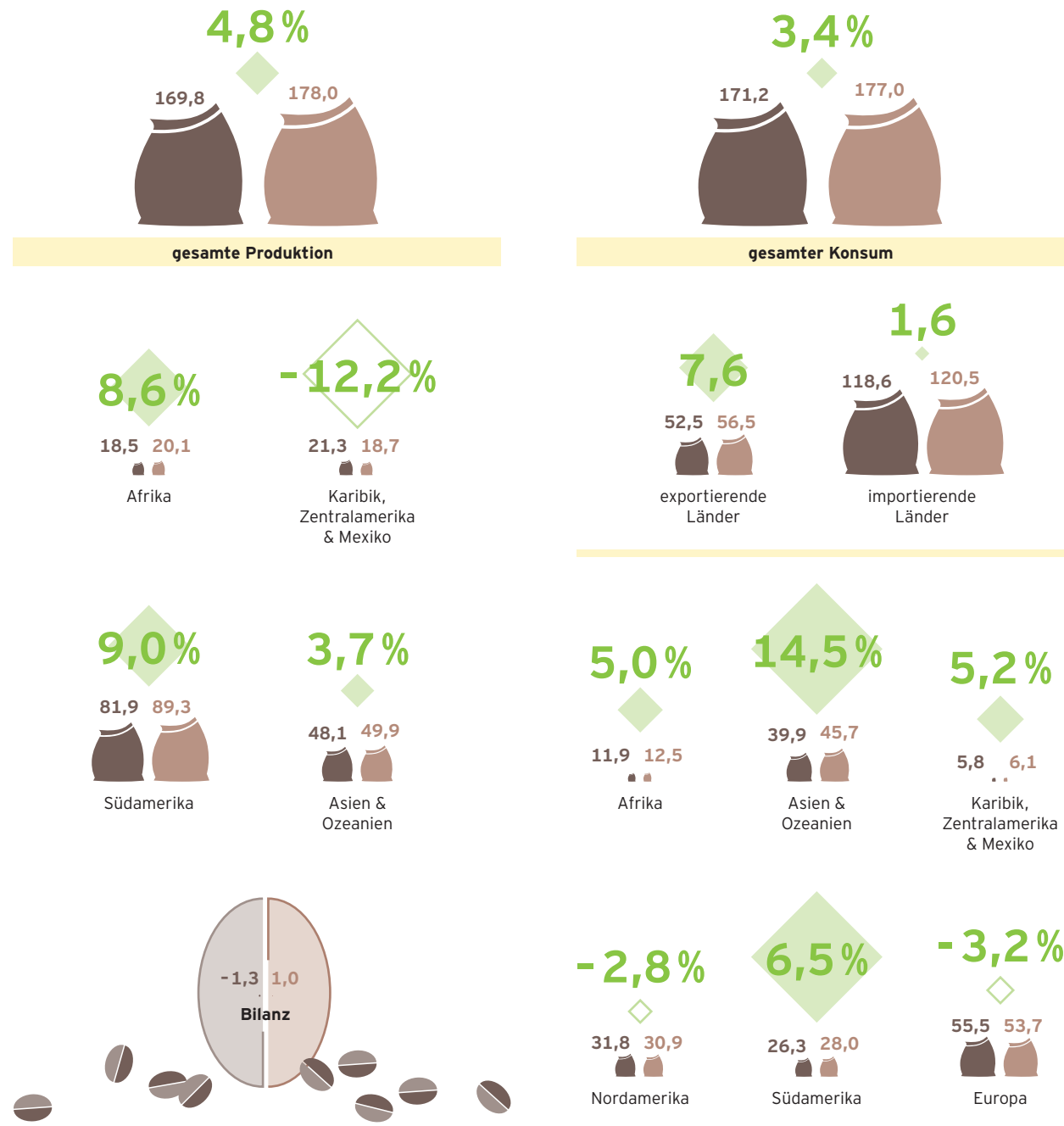
*Gesamter Umsatz von Instant- und Röstkaffee im Heim- und Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Market Insights
 Quelle: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

