

PRESSEMITTEILUNG, Wien, 29.09.2022

Kaffee als Sparmaßnahme? 18% schränken ihren Kaffeekonsum aufgrund der allgemeinen Teuerung ein

INTEGRAL-Studie zum Internationalen Tag des Kaffees am 1. Oktober

„Guter Kaffee ist wie gute Musik - beides berührt die Seele“ soll der Musiker Roger Cicero festgestellt haben. Tatsächlich ist Österreich eine Nation des Kaffeegenusses: 90% konsumieren das beliebte Heißgetränk. Anlässlich des Internationalen Tages des Kaffees hat INTEGRAL in einer aktuellen Onlinestudie nachgefragt: Wie wird Kaffee zu Hause zubereitet und welche Kaffeearten kommen dabei zum Einsatz? Wie steht es um die österreichische Experimentierfreude bei Kaffee? Und welche Auswirkungen hat die aktuelle Teuerung auf den Kaffeekonsum?

Filterkaffee ist passé

In Österreich nutzen wir vielfältige Möglichkeiten, um Kaffee zu Hause zuzubereiten. Mehr als ein Drittel (37%) der Befragten bedient sich der zahlreichen bequemen Pad- oder Kapselsysteme. Etwa gleich groß ist die Gruppe, die einen Kaffeefullautomaten verwendet (35%) - die Gruppe der 30-49-Jährigen schwört besonders auf diese Methode. Ein knappes Drittel (32%) nutzt Wasserkocher oder Mikrowelle, um z.B. löslichen Kaffee zuzubereiten, vor allem bei Frauen und bei den Jungen (16-29 Jahre) ist diese Methode beliebt. Ziemlich passé ist in Österreich hingegen Filterkaffee, den nur noch 15% zu Hause konsumieren.

Gefragt nach dem am häufigsten konsumierten Kaffeegetränk, landet der Kaffee klassisch als normaler Kaffee oder Filterkaffee ohne Crema (32%) mit Abstand auf dem ersten Platz. Ein Fünftel (22%) setzt auf Kaffee Crema und 17% ziehen Milchspezialitäten vor - dabei werden Varianten ohne Aroma klar favorisiert.

Kaffeekonsum steigt mit zunehmendem Alter

Wir trinken durchschnittlich 12 Tassen Kaffee pro Woche, also knapp zwei am Tag. Der Konsum steigt mit zunehmendem Alter an: Während 16- bis 29-Jährige auf lediglich neun Portionen pro Woche kommen, bringen es 50-69-Jährige auf etwa das Eineinhalbfache (13 Tassen pro Woche). „Bei den Jungen stehen vor allem muntermachende Alternativen wie Energydrinks hoch im Kurs. Daher ist dort auch die Gruppe jener, die gar keinen Kaffee trinken, mehr als doppelt so hoch wie im Bevölkerungsdurchschnitt. Und wenn sie Kaffee trinken, dann greifen sie zu kostenintensiven Kapselsystemen, da ihnen dies weniger ‚altbacken‘ erscheint als der herkömmliche Kaffeegenuss und

diese Systeme eine höhere Vielfalt bieten.“, so Martin Mayr, Mitglied der Geschäftsleitung von INTEGRAL.

Ausgabebereitschaft hoch, doch ein Fünftel muss sparen

Auch in Zeiten der Teuerung sind Immerhin 42% bereit, mehr für guten Kaffee zu bezahlen. Besonders Männer und Höhergebildete sind ausgabebereit. Dazu passt, dass 28% darauf achten, nachhaltig und ethisch hergestellten Kaffee zu kaufen; vor allem in Wien achtet man auf dieses Kriterium. Doch 18% sind aufgrund der allgemeinen Teuerungen an einem Punkt angelangt, an dem sie ihren Kaffeekonsum aus finanziellen Gründen einschränken. Dieses Verhalten zieht sich durch praktisch alle Alters- und Bildungsschichten.

Kaffee als Hobby ist dagegen ein Minderheitenprogramm: 15% sehen ihren Kaffeegenuss als Steckenpferd an, in das sie auch gerne Zeit investieren. Zudem sind wir in Österreich nicht sehr experimentierfreudig. Nur 21% probieren gerne neue Kaffeesorten aus - wobei die Aufgeschlossenheit mit höherer Bildung steigt. Da überrascht es nicht, dass ein gutes Drittel (35%) der Ansicht ist, das Thema Kaffee würde heutzutage zu stark aufgebauscht.

