

## Pressemitteilung

### So trinkt Deutschland Kaffee außer Haus! – Deutscher Kaffeeverband veröffentlicht große Konsum-Studie

Mehr als 10.000 Kaffeetrinker befragt/ über 1.000.000 repräsentative Daten/ über 200.000 Kaffee-Konsum-Situationen

Hamburg, 29. November 2017. Kaffee ist das meistkonsumierte Getränk in Deutschland und einer der größten Margenbringer im „Out-of-Home (OOH)“-Markt. Ein Viertel des jährlichen Kaffeegesamtkonsums wird bereits außer Haus getrunken – Tendenz steigend. Welche Trends, Potenziale und Wachstumstreiber das Kaffeegeschäft am Arbeitsplatz, in Bäckereien, Coffeeshops und in der (Verkehrs-)Gastronomie auch in Zukunft noch weiter voranbringen können, erfahren Entscheider aus der neuen, repräsentativen Studie „So trinkt Deutschland Kaffee außer Haus“ des Deutschen Kaffeeverbandes. Die Daten wurden in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut smartcon erhoben.

Insbesondere im Bereich der jungen und mittelalten Zielgruppe sind die Wachstumspotenziale im dynamischen OOH-Markt bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Aber auch am Arbeitsplatz, der volumenmäßig etwa zwei Drittel des OOH-Vertriebsmarktes ausmacht, besteht weiteres Potenzial: Bereits jetzt bieten knapp 60 Prozent der Arbeitgeber in ihrem Unternehmen Kaffee an – sei es kostenlos oder kostenpflichtig.

Weitere 40 Prozent des OOH-Volumens werden in Bäckereien, Restaurants und Hotels konsumiert – mit zum Teil deutlichen Unterschieden hinsichtlich der nachgefragten Kaffee-Getränke: Während zu Hause 76 Prozent des Konsums auf „einfachen“ Kaffee (schwarz oder mit Milch) entfallen, wird Out-of-Home ein deutlich höherer Anteil an Kaffeespezialitäten getrunken, in der Spitze 70 Prozent in Coffeeshops/-bars.

Interessant ist auch, dass man die OOH-Konsumenten in vier klar unterscheidbare Segmente unterteilen kann, die sich sowohl hinsichtlich ihrer Motive als auch bezüglich ihrer Affinität zu Kaffeespezialitäten deutlich unterscheiden: Kaffee-Avantgarde, Durchstarter, soziale Genießer und leidenschaftslose Kaffeetrinker. Die Durchstarter machen dabei etwa 19 Prozent des Marktes aus und trinken Kaffee, um leistungsfähig und bereit für die nächsten Aufgaben zu sein. Dagegen zählen für die Kaffee-Avantgarde, die 38 Prozent der OOH-Konsumenten ausmachen, vor allem die Genussmomente. Dies erklärt, warum dieses Segment den größten Anteil an Spezialitätenkonsum ausmacht.

Wem es gelingt, sein Angebot auf die individuellen Konsummuster dieser Segmente zuzuschneiden, darf sich sicher nicht nur auf zufriedeneren und treueren Kunden freuen, sondern auch auf steigende Umsätze. Vor diesem Hintergrund liefert die Studie eine umfassende

#### Kontakt

Deutscher Kaffeeverband e.V.  
Steinhöft 5-7 | 20459 Hamburg  
Tel.: (040) 374 23 61-0  
Fax: (040) 374 23 61-11  
E-Mail: [info@kaffeeverband.de](mailto:info@kaffeeverband.de)  
Website: [www.kaffeeverband.de](http://www.kaffeeverband.de)

#### Vorstand

Bent B. Dietrich  
Luc Van Gorp  
Bernd Schopf  
Dr. Frank Strege

#### Hauptgeschäftsführer

Holger Preibisch

#### Rechts- und Steuerangaben

Amtsgericht Hamburg  
Vereinsregister-Nr. VR 4043  
USt-IdNr.: DE 1187 21 246  
St-Nr.: 17/449/00944



Informations- und Entscheidungsgrundlage zur profitablen Erschließung der im OOH-Markt bestehenden Potenziale.

**Bestellmöglichkeit der OOH-Kaffee-Konsum-Studie des Deutschen Kaffeeverbandes**

Die 100-seitige Studie „So trinkt Deutschland Kaffee außer Haus: Wo? Was? Wie viel? Warum? – sowie Nutzerprofile und Einstellungen“ kann ab sofort beim Deutschen Kaffeeverband bestellt werden. Mitgliedsunternehmen erhalten die Studie kostenfrei, Nicht-Mitglieder zahlen 5.900 Euro zzgl. Mehrwertsteuer.

Nähere Informationen sowie Bestellung: [info@kaffeeverband.de](mailto:info@kaffeeverband.de), Betreff: OOH-Studie.

V.i.S.d.P.:

Deutscher Kaffeeverband e.V.

Holger Preibisch

(Hauptgeschäftsführer)

Steinhöft 5-7, 20459 Hamburg

E-Mail: [info@kaffeeverband.de](mailto:info@kaffeeverband.de)