„Originalität ist die Kunst, sich Bonmots zu merken und zu vergessen, von wem sie stammen.“
 (Danny Kaye)

Analysiert

Angebots- und Nachfragesituation nach Regionen; weltweit; in Millionen 60-Kilogramm-Säcken

■ 2018/19 ■ 2023/24* ■ Veränderung 2018/19-2023/24*



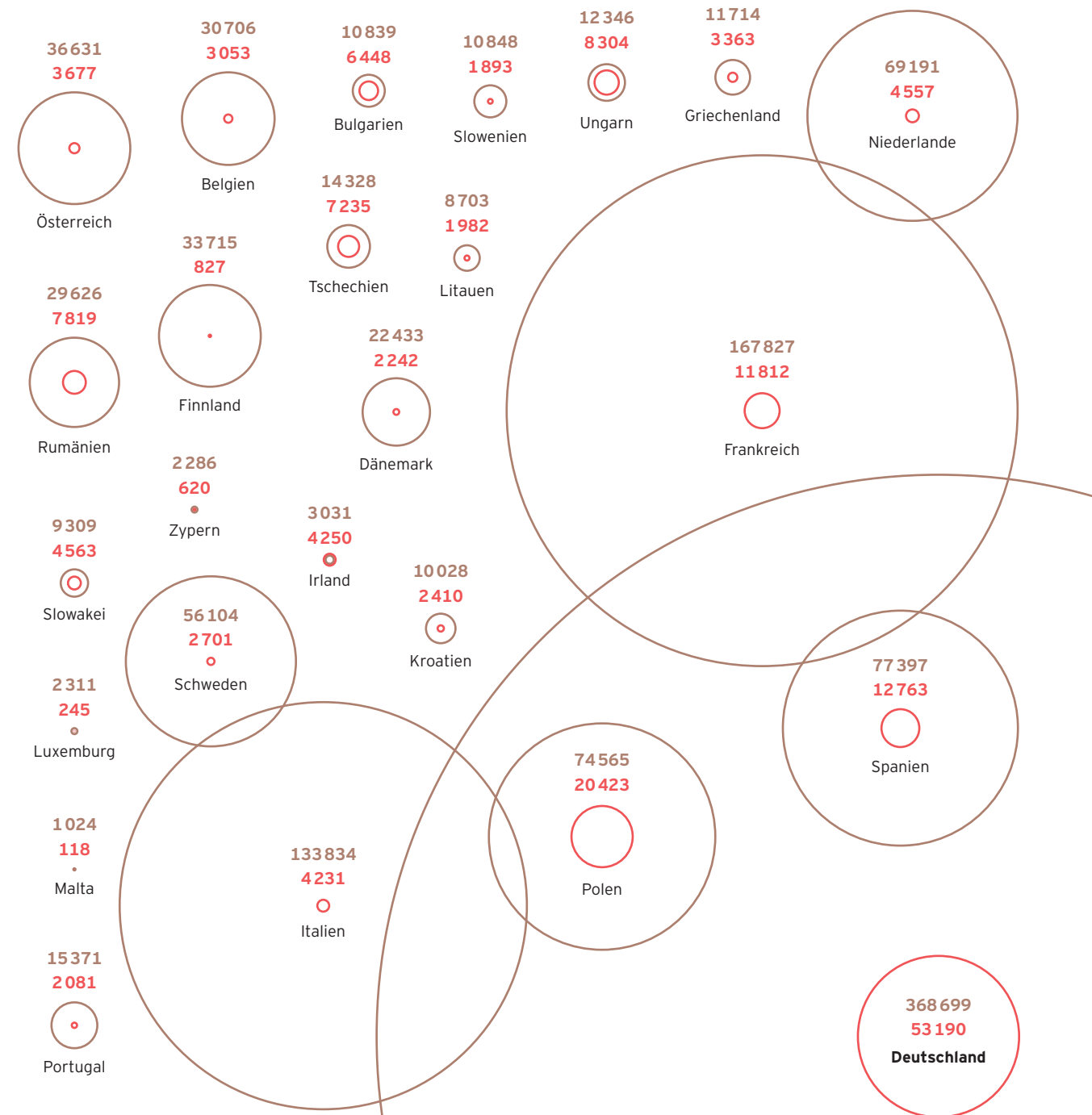
*Bei den Daten für 2023/24 handelt es sich um vorläufige Schätzungen. Quelle: International Coffee Organization (ICO)

„Jede Revolution war zuerst ein Gedanke im Kopf eines Menschen.“
(Ralph Waldo Emerson)

Akzentuiert

Marktgröße von frischem und Instant-Kaffee im Einzelhandel*; Europa; 2023; in Tonnen

■ frisch ■ instant

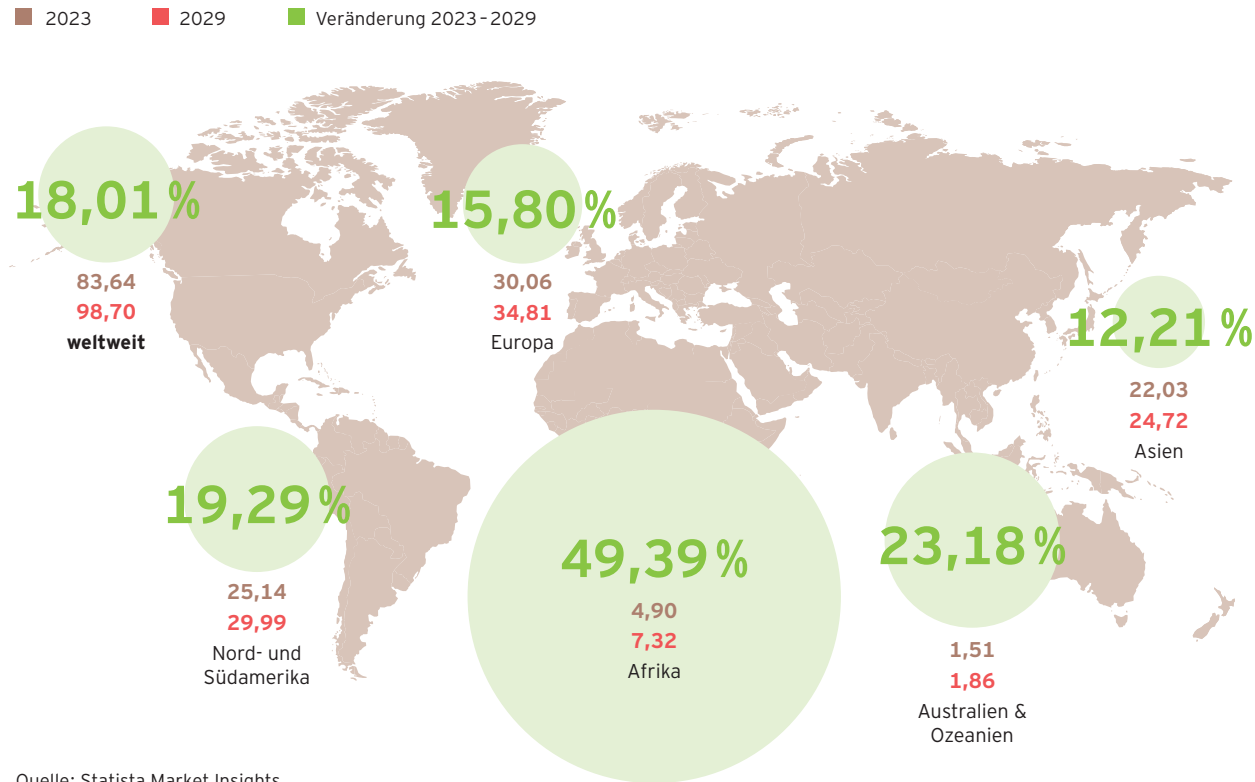


*Euromonitor definiert „frischen Kaffee“ als die Gesamtheit von „frischen Kaffeebohnen“ (Rohkaffee) und „frisch gemahlenem Kaffee“, wozu auch „frisch gemahlener Kaffee in Pads“ gehört. Quelle: Euromonitor International

