



100 Seiten geballtes Kaffeewissen: Der Tchibo Kaffeereport 2016

5. Tchibo Kaffeereport in Zusammenarbeit mit brand eins Wissen und
statista.com erschienen
Schwerpunkt: Kaffee und Innovation

Hamburg, 6. Juni 2016 – Eine Zahnpasta mit Koffein oder eine Kaffeemaschine, die den Kaffee per Smartphone zubereitet – **Welche Kaffeeprodukte finden deutsche Kaffeetrinker besonders innovativ?** Das und viel mehr hat Tchibo in einer repräsentativen Umfrage Kaffeetrinker in Deutschland zwischen 18 und 64 Jahren im November 2015 gefragt. Antworten liefert der neue Tchibo Kaffeereport 2016.

Zum fünften Mal präsentiert Tchibo in Zusammenarbeit mit **brand eins Wissen und statista.com** geballte Zahlen und Fakten rund um das Thema Kaffee in dem Nachschlagewerk „**Kaffee in Zahlen**“. Schwerpunkt des diesjährigen rund 100-seitigen Reports: **Kaffee und Innovation**.

Traditionsbewusst und neugierig – das sind die deutschen Kaffeetrinker, wie die repräsentative Umfrage zeigt. Der klassische Filterkaffee bleibt weiterhin die meist getrunkene Form des Lieblingsgetränks der Deutschen, das von 96 Prozent am liebsten zu Hause genossen wird. Gegenüber Innovationen im Kaffeesektor sind die deutschen Kaffeetrinker sehr aufgeschlossen. **70,1 Prozent aller Befragten wünschen sich Erfindungen, die den Kaffeegenuss erhöhen.** Für 24,2 Prozent der Early Adopter steht eine per Smartphone oder Tablet bedienbare Kaffeemaschine ganz oben auf der Beliebtheitsliste innovativer Kaffeeprodukte. Ebenso innovativ finden 24,2 Prozent dieser Meinungsführer, die gern neue Produkte testen und bewerten, eine Tasse Kaffee, die das Überschwappen von Kaffee und das Umfallen der Tasse verhindert. Zahnpasta mit Koffein stellen für nur 6,8 Prozent der Befragten ein innovatives Kaffeeprodukt dar.

Der Kaffeereport 2016 zeigt: Tausend Jahre Kaffeekultur setzen der Neugierde und dem Erfindergeist keine Grenzen. Die deutschen Kaffeetrinker wünschen sich eine stetige Verbesserung und Weiterentwicklung, wenn es um



ihr Lieblingsgetränk geht.

Ein paar von vielen spannenden Fakten:

Anteil der Early Adopter, die eine Kaffeemaschine, die per Smartphone bedienbar ist, besonders innovativ finden, in Prozent: **24,2**

Anteil der Early Adopter, die Zahnpasta mit Koffein besonders innovativ finden, in Prozent: **6,8**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die pro Tag zwei Tassen Kaffee trinken, in Prozent: **23,8**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die pro Tag 10 Tassen Kaffee und mehr trinken, in Prozent: **2,9**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die am liebsten Filterkaffee trinken, in Prozent: **67,6**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die eine Filterkaffeemaschine besitzen, in Prozent: **71,8**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die eine Kapselmaschine besitzen, in Prozent: **23,8**

Der Tchibo Kaffeereport 2016 mit allen Grafiken und Detailergebnissen steht als **PDF-Download** bereit unter www.tchibo.com/kaffeereport.

Ansprechpartner für Journalisten:

Arnd Liedtke | Tchibo GmbH | Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 – 2124 | E-Mail: arnd.liedtke@tchibo.de

www.tchibo.com

www.tchibo.com/blog

www.twitter.com/tchibo_presse

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, rund 26.000 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und dem Einzelportionssystem Cafissimo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen wie Reisen oder Mobilfunk an. Tchibo erzielte 2014 mit international rund 12.500 Mitarbeitern 3,4 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Polen und Tschechien und gehört zu den führenden E-Commerce Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet.