



Deutschland liebt leidenschaftlich – seinen Filterkaffee

- 65,7 Prozent der Deutschen trinken regelmäßig Filterkaffee.
- 34,5 Prozent trinken Kaffee am liebsten mit dem Partner, 28,3 Prozent sind dabei lieber allein.
- 50,2 Prozent der Befragten haben eine Lieblingskaffeemarke.
- Wärme, Liebe, Freude, Energie, Geborgenheit, Ruhe und Heimat – diese Begriffe assoziieren Europäer mit Kaffee.
- Diese und weitere Fakten rund um das Lieblingsgetränk der Deutschen präsentiert der neue Tchibo Kaffeereport.

Die Deutschen lieben ihren Kaffee. Dafür reicht schon ein entscheidendes Detail: der Duft von Kaffee beim Aufwachen. Er macht glücklicher als die ans Bett gebrachte Tasse. Weitere erstaunliche Fakten rund um das Lieblingsgetränk der Deutschen enthält der sechste Tchibo Kaffeereport „Kaffee in Zahlen“. Er wirft zugleich einen Blick über den Tassenrand: Befragt wurden insgesamt rund 3.000 Menschen aus Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien und der Schweiz. Was sie bei der Leidenschaft zum schwarzen Gold eint – und wo die Unterschiede liegen, verrät der rund hundertseitige Report. Mit Daten und Zahlen rund um Produzenten, Konsumenten und Handel liefert er geballte Fakten und ist vor allem eins: eine Liebeserklärung an den Kaffee.

Hamburg, im Juni 2017 – Allein der Duft von Kaffee reicht schon, um glücklich zu sein. Vor allem beim Aufwachen: Dies antworteten über 40 Prozent über die Ländergrenzen hinweg auf die Frage: „Wie kann man Ihnen mit Kaffee eine Freude bereiten?“. Bei den Deutschen lag die Quote sogar bei 48,9 Prozent. Damit rangiert der Kaffeeduft sogar vor der ans Bett gebrachten Tasse Kaffee: Die steht in Deutschland an Nummer zwei der Freuden, während etwa in Tschechien der Kaffee aus der Lieblingstasse bevorzugt wird.



Kaffee = Wärme, Liebe und Freude

Warum trinken wir eigentlich so gerne Kaffee? Welche Gefühle verbinden wir mit seinem Genuss? Alltag und Hektik oder Entspannung und Genuss? Bei der Frage, was die Europäer mit Kaffee assoziieren, herrscht Einigkeit: Wärme, Liebe, Freude, Energie, Geborgenheit, Ruhe und Heimat werden am ehesten mit Kaffee in Verbindung gebracht. Über Ländergrenzen hinweg gilt auch: Am liebsten bereiten Kaffeetrinker ihr Lieblingsgetränk selbst zu. Sie genießen es bevorzugt mit ihrem Partner und haben eine Lieblingskaffeemarke (jeweils über die Hälfte der Befragten).

Europas Kaffee-Vorlieben: Filter- oder Instantkaffee?

Die Liebe der Deutschen zum Filterkaffee (65,7 Prozent) teilen andere Europäer nicht. Das Herz der Tschechen schlägt für Instantkaffee (61,3 Prozent). In Österreich wiederum können nur 10,5 Prozent dem löslichen Kaffee etwas abgewinnen. Österreicher (52,5 Prozent) und Schweizer (51,5 Prozent) trinken Kaffee vor allem, weil er ihnen schmeckt. Anders die Polen: Sie sehen in ihm in erster Linie eine Energiequelle (50 Prozent).

Von Lieblingsorten bis Lieblingssituationen

Für den sechsten Tchibo Kaffeereport wurden im Oktober und November 2016 rund 3.000 Menschen aus Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien und Schweiz im Alter von 18 bis 64 Jahren zu ihren Vorlieben rund um das Heißgetränk befragt. Neben den Befragungen wurden erneut Fakten und geballtes Wissen rund um Kaffee in Zusammenarbeit mit brand eins Wissen und statista.com zusammengetragen.

Der Kaffeereport kann als PDF unter www.tchibo.com/kaffeereport heruntergeladen werden. Printexemplare für Journalisten und Medienvertreter können unter presse@tchibo.de angefordert werden.

Weitere Informationen für Journalisten:

Karina Schneider, Tchibo GmbH, Corporate Communications
Tel: +49 40 63 87 - 3862, Fax: +49 40 63 875 - 3862
E-Mail: karina.schneider@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 22.300 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 2015 mit international rund 12.200 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: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU.