

NO. 11

2022

Routinen, Gewohnheiten, Liebgewonnenes - wir mögen, was wir kennen und was uns vertraut ist.
Dabei hat doch gerade auch das Neue, das Fremde und Unbekannte seinen Reiz. Im Leben und im Genuss.

Kaffeereport

Schwerpunkt: Neubeginn

NO. 1 - 2012 - QUALITÄT

NO. 2 - 2013 - KULTUR UND TRENDS

NO. 3 - 2014 - NACHHALTIGKEIT

NO. 4 - 2015 - GESUNDHEIT

NO. 5 - 2016 - INNOVATION

NO. 6 - 2017 - LIEBE

NO. 7 - 2018 - INDIVIDUALITÄT

NO. 8 - 2019 - ARBEIT

NO. 9 - 2020 - VERANTWORTUNG

NO. 10 - 2021 - ZUSAMMENHALT

NO. 11 - 2022 - NEUBEGINN

Davor

Das Thema dieser Ausgabe stammt von davor. Nach mehr als zwei Jahren Pandemie war Leichtigkeit unser Ziel. Wir wollten durchatmen, entspannen, feiern, endlich wieder unter Menschen gehen und ein Heft produzieren, das sich der Lebensfreude und dem Neubeginn widmet.

Weil wir in diesem Jahr außerdem auf zehn Jahre Tchibo Kaffeereport zurückzuschauen und in eine neue Dekade starten, lag der Fokus für die aktuelle Ausgabe nahe: Bilanz ziehen, nach vorn schauen, kleine Korrekturen vornehmen, Pläne schmieden, mit Schwung neu anfangen. Eine Art Frühjahrsputz: Man öffnet die Fenster, lüftet kräftig durch, schaut auf lieb gewonnene Gewohnheiten und eingespielte Routinen - und mistet aus. Was war gut, was soll bleiben? Was ist vielleicht schon ein wenig angestaubt und kann weg? Woran wollen wir festhalten, was soll gestärkt, was ausgebaut werden?

Neuanfänge haben ihren ganz eigenen Reiz. Einerseits erfordern sie Kraft und Mut, nicht selten unbequeme Entscheidungen. Neu anfangen heißt immer auch neu lernen, sich wieder anstrengen, Dinge anders, besser machen. Aber jeder Neuanfang ist auch eine Chance. Die neue Schule, der neue Job, die neue Stadt, neue Freunde, neue Rituale. Wir können die Weichen diesmal anders stellen, aus Fehlern lernen, die Richtung korrigieren. Uns getrauen, was bislang vielleicht unmöglich schien.

Das alles trieb uns um bis Ende Februar. Bis zu dem Tag, an dem unsere sicher geglaubte Welt aus den Fugen geriet. Darf man jetzt noch das Leben feiern? Sich mit Lust auf leichte Themen wie den Zauber des Neubeginns stürzen? Ortswechsel, Unternehmensgründungen, Hoteleröffnungen, Weltreisen oder Gedichte thematisieren und den Geschmack von Kaffeesorten diskutieren?

Wir glauben, man muss. Der Krieg hat Gewissheiten gekappt, uns aus einer trügerischen Sicherheit gerissen. Und uns vor ganz neue Aufgaben gestellt. Bei näherem Hinschauen hätte es keinen besseren Schwerpunkt für die diesjährige Ausgabe geben können. Denn jeder Neuanfang ist wie ein weißes Blatt Papier. Er ist ein Versprechen: Alles ist möglich. Machen wir das Beste daraus.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Werner Weber
Tchibo

Danach

Worauf sollen wir uns verlassen: Kopf oder Bauch? Wissen oder Intuition? Ist Vorsicht ein guter Ratgeber? Und helfen Erfahrungen aus der Vergangenheit für Entscheidungen in der Zukunft? Das alles haben wir mit Thorsten Pachur diskutiert, der an der TU München das Auswahl- und Beurteilungsverhalten von Menschen erforscht. Denn die Frage, wie schwer oder leicht wir uns mit Optionen und Entscheidungen tun, beeinflusst auch, wie gut wir uns in komplexen Situationen und in unserer sich ständig verändernden Welt zurechtfinden.

Gestresste Menschen hadern manchmal schon mit den einfachsten Entscheidungen, weiß Pachur: Nehme ich Kuh- oder Hafermilch in den Kaffee? Eine große oder eine kleine Portion? Auch die Tageszeit hat Einfluss auf unsere Spontaneität und unsere Wahl. Genau wie unser Alter und unser Geschlecht. Das ist jedenfalls das Ergebnis der Umfrage, mit der wir in diesem Jahr herausfinden wollten, wie experimentierfreudig wir Deutschen sind, wenn es um Kaffee, unser Lieblingsgetränk, geht.

Lassen wir uns gern auf neue Zubereitungsarten und Geschmacksrichtungen ein? Probieren wir fremde Sorten und Variationen? In welchen Lebenssituationen weichen wir von unseren Trink-Gewohnheiten ab? Wovon lassen wir uns dann locken und verführen - von Werbung, Empfehlungen, Aktionen, technischen Innovationen oder von guten Argumenten wie nachhaltiger Produktion und Verpackung? Und wofür wären wir bereit, einen höheren Preis zu bezahlen - für bessere Qualität, besonderen Geschmack, gesundheitlichen Mehrwert, für Bio-Siegel oder ein Fairtrade-Zertifikat?

Wir haben mehr als 5000 Kaffeetrinker in Deutschland nach ihrem Konsumverhalten, ihren Gewohnheiten, ihrer Ausgabebereitschaft und ihrer Probierfreude gefragt - und gelernt: Für 69,2 Prozent der Befragten gehört der morgendliche Kaffee zum perfekten Start in den Tag und liegt damit noch vor dem Frühstück. Außerdem lieben wir vor allem seinen Duft, kaufen ihn in der Regel im Supermarkt und achten auf Qualität. Wenn wir neue Sorten probieren, dann vor allem wegen des Geschmacks. Besonders experimentierfreudig sind wir allerdings nicht.

Eigentlich schade, denn jede neue Erfahrung verleiht auch neue Kraft. Wenn wir Ängste und Vorurteile überwinden und uns in neue Gefilde wagen, erweitern wir unseren Horizont. Thorsten Pachur rät deshalb, loszulassen, immer wieder mal gegen die eigene Routine zu entscheiden. Mut und die Lust auf Neubeginn kann man nämlich trainieren. Gute Zeiten also für ganz neue Pläne.

Susanne Risch
brandeins

Inhalt

Produkt & Produktion

Länder, Sorten, Ernten, Produzenten (Seite 6 - 29)

Anbauländer und Ernteflächen, Produktionsvolumen, -werte und -erträge, Fairtrade-Produkte, zertifizierte Betriebe, Prämien und mehr

Absolute Beginners (Seite 30)

Wie viel Glück ist dabei, wenn sich unser Leben verändert?
Und wie viel Einfluss haben wir darauf? Wir haben Leute getroffen,
die einen Neubeginn gewagt haben.

Konsum & Konsumenten

Repräsentative Umfrage: Fremd & vertraut (Seite 36 - 55)

Wie experimentierfreudig sind wir, wenn es um Kaffee geht? Um neue
Geschmacksvarianten, neue Geräte, neue Zubereitungsarten, neue Sorten?
Lassen wir uns verführen und überzeugen? Probieren wir Neues aus?

Verfügbarkeit und Verzehr (Seite 56 - 71)

Import und Export, Konsum weltweit und pro Kopf, Verbrauch in Euro
und in Kilogramm; Ausgaben für Röst- und Instantkaffee, beliebteste
Kaffeetränke in Deutschland und der Welt

Interview: Sprung ins Blaue (Seite 72)

Thorsten Pachur, Entscheidungsforscher an der Technischen
Universität in München, erklärt, wie wir uns in unserer komplexen,
sich ständig verändernden Welt besser zurechtfinden können.

Menschen & Märkte

Kaffee als Handelsware (Seite 76 - 99)

Exportländer und -volumen, Importwerte und -erlöse, Märkte und
Entwicklungen, Durchschnittspreise nach Sorten und im Jahresverlauf

Erste Sätze zum Verlieben (Seite 100)

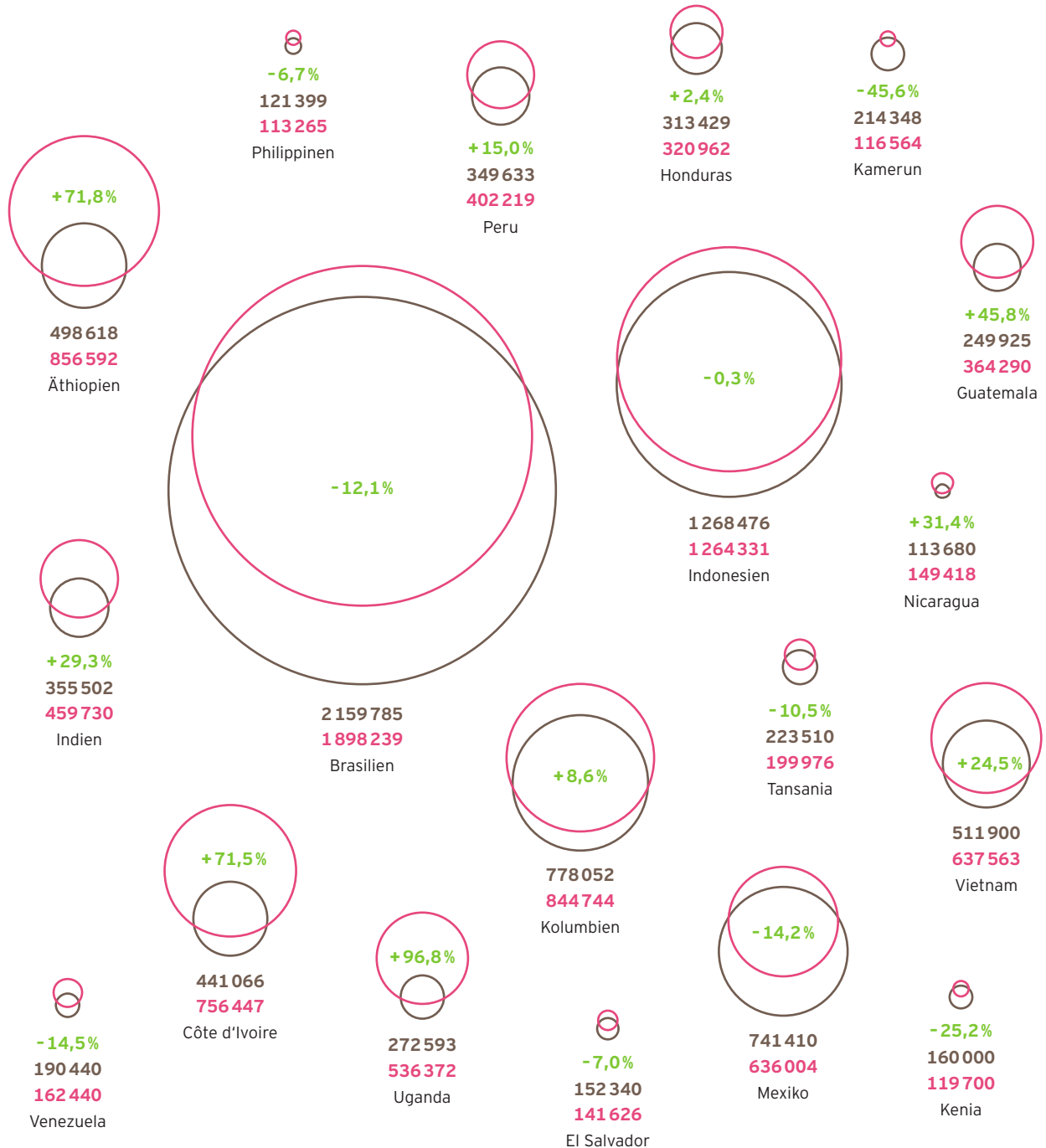
Der erste Satz eines Romans kann für manche eine Tür in eine andere Welt
öffnen. Und für andere eine unüberwindbare Grenze darstellen.

Quellen, Impressum (Seite 104)

Produktiv

Anbauländer mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar (2020)*; in Hektar

■ 2010 ■ 2020 ■ Veränderung 2010-2019



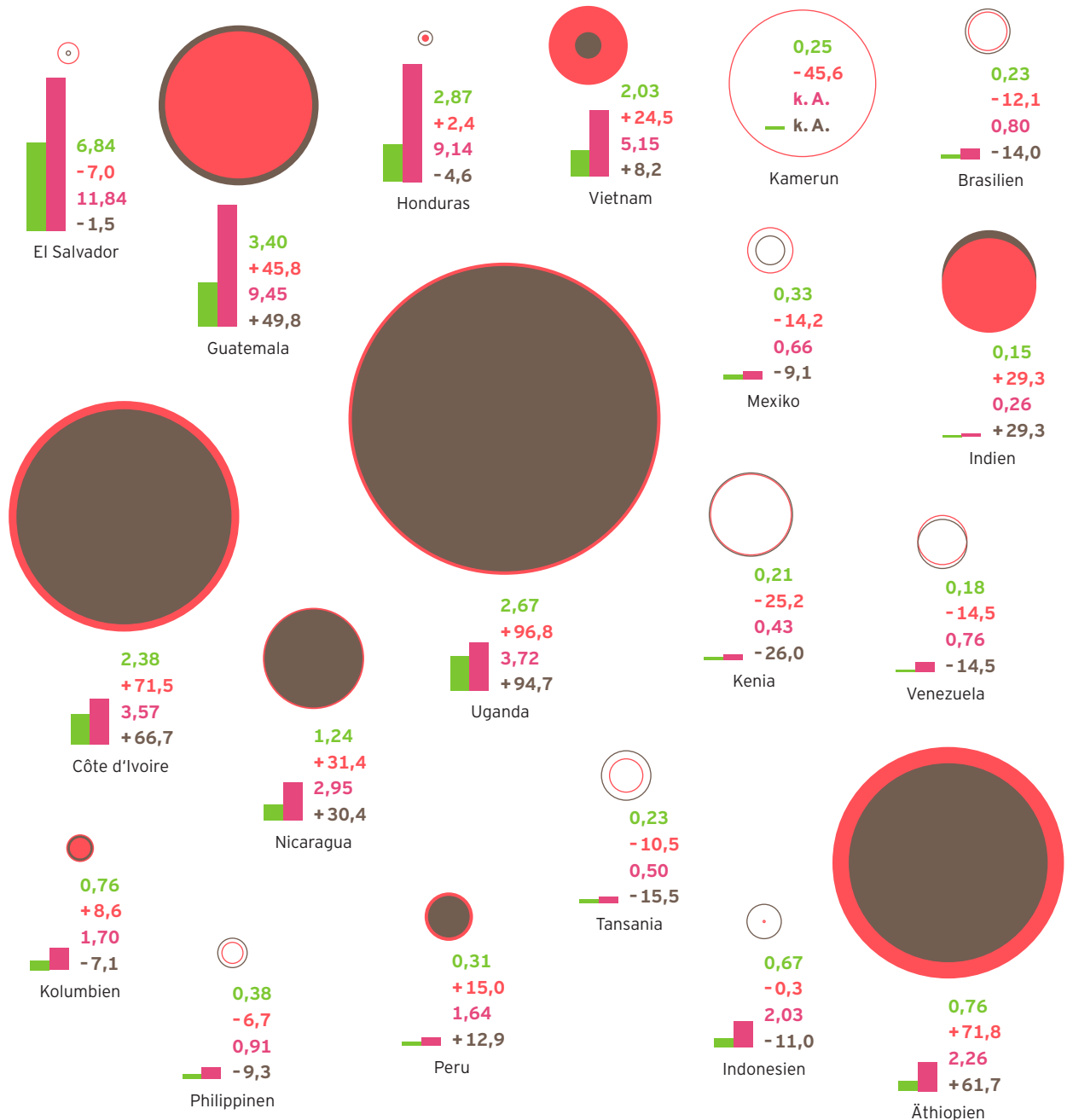
*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

„Misserfolg ist lediglich eine Gelegenheit, mit neuen Ansichten noch einmal anzufangen.“
(Henry Ford)

Relativ

Anteil der Erntefläche von Kaffee an der Landfläche und an der landwirtschaftlich genutzten Fläche; Veränderung des Anteils von 2010-2020*; in Prozent

■ Anteil an der Landfläche ■ Veränderung des Anteils an der Landfläche
■ Anteil an der landwirtschaftlich genutzten Fläche ■ Veränderung des Anteils an der landwirtschaftlich genutzten Fläche



* Länder mit einer Anbaufläche von mehr als 100 000 Hektar im Jahr 2020. Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

„Mut steht am Anfang des Handelns, Glück am Ende.“

(Demokrit)

Flächensieger gestern

Führende Länder (Top 10) nach Erntefläche*; 2010;
in Hektar

Brasilien	2 159 785
Indonesien	1 268 476
Kolumbien	778 052
Mexiko	741 410
Vietnam	511 900
Äthiopien	498 618
Côte d'Ivoire	441 066
Indien	355 502
Peru	349 633
Honduras	313 429

*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

Flächensieger heute

Führende Länder (Top 10) nach Erntefläche*; 2020;
in Hektar

Brasilien	1 898 239
Indonesien	1 264 331
Äthiopien	856 592
Kolumbien	844 744
Côte d'Ivoire	756 447
Vietnam	637 563
Mexiko	636 004
Uganda	536 372
Indien	459 730
Peru	402 219

*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

Ausgebaut

Gewinner nach Veränderung der Erntefläche von 2010
zu 2020 (Top 10); in Prozent

Trinidad und Tobago	1 135
Zentralafrikanische Republik	312
Uganda	97
Laos	75
Äthiopien	72
Côte d'Ivoire	72
Malawi	71
Angola	68
Nepal	64
Guatemala	46

*Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2020 Kaffee-
ernteflächen aufwiesen und deren Anbaufläche im Jahr 2020 über
100 Hektar lag. Quelle: FAO

Abgebaut

Verlierer nach Veränderung der Erntefläche von 2010
zu 2020 (Top 10); in Prozent

Sierra Leone	-89,67
Burundi	-83,80
Ecuador	-81,43
Malaysia	-69,44
Puerto Rico	-49,99
Ruanda	-49,68
Haiti	-45,81
Kamerun	-45,62
Panama	-44,54
Ghana	-44,17

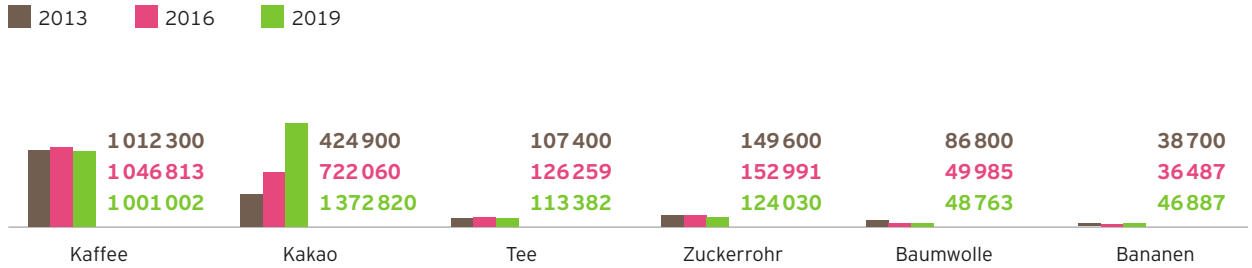
*Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2020 Kaffee-
ernteflächen aufwiesen und deren Anbaufläche im Jahr 2020 über
100 Hektar lag. Quelle: FAO

„Wer all seine Ziele erreicht hat, hat sie sich als zu niedrig ausgewählt.“

(Herbert von Karajan)

Erheblich

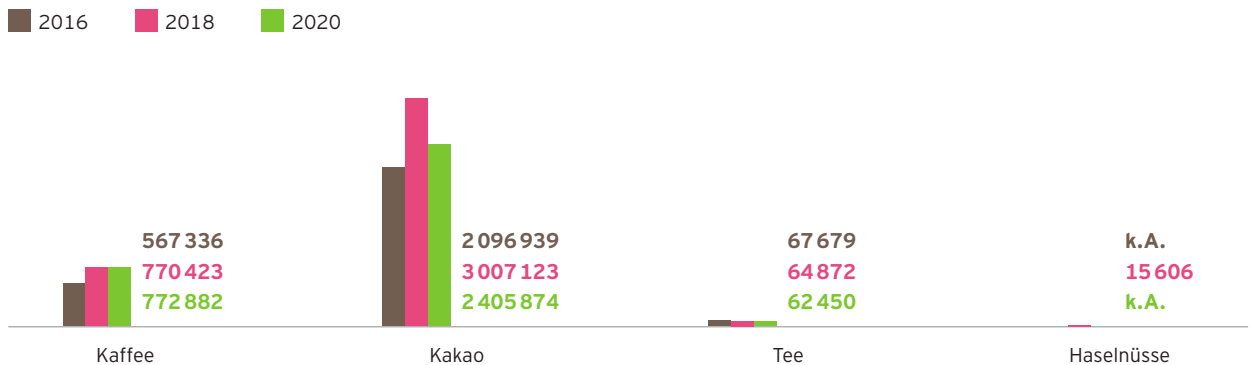
Anbaufläche von ausgewählten Fairtrade-Produkten; weltweit; in Hektar



Quelle: Fairtrade International

Erstaunlich

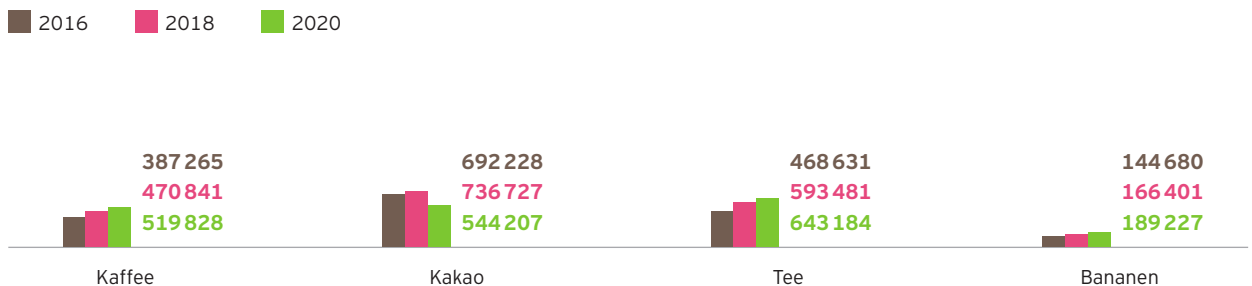
Anbaufläche von ausgewählten UTZ-zertifizierten Produkten; weltweit; in Hektar



Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

Erbaulich

Anbaufläche von ausgewählten Rainforest-Alliance-zertifizierten Produkten; weltweit; in Hektar

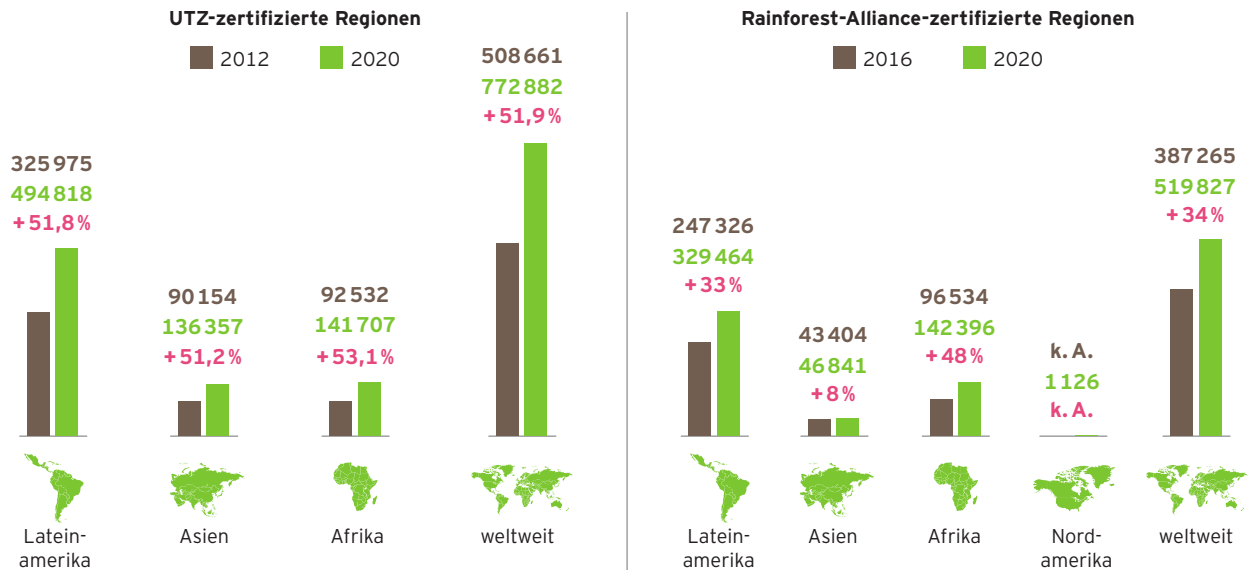


Quelle: Rainforest Alliance

„Wer A sagt, der muss nicht B sagen. Er kann auch erkennen, dass A falsch war.“
(Bertolt Brecht)

Flächenmäßig

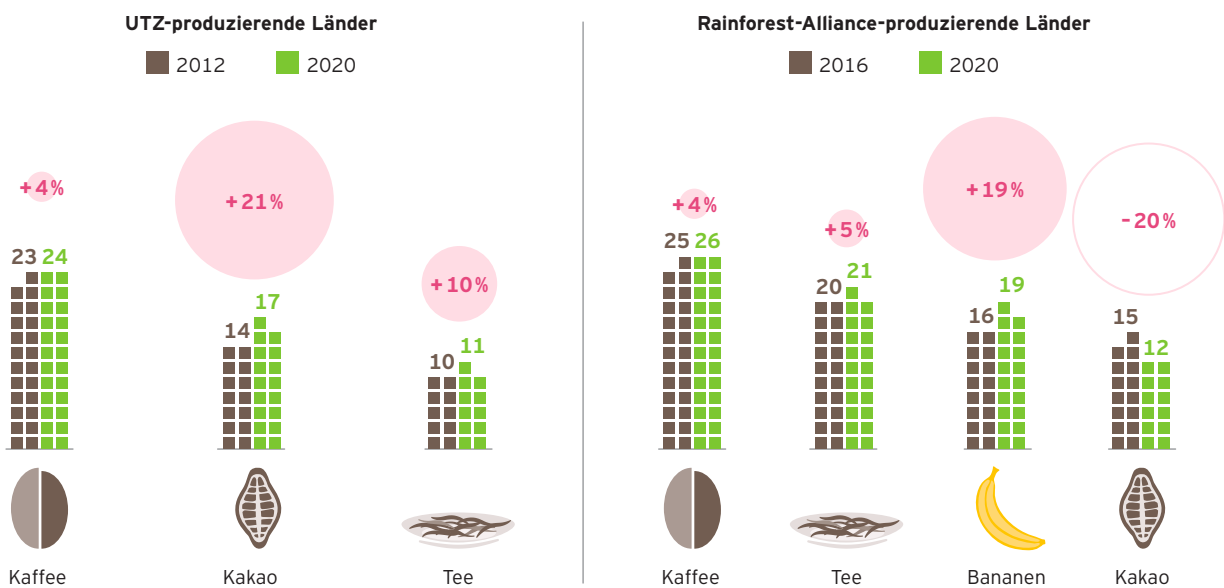
Anbaufläche von UTZ-zertifiziertem und Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee nach Weltregionen; weltweit; in Hektar



Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

Zahlenmäßig

Zahl UTZ-produzierender und Rainforest-Alliance-produzierender Länder für ausgewählte Produkte; weltweit



Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

„Alles Alte, soweit es den Anspruch darauf verdient hat, sollen wir lieben; aber für das Neue sollen wir eigentlich leben.“

(Theodor Fontane)

Anteilig

Anteil der jährlichen Rohkaffeeproduktion nach Ländern*; in Prozent

	2020/21	2021/22
Brasilien	39,7	33,6
Vietnam	16,5	18,6
Kolumbien	7,6	8,2
Indonesien	6,1	6,3
Äthiopien	4,3	4,5
Honduras	3,7	4,1
Uganda	3,4	3,6
Indien	3,0	3,3
Guatemala	2,2	2,4
Peru	1,9	2,4
Mexiko	2,0	2,1
Nicaragua	1,6	1,7
Malaysia	1,1	1,2
China	1,0	1,2
Costa Rica	0,8	0,9
Côte d'Ivoire	0,6	0,9
Tansania	0,8	0,8
Kenia	0,4	0,4
Papua-Neuguinea	0,4	0,4
Thailand	0,3	0,4
Kamerun	0,3	0,3
Laos	0,3	0,3
El Salvador	0,3	0,3
Venezuela	0,3	0,3
Philippinen	0,2	0,3
Ruanda	0,2	0,2
Madagaskar	0,2	0,2
Burundi	0,1	0,2
Ecuador	0,1	0,2
D. R. Kongo	0,1	0,1
Guinea	0,0	0,1
Dominikanische Republik	0,1	0,1
Kuba	0,1	0,1
Togo	<0,1	0,1
Bolivien	<0,1	<0,1
in Tausend 60-Kilogramm-Säcken weltweit:	175952	167474

* Schätzung. Die Daten für 2021/2022 stammen aus einer Prognose im Juni 2021. Quelle: United States Department of Agriculture

„Der wahre Schauspieler ist von der unbändigen Lust getrieben, sich unaufhörlich in andere Menschen zu verwandeln, um in den anderen am Ende sich selbst zu entdecken.“

(Max Reinhardt)

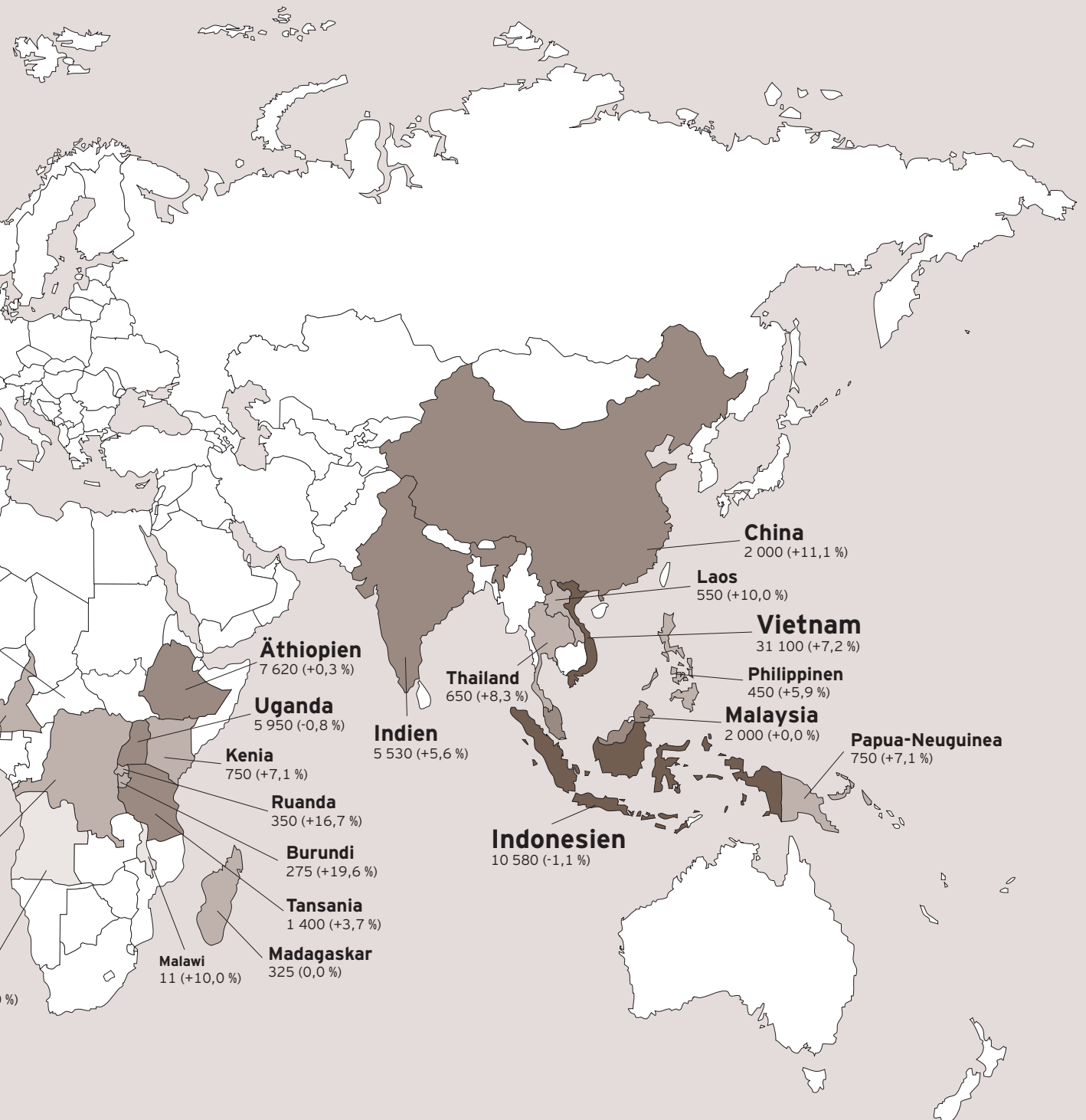
Kaffee für die Welt - aus aller Welt

Volumen der Rohkaffeeproduktion; 2020/21; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken *
 (Veränderung zwischen 2020/21 und 2021/22 in Prozent)



weltweit

167474 (-4,8%)



Wer produziert was?

Anteiliges Volumen der Arabica- und Robusta-Rohkaffeeproduktion nach Ländern*; 2021/22; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken / in Prozent

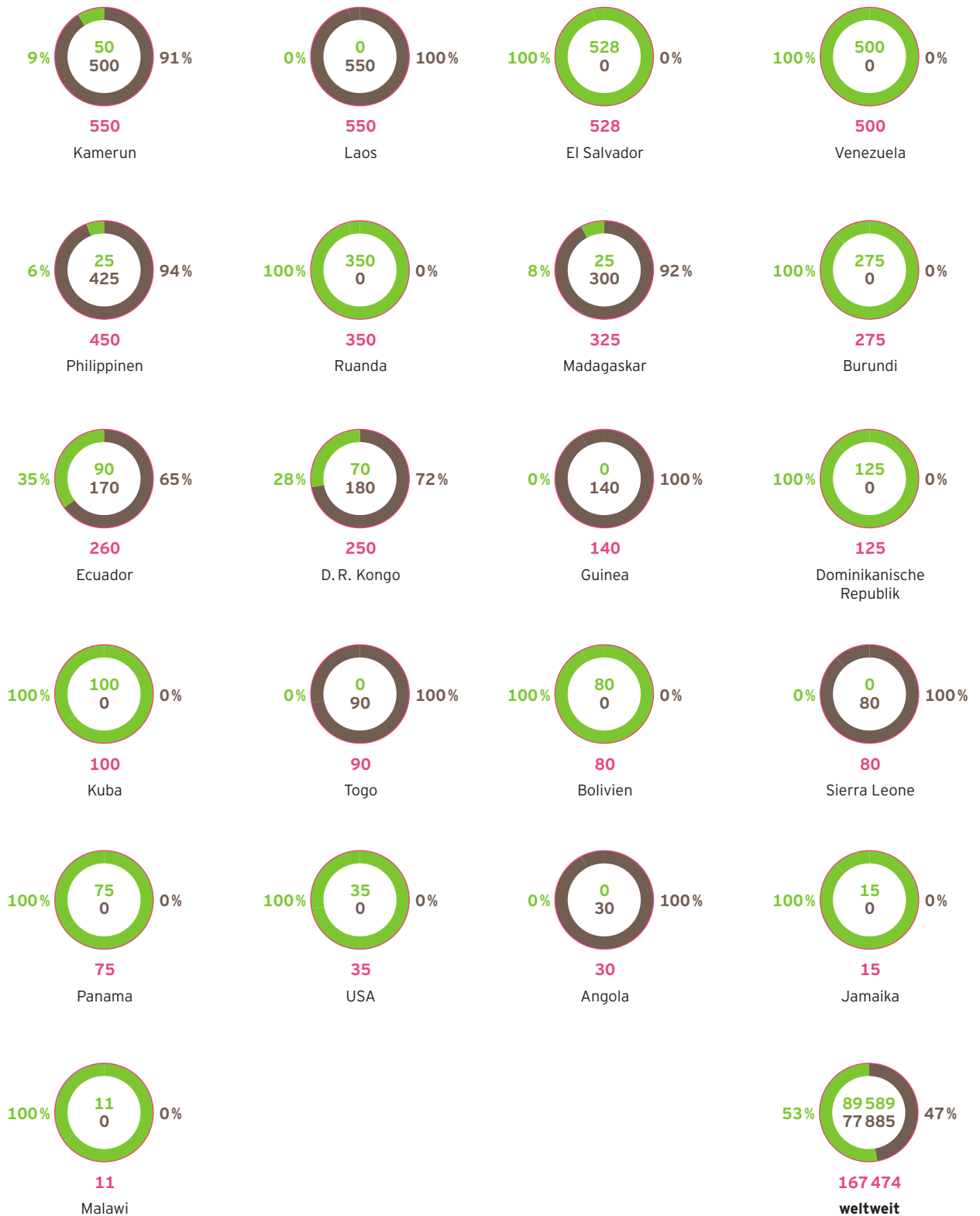
■ Arabica ■ Robusta ■ insgesamt



* Schätzung. Die Daten für 2021/2022 stammen aus einer Prognose im Juni 2021. Quelle: United States Department of Agriculture

„Ein schlechter Schriftsteller wird manchmal ein guter Kritiker, genauso wie man aus einem schlechten Wein einen guten Essig machen kann.“

(Henry de Montherlant)



„Ich kann freilich nicht sagen, ob es besser werden wird, wenn es anders wird; aber so viel kann ich sagen: es muss anders werden, wenn es gut werden soll.“

(Georg Christoph Lichtenberg)

Regional

Produktionsertrag nach Ländern*; in Hektogramm pro Hektar

	2010	2020	Veränderung 2010-2020
Laos	9 149	21 017	129,7%
Ruanda	5 686	11 967	110,5%
Sri Lanka	6 136	11 531	87,9%
China	19 833	31 583	59,2%
Nicaragua	6 924	10 625	53,5%
Honduras	7 796	11 358	45,7%
Brasilien	13 461	19 493	44,8%
Kolumbien	6 881	9 866	43,4%
Malawi	14 735	20 623	40,0%
Costa Rica	9 284	11 953	28,7%
Vietnam	21 600	27 660	28,1%
Puerto Rico	4 727	6 033	27,6%
Peru	7 568	9 366	23,8%
Fidschi	5 172	6 364	23,0%
Madagaskar	4 910	5 599	14,0%
Indonesien	5 393	6 117	13,4%
Ghana	14 563	16 000	9,9%
Jemen	5 481	5 999	9,5%
Burundi	8 268	9 022	9,1%
Nigeria	12 060	13 023	8,0%
Mosambik	8 556	9 137	6,8%
Myanmar	6 681	7 056	5,6%
Guyana	7 500	7 860	4,8%
Vanuatu	6 000	6 102	1,7%
Papua-Neuguinea	10 565	10 619	0,5%
Sambia	9 045	9 063	0,2%
Haiti	5 184	5 184	0,0%
Bolivien	9 311	9 159	-1,6%
Paraguay	12 759	12 451	-2,4%
Kambodscha	8 135	7 840	-3,6%
Tonga	16 000	15 000	-6,3%
Äthiopien	7 432	6 827	-8,1%
Sierra Leone	20 142	17 910	-11,1%
Uganda	6 125	5 419	-11,5%
Malaysia	30 930	27 221	-12,0%
Indien	8 146	6 482	-20,4%
Thailand	8 511	6 288	-26,1%
Jamaika	10 134	7 046	-30,5%
Philippinen	7 787	5 354	-31,2%
Belize	18 000	11 972	-33,5%
Guatemala	9 937	6 176	-37,8%
USA	15 647	7 109	-54,6%

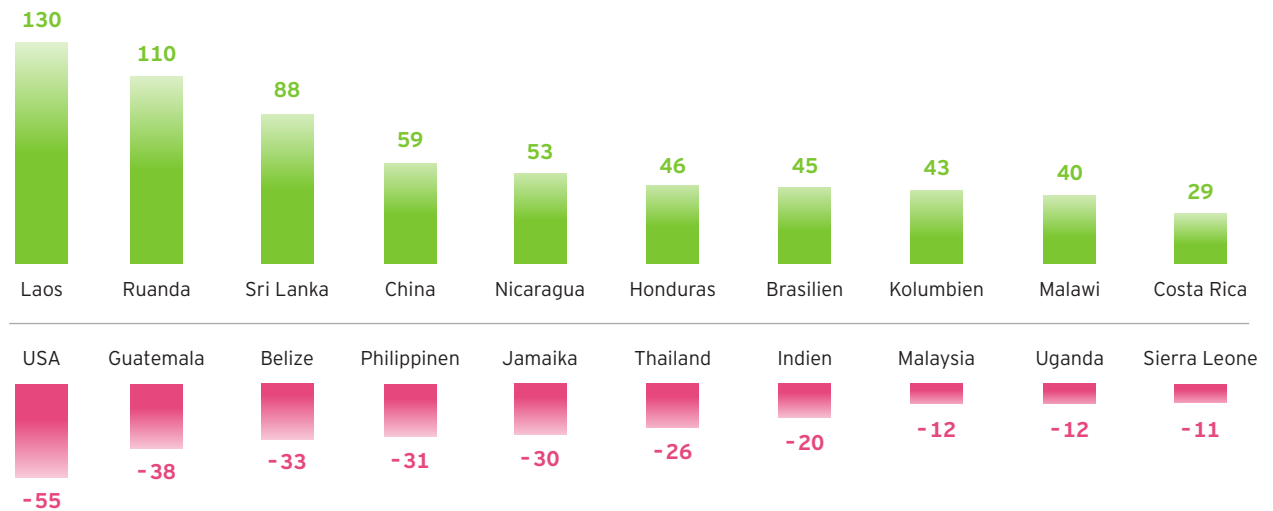
* Es wurden nur Länder berücksichtigt, die in 2020 einen Ertrag von mehr als 5 000 Hektogramm pro Hektar aufwiesen. Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

„Jede Revolution war zuerst ein Gedanke im Kopf eines Menschen.“

(Ralph Waldo Emerson)

Prozentual

Gewinner und Verlierer nach Veränderung des Ertrags von 2010 zu 2020*; in Prozent



* Es wurden nur Länder berücksichtigt, die in 2010 und 2020 Ernteerträge aufwiesen. Quelle: FAO

Ohne Koffein

Produktionswert von geröstetem Kaffee (entkoffeiniert); 2020; in Millionen Euro

Italien	168,00
Spanien	154,89
Deutschland	53,70
Frankreich	40,14
Niederlande	24,72
Belgien	19,55
Portugal	17,26
Finnland	1,82
Österreich	1,13
Griechenland	1,10
Rumänien	0,69
Kroatien	0,47
Polen	0,29
Schweden	0,27
Irland	0,17
Litauen	0,01

Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union

Mit Koffein

Produktionswert von geröstetem Kaffee (nicht entkoffeiniert); 2020; in Millionen Euro

Italien	4 197,2
Deutschland	1 604,2
Frankreich	1 055,9
Spanien	858,0
Niederlande	529,2
Schweden	348,3
Portugal	299,8
Finnland	268,5
Belgien	249,8
Norwegen	221,9
Polen	161,5
Griechenland	135,0
Serbien	113,7
Kroatien	78,7
Dänemark	75,8
Rumänien	68,9

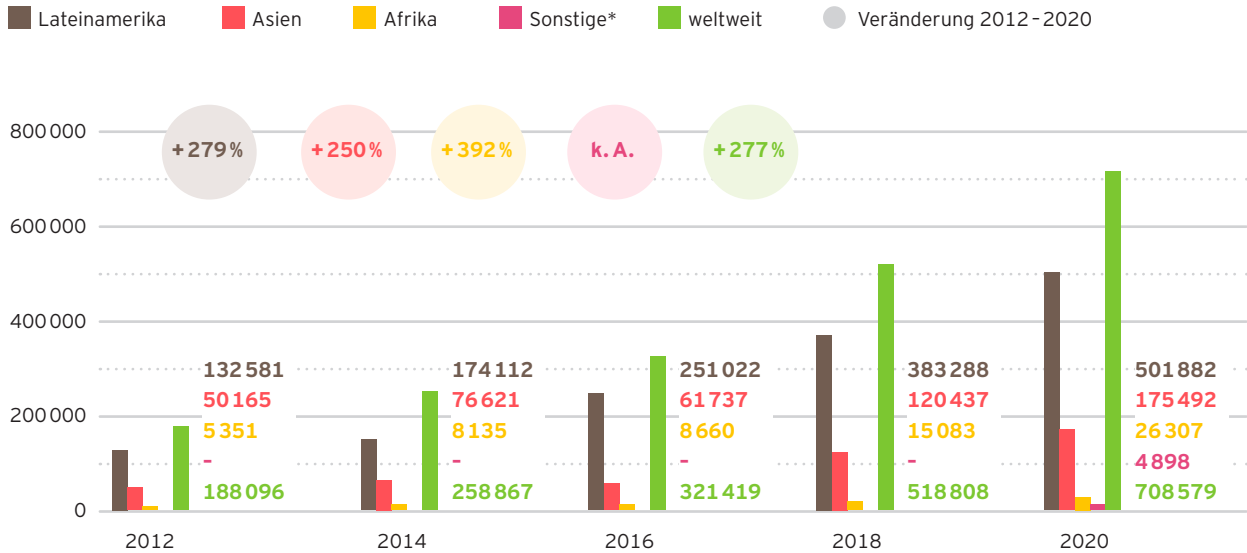
Quelle: Statistisches Amt der Europäischen Union

„Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für diese Welt.“

(Mahatma Gandhi)

Beachtlich

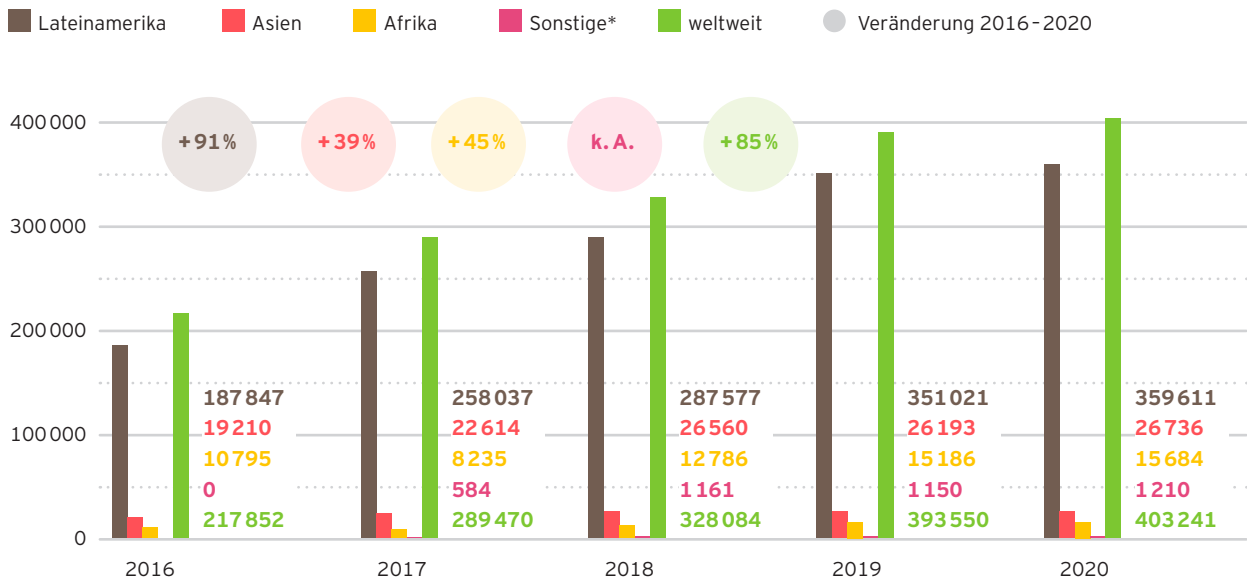
Verkaufsvolumen von UTZ-zertifiziertem Kaffee nach Weltregionen; in Tonnen



* Ab 2019 werden die Länder Costa Rica, El Salvador, Papua-Neuguinea und Sambia gemeinsam unter „Sonstige“ ausgewiesen.
Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

Kontinuierlich

Verkaufsvolumen von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee nach Weltregionen; in Tonnen



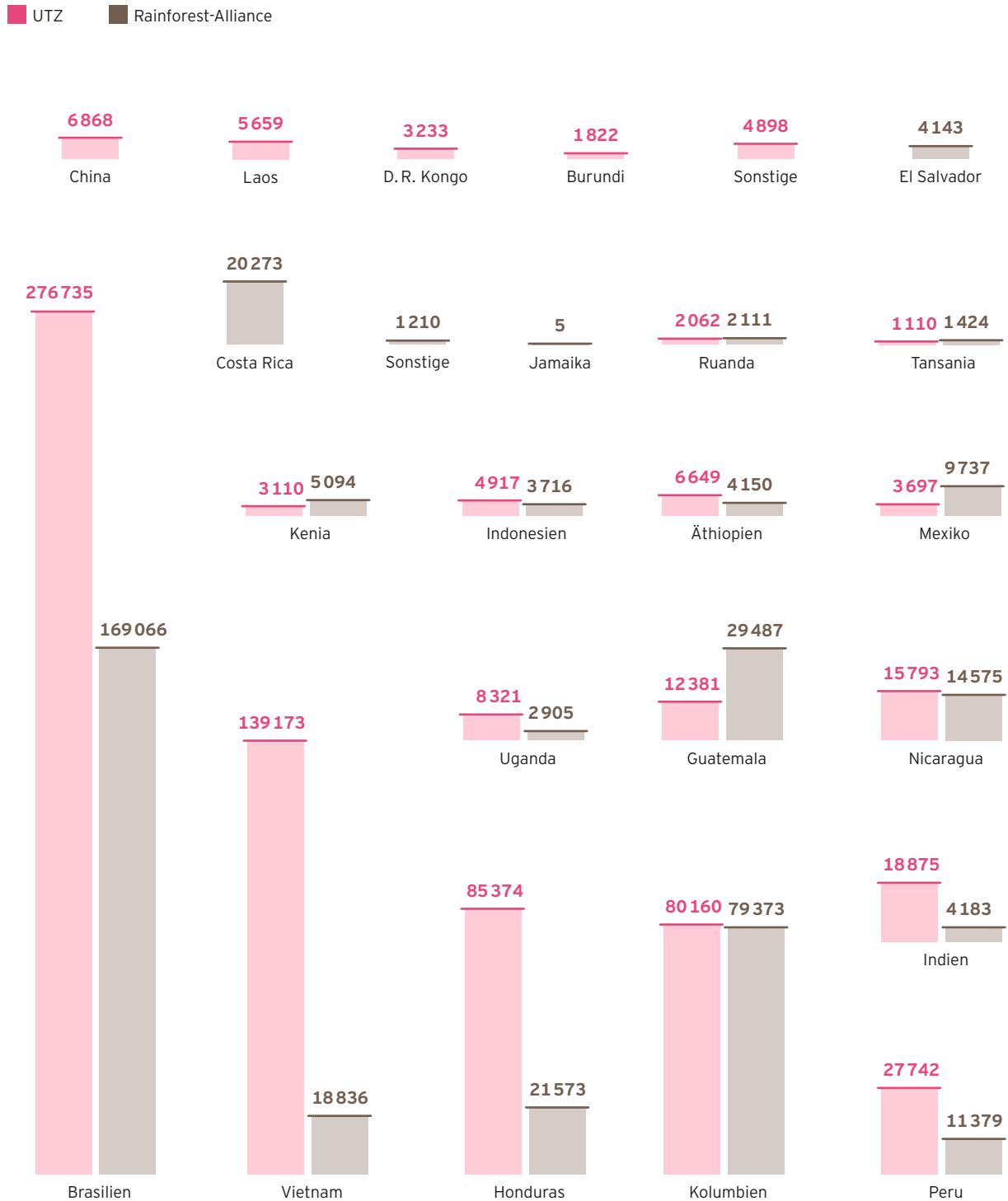
* Ab 2019 werden die Länder Costa Rica, El Salvador, Papua-Neuguinea und Sambia gemeinsam unter „Sonstige“ ausgewiesen.
Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

„Wandlung ist notwendig wie die Erneuerung der Blätter im Frühling.“

(Vincent van Gogh)

Unterschiedlich

Verkaufsvolumen von UTZ-zertifiziertem und Rainforest-Alliance-zertifiziertem Kaffee nach Ländern; 2020; in Tonnen



Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

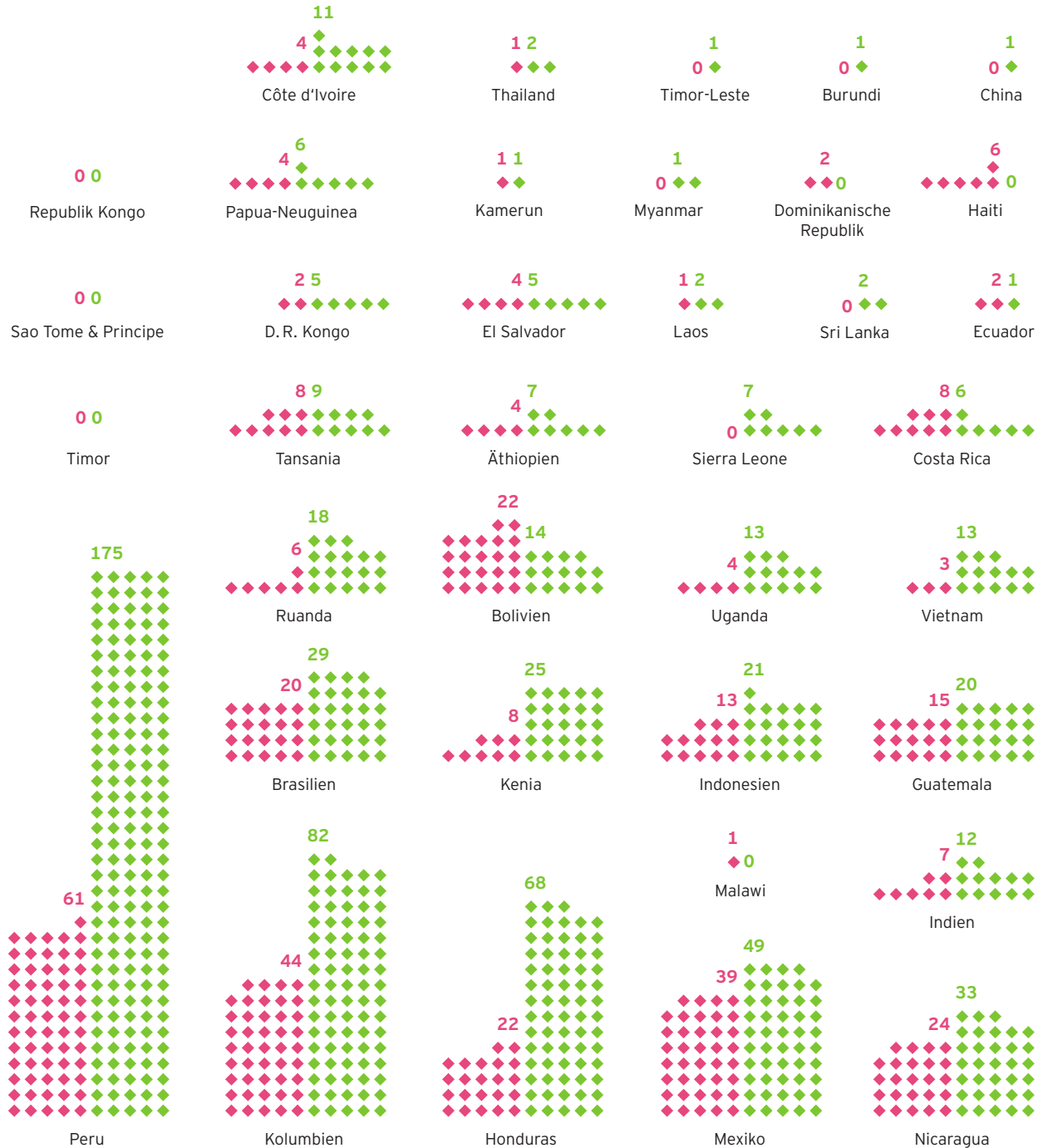
„Was die Raupe Ende der Welt nennt, nennt der Rest der Welt Schmetterling.“

(Laotse)

Gemeinschaftlich

Zahl der Kaffeeproduzenten mit Fairtrade-Siegel nach Ländern

■ 2011 ■ 2021



Quellen: FLO-CERT, Statista Analyse

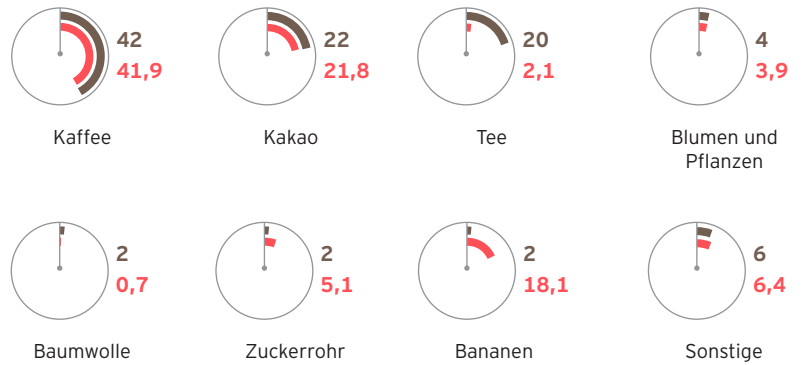
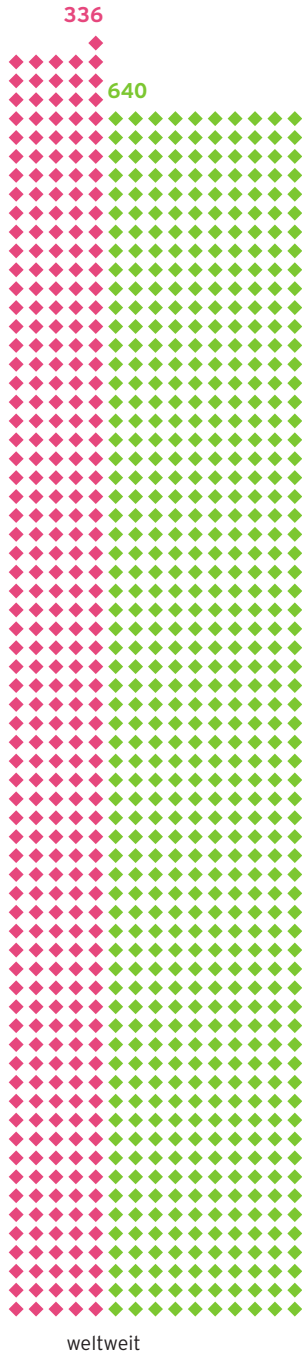
„Wer mit siebzig eine reizende alte Dame sein möchte, muss als 17-jähriges Mädchen damit anfangen.“

(Agatha Christie)

Einträglich

Anteil der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben und Verteilung der Fairtrade-Prämien nach Produkten; weltweit; 2019; in Prozent

■ Arbeiter und Bauern ■ Verteilung der Fairtrade-Prämien

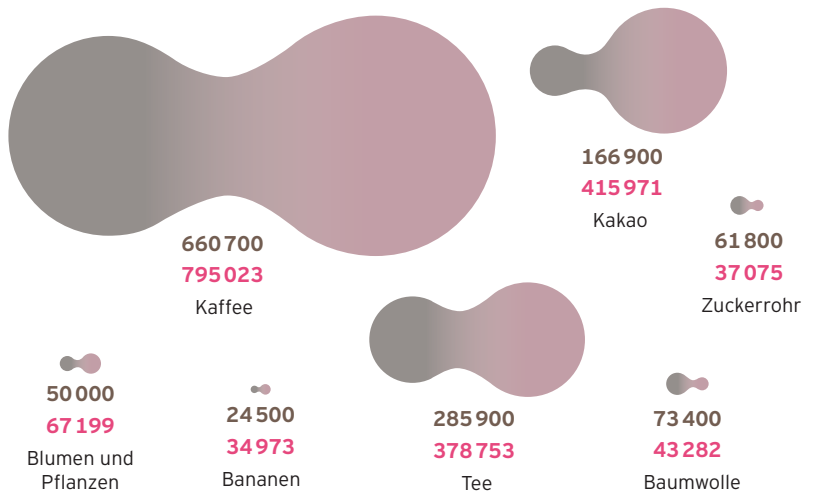


Lesehilfe: 42 Prozent der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben waren für Kaffee tätig.
Quelle: Fairtrade International

Deutlich

Zahl der Arbeiter und Bauern in Fairtrade-Betrieben nach Produkten; weltweit

■ 2012 ■ 2019



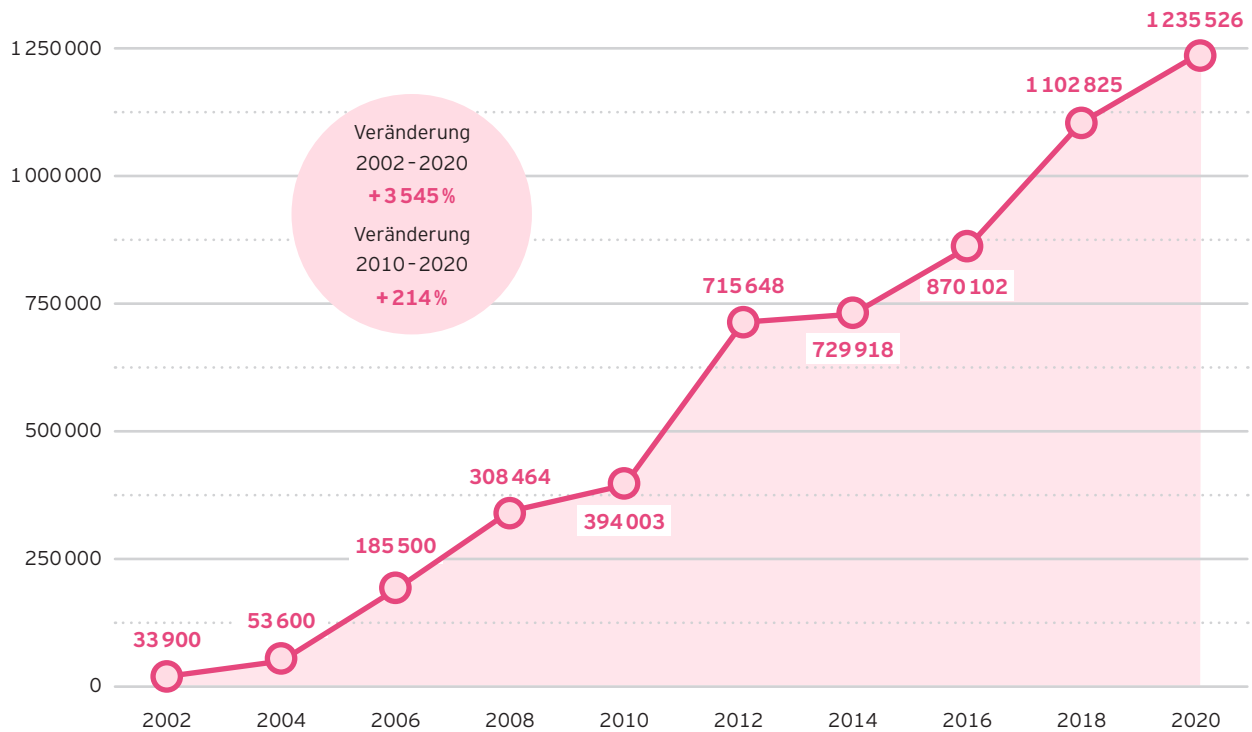
Quellen: Fairtrade International

„Gott gebe mir die Gelassenheit, Dinge hinzunehmen, die ich nicht ändern kann, den Mut, Dinge zu ändern, die ich ändern kann, und die Weisheit, das eine vom anderen zu unterscheiden.“

(Reinhold Niebuhr)

Beträchtlich

Produktionsvolumen von UTZ-zertifiziertem Rohkaffee weltweit; in Tonnen



Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance, Statista Analyse

Fortschrittlich

Produktionsvolumen von UTZ-zertifiziertem Rohkaffee nach Weltregionen; in Tonnen

	Lateinamerika	Afrika	Asien	Sonstige*	weltweit
2012	473 580	32 546	209 523	-	715 649
2013	459 277	34 029	233 285	-	726 591
2014	449 359	39 355	241 205	-	729 919
2015	496 340	46 840	278 218	-	821 398
2016	597 636	47 181	225 285	-	870 102
2017	609 995	47 623	200 185	-	857 803
2018	784 430	66 055	252 340	-	1 102 825
2019	716 930	80 052	278 341	8 328	1 083 651
2020	856 545	73 186	295 029	10 766	1 235 526
Veränderung 2012-2020	81%	125%	41%	k. A.	73%

* Ab 2019 werden die Länder Costa Rica, El Salvador, Papua-Neuguinea und Sambia gemeinsam unter „Sonstige“ ausgewiesen. Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

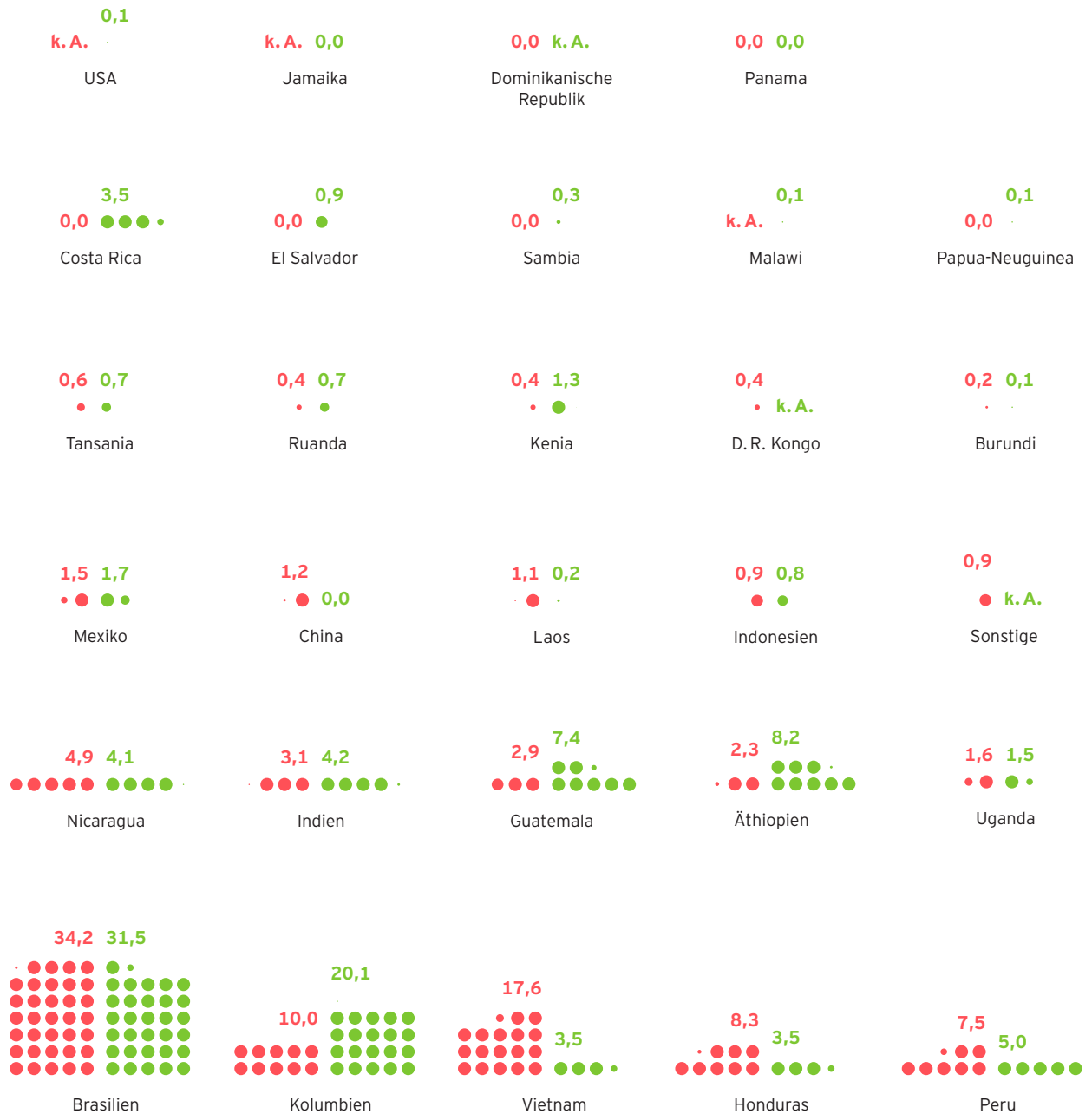
„Erfahrung ist nicht das, was einem zustößt. Erfahrung ist das, was man aus dem macht, was einem zustößt.“

(Aldous Huxley)

Verantwortlich

Länder nach ihrem Anteil an der UTZ-zertifizierten und an der Rainforest-Alliance-zertifizierten Kaffeeproduktion*; 2020; in Prozent

■ UTZ ■ Rainforest-Alliance



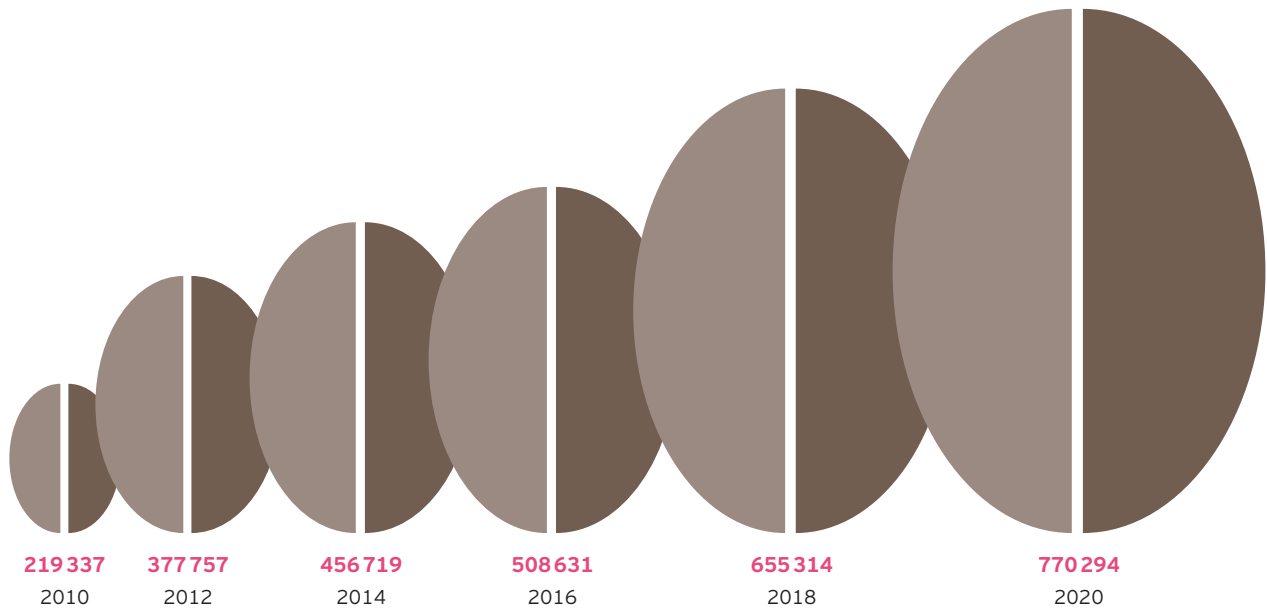
* Mehrfachzertifizierungen sind möglich. Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

„Gehe nicht, wohin der Weg führen mag, sondern dorthin, wo kein Weg ist, und hinterlasse eine Spur.“

(Jean Paul)

Global

Produktionsvolumen von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Rohkaffee*; weltweit; in Tonnen



*Die Angaben sind durch Rainforest Alliance geschätzt. Quellen: Rainforest Alliance, Statista Analyse

National

Produktionsvolumen von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Rohkaffee nach Ländern*; weltweit; 2020; in Tonnen

Brasilien	243.023	El Salvador	7.179
Kolumbien	154.962	Indonesien	6.176
Äthiopien	63.058	Tansania	5.664
Guatemala	57.276	Ruanda	5.590
Peru	38.852	Sambia	2.305
Indien	32.577	Laos	1.422
Nicaragua	31.649	USA	1.139
Honduras	27.332	Burundi	1.057
Costa Rica	27.137	Papua-Neuguinea	631
Vietnam	27.060	Malawi	550
Mexiko	13.289	China	349
Uganda	11.925	Jamaika	42
Kenia	10.049	Sri Lanka	1

*Die Angaben sind durch Rainforest Alliance geschätzt. Quelle: Rainforest Alliance

„Das ganze Leben ist ein ewiges Wiederanfangen.“

(Hugo von Hofmannsthal)

Eindeutig

Produktionsvolumen von Rainforest-Alliance-zertifiziertem Rohkaffee nach Weltregionen*; in Tonnen

	Lateinamerika	Afrika	Asien	Nordamerika	weltweit
2016	391 261	53 969	63 401	k. A.	508 631
2017	445 031	51 516	61 364	k. A.	557 911
2018	508 616	73 479	72 079	1 139	655 313
2019	517 078	80 590	70 892	1 139	669 699
2020	600 741	100 198	68 216	1 139	770 294
Veränderung 2016-2020	54%	86%	8%	k. A.	51%

*Die Angaben sind durch Rainforest Alliance geschätzt. Quelle: Rainforest Alliance

Vielschichtig

Länder nach Anteil an der Rainforest-Alliance-zertifizierten Kaffeeproduktion*; in Prozent

■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020



*Die Angaben sind durch Rainforest Alliance geschätzt. Quelle: Rainforest Alliance

„An den Scheidewegen des Lebens stehen keine Wegweiser.“

(Charly Chaplin)

Abhängig

Zahl der Arbeiter und Bauern in UTZ-zertifizierten Betrieben weltweit

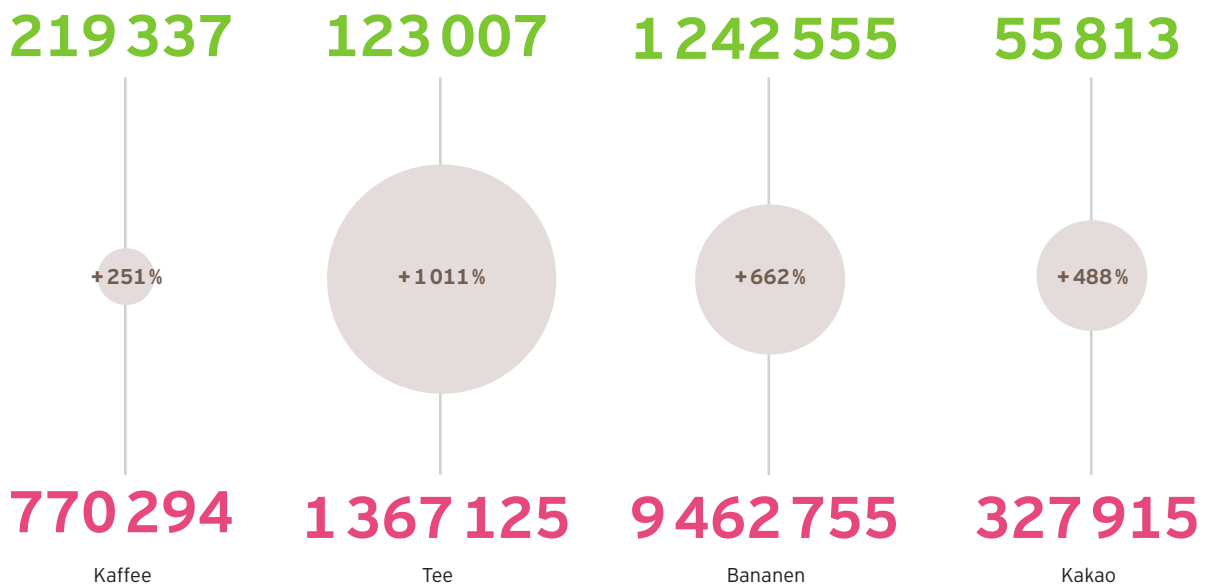
	2012	2014	2016	2018	2020	Veränderung 2012-2020
Arbeiter						
Lateinamerika	220 732	90 366	153 581	76 613	86 359	-61%
Asien	123 245	133 311	90 065	60 397	42 493	-66%
Afrika	30 817	18 804	52 562	56 148	54 982	78%
weltweit	374 794	242 481	296 208	193 158	183 824	-51%
Bauern						
Lateinamerika	36 535	27 634	49 885	63 589	73 444	101%
Asien	40 788	51 120	41 527	55 653	71 763	76%
Afrika	87 810	82 896	134 093	164 245	181 519	107%
weltweit	165 133	161 650	225 505	283 487	326 726	98%

Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

Üppig

Produktionsvolumen von ausgewählten Rainforest-Alliance-zertifizierten Produkten; in Tonnen

■ 2010 ■ 2020



Quelle: Rainforest Alliance

„Durch Stolpern kommt man bisweilen weiter, man muss nur nicht fallen und liegen bleiben.“
(Johann Wolfgang von Goethe)

Wertig

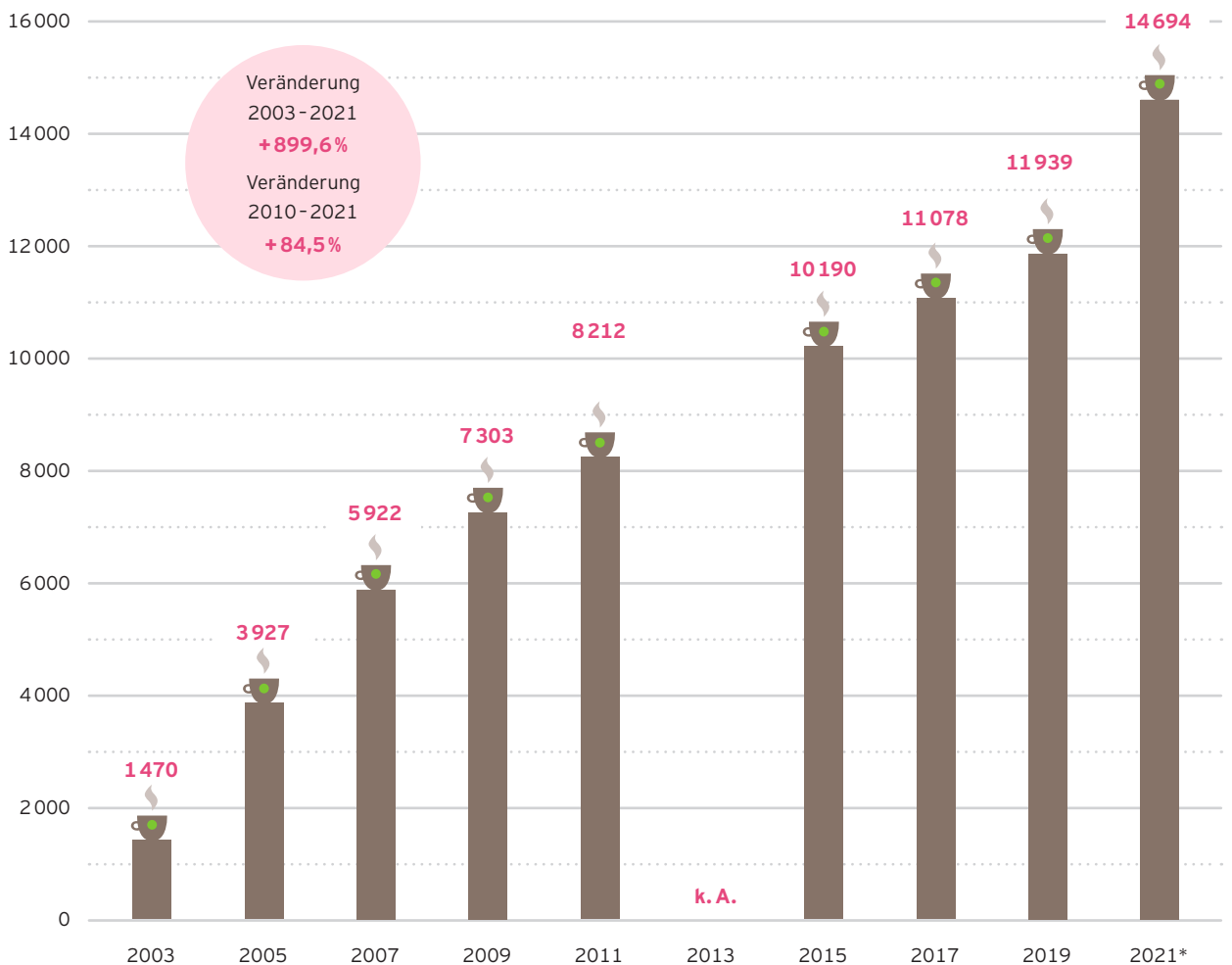
Produktionsvolumen von ausgewählten UTZ-zertifizierten Produkten; in Tonnen

	2016	2017	2018	2019	2020	Veränderung 2016-2020
Kakao	1 188 166	1 449 882	1 600 161	1 337 340	1 263 427	6 %
Kaffee	870 102	857 803	1 102 825	1 083 651	1 235 526	42 %
Tee	119 642	117 207	117 125	122 751	100 621	-16 %
Haselnüsse	16 116	21 067	29 559	k. A.	k. A.	k. A.

Quellen: UTZ Certified, Rainforest Alliance

Nachhaltig

Veränderung der Zahl der Produkte mit Bio-Siegel bei Heißgetränken



* Datenstand: 4. Quartal 2021. Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

„Nicht das Beginnen wird belohnt, sondern einzig und allein das Durchhalten.“

(Katharina von Siena)

Absolute Beginners



Autor: Søren Harms

Illustration: Jindrich Novotny

Wie viel Glück ist dabei, wenn sich unser Leben verändert? Und wie viel Einfluss haben wir darauf? Arbeitsforschende sprechen von Push- und Pull-Faktoren, von Schub und Sog also, wenn wir uns verändern wollen. Doch was sorgt dafür, dass wir uns kräftig von alten Ufern abstoßen und aufbrechen, neue zu suchen? Und was ist es, das uns genau an jenes neue Ufer zieht? Wollen wir bloß weg aus einer Situation? Oder ist die eigentlich ganz okay - doch dort drüben leuchtet magisch ein Licht, singt hell eine Stimme? Und ist es clever, ihr zu folgen?

Natürlich muss es niemand machen wie David Glasheen aus Sydney. Seine Firma hielt Bergbau-Anteile in

Papua-Neuguinea, doch dann kostete ihn ein Börsencrash seine Millionen, seine Immobilien und seine Familie. Da war er 44. Er zog fort von der „Kreditkartengesellschaft“, gut 3000 Kilometer nach Norden auf eine 40 Hektar große Insel am Ende des Great Barrier Reef. Seitdem läuft er da herum, häufig nackt, fängt Fische mit dem Speer und schläft in einer Blechdachhütte mit Solarpanel. Seine Facebook-Fotos sind einige Jahre alt, aber vergangenes Jahr lebte er noch. Da war er 77.

Wir haben Leute getroffen, die sich aufgemacht haben. Sie alle hatten Gründe. Und ein Ziel.

Nina Dietze, 40, Gastgeberin in Corona-Zeiten**Beruf: Hôtelière****Ort: Lübeck****Kaffee: Filterkaffee mit Milch**

Wer über Nina Dietze spricht, kommt ohne die Begriffe „Corona“ und „Lächeln“ kaum aus. „Corona“, weil eine Person, die ein Hotel eröffnet und plötzlich Reisebeschränkungen, Maskenpflicht, Lüftungsgebot und so weiter managen muss, also mitten in einer Pandemie ein Hotel eröffnet - nun, weil die schon mal die Frage zu hören bekommt, ob da nicht einige Cappuccino-Tassen im Schrank fehlen. Und „Lächeln“ deshalb, weil Nina Dietze damit die Frage kontert - mit einem Lächeln, das Backsteine erweichen kann.

Ihm folgt ein „Nein, alles okay.“ Es fehlen keine Tassen. „Corona ist Mist. Aber auch das geht vorbei“, sagt Nina Dietze mit ihrer leicht rauen Stimme. „Die Leute reisen trotzdem.“ Außerdem hatte sie, als im Mai 2021 die ersten Gäste eincheckten, schon dreieinhalb Jahre lang das Haus entkernt, kernsaniert, kerndesignt. Insofern war das Hotel vor der Pandemie - und wird auch nach ihr sein. Vergangenen Juli bis Oktober war ihr Haus praktisch durchgebucht. Es beruhigt zudem, dass ihr Mann in der Stahlindustrie arbeitet. Festes Gehalt in einem anderen Sektor.

Nina Dietze ist „Die Reederin“. So heißt ihr Sieben-Zimmer-Hotel auf der Lübecker Altstadtinsel. 150 Jahre lang gehörte das Haus der Reederfamilie Bertling und Nachfolgern, bevor die Dietzes es kauften. Mit offensichtlicher Lust hat sie die Details ihres Hotels ausgewählt, Schätze gefunden und aufpoliert. Zum Beispiel jene Schranktüren, die im ersten Stock mal die Front eines riesigen Büroungetüms bildeten und jetzt, blaugrau lackiert, zu Kopfen der Betten wurden. Oder jene hundert Jahre alten Tapetenreste, die hinter Glas leise das maritime Thema bespielen. Die Empfangsräume sind hoch, klar, luftig. Ebenso die Zimmer, jedes benannt nach einem Bertling-Schiff. Die Atmosphäre: skandinavisch-gemütlich, aber urban. Sofas ohne Plüsch.

Das Hotel ist wie Nina Dietze: modern und zugleich von beinahe altmodischer Liebesswürdigkeit. Alles atmet Großzügigkeit, das Frühstück zum Beispiel und die Chefin auch. Sie hat Restaurantfachfrau gelernt und später Hotelmanagement studiert. Ob Feinschmecker-Restaurant oder Hotelkette, Café, Veranstalter oder Kellnerin in einem Hotel im Londoner Soho: Ein Dutzend Jahre lang sog Dietze den Duft der Branche ein wie andere den

von gemahlenem Kaffee am Morgen. Dabei lernte sie rasch, was sie nicht wollte. Veranstaltungen mit 5000 Menschen organisieren zum Beispiel. Oder den Gästen erklären, was alles nicht geht, statt Mögliches möglich zu machen. „Die Branche“, sagt sie, „wird sich weiter auftrennen: in Low-Budget-Häuser mit Kaffee aus dem Automaten und Hotels, die ein Erlebnis bieten - und Service nicht von der Stange.“

Nina Dietze bezieht den Hotelnamen ausdrücklich auf sich. „Die Reederin“ steht für eine gute Gastgeberin, und das bin ich“, sagt sie. Lächelt. Und als hätte es eines Beweises bedurft, steht sie kurz danach auf und fragt: „Weißweinschorle?“ Wie sich der Reeder um seine Schiffe kümmert, so kümmert sich die Reederin um ihre Gäste. Nina Dietze ist Teil ihres Konzeptes. „Es macht mir viel Spaß, ich fühle mich dann unglaublich lebendig.“

Sie lebt einen Wunsch.

**Lennart Bartenstein, 30, Zehn-Jahres-Planer****Beruf: Psychotherapeut****Ort: Schleswig****Kaffee: Filterkaffee plus ein Schuss Milch**

Wenn der Lange zwischen Wiesen und Feldern hindurchjoggt, vor sich einen Buggy, vorbei an Sonnenraps und Eichen, dann bekommt er den Kopf frei und die Glieder. Unwichtiges wird durchs Sieb gerüttelt, die Dinge sortieren sich. Es ist einiges, was Lennart Bartenstein derzeit

sortieren muss: seine neue Praxis in Schleswig, ein neues E-Mobil, das ihn dorthin trägt vom recht neuen Zuhause auf dem sehr platten Land irgendwo nördlich von Eckernförde, und eben die Zwerge im ersten und dritten Lebensjahr.

