

## Kaffee statt Kino und Konzert: Worauf in Deutschland verzichtet wird

### Tchibo Kaffeereport 2023

#### – Von Verzicht, Konsumzurückhaltung und einem elementaren Genussbringer –

Hamburg, im Juni 2023. Auf Kaffee verzichten, um Geld zu sparen? Hier hört der Spaß auf – oder passenderweise gesagt, dann gibts eben keine Unterhaltungsveranstaltungen. Um den Geldbeutel zu schonen, verzichten 44,1 Prozent der Menschen in Deutschland lieber auf Kulturveranstaltungen oder Restaurant- / Café-Besuche (43,9 %), als auf ihren Kaffeegenuss. So wollen 70,6 Prozent trotz der globalen Herausforderungen bisher nicht beim Kaffee sparen. Dabei erleben 45,2 Prozent der Kaffeetrinker durch die Inflation einen persönlichen Wohlstandsverlust und 46,6 Prozent müssen ihre Ausgaben stark eindämmen. Das ergab die repräsentative Umfrage unter 1.500 Kaffeetrinkenden, die Tchibo zusammen mit brand eins und Statista für den Tchibo Kaffeereport 2023 durchgeführt hat. Schwerpunkt der 12. Ausgabe ist das Thema „Verzicht“.

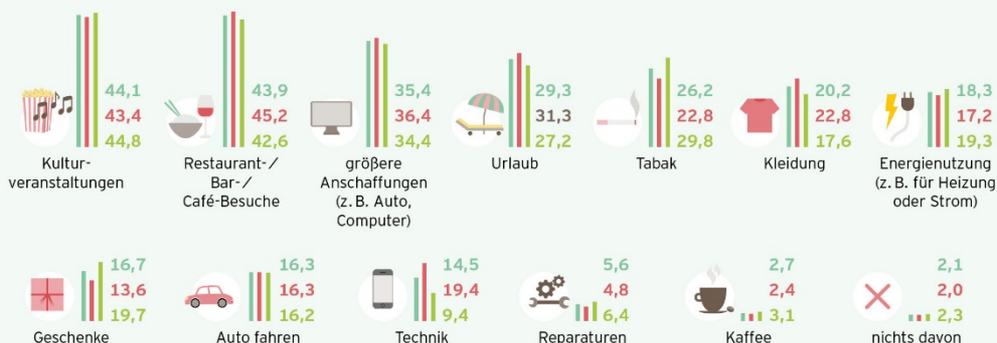
#### **Familie, Kaffee, Freunde – darauf können wir nicht verzichten**

Niemals ohne die Familie! So geht es 66,5 Prozent der Kaffeetrinker, die am wenigsten auf ihre Familie verzichten könnten. Dann folgen Kaffee (57,3 %) und Freunde (47,3 %). Verzicht auf Kaffee? Lieber nicht! 35 Prozent könnten ihren Kaffeekonsum nicht einschränken, nur 8,1 % könnten auf Kaffee komplett verzichten. 56,4 Prozent der Kaffeetrinker macht der Gedanke, auf Kaffee zu verzichten, sogar traurig.

#### Worauf würden Sie am ehesten verzichten, um Geld zu sparen?

Verzicht, um zu sparen; nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Deutschland ■ weiblich ■ männlich



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista



### **Kein Tag ohne Bohne: Kaffee und noch mehr Kaffee**

Kaffeetrinken macht glücklich (28,8 %), Kaffeetrinken ist Genuss (59,9 %) und Kaffeetrinken ist Teil der täglichen Struktur (55 %) – Gründe genug, weshalb die Bohne das Lieblingsgetränk in der Bevölkerung ist: 91,9 Prozent trinken ihn täglich. Erneut steigerte sich die Beliebtheit deutlich zum Vorjahr (89,2 %). Im Durchschnitt werden 3,4 Tassen am Tag getrunken (0,1 Tassen mehr als im Vorjahr), bzw. 167 Liter pro Jahr und pro Kopf. Dabei liegen Männer mit 3,5 Tassen vor Frauen mit 3,3 Tassen. Neben Kaffee aus Vollautomaten (32,9 %) und Cappuccino (28,9 %) ist Filterkaffee nach wie vor am beliebtesten in Deutschland: 46,7 Prozent trinken ihn regelmäßig.

### **Inflation vs. grünes Gewissen: Nachhaltiger Kaffee verliert in der Krise**

35,2 Prozent trinken regelmäßig oder immer nachhaltigen Kaffee, 2022 waren es noch 38,5 Prozent. Für 32 Prozent ist nachhaltiger Kaffee zu teuer. 39,6 Prozent finden nachhaltigen Kaffee zwar wichtig, dieser sollte aber nicht mehr kosten als konventioneller Kaffee. 24,5 Prozent sagen aber auch, dass sie bei der Kaufentscheidung nicht wissen, welcher Kaffee wirklich nachhaltig ist. Der nachhaltige Gedanke muss sich ebenso der Spontanität geschlagen geben: Für 26 Prozent ist der Transport eines Mehrwegbechers zu aufwendig. 32,7 Prozent finden Pappbecher praktisch und bei 54,8 % ist der Coffee to go Genuss spontan, sodass der Mehrwegbecher nicht dabei ist.

### **Auf Kaffee verzichten? Eher nicht!**

Wenn es im Bundesvergleich darum geht, welche Region ihren Kaffeekonsum nicht einschränken könnte, liegt der Osten mit 38,7 Prozent vorne. Dahinter der Norden mit 35,3 Prozent – es folgen Westen (34,2 %) und Süden (33,6 %). Ohne oder mit? Wenn Kaffee-Zugabe, dann Vollmilch! 36,6 Prozent der Menschen in Deutschland geben am liebsten die Vollmilch-Variante in ihren Kaffee, dicht dahinter die fettarme Milch (23,6 %) und Zucker (22 %). 22,5 Prozent trinken ihren Kaffee am liebsten schwarz. Die beliebteste pflanzliche Alternative ist der Haferdrink mit 9,6 Prozent.

Diese und noch viel mehr Fakten stehen im Tchibo Kaffeereport 2023 mit allen Grafiken und Detailergebnissen als **PDF-Download bereit unter [www.tchibo.com/kaffeereport](http://www.tchibo.com/kaffeereport)**. Printexemplare für Medienschaffende können unter [presse@tchibo.de](mailto:presse@tchibo.de) angefordert werden.

#### Ansprechpartnerin für Medienschaffende:

Karina Schneider, Tchibo GmbH, Corporate Communications,  
Tel: +49 40 63 87 – 3862, E-Mail: [karina.schneider@tchibo.de](mailto:karina.schneider@tchibo.de) | [www.tchibo.com](http://www.tchibo.com) |

#### Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen, wie Reisen oder Mobilfunk, an. Tchibo erzielte 2021 mit international rund 11.230 Mitarbeitenden 3,26 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU. 2016 wurde Tchibo als nachhaltigstes Großunternehmen Deutschlands ausgezeichnet.