

Umfrage: Welche Rolle spielt Kaffee in unserem Leben?

Versuni deckt die Kaffeegewohnheiten und Trends im DACH-Markt auf

Hamburg – Ob im Kännchen, stylischen To-Go-Becher oder in digitaler Form als Hashtag: Kaffee ist generationenübergreifend allgegenwärtiger Begleiter im Alltag. Um mehr über die lokalen Gewohnheiten, Geschmäcker und Präferenzen von Kaffeetrinker*innen zu erfahren, hat Versuni, Hersteller von [Philips](#) Haushaltsgeräten, eine weltweite Umfrage durchgeführt.¹ Für Deutschland, Österreich und die Schweiz (DACH) haben 2.028 Personen teilgenommen und Erkenntnisse zu einer ganzen Bandbreite an Aspekten rund um das Thema Kaffee geliefert.

Top of the Cups

Beliebtestes Kaffeegetränk ist in Deutschland und Österreich der Cappuccino (knapp 28%), dicht gefolgt von Latte Macchiato (22,4%). In der Schweiz sind es dieselben Spitzenreiter, nur in umgekehrter Reihenfolge. Auf Rang 3 liegt dort mit knapp 18% der Espresso, der in Deutschland mit 6,5% nur an 5. Stelle rangiert – dies könnte an der Nähe der Alpenrepublik zu Italien liegen, wo Espresso deutlich stärker vertreten ist. Geschlechterspezifische Unterschiede gibt es auch: In der gesamten DACH-Region erfreut sich Latte Macchiato bei den weiblichen Befragten grösserer Beliebtheit (rund 27%) als bei den Männern (13%). Diese setzen auch deutlich häufiger auf Espresso (knapp 15%) als die Damen (4,7%).

Age Gap beim Thema Milch

Schaut man nur auf die Gruppe der über 55-Jährigen, ist für 43% rein schwarzer Kaffee das Getränk der Wahl. Sofern dem Heissgetränk etwas hinzugefügt wird, kommt für die grosse Mehrheit dieser Altersgruppe (71%) nur Kuhmilch in die Tasse. Die jüngeren Befragten (16- bis 24-Jährigen) greifen deutlich häufiger zu Milchalternativen und geben ihnen sogar den Vorzug (Hafermilch 30%, Mandelmilch 27%, Kuhmilch knapp 20%). Insgesamt gilt: Je älter die Befragten sind, desto eher setzen sie auf Kuhmilch.

Morgendliche Rituale

Erste Amtshandlung am Morgen? Hier ist man sich in allen drei Ländern einig: Der Blick auf das Smartphone (53,6-60,8%). Als zweithäufigstes Ritual am Morgen geben die Befragten das Trinken eines Kaffees an (knapp 43%), sogar noch vor der Körperhygiene (41,6%) und dem Frühstück (39,8%). Betrachtet man allein die „älteren“ Befragten (ab 45 Jahren) verändern sich die Prioritäten am Morgen: Sie ziehen Kaffee dem

¹ Umfrage durch Censuswide mit 16.315 Teilnehmenden in DACH, Benelux, USA, Frankreich, Italien, Türkei, Spanien, und Südkorea im Zeitraum vom 28.07.-03.08.2023.

Smartphone vor. Welche Bedeutung dem Frühstückskaffee zugeschrieben wird, verdeutlicht folgendes Umfrageergebnis: Knapp 30% der deutschen Befragten würden komplett auf Alkohol verzichten, wenn dies bedeutet, dass sie weiterhin ihren täglichen Kaffee am Morgen bekommen.

Kein Kaffee, keine Arbeit

Über 40% der befragten Schweizer*innen fangen erst an zu arbeiten, nachdem sie ihre morgendliche Dosis Koffein genossen haben. In Deutschland ist dies für 30% und in Österreich für rund 27% ein Must-have, bevor es an den Schreibtisch geht. Vielleicht aufgrund des Effekts, dem sie Kaffee zuschreiben? Denn: Befragte aller drei Länder fühlen sich durch Kaffee vor allem „energievoller und wacher“ und „bereit, den Tag zu meistern“.

Sagt der Lieblingskaffee etwas über den Charakter aus?

Können Fans bestimmter Kaffeespezialitäten Charakteristiken zugeschrieben werden? Wenn ja, dann finden die Befragten, dass Menschen, die Cappuccino oder Latte Macchiato trinken, „freundlich“ sind. Liebhaber von Espresso werden als besonders „leistungsstark“ eingeordnet.

Blick über den Tassenrand

Weltweit gesehen ist Cappuccino das beliebteste Kaffeegetränk. Die Italiener heben sich hier allerdings ab, für sie ist ganz klar (48%) Espresso die Nummer eins. Genauso wie in unseren Breitengraden fängt auch der überwiegende Rest der Welt (der Kaffeetrinkenden) erst nach dem ersten Heissgetränk an zu arbeiten (87%), vier von fünf Befragten (84%) denken sogar gleich beim Aufwachen an das „schwarze Gold“. Kaffee scheint in der Früh in aller Munde zu sein: Für mehr als jede*n zweite*n (53%) ist ein Latte Macchiato und Co. ein festes Morgenritual.

Kaffeegenuss auf Tastendruck gefällig?

Mit dem [Philips LatteGo 5500 Series Kaffeevollautomat](#) lassen sich auf Tastendruck aromatische Kaffeespezialitäten wie Espresso, Latte Macchiato und Cappuccino zubereiten. Das besonders leicht zu reinigende LatteGo Milchsysteem zaubert dafür cremigsten Schaum – egal ob mit Kuhmilch oder Milchalternative.

Pressekontakt:

Jeannine Dietel
PR & Influencer Manager
Kitchen, Coffee, Climate Care, Garment Care, Floor Care
Telefon: +49 40 2899 2211
Mail: presse.versuni@publica-projects.de



Über Versuni

Versuni hat sich dem Leitgedanken „Turning Houses into Homes“ verschrieben. Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass ein Zuhause mehr ist als ein Haus. Mit mehr als 900 Patenten im Rücken umfasst das Portfolio von Versuni die Bereiche Küchengeräte, Kaffee, Klima, Kleider- und Bodenpflege. Zu den Produkten der Marke Philips gehören der Philips Airfryer, die Espressomaschine mit LatteGo, die PerfectCare Bügeleisen, Luftreiniger und der Nass-Trockensauger AquaTrio. Weitere Marken des Unternehmens sind: Saeco, Gaggia, Preethi, Philips Walita, L'OR Barista und Senseo. Versuni hat seinen Hauptsitz in Amsterdam in den Niederlanden und verfügt über Innovations-, Produktions- und Vertriebszentren auf der ganzen Welt – mit einer Präsenz in über 100 Ländern. Seine Produktpalette entspricht den EcoDesign-Anforderungen und spiegelt das Engagement des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeit wider. Versuni ist ein ehemaliger Geschäftszweig von Royal Philips und war zuvor unter dem Namen Philips Domestic Appliances bekannt. Mehr über Versuni: www.versuni.com.