PRESSEINFORMATION

Zum Tag des Kaffees am 1. Oktober: Tchibo Kaffeereport liefert Fakten rund um das Lieblingsgetränk der Deutschen

Sei es als Wärmelieferant, als Muntermacher am Herbstmorgen oder zum gemütlichen Plausch im Café – den Deutschen öffnet Kaffee in vielerlei Hinsicht das Herz. Der Tchibo Kaffeereport „Kaffee in Zahlen“ nennt pünktlich zum Herbstanfang und zum Tag des Kaffees am 1. Oktober spannende Fakten rund um das Lieblingsgetränk der Deutschen. In Kooperation mit brand eins Wissen und Statista wurden 3.000 Personen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Tschechien und Polen unter dem Motto „Liebe zum Kaffee“ befragt.

Hamburg, 25. September 2017 – Passend zu den sinkenden Herbsttemperaturen wärmt uns jetzt vor allem eines: eine heiße Tasse Kaffee. Das belegen die repräsentativen Zahlen des Tchibo Kaffeereports: 89,5 Prozent der Deutschen verbinden den Begriff „Wärme“ mit Kaffee, an zweiter Stelle steht Energie (82,6 Prozent). Lust auf Kaffee bekommen viele Befragte vor allem durch seinen Duft: Er ist für 40,9 Prozent der Deutschen und Österreicher entscheidend. Auch in Polen geht die Kaffeeliebe durch die Nase. Dort verspürt die Hälfte der Menschen Kaffeedurst, wenn sie Kaffeeduft riecht. „Kaffee ist ein Getränk, das alle Sinne anregt. Der Geruchssinn ist dabei besonders wichtig“, sagt Jan Wagenfeld, Director Coffee Quality bei Tchibo. „Denn Geruchssinn und Genuss gehen Hand in Hand.“

Mit Zucker, bitte!

Der wichtigste Kaffeemoment bleibt die erste Tasse des Tages: Die Deutschen lieben ihren Kaffee zum Frühstück (89,5 Prozent) und als Energiespender (42,4 Prozent). Ähnlich die Polen: 88,1 Prozent trinken ihn morgens, auch ihnen verleiht er Kraft für den Tag (43,2 Prozent). Einen Schuss Milch im Kaffee genießen 41,5 Prozent der Deutschen. Zucker im Kaffee bevorzugen 29,8 Prozent, bei den Österreichern sind es 32,4

PRESSEINFORMATION

Prozent. Am liebsten trinken die Österreicher ihren Kaffee mit Vollmilch (über 54 Prozent). Die Tschechen trinken ihren Kaffee lieber mit Zucker (44,6 Prozent) als mit Vollmilch (34,2 Prozent). Ganz pur trinkt ihn jedoch nur eine Minderheit: 21,1 Prozent der Deutschen trinken ihren Kaffee schwarz, während in Österreich sogar nur 18,9 Prozent die pure Variante bevorzugen. Am liebsten trinken sie ihn mit Vollmilch (über 54 Prozent).

Am liebsten zu Hause

Der Lieblingsort aller Befragten zum Kaffeetrinken ist zu Hause (über 56,6 Prozent), an zweiter Stelle steht das Café mit jeweils über acht Prozent. Nur die Polen und Tschechen bevorzugen anstelle des Cafés eine Tasse Kaffee bei Freunden und Verwandten (jeweils über 12 Prozent). Und was gehört für die Befragten zum Kaffeegenuss dazu? Die Deutschen lieben eine Süßigkeit zum Kaffee (41,7 Prozent), ebenso die Polen (48,7 Prozent) und die Österreicher (36,8 Prozent). Für die Tschechen gehört ein Moment der Stille zum perfekten Kaffeegenuss (67,7 Prozent). Auch die Schweizer schätzen einen Kaffee in einem ruhigen Moment (39,4 Prozent). Wichtigster Faktor bei einem Cafébesuch ist für alle Nationen die Atmosphäre (über 70 Prozent), erst danach folgen der Preis und die Barista-Kunstfertigkeit.

Deutschland: Weltmeister in der Produktion von Röstkaffee

Die Deutschen sind nicht nur in der Konsummenge von Kaffee ganz vorne mit dabei. Über 191.000 Tonnen Rohkaffee werden hierzulande jährlich zu Röstkaffee verarbeitet, damit belegt Deutschland den Spitzenplatz. Die Italiener rösten nur rund 150.000 Tonnen Rohkaffee. „In Sachen Kaffeeleidenschaft denken die meisten zunächst an Italien“, sagt Wagenfeld. „Der Kaffeereport zeigt, dass das wahre Herz für das schwarze Gold in Deutschland schlägt.“

Tchibo veröffentlicht bereits zum sechsten Mal den Kaffeereport. In Kooperation mit brand eins Wissen und Statista erhebt Tchibo repräsentative Zahlen zum Thema Kaffeekonsum. Jedes Jahr gibt es einen thematischen Schwerpunkt, 2017 steht der Kaffeereport unter dem

PRESSEINFORMATION

Stichwort Liebe. Tchibo hat dazu rund 3.000 Menschen in Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien und der Schweiz befragt. Ihre gemeinsamen und unterschiedlichen Vorlieben, Gefühle und Gewohnheiten beim Kaffeegenuss sind im Kaffeereport 2017 dokumentiert. Der vollständige Kaffeereport mit allen Grafiken und Detailergebnissen steht als PDF-Download bereit unter www.tchibo.com/kaffeereport. 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 2016 mit international rund 12.000 Mitarbeitern 3,3 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Polen, 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.