„Es gibt überall Blumen für den, der sie sehen will.“
(Henri Matisse)

Lokal und kontinental

Umsatzprognose für den Kaffeemarkt zu Hause (Instant-Kaffee und Röstkaffee) nach Kontinenten; in Milliarden Euro



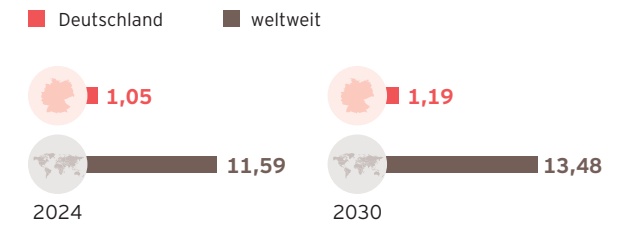
Wichtige Märkte

Anteile der wichtigsten Absatzmärkte am Kaffeekonsum; weltweit; 2023/24; in Prozent



Geplante Ausgaben

Umsatzprognose für Kaffeemaschinen; Deutschland und weltweit; in Milliarden Euro



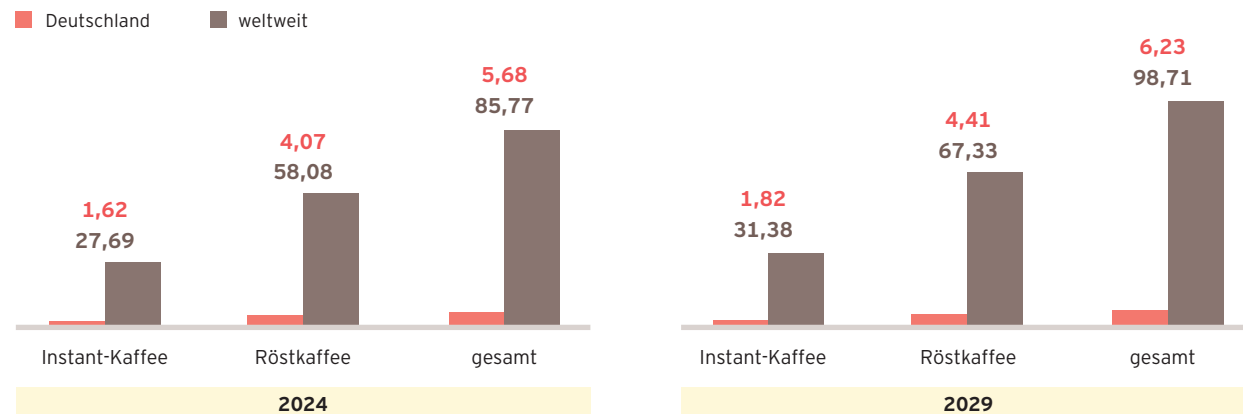
