

Der perfekte Start in den Tag beginnt mit Kaffee

Tchibo Kaffeereport 2022: Neubeginn

Hamburg, 14. Juni 2022. Für 69,2 Prozent der Deutschen gehört Kaffee trinken zum perfekten Start in den Tag – noch vor dem Frühstück (48,4 %) oder einer Dusche (27,2 %). Das ergab die repräsentative Umfrage unter 5.000 Kaffeetrinkenden, die Tchibo zusammen mit brand eins und Statista für den Tchibo Kaffeereport 2022 durchgeführt hat. Schwerpunkt der 11. Ausgabe ist in diesem Jahr das Thema „Neubeginn“.

Jeder neue Tag ist ein Neustart und beginnt mit einer Tasse Kaffee. 43,4 Prozent der Befragten trinken ihren ersten Kaffee des Tages zwischen 6:00 und 8:00 Uhr morgens. Und 41,6 Prozent werden erst mit Kaffee wach – damit liegt die Bohne als Wachmacher fast gleichauf mit dem Topwert des Wecker Klingelns (41,9 %).



Kaffee im Urlaub: In Deutschland schmeckt er am besten

Kaffee in Italien, was gibt es Leckereres? Nicht ganz! Den Deutschen schmeckt der Kaffee im Urlaub im eigenen Land besonders gut (50,4 %). Es folgen Italien (38,9 %) und Österreich oder die Schweiz (16 %). 12,1 Prozent schmeckt der Kaffee im Urlaub gar nicht. Ob es daran liegt, dass der Lieblingsbecher nicht mit dabei ist? 58,3 Prozent der Deutschen haben eine Lieblingstasse für ihren Kaffee.

Alte Liebe: Kaffee bleibt das Lieblingsgetränk der Deutschen

Kaffee ist das Lieblingsgetränk der Deutschen: 89,2 Prozent trinken ihn täglich. Damit steigerte sich die Beliebtheit noch einmal zum Vorjahr (87,9 %). Im Durchschnitt werden 3,3 Tassen am Tag getrunken, bzw. 169 Liter pro Jahr und pro Kopf. Dabei liegen Männer mit 3,5 Tassen vor Frauen mit 3,2 Tassen. Warum wird Kaffee getrunken? Dafür gibt es viele Gründe. Für 57,5 Prozent ist Kaffee trinken Genuss oder ein entspannender „Me-Moment“ (37,4 %). 16,6 Prozent gaben an, dass sie es ohne Kaffee nicht durch den Tag schaffen.

Neue Verteilung: Niedersachsen trinkt am meisten, Sachsen am wenigsten

Die Niedersachsen und Saarländer trinken mit je 3,7 Tassen am meisten Kaffee pro Tag. Schlusslicht bilden die Sachsen in der täglichen Menge im



Bundesländervergleich: Sie kommen auf 3,0 Tassen täglich. Ihren Kaffee kaufen die Deutschen vor allem im Supermarkt (73,5 %) oder Discounter (40,4 %). Für Qualität sind die deutschen Kaffeetrinkenden bereit mehr zu zahlen (54,2 %). Insgesamt aber ist die Preisbereitschaft auf einem niedrigen Niveau: die Mehrzahl (30,3 %) ist bereit 8 bis 10 Euro auszugeben, 19,5 Prozent würden weniger als 8 Euro für ein Kilogramm Kaffee bezahlen. Im Gegenzug sind lediglich 2,4 Prozent bereit zwischen 20 bis 40 Euro pro Kilo Kaffee zu bezahlen.

Am liebsten mit Vollmilch, aber offen für vegane Milchvarianten

Neben Zucker (24,2 %) ist Kuhmilch die beliebteste Ergänzung zum Kaffee: 34,2 Prozent genießen das Heißgetränk mit Vollmilch und 23,2 Prozent mit fettarmer Milch. Bei veganen Alternativen ist Hafermilch am populärsten (8,1 %). Passend dazu wären 52,8 Prozent bereit, vegane Alternativen zu nutzen. 21,8 Prozent brauchen gar keinen Zusatz und genießen ihren Kaffee schwarz.

Filterkaffee ist nach wie vor am beliebtesten bei den Deutschen: 48,9 Prozent trinken ihn regelmäßig. Bei den 56- bis 65-Jährigen ist der Filterkaffee am begehrtesten (58,2 %), hingegen trinken die 18- bis 21-Jährigen am liebsten Cappuccino (53,2 %). 33,8 Prozent mögen ihren Kaffee besonders gern aus dem Vollautomaten.

Angefangen, abgeschaut und ausgespuckt: Der erste Kaffee im Leben

Durchschnittlich 16,8 Jahre alt sind die deutschen Kaffeetrinkenden bei ihrem ersten Kaffeekonsum. 35,1 Prozent haben sich das Kaffeetrinken von ihren Eltern abgeschaut und 33,6 Prozent waren neugierig. Ob sie es bereut haben? Zumindest haben 37,9 Prozent ihren allerersten Kaffee des Lebens ausgespuckt und 29,5 Prozent fanden ihn bitter. Der Duft ist auch hängengeblieben: Für 38,1 Prozent duftete der Kaffee beim ersten Genuss gut. Die Liebe zum Duft des Heißgetränk ist ohnehin hoch: 82,9 Prozent der Deutschen genießen den Duft von Kaffee bei seiner Zubereitung.

Diese und noch viel mehr Fakten stehen im Tchibo Kaffeereport 2022 mit allen Grafiken und Detailergebnissen als **PDF-Download bereit unter www.tchibo.com/kaffeereport**. Printexemplare für Medienschaffende können unter 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

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 2020 mit international rund 11.420 Mitarbeitern 3,13 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.