Frisch selbstständig, frischer Wohnort, frisches Auto, frisches Baby: nicht spektakulär eigentlich. Dinge, die schon Millionen andere gewuppt haben. „Das beruhigt auch“, sagt Bartenstein. „Aber wie für diese Millionen anderen, so sind sie für uns eben auch biografisch erstmalig – wir gehen sie zum ersten Mal an. Das bleibt aufregend.“

Als er 2012 nach Kiel zieht, hat der 1,90-Meter-Mann einen groben Zehn-Jahres-Plan: Er studiert Psychologie, Weiterstudium zum Verhaltenstherapeuten in Trier inklusive PiA (Psychotherapeut in Ausbildung), schließlich Anstellung in einer Praxis in Eckernförde. „Aus meinem Elternhaus habe ich mitgenommen, solche Wege durchzuhalten und neue Schritte immer mit der Gewissheit zu gehen: Es wird schon gut werden.“

Dabei sind die Chancen auf eine eigene Praxis zunächst marginal. Denn auch die Zahl der Berufsjahre entscheidet, ob jemand einen Sitz erhält. „Ich habe ein starkes Autonomiebedürfnis, was meine Arbeit betrifft. Ich wollte immer selbstständig arbeiten.“ So bewirbt er sich auf einen Sitz in Schleswig – und erhält tatsächlich den Zuschlag. Gegen alle Wahrscheinlichkeit. „Man kann auch mal Glück haben“, sagt die bisherige Praxisinhaberin. Und man kann für dieses Glück auch was tun, denkt Bartenstein. Denn eigentlich ist er so gestrickt: aktiv werden, in Bewegung geraten, sich Handlungsoptionen verschaffen. „Das ist ein zentrales Ziel der Arbeit mit meinen Klienten. Und es wäre blöd, wenn ich dieses Ziel nicht selber verfolgen würde.“

Der Mensch, notierte der US-Psychotherapeut Carl Rogers schon Anfang der Sechzigerjahre, wolle selbstbestimmt leben und aktualisiere sich daher stetig, um die eigenen Fähigkeiten zu entfalten und unabhängig zu werden. Im besten Fall entwickeln wir uns entsprechend unserer Bedürfnisse. „Wir denken ja in Bildern“, sagt Bartenstein. „Und das Bild von einer eigenen Praxis hatte ich schon lange. Es hat mir geholfen, am Ziel festzuhalten.“ Hilfreich waren dabei aber auch seine Frau und die Eltern: zusammen renovieren, die Praxis einrichten, buchstäblich neuen Boden unter den Füßen legen. „Ein Familienprojekt“, sagt Bartenstein. „Familie ist eine wichtige Ressource – für mich schließt sich auch in dieser Hinsicht ein Kreis.“

Und nun? Was ist der Plan für die kommenden zehn Jahre? „Vielleicht promovieren. Unsere Kinder begleiten beim Aufwachsen. Arbeit und Pflichten mehr an meinen Bedürfnissen entlang gestalten. Und den Freiraum nutzen, den eine eigene Praxis bietet.“

Lea Essing, 29, Ursprungs-Forscherin

Beruf: Trainee Sustainability Coffee bei Tchibo

Ort: Nairobi

Kaffee: fully-washed aus Äthiopien, pur aus dem Handfilter

Hallo. Schon 1 Kaffee gehabt heute?

Na klar! 😊 Und du?

Leider nö, Zeit zu knapp

Schade. Die Zeit sollte man sich nehmen. 😞

Okay – so richtig mit Omas Kaffeemühle?

😊 Nichts gegen Omas Handmühle, aber die Technik hat etwas nachgeholfen, zumindest beim Mahlen.

Wo erwische ich Dich?

In Nairobi, etwas außerhalb vom Zentrum, arbeite heute im Exportbüro.

Hier grau, kalt, nass. Und bei Dir?

25 Grad, Sonne, ein leichtes Lüftchen. Schön hier! Aber wir liegen auch 1600 Meter hoch.

Das Wetter unten an der Küste ist jetzt 'ne andere Hausnummer. 😞

Und in Tansania? Wann warst Du dort?

Gleich zu Beginn meiner Trainee-Tour im Juli. Da war es im Gegensatz zu Deutschland noch ziemlich kalt, besonders in der Höhe. Mittags kam aber oft die Sonne raus, und die hatte es direkt in sich.

Wo war das?

Auf einer Kaffeefarm am Fuß des Kilimandscharo. Machare heißt die.

Was hast Du dort konkret gemacht?

Rein körperliche Arbeit: auf dem Feld Bäume beschnitten und Kaffeekirschen gepflückt. Säcke geschleppt. Die Bohnen zum Trocknen gewendet. Von den Trockenbetten auf die Patios transportiert. Defekte Bohnen mit der Hand aussortiert. Gute Bohnen für Samples mit der Hand geschält.

Was sind Patios?

Vulkanartige Hügel von Kaffeebohnen. Die werden auf-



geschichtet, sobald die Bohnen einen bestimmten Trocknungsgrad erreicht haben. So trocknen sie dann weiter, man spart Platz damit. Allerdings müssen sie jeden Tag abgedeckt, umgelegt und wieder zugedeckt werden.

Ah okay. Klingt anstrengend.

Und wie schwer ist so ein Kaffeesack?

In der Regel 60 Kilo.

WHAT? 😨

Den kannst Du tragen? Oder zu zweit?

Die Locals tragen sie auf der Schulter. Oder auf dem Kopf. Habe ich nicht geschafft. Ich kann ihn nur zu zweit tragen.

👉 Wie viele Tage hast Du so gearbeitet?

In Tansania arbeitet man auch samstags, also 6 Tage die Woche. In der Factory war ich zwei Wochen. Aber mit Unterbrechungen.

Ah, noch 'ne Arbeit: Eimer mit frisch gewaschenen Kaffeebohnen schleppen, vom Waschkanal zu den Trockentischen. SEHR anstrengend. 😓

Da erhält der Begriff „Trainee“

'ne ganz neue Färbung. 😊

Stimmt! 😊

Kennst Du körperliche Arbeit aus Deinem bisherigen Leben?

Außer von den klassischen „Kartoffelferien“ aus der Kindheit nicht wirklich.

Oh, hattest Du die? Wirklich? Wo?

Im Münsterland. Eine Gegend mit viel Land und schönen Bauernhöfen. Da konnten wir uns was dazuverdienen. Aber unter körperlicher Arbeit verstehen die meisten sicher etwas anderes.

Und abgesehen von dieser Arbeit:

Das Beeindruckendste, was Du bisher in Ostafrika erlebt hast?

😊 Hmm, nicht einfach.

Der Kontrast zu unserem gewohnten Leben vielleicht.

Konkret?

Ganz alltägliche Dinge. Kein Supermarkt an jeder Ecke, der 24/7 unsere Bedürfnisse erfüllt. Keine durchgetakteten Prozesse, wie wir sie in Deutschland so lieben.

Das kann sehr angenehm sein, wenn man sich drauf einlässt. Bringt einen auch mal an Grenzen. Erweitert aber letztlich den Horizont.

Wovon erzählst Du Deinen Freundinnen und Freunden noch?

Von den Touren in die Kaffeeregionen rund um den Mount Kenya.

Und davon, abends auf der „Washing Station“ zu sein, wenn die Farmerinnen und Farmer ihre Tagesernte abliefern: tolle Atmosphäre, so mitten im Gewusel!

Oder in der Hauptsaison im Exportbüro/Quality Lab/Lagerhaus in Nairobi zu sein, hautnah am Kaffee - beson-

ders wenn die Lkw Schlange stehen und die Kooperativen frischen Kaffee zur Verarbeitung bringen.

Klingt so, als würde es dort freudig zugehen.

Ja! Kann man nicht in Worte fassen, muss man erlebt haben.

Brauen sich die Locals auch gelegentlich einen Kaffee?

Aus den eigenen Bohnen?

Tansania und Kenia sind eher Teeländer. Manchmal gibt es auch Kaffee, dann aber ziemlich dünn - fast wie Tee wiederum. Und selbst geröstet.

Überm Feuer geröstet, die Bohnen?

Oder wie sonst?

Ja, offenes Feuer ist in Afrika elementar. Überall sieht man Rauch aufsteigen. Und auch der Geruch in der Luft verrät einem, dass irgendjemand irgendwo ein kleines Feuerchen macht. Wenn ich Afrika beschreiben muss, kommt mir der Geruch von Feuerholz und Rauch als Erstes in den Sinn.

Lea Essing war für Tchibo ein halbes Jahr in Ostafrika unterwegs. Mittlerweile ist sie „Sourcing & Origin Manager“ für den Konzern: Sie verantwortet Einkauf und Management der Spezialitätenkaffees und der Kaffeefarmen Ipanema in Brasilien und Machare in Tansania.



Peggy Kersten, 57, Menschen- und Weitensucherin
Beruf: Pastorin

Ort: Grüsch, Schweiz

Kaffee: lieber schwarzen Tee mit Sahnewölkchen

„Mein Mann und ich sind gerade von der Ostsee hierhergezogen. Grüsch liegt im Kanton Graubünden in der Ostschweiz. Das Dorf ist vor einigen Jahren mit Fanas und Valzeina zu einer Gemeinde fusioniert, und die drei reformierten Kirchengemeinden haben es genauso gemacht. Dirk und ich teilen uns eine 140-Prozent-Stelle. Wir sind in den Dörfern für Gottesdienste, Seelsorge und Religionsunterricht zuständig. Wir haben schon Ideen, beginnen aber ganz sachte. Wir müssen die Menschen erst mal kennenlernen und sie uns auch. Das fängt mit der Sprache an: Eine Beerdigung auf Schwyzerdütsch kann ich ihnen nicht bieten. Aber ihnen nahe sein schon, denke ich.

Hier im Tal liegen wir auf gut 600 Metern Höhe, die Berge da drüben sind fast 2400 Meter hoch. Für mich bedeuten Berge Weite. Viele verbinden Weite mit dem Meer, das ging mir nie so. Unser altes Pastorat lag nur 15 Fußminuten von der Ostsee entfernt. Aber das Meer ist für mich Tohuwabohu, also „wüst und leer“, wie es in der Bibel heißt. Grau, dunkel, eine Wüste! Berge sind dagegen licht. Hier fühle ich mich dem Himmel näher, das meine ich auch spirituell. Selbst wenn ich im Regen wandere, sehe ich auf der anderen Talseite die Sonne scheinen.

Wir arbeiten ein Jahr lang auf Probe, der Kirchengemeinderat könnte uns danach hinauswerfen - die Schweizer denken ja sehr basisdemokratisch. Aber ich bin zuversichtlich: Ich habe vergangenes Jahr drei Sabbatmonate eingelegt und hier ein Praktikum gemacht, inklusive Prüfungen über die Reformation in der Schweiz. Das war spannend! Außerdem war ich bei einem Bergbauern, habe Kühe gehütet, beim Käsen geholfen, Käse verpackt und ihn Wanderern verkauft. Sogar Kühe gemolken habe

ich. Wenn morgens die Sonne über dem Nebelmeer im Rheintal aufging: Das ist ein Meer, das ich mag!

Wir sind noch nicht lange hier, aber mein Eindruck ist, dass Engagement hier selbstverständlich ist. Wenn den Menschen etwas fehlt, scheinen sie es selbst in die Hand zu nehmen, statt auf den Staat zu warten. Und Ehrenamtliche erhalten eine Aufwandsentschädigung. Das gefällt mir sehr, denn das bedeutet, dass wir Pastorinnen mehr das tun können, wofür wir ausgebildet wurden und was unsere Berufung ist: den Menschen zugewandt zu sein, statt uns um Kirchenbau-Sanierung oder Kindergarten-Financen zu kümmern.

Dirk hat als Kind in Namibia gelebt, ich habe in Amsterdam studiert und mehrere Monate in Israel verbracht. Das weitet den Horizont. Wir wollten noch mal weg - aber erst, wenn unsere drei Kinder aus dem Haus sind. Denn als wir vor zwölf Jahren die Pfarrstelle gewechselt haben, haben wir gesehen, wie schwer es für sie war, neu anzudocken. 2021 machte unser Jüngster Abi und zog nach Kiel. Wir hatten schon begonnen zu planen, da erzählte mir Anna: Du wirst Oma! Den zweiten Satz schob sie allerdings sofort hinterher: dass wir deswegen unsere Schweiz-Pläne nicht umwerfen sollten.

Dafür bin ich ihr sehr dankbar. Denn auch wenn ich immer mal heule, weil unser Enkel 1000 Kilometer entfernt aufwächst - Co-Oma und Co-Opa wohnen ganz in der Nähe. Und wir werden dann eher die Ferien-Großeltern. Alle drei Kinder lieben die Berge und haben sich schon angekündigt. Von Kiel nach Chur muss man nur einmal umsteigen. Und unser Pfarrhaus in Grüşch ist groß.“

Die australische Insel übrigens, die für David Glasheen zum Mittelpunkt seines Lebens wurde, wo er mit seinem Hund lebt, sich auszieht, Fisch fängt und Bier braut - diese Insel hatte schon mal einen prominenten Besucher: William Bligh.

Der Name klingt irgendwie vertraut, oder? Ganz recht, Bligh war jener britische Kommandant, der im April 1789 von Meuterern der „Bounty“ in ein Beiboot gesetzt wurde. Zusammen mit 18 Getreuen segelte er anschließend sechs Wochen lang durch die Südsee - immer westwärts und sagenhafte 6700 Kilometer weit. Unterwegs entdeckten die Ausgesetzten völlig ausgezehrt die Insel. Die Männer aßen sich dort an Austern satt, deckten sich mit Wasser ein, schliefen ruhig. Bligh nannte das Eiland dankbar „Restoration Island“.

Restoration heißt „Wiederherstellung“. Nicht das schlechteste Ziel, wenn du zu neuen Ufern aufbrichst.

Hermann Hesse, damals 63, Weltendeuter

Beruf: Poet

Ort: Montagnola / Schweiz

Kaffee: ja

Stufen

*Wie jede Blüte welkt und jede Jugend
Dem Alter weicht, blüht jede Lebensstufe,
Blüht jede Weisheit auch und jede Tugend
Zu ihrer Zeit und darf nicht ewig dauern.
Es muß das Herz bei jedem Lebensrufe
Bereit zum Abschied sein und Neubeginne,
Um sich in Tapferkeit und ohne Trauern
In andre, neue Bindungen zu geben.
Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne,
Der uns beschützt und der uns hilft, zu leben.*

*Wir sollen heiter Raum um Raum durchschreiten,
An keinem wie an einer Heimat hängen,
Der Weltgeist will nicht fesseln uns und engen,
Er will uns Stuf' um Stufe heben, weiten.
Kaum sind wir heimisch einem Lebenskreise
Und traulich eingewohnt, so droht Erschlaffen;
Nur wer bereit zu Aufbruch ist und Reise,
Mag lähmender Gewöhnung sich entrafen.*

*Es wird vielleicht auch noch die Todesstunde
Uns neuen Räumen jung entgegen senden,
Des Lebens Ruf an uns wird niemals enden,
Wohlan denn, Herz, nimm Abschied und gesunde!*

(„Stufen“, aus: Hermann Hesse, Sämtliche Werke in 20 Bänden. Herausgegeben von Volker Michels. Band 10: Die Gedichte. © Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 2002. Alle Rechte bei und vorbehalten durch Suhrkamp Verlag Berlin.)

36,8

Anteil der deutschen Kaffeetrinker, die den eigenen Kaffee noch leckerer finden als den bei Freunden oder Familie, in Prozent

69,2

Anteil der deutschen Kaffeetrinker, für die Kaffeetrinken zu einem perfekten Start in den Tag gehört, in Prozent

Fremd & vertraut

Gewohnheiten und Routinen geben uns Sicherheit. Sie strukturieren unseren Tag, reduzieren Aufwand und Energie, sind wohlig und vertraut. Zu viel Routine kann aber auch einengen. Immer dieselbe Strecke zum Büro? Jedes Wochenende das bekannte Programm? Jahr für Jahr derselbe Urlaubsort? Bloß keine Veränderung?

Wir wollten wissen: Sind wir auch neugierig oder nur experimentierfreudig, wenn es um Kaffee geht? Um neue Geschmacksvarianten, neue Geräte, neue Zubereitungsarten, neue Sorten? Lassen wir uns verführen und überzeugen? Probieren wir Neues aus?

Im Januar 2022 haben wir in einer repräsentativen Umfrage mehr als 5000 Kaffeetrinkerinnen und Kaffeetrinker zwischen 18 und 75 Jahren in Deutschland nach ihrer Einstellung, ihrem Kaufverhalten und ihren Gewohnheiten befragt. Dabei sind Unterschiede je nach Region, Geschlecht, Alter und Lebenssituation deutlich geworden.

Eines vorweg: Insgesamt hält sich unsere Experimentierfreude in Grenzen. Wir lieben vielmehr die Routine, und das zeigt sich bereits beim Aufstehen: 41,6 Prozent werden morgens mit Kaffee wach. Für 54,2 Prozent gehört der Kaffee zur täglichen Struktur. Deswegen möchten wir vielleicht gar nicht aus unserer Routine ausbrechen. Und kulturelle Neugier hin oder her: In Deutschland schmeckt uns der Kaffee mit Abstand am besten.

Wie oft trinken Sie Kaffee?

Häufigkeit des Kaffeekonsums im Zeitvergleich; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; in Prozent

	2012	2014	2016	2018	2020	2022
täglich	86,4	87,9	81,7	87,4	89,1	89,2
mehrmals in der Woche	8,2	8,0	10,0	8,3	6,9	7,0
etwa einmal die Woche	2,3	1,8	4,1	2,2	1,9	1,6
mehrmals im Monat	1,7	1,6	2,5	1,2	1,0	1,4
etwa einmal im Monat	1,5	0,6	1,6	1,0	1,1	0,9

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Häufigkeit des Kaffeekonsums nach Bundesland; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren, die täglich oder mehrmals täglich Kaffee trinken; 2022; in Prozent

	mehrmals täglich	täglich	gesamt
Brandenburg	59,3	34,5	93,8
Thüringen	64,5	29,0	93,5
Saarland	66,5	25,1	91,6
Schleswig-Holstein	63,2	28,3	91,5
Sachsen-Anhalt	63,3	28,0	91,3
Rheinland-Pfalz	53,9	36,4	90,3
Hamburg	54,9	35,0	89,9
Mecklenburg-Vorpommern	59,7	29,7	89,4
Sachsen	54,2	35,0	89,2
Baden-Württemberg	54,5	34,4	88,9
Berlin	50,0	38,6	88,6
Niedersachsen	58,4	29,6	88,0
Bayern	53,4	34,6	88,0
Nordrhein-Westfalen	56,7	31,2	87,9
Hessen	51,8	36,1	87,9
Bremen	52,8	34,2	87,0

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Erinnern Sie sich an den Geschmack Ihres ersten Kaffees?