Geschätztes Wachstum

Geschätztes Wachstum des europäischen Kaffeemarkts; in Milliarden Euro



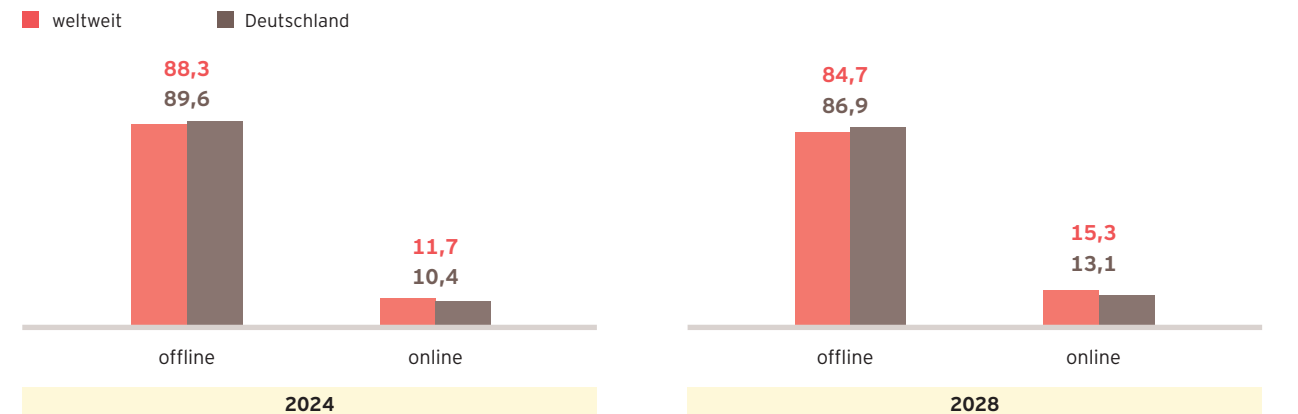
Lokal und global

Umsatzprognose für Instant-Kaffee und Röstkaffee; Deutschland und weltweit; in Milliarden Euro



Offline und online

Prognose zu Sales-Channels von Kaffee; Deutschland und weltweit; in Prozent



„Wirklich reich ist der, der mehr Träume in seiner Seele hat, als die Wirklichkeit zerstören kann.“

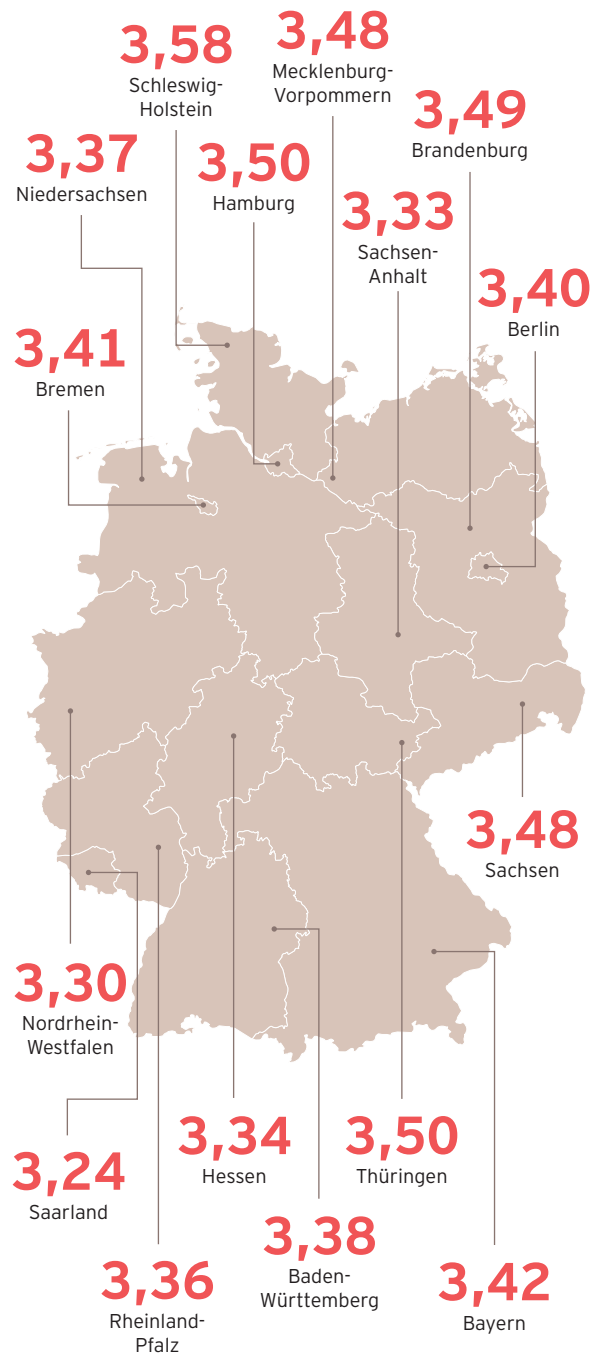
(Hans Kruppa)

„Wer zu lesen versteht, besitzt den Schlüssel zu großen Taten, zu unerträumten Möglichkeiten.“

(Aldous Huxley)

Preisführer Schleswig-Holstein

Durchschnittspreis von Kaffee in gastronomischen Betrieben nach Bundesland; Deutschland; 2023; in Euro



Quelle: orderbird

Preisführer Dänemark

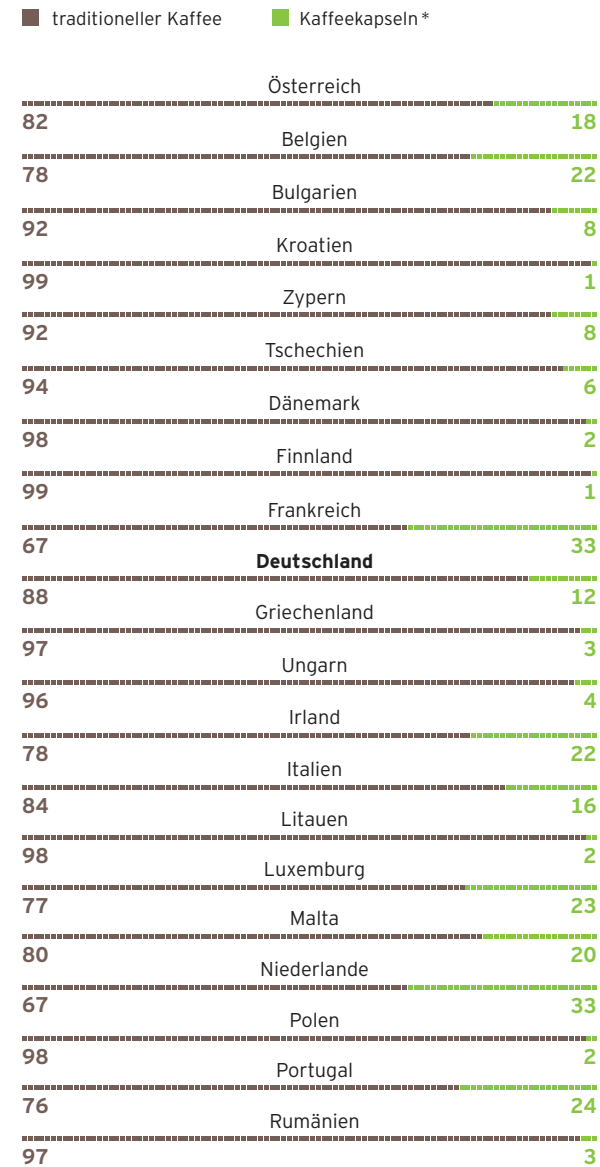
Preis einer Tasse Cappuccino in Restaurants nach Ländern; Europa; 2025; in Euro



Quelle: Numbeo

Aufgeteilt

Marktanteile von traditionellem Kaffee und Kaffee-kapseln*; Europa; 2023; in Prozent



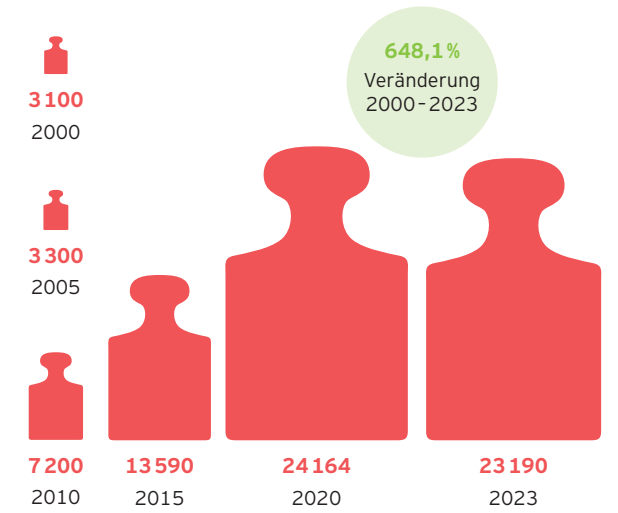
*Kaffee-kapseln werden hier als Portionen frisch gemahlene Kaffees definiert, die in einem Behälter aus Metall, Kunststoff oder Papier eingeschlossen sind. Quelle: Euromonitor International

