



Nimm mir Smartphone, Auto, Sex

– aber nicht meinen Kaffee!

Kaffeereport 2021: Jubiläumsausgabe „Zusammenhalt“

Hamburg, 8. Juni 2021. Kaffee ist unverzichtbar – das sagen 52,9 Prozent der deutschen Kaffeetrinker*innen in der repräsentativen Umfrage (5.000 Befragte), die Tchibo zusammen mit brand eins und Statista für den Tchibo Kaffeereport 2021 durchgeführt hat. Für über die Hälfte der Deutschen ist Kaffee unverzichtbarer (52,9 %) als ihr Smartphone (42,9 %), Auto (36,3 %) oder Sex (35,8 %). Kaffee über alles? Nicht ganz, denn den ersten Platz muss das beliebte Heißgetränk der „Familie“ lassen, auf die die Deutschen nicht verzichten möchten (58,9 %). Wie passend, denn Schwerpunkt der über 100 Seiten umfassenden Jubiläumsausgabe des Kaffeereports 2021 ist „Zusammenhalt“.

Lieblingsgetränk – und der Vollautomat läuft und läuft

Kaffee ist das Lieblingsgetränk der Deutschen und bleibt Spitzenreiter: 87,9 Prozent trinken ihn täglich - im Durchschnitt werden 3,2 Tassen am Tag getrunken, bzw. 166 Liter pro Jahr und pro Kopf. Dabei liegen Männer mit 3,4 Tassen vor Frauen mit 3,0 Tassen. Zur Zubereitung wird der Vollautomat dabei mit 81 Prozent am häufigsten benutzt, soweit er im Haushalt vorhanden ist.

Der Norden macht den Tassenrekord

3,6 Tassen im Durchschnitt gönnen sich die Schleswig-Holsteiner, vor den Niedersachsen mit 3,5 Tassen und 3,4 Tassen in Hamburg. Die Bayern bilden mit 2,8 Tassen das Schlusslicht in der täglichen Menge im Bundesländervergleich.

Milchspezialitäten für Frauen, Männer lieben Kaffee kurz und stark

Filterkaffee ist als Getränk nach wie vor am beliebtesten bei beiden Geschlechtern: 48,5 Prozent trinken ihn regelmäßig. Besonders groß sind die Unterschiede im regelmäßigen Genuss von Latte Macchiato (Frauen 24,0 % vs. Männer 14,5 %) und Espresso (Männer 17,7 % vs. Frauen 14,1 %).

Der Kaffee und die Pandemie: Home-Office-Haushalte mit Kindern konsumieren deutlich mehr

Zuhause: Im Lockdown hat sich der Kaffeekonsum verändert – in Menge, Ort und Art: Am häufigsten wurde mit 96,3 Prozent Kaffee zuhause getrunken (Vgl. 22,8 % im Hotel oder Restaurant). Der Coffee-to-Go dagegen verlor an Bedeutung: 50,3 Prozent tranken ihn nie (Vergleich vor Lockdown 34,3 %).

Virtuelle Kaffee-Pause: In Schweden war die „Fika“, also das Kaffeetrinken als verbindende Maßnahme bei der Arbeit, schon lange bekannt. In der Pandemie mit viel Home-Office und fehlenden, echten Treffen der Kolleg*innen im Büro, setzt sie sich als digitale Variante nun auch in Deutschland durch. 36,9 Prozent der 18-35-Jährigen haben sich bereits ein- oder mehrmals auf eine virtuelle Kaffeepause verabredet (Vgl.: 16,6 % bei den 36-55-Jährigen, 7,7 % bei den 56-65-Jährigen).



Kinder und das Home-Office: Da braucht es mehr Kaffee! Wurde während der Corona-Pandemie im Home-Office gearbeitet und Kinder lebten in diesem Haushalt, stieg der Kaffeekonsum bei 44,6 Prozent der befragten Haushalte. Lebten keine Kinder in den Home-Office Haushalten stieg er auch, aber lediglich um 30,2 Prozent. Nur bei 3,8 Prozent der befragten Haushalte sankt der Konsum von Kaffee.

Vorfreude: Mehr als die Hälfte der Deutschen freut sich darauf, bei Lockerungen der Pandemie-Maßnahmen, sich mit Freunden auf einen Kaffee zu treffen, die sie lange nicht gesehen haben (54,3 %) oder diese auf einen Kaffee zuhause einzuladen (51 %).

Noch mehr Mehrwegbecher

Weniger Abfall: 30,3 Prozent nutzen sogar einen eigenen oder einen Mehrwegbecher. Die Verwendung von Mehrwegbechern ist seit 2018 um 61,0 Prozent gestiegen. Vor drei Jahren waren das erst 18,9 Prozent.

Auf einen Kaffee mit... und Feste feiern

Prominente Gesichter liegen weit vorne: Mit Günther Jauch und Angela Merkel (je 18,9 %), sowie Barbara Schöneberger (12,1 %) und Elias M`Barek (11,5 %) wollen die deutschen Kaffeetrinker*innen am liebsten eine Kaffeeverabredung. Auch beim Feiern hat der Kaffee seinen absoluten Stammplatz: Bei 77,1 Prozent der Deutschen gehört er zum Geburtstag unbedingt dazu, auch bei der Hochzeit sehen 52,5 Prozent einen feierlichen Anlass zum Kaffeetrinken – und 42,9 Prozent bei der Beerdigung.

Diese und noch viel mehr Fakten stehen im Tchibo Kaffeereport 2021 mit allen Grafiken und Detailergebnissen als **PDF-Download bereit unter www.tchibo.com/kaffeereport**. Printexemplare für Medienschaffende können unter presse@tchibo.de angefordert werden. Die Podcastfolge zum Kaffeereport gibt es unter www.tchibo.de/podcast.

Ansprechpartner für Journalisten:

Karina Schneider, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 3862

E-Mail: karina.schneider@tchibo.de

> www.tchibo.com, www.tchibo.com/blog, www.twitter.com/tchibo_presse, www.tchibo.de/podcast

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.300 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 2019 mit international rund 11.450 Mitarbeitern 3,12 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.