In Deutschland hat der Filterkaffee noch Saison

In einer parallel von den deutschen Schwesterinstituten SINUS und OPINION durchgeführten Studie bestätigt sich so manches Klischee. So erfreut sich Filterkaffee in Deutschland noch hoher Beliebtheit und liegt mit 34% praktisch gleichauf mit Kapsel- und Padsystemen (35%) und Kaffeefullautomaten (33%). Vom vielzitierten „Deutschen Kaffee“ wird dafür etwas mehr konsumiert: So bringen es die Menschen in Deutschland mit 14 Tassen pro Woche auf etwas mehr als wir. Gleichzeitig sind die Deutschen mit 33% Experimentierfreudigen deutlich aufgeschlossener für neue Kaffeesorten als wir.

Dies sind Ergebnisse aus dem INTEGRAL Onlinebus. Von 7. bis 13. September 2022 wurden 500 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung im Alter von 16 bis 69 Jahren zu diesem Thema befragt.

Über INTEGRAL

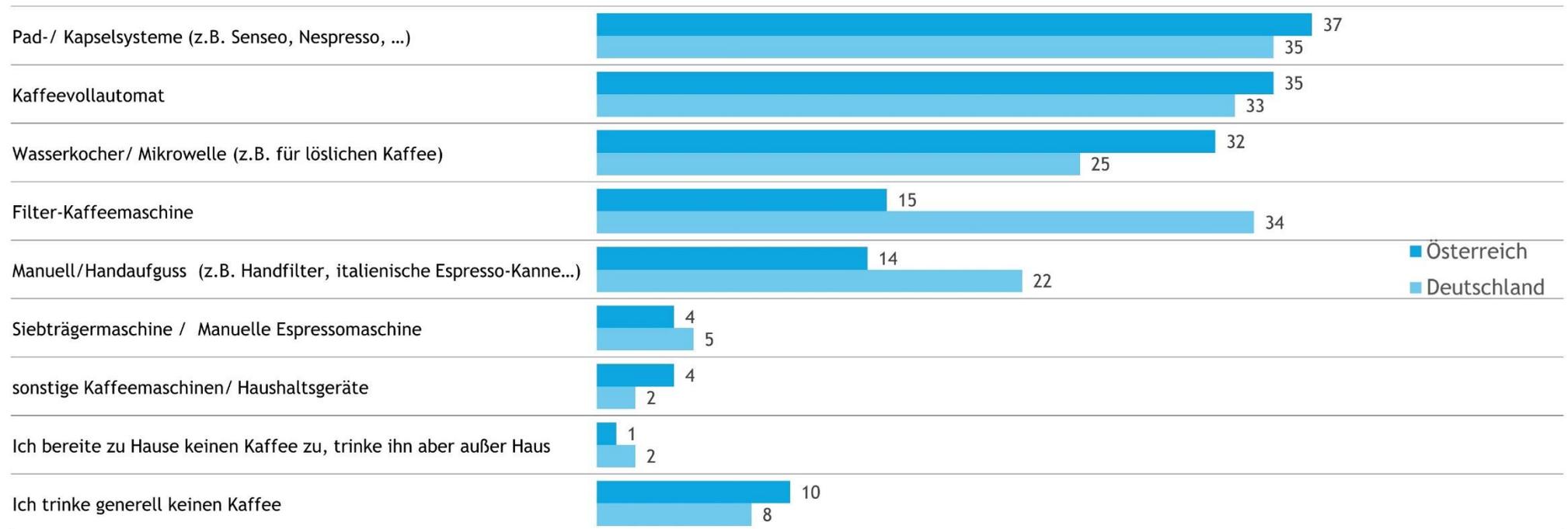
INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen SINUS Markt- und Sozialforschung in Heidelberg und Berlin und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe). In Kooperation mit dem Heidelberger SINUS-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu® Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen: Mag. Martin Mayr, Geschäftsführer und Mag. Sandra Cerny, Öffentlichkeitsarbeit

www.integral.co.at, Anfragen an office@integral.co.at, Tel.Nr. +43 1 7991994

Wie wird Kaffee in Österreich und in Deutschland zubereitet?

In Deutschland ist Filterkaffee deutlich beliebter.



Frage: Welche der folgenden Kaffeemaschinen oder Geräte verwenden Sie, um bei sich zu Hause Kaffee zuzubereiten?
(Mehrfachantworten aus 12 Zubereitungsarten möglich, für Auswertung in Kategorien zusammengefasst)

Quelle: INTEGRAL, Online-Bus (CAWI), 16-69 Jahre, n=500
Studie 7252, 07.-13. September 2022