Aussagen, die die Reaktion auf den ersten Kaffee beschreiben; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

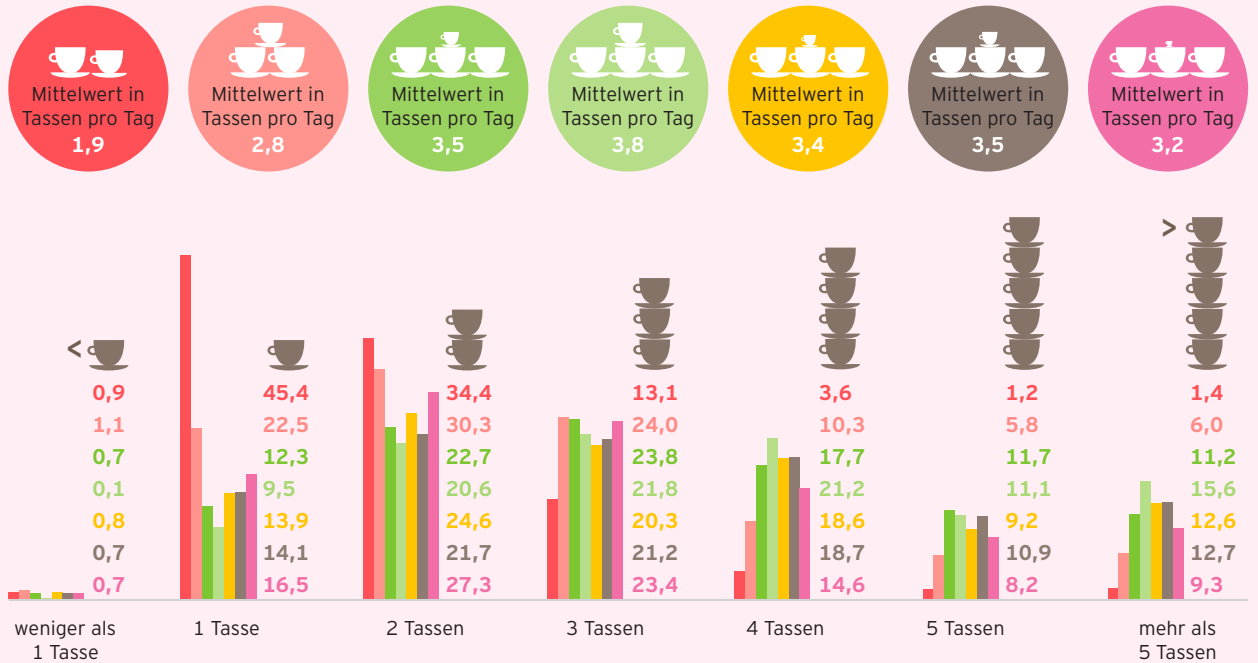
	Deutschland	weiblich	männlich
Das duftet aber gut.	38,1	38,4	37,7
Ich musste ihn direkt ausspucken.	37,9	39,2	36,7
Der schmeckt aber bitter.	29,5	31,5	27,4
Das schmeckt mir sehr gut.	26,4	24,0	28,8
Wieso trinken andere das so gern?	17,2	19,5	14,8
Ich brauche mehr Milch und Zucker.	2,1	2,3	1,9
nichts davon	5,9	5,7	6,1

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Wie viele Tassen trinken Sie durchschnittlich am Tag?

Täglicher Kaffeekonsum nach Alter und Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

18 bis 21 Jahre 22 bis 35 Jahre 36 bis 55 Jahre 56 bis 65 Jahre 66 bis 75 Jahre männlich weiblich



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

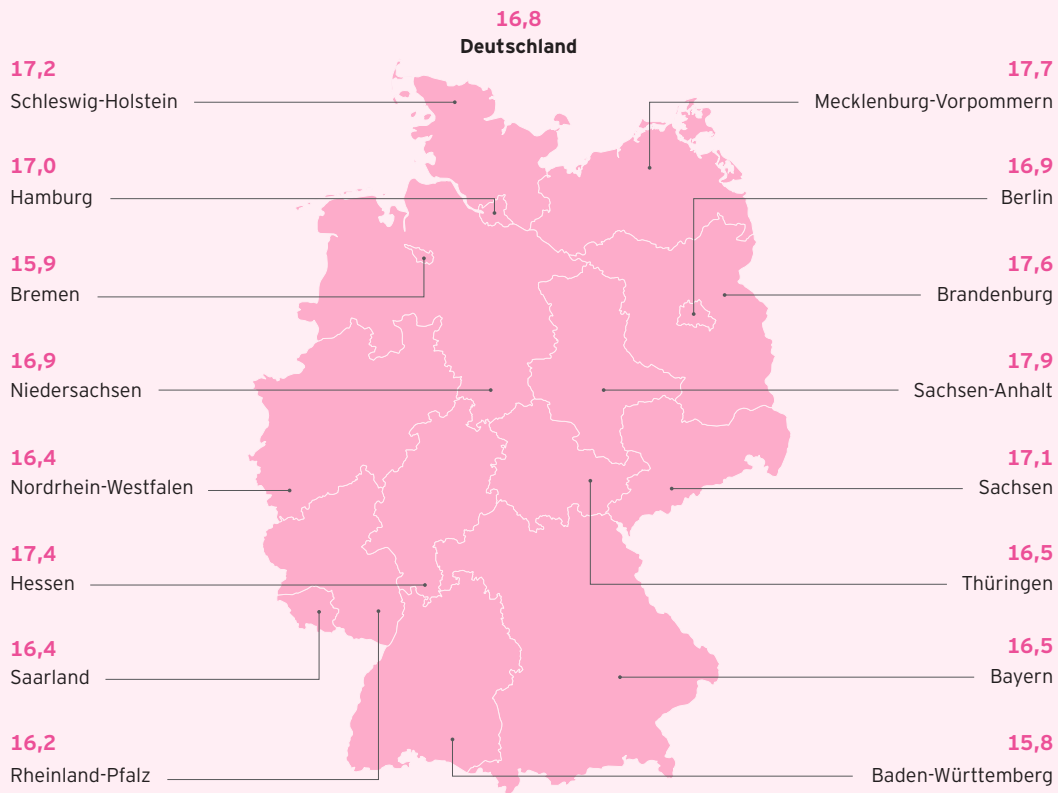
Täglicher Kaffeekonsum nach Bundesland; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; Mittelwert



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

In welchem Alter haben Sie das erste Mal Kaffee getrunken?

Altersdurchschnitt beim ersten Kaffeekonsum nach Bundesland; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Jahren



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Warum haben Sie mit dem Kaffeetrinken angefangen?

Gründe für den ersten Kaffee nach Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

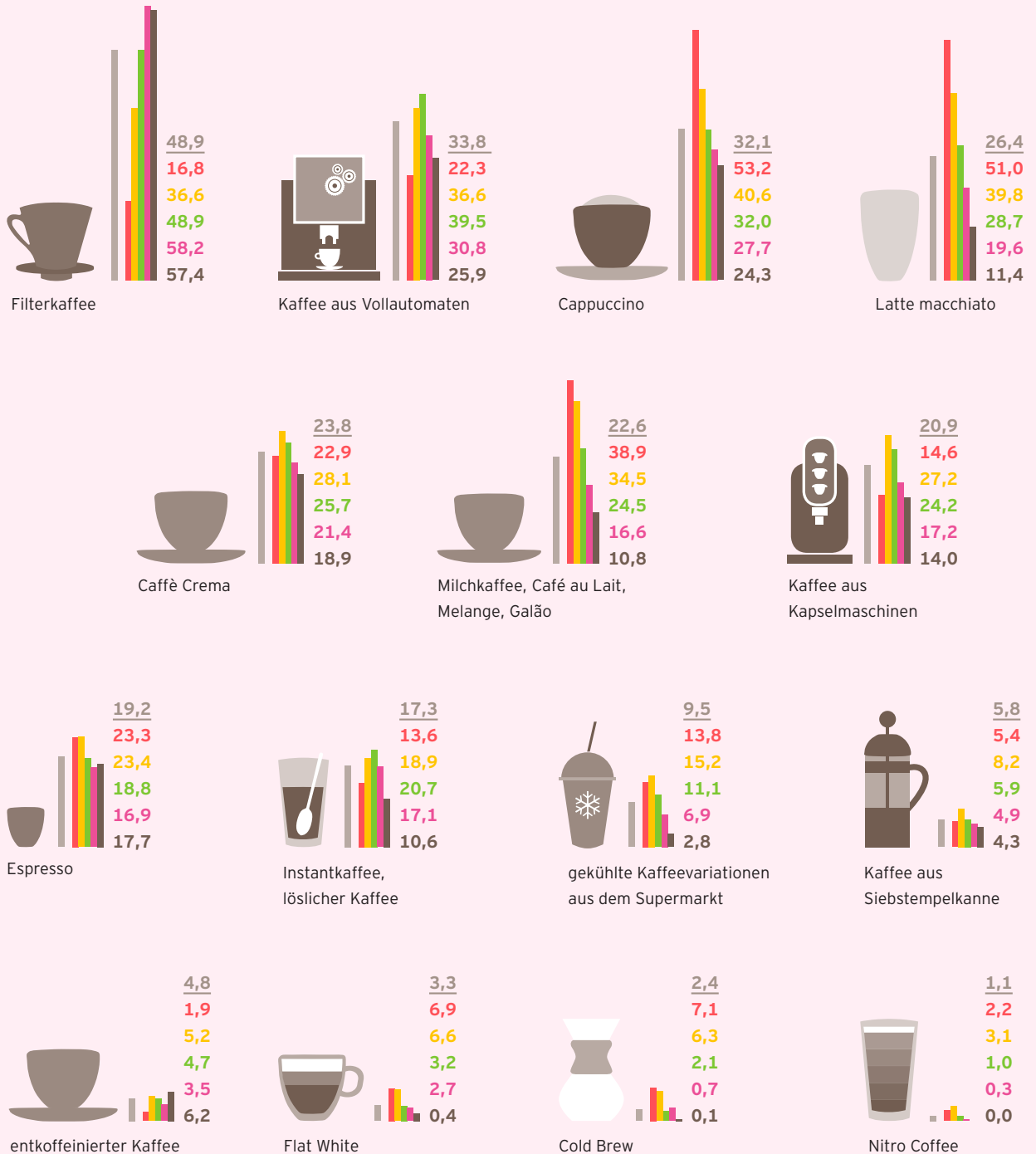
	Deutschland	weiblich	männlich
Ich habe es mir von meinen Eltern abgeschaut.	35,1	32,9	37,2
aus Neugier	33,6	33,9	33,3
um besser aufzuwachen	19,4	19,0	19,9
für den Energiekick	18,3	19,8	16,8
um an geselligen Momenten teilzunehmen	17,2	16,2	18,3
um erwachsen zu wirken	16,3	17,6	14,9
Viele meiner Freunde tranken bereits Kaffee.	14,9	15,9	14,0
Ich kann mich nicht erinnern.	14,1	14,2	14,0
keiner der genannten Gründe	2,1	2,7	1,6

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche Art Kaffee trinken Sie regelmäßig?

Regelmäßig getrunkene Arten von Kaffee nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ Deutschland ■ 18 bis 21 Jahre ■ 22 bis 35 Jahre ■ 36 bis 55 Jahre ■ 56 bis 65 Jahre ■ 66 bis 75 Jahre

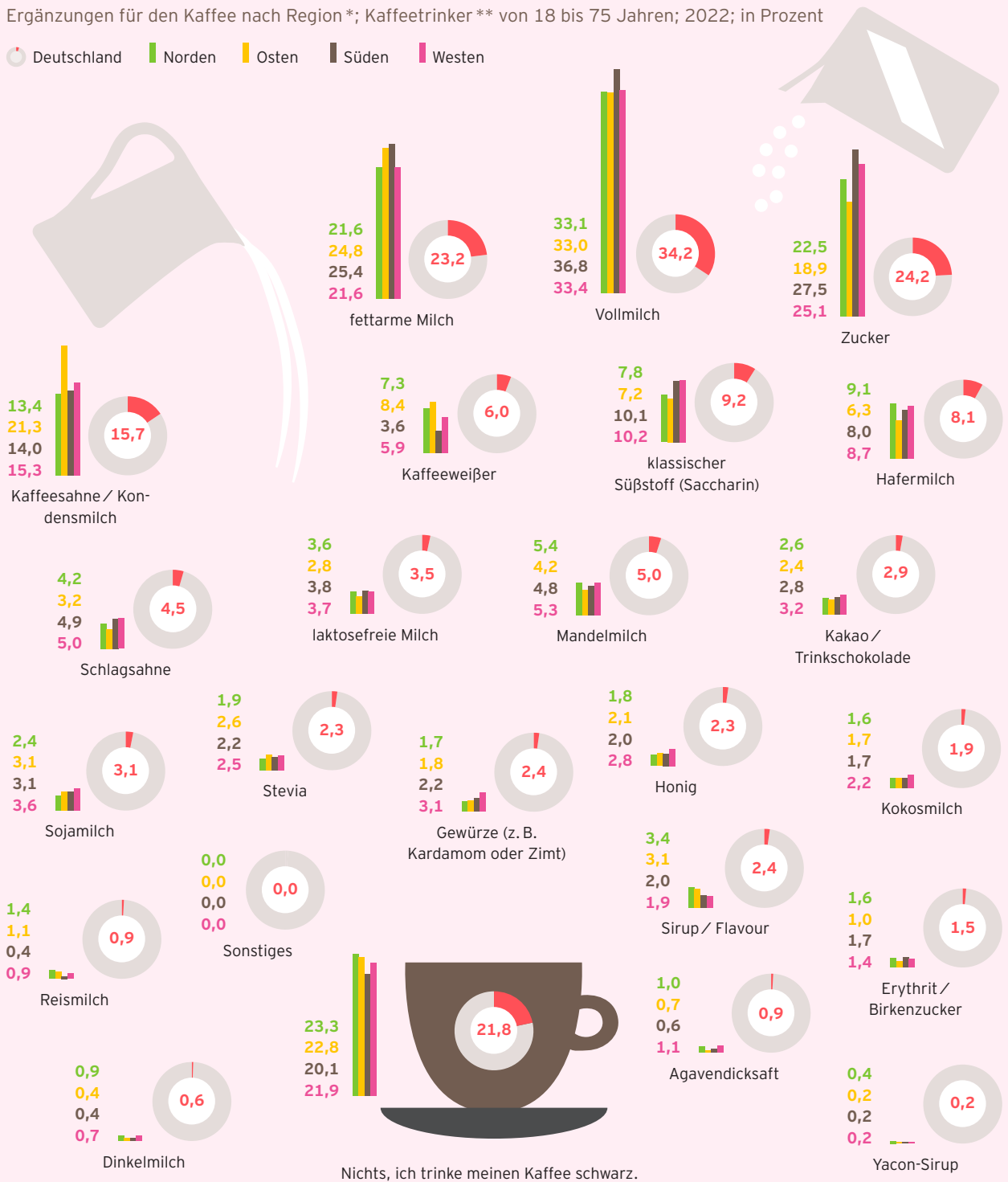


* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Was fügen Sie Ihrem Kaffee hinzu?

Ergänzungen für den Kaffee nach Region*; Kaffeetrinker** von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ Deutschland
 ■ Norden
 ■ Osten
 ■ Süden
 ■ Westen

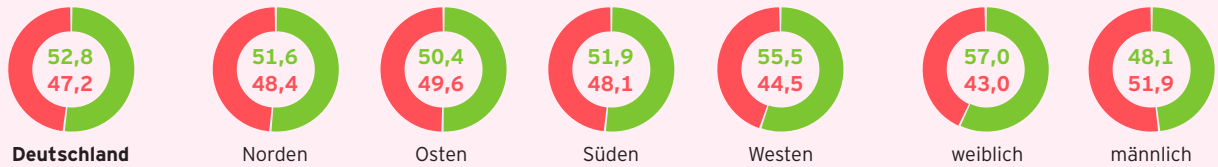


* Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. ** Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Sind Sie grundsätzlich bereit, vegane Milchalternativen zu nutzen?

Bereitschaft vegane Milchalternativen (z. B. Hafer- oder Sojamilch) als Kaffeezusatz zu nutzen nach Regionen* und Geschlecht; Kaffeetrinker** von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ ja ■ nein



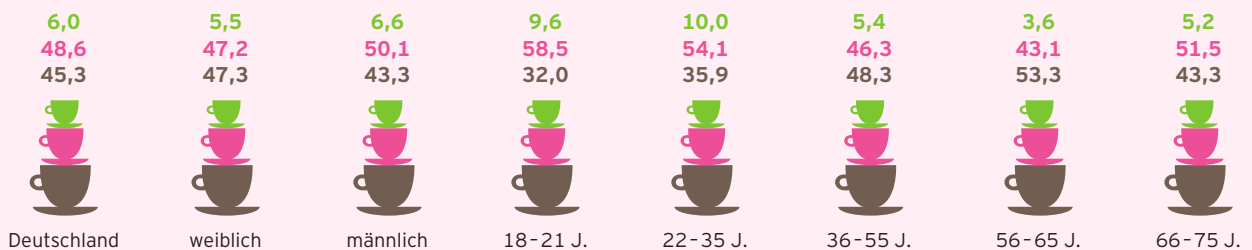
* Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. ** Kaffeetrinker, die bisher keine veganen Milchalternativen benutzen.

Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche Größe hat der Kaffee, den Sie üblicherweise trinken?

Größe des Kaffees nach Alter und Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ kleine Tasse, 20-50 ml (z. B. Ristretto, Espresso) ■ mittlere Tasse, 125 ml (z. B. Cappuccino, Filterkaffee) ■ große Tasse oder Becher, >200 ml (z. B. Latte macchiato, Milchkaffee)



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

In welchen Lebenssituationen trinken Sie mehr Kaffee als üblich?