Pro-Kopf-Konsum von Kaffee in Deutschland 2024, in Litern: **163**

Quelle: Deutscher Kaffeeverband

Abgesetzt

Absatz von Fairtrade-Kaffee; Deutschland; in Tonnen



Quelle: Fairtrade Deutschland

Umgesetzt

Umsatz mit Fairtrade-Kaffee; Deutschland; in Millionen Euro



Quelle: Fairtrade Deutschland

„Ich habe keine besondere Begabung, sondern bin nur leidenschaftlich neugierig.“
(Albert Einstein)

„Ihr aber seht und sagt: Warum? Aber ich träume und sage: Warum nicht?“
(George Bernard Shaw)

QUELLEN (Kurzbezeichnung):

appinio
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Deloitte
Deutscher Kaffeeverband
Euromonitor International
Fairtrade Deutschland
Fairtrade International
FLO-CERT
Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)
IfD Allensbach
International Coffee Organization (ICO)
International Trade Centre (ITC)
Mordor Intelligence
Numbeo
orderbird
Rainforest Alliance
RMS
Statista Consumer Market Outlook
Statistisches Bundesamt (Destatis)
Tchibo
United States Department of Agriculture (USDA)
World Coffee Research (WCR)
YouGov

IMPRESSUM

Herausgeber: Tchibo, Arnd Liedtke

Chefredaktion: Susanne Risch

Artredaktion: Britta Max

Infografik: Deborah Tyllack

Illustration: Anja Stiehler (fM)

Chefin vom Dienst: Michaela Streimelweger

Redaktion: Lydia Gless, Kathrin Lilienthal (fM),
Daniel Ramm, Margitta Schulze Lohoff

Marktforschung, Recherche, Daten und Quellen:

Cindy Karwowski, Linda Lämke, Robin Rehfeldt,
Johannes Seedorff

Anfragen an den Herausgeber, Corporate Communications:

presse@tchibo.de, Maraike Kahlstorf und Karina Schneider

Konzept: brandeins Medien AG/Redaktion Corporate Publishing,
statista.com

© brandeins, Hamburg 2025



Kaffee in Zahlen

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die ein bis zwei Tassen Kaffee benötigen, um ihr kreatives Genie zu wecken, in Prozent: **53**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die drei bis vier Tassen Kaffee benötigen, um ihr kreatives Genie zu wecken, in Prozent: **11**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die mehr als vier Tassen Kaffee benötigen, um ihr kreatives Genie zu wecken, in Prozent: **2**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die bewusst auf Kaffee verzichten würden, wenn es keinen Kaffee gibt, den sie mögen, in Prozent: **21**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die zu späterer Tageszeit bewusst auf Kaffee verzichten würden, um Koffein zu vermeiden, in Prozent: **33**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die nie auf Kaffee verzichten würden, wenn sie einen trinken möchten, in Prozent: **38**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die glauben, dass die Welt ohne Kaffee weniger ideenreich und mutig wäre, in Prozent: **63**

Anteil der Kaffeetrinker im Alter von 18 bis 21 Jahren in Deutschland, die glauben, dass die Welt ohne Kaffee weniger ideenreich und mutig wäre, in Prozent: **70**

Kreativität ist mehr als nur die Fähigkeit, etwas Neues zu erschaffen. Kreativität ist eine Superkraft. Und Kaffee kann uns beim schöpferischen Prozess beflügeln: als Inspiration bei der Ideenfindung, als Motivator, Wachmacher, Energiespender - oder bei der Überwindung von kreativen Blockaden.