

Vollautomat, Siebträger oder Filter? Umfrage zeigt: So trinkt Deutschland Kaffee

- Täglicher Konsum: 68 % der Deutschen trinken täglich Kaffee und knapp jede:r Dritte mehr als vier Tassen am Tag. Mit zunehmendem Alter steigt der tägliche Kaffeekonsum deutlich an.
- Von wegen Espresso: Filterkaffee und Latte Macchiato sind die beliebtesten Kaffeearten der Deutschen.
- Kaffee zu Hause: 64 % der Deutschen bereiten ihren Kaffee täglich zu Hause zu – meistens im Kaffeefullautomaten.

Neu-Isenburg, 27. August 2024 – Kaffee ist für viele Deutsche ein unverzichtbarer Bestandteil ihres Alltags. Von der ersten Tasse am Morgen bis hin zur genussvollen Kaffe Zubereitung am Nachmittag – das Kaffeetrinken ist tief in der deutschen Kultur verankert. Doch wie genau konsumieren die Deutschen ihren Kaffee? Wie wird er am liebsten zubereitet? Und welche Maschinen werden am häufigsten verwendet? Appinio und De'Longhi haben 1.000 Personen aus Deutschland national repräsentativ* hierzu befragt.



Von wegen Espresso: Filterkaffee und Latte Macchiato sind die beliebtesten Kaffeearten der Deutschen. (@De'Longhi)

Steigender Kaffeekonsum mit zunehmendem Alter

Die Umfrage zeigt, dass Kaffee ein fester Bestandteil des Alltags vieler Menschen in Deutschland ist, insbesondere bei älteren Generationen. Während 39 % der 16- bis 24-Jährigen täglich Kaffee trinken, steigt dieser Anteil bei den 55- bis 65-Jährigen auf 86 %. Insgesamt geben 68 % der Deutschen an, täglich Kaffee zu trinken. Auch die Menge des täglich konsumierten Kaffees

variiert: 32 % trinken mindestens vier Tassen täglich, wobei Männer tendenziell mehr Kaffee konsumieren als Frauen.

Präferenzen bei Kaffeespezialitäten

Die Mehrheit der Deutschen bevorzugt koffeinhaltigen Kaffee gegenüber entkoffeinierten Kaffee. 47 % trinken ihn am liebsten mit Kuhmilch, 32 % mit Zucker, und 19 % genießen ihn schwarz. Auch hier gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Männer trinken ihren Kaffee häufiger schwarz, während Frauen ihn eher mit Milch oder Milchalternativen wie Hafermilch bevorzugen.

Kaffee Feeling zu Hause

Zwei Drittel der Deutschen (64 %) bereiten ihren Kaffee täglich zu Hause zu. Mit steigendem Alter wächst auch die Vorliebe, den Kaffee zu Hause zu genießen: Während 34 % der 16- bis 24-Jährigen dies tun, liegt der Anteil bei den 55- bis 65-Jährigen bei 85 %. Bei den verwendeten Maschinen liegen Kaffeefullautomaten mit 39 % deutlich vor Filtermaschinen, die von 24 % der Befragten verwendet werden. Etwas mehr als jeder Zehnte bereitet sich Kaffee zu Hause meist mit einer Kapselmaschine zu, 8 % mit einer Siebträgermaschine.

Kaffee in Deutschland: Leidenschaft und Genuss

Für viele Deutsche ist Kaffee mehr als nur ein Getränk – 60 % der Kaffeetrinker:innen stimmen der Aussage (voll und ganz) zu, dass Kaffee für sie eine Leidenschaft ist. Mehr als jeder zweite Kaffeetrinker:innen (58%) gibt an, Kaffee zu trinken, um den Tag zu beginnen. Und 57 % genießen ihn wegen des Geschmacks oder einfach aus purem Genuss. Dabei dient Kaffee nicht nur als Wachmacher (35 %), sondern auch zur Entspannung: 39 % trinken ihn, um abzuschalten. Diese tiefe Verbundenheit zeigt sich auch in den Investitionen, die die Befragten in ihren Kaffeegenuss stecken: 23 % haben zwischen 201 und 500 Euro für ihre Kaffeemaschine ausgegeben, während 28 % mehr als 500 Euro investiert haben.

“Konsument:innen erwarten die perfekte Tasse Kaffee, auch für zu Hause, ohne dabei Mühe, Zeitaufwand und Stress mit der Zubereitung zu haben. Vollautomaten bieten die passende Lösung für jeden Kaffeewunsch, vereinen Schnelligkeit und Einfachheit mit Genuss und Qualität. So kann jede:r hochwertigen Kaffee mit authentischem italienischem Geschmack und erstklassiger Qualität ganz bequem zu Hause genießen”, sagt Anne Leonhardi, Marketing Direktorin De’Longhi Deutschland GmbH.

*Zitation: Die Umfrage wurde vom 9. bis 11. August 2024 von Appinio durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Personen in Deutschland zwischen 16 und 65 Jahren, national repräsentativ für das Alter und Geschlecht der Bevölkerung.



Anne Leonhardi, Marketing Director De'Longhi Deutschland. (@De'Longhi)

Alle Informationen inkl. Bildmaterial finden Sie auch im De'Longhi [Newsroom](#).
Zum Hype Train Report geht es [hier](#) und die Studienergebnissen im Appinio Dashboard
finden Sie [hier](#).

Bleiben Sie stets auf dem Laufenden mit dem [De'Longhi Newsletter](#).

Über die De'Longhi Group:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 9.000 Mitarbeiter:innen erwirtschafteten im Jahr 2020 einen Umsatz von 2,4 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, nutribullet und magic bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Jüngst, im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken nutribullet und magic bullet.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 130 Mitarbeiter:innen. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte und Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2020 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premiummarkenprodukte von De'Longhi, Kenwood, Braun und nutribullet und setzt im deutschen Markt auf eine Viermarkenstrategie aus einer Hand.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com, www.braunhousehold.com und www.nutribullet.com abrufbar.

PR-Agentur

Achtung! GmbH
Straßenbahnring 3
20251 Hamburg

Tel.: +49 40 45 02 10-514
delonghi@achtung.de

Kontakt De'Longhi

De'Longhi Deutschland GmbH
Carl-Ulrich-Straße 4
63263 Neu-Isenburg

Julia Hildner
pressoffice.germany@delonghigroup.com

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 190+ Märkten für über 2.600 Auftraggebende aus vielen Branchen, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>.

Pressekontakt

Anja Nitschke

PR & Communications Manager

presse@appinio.com