Lebenssituationen, in denen mehr Kaffee als üblich getrunken wird nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

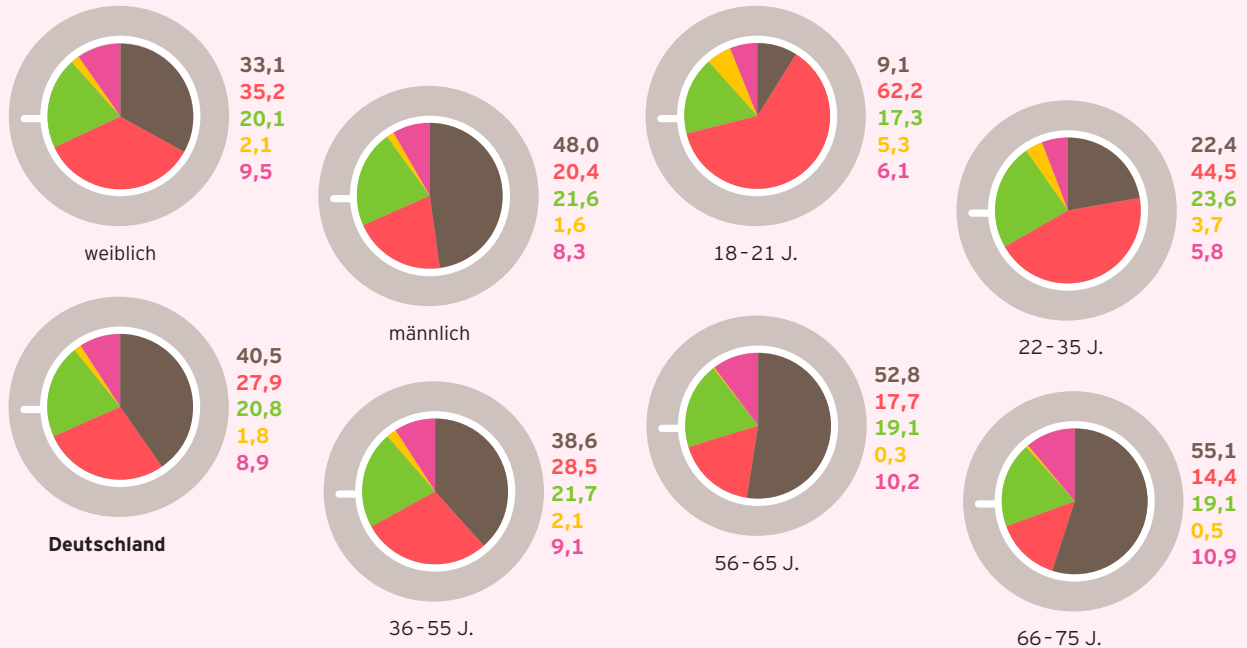
	Deutschland	18-21 J.	22-35 J.	36-55 J.	56-65 J.	66-75 J.
Mein Kaffeekonsum verändert sich nicht.	38,7	10,8	19,5	33,6	49,9	60,5
in entspannten Phasen	27,8	29,6	32,1	32,6	25,4	16,7
in stressigen Momenten während des Jobs	24,8	30,4	37,8	29,0	16,4	11,9
in stressigen privaten Phasen	20,9	31,5	32,3	23,1	14,8	10,1
während des Urlaubs	19,3	15,0	19,0	22,7	18,5	15,2
in Prüfungsphasen (z. B. im Studium oder Ausbildung)	15,5	41,5	31,6	14,1	7,8	5,4
während großer Umbrüche (z. B. Scheidung, Umzug etc.)	6,7	9,4	9,1	7,3	5,9	3,9
als meine Kinder klein waren	3,9	2,4	7,0	4,5	2,2	2,1
weiß nicht	3,2	4,1	1,9	3,4	3,8	3,2

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche Begriffe beschreiben am besten Ihren Kaffeegeschmack?

Kaffeegeschmack nach Alter und Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ kräftig-würzig ■ süß-milchig ■ italienisch-nussig ■ skandinavisch-fruchtig ■ keine der genannten

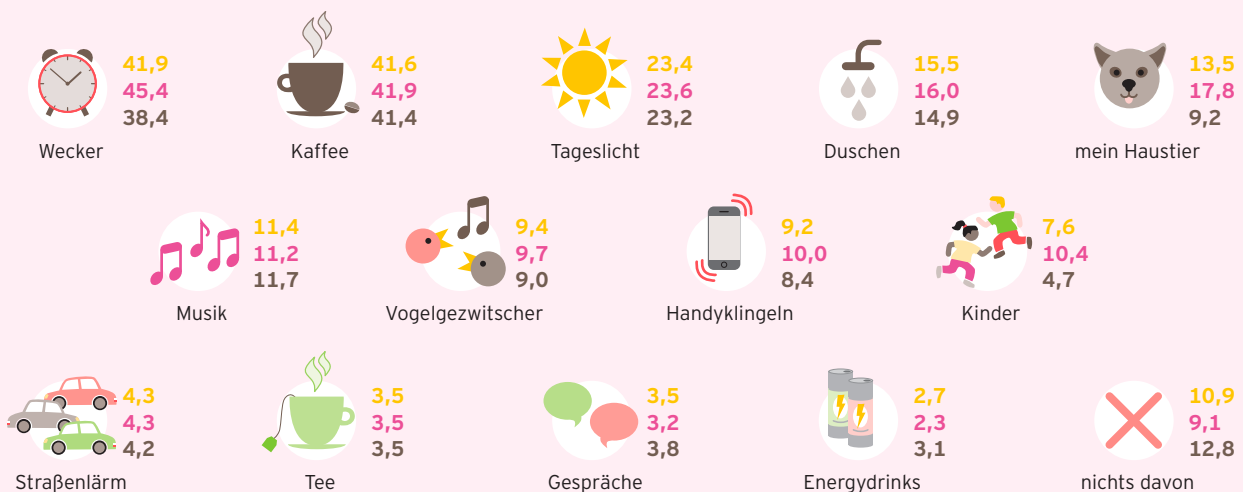


* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Was macht Sie morgens wach?

Dinge, die am Morgen wach machen nach Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

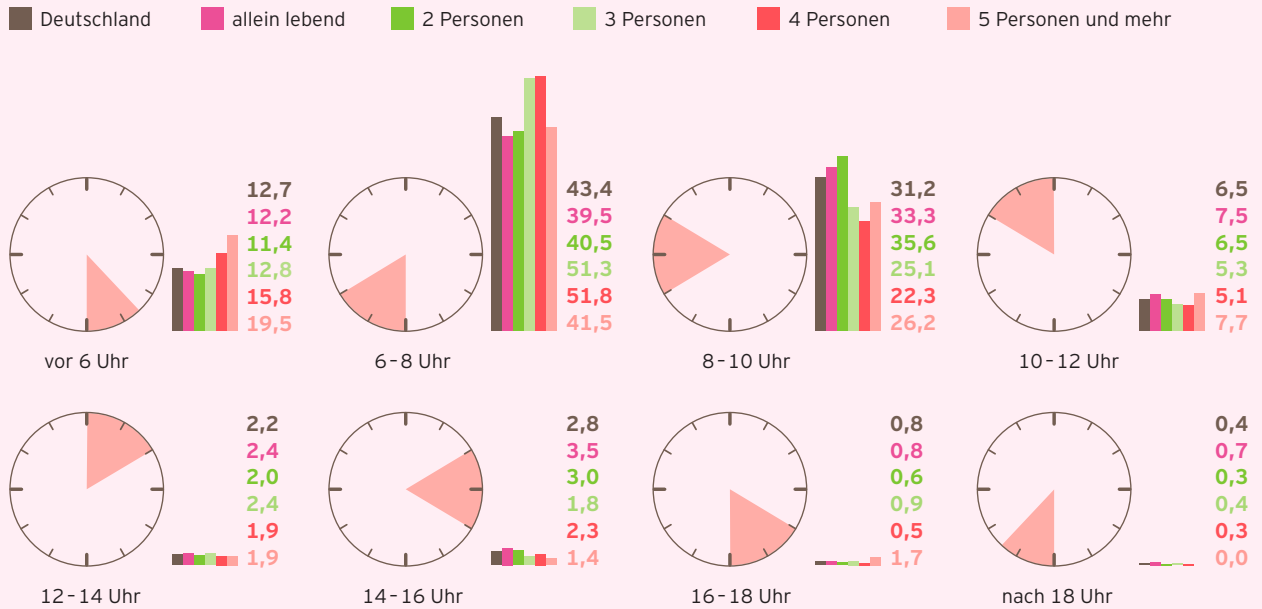
■ Deutschland ■ weiblich ■ männlich



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Zu welcher Uhrzeit trinken Sie in der Regel Ihren ersten Kaffee?

Erster Kaffee des Tages nach Haushaltsgröße; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Was gehört für Sie zu einem perfekten Start in den Tag?

Dinge, die zum perfekten Start in den Tag gehören nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

	Deutschland	18-21 J.	22-35 J.	36-55 J.	56-65 J.	66-75 J.
Kaffee trinken	69,2	48,1	64,6	70,4	72,9	71,9
ein gutes Frühstück	48,5	46,1	44,4	42,2	50,0	62,9
der Duft von Kaffee	47,3	29,0	41,0	49,2	54,1	46,4
Radio hören	33,6	10,6	23,8	33,5	40,3	40,8
Nachrichten lesen	30,5	15,0	22,6	29,3	33,6	40,4
Duschen oder ein Bad nehmen	27,2	28,4	26,7	27,3	27,3	27,1
das Smartphone nutzen	25,5	44,7	37,9	28,6	15,6	14,7
Musik hören	24,9	39,1	31,6	25,5	21,1	18,8
Fernsehen	15,5	11,4	17,3	16,5	14,6	13,6
Social-Media-Kanäle konsumieren	9,6	21,6	19,5	9,8	4,8	2,7
Sport treiben	7,8	16,9	12,2	7,7	5,7	4,2
Freunde oder Familie treffen	7,3	13,6	12,5	7,0	4,4	4,4
ein anderes Heißgetränk als Kaffee trinken	5,1	7,0	7,3	3,7	4,0	6,1
Frühstück im Bett	4,8	14,4	9,2	4,8	2,3	1,3
Meditieren	2,8	3,0	6,4	1,9	1,8	1,9
Yoga machen	2,6	4,4	5,8	2,6	0,9	0,9
nichts davon	1,4	1,6	0,8	1,8	1,7	1,0

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Wo kaufen Sie normalerweise Ihren Kaffee?

Ort des Kaffeekaufs nach Probiefreudigkeit; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

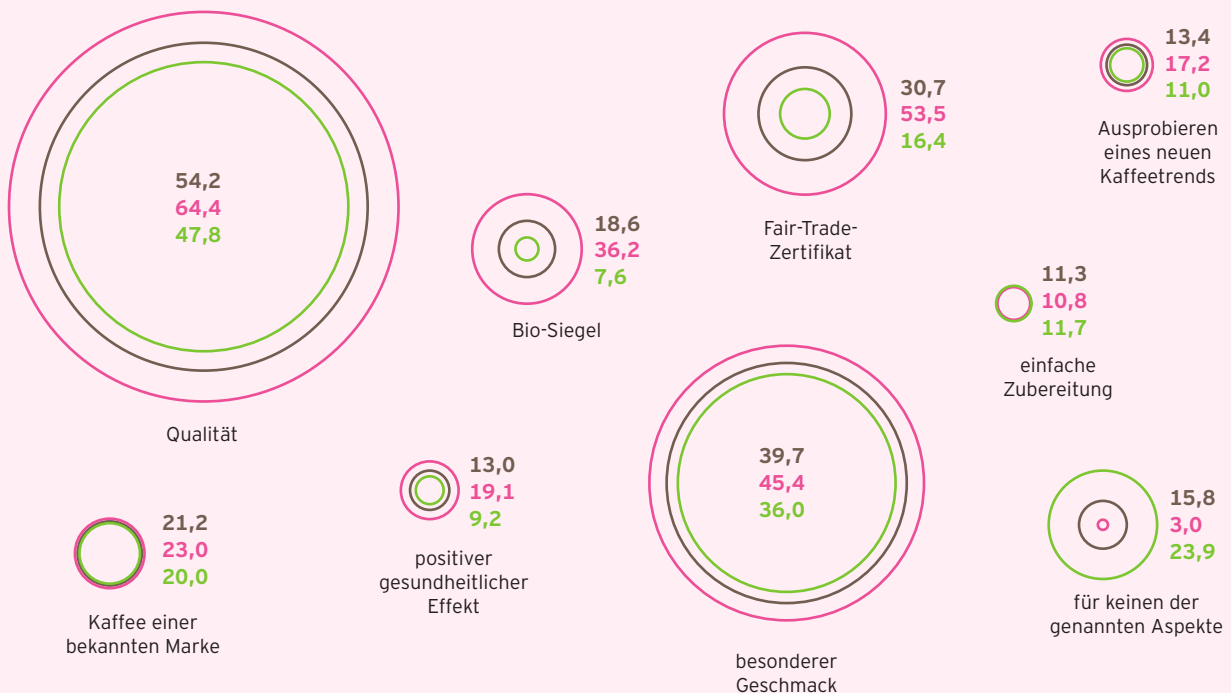
	Deutschland	probiefreudige Kaffeetrinker**	weniger probiefreudige Kaffeetrinker**
im Supermarkt	73,5	75,1	71,8
im Discounter	40,4	38,2	42,7
in einer Filiale eines Kaffeeherstellers	20,2	28,1	12,1
in einer Rösterei oder Kleinrösterei	11,6	17,2	5,7
bei einem Online-Händler	10,5	13,9	7,1
in einem Café	9,3	13,3	5,2
in der Drogerie	6,6	9,0	4,1
im Bio-Supermarkt	4,7	6,5	2,9

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. ** probiefreudige Kaffeetrinker: Kaffeetrinker, denen es wichtig ist, neue Kaffeevariationen (z. B. Kaffeesorte oder Zubereitungsart) auszuprobieren; weniger probiefreudige Kaffeetrinker: Kaffeetrinker, denen es nicht wichtig ist, neue Kaffeevariationen auszuprobieren. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Wofür sind Sie bereit, einen höheren Preis beim Kaffee-Einkauf zu zahlen?

Aspekte, für die eine höhere Preisbereitschaft vorliegt; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

○ Deutschland ○ Konsumenten von nachhaltigem Kaffee** ○ Konsumenten von konventionellem Kaffee**

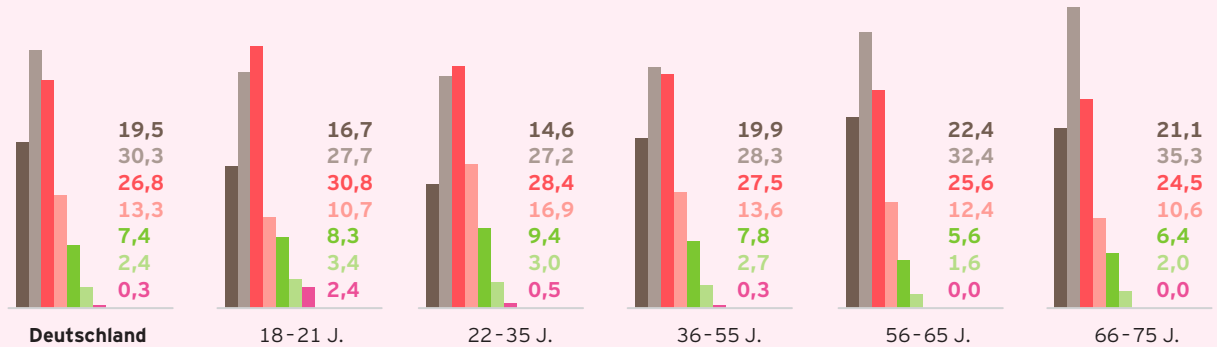


* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. ** Konsumenten von nachhaltigem Kaffee: Kaffeetrinker, die angaben, „immer“ oder „regelmäßig“ nachhaltigen Kaffee zu trinken; Konsumenten von konventionellem Kaffee: Kaffeetrinker, die angaben, „selten“ oder „nie“ nachhaltigen Kaffee zu trinken oder es nicht wissen. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Was würden Sie grundsätzlich für ein Kilogramm Kaffee bezahlen?

Ausgabebereitschaft für ein Kilogramm Kaffee nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

■ weniger als 8€ ■ 8 bis 9,99€ ■ 10 bis 12,99€ ■ 13 bis 14,99€ ■ 15 bis 19,99€ ■ 20 bis 40€ ■ mehr als 40€



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Warum trinken Sie Kaffee?

Gründe, warum Kaffee getrunken wird nach Geschlecht und Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

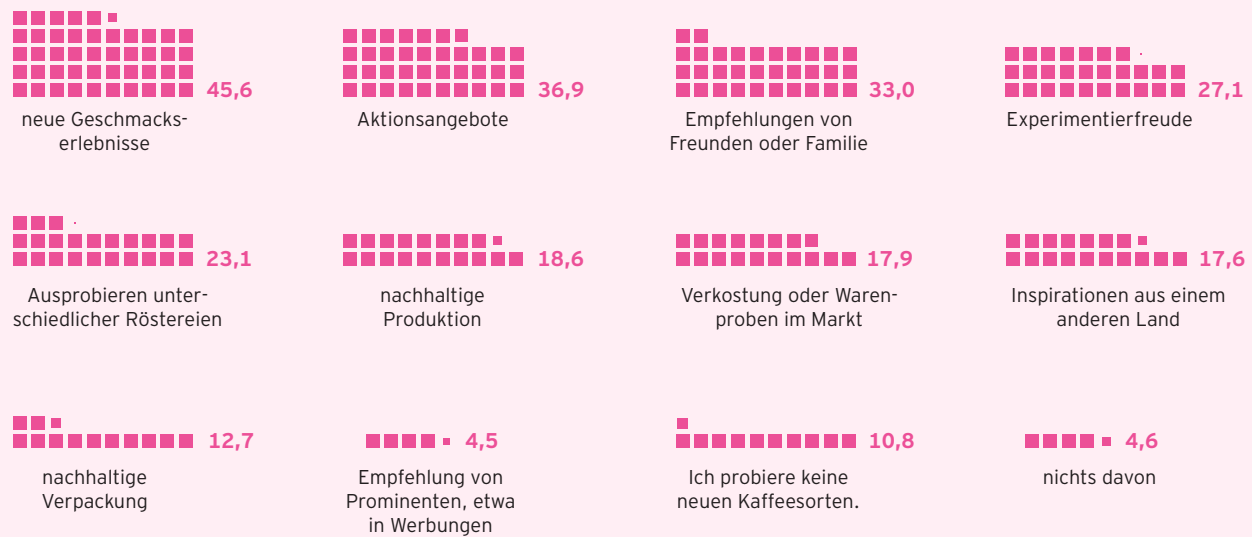
	Deutschland	weiblich	männlich
Kaffeetrinken ist Genuss.	57,5	57,1	57,8
Kaffeetrinken ist Teil meiner täglichen Struktur.	54,2	52,9	55,5
Kaffeetrinken ist ein entspannender „Me-Moment“.	37,4	42,2	32,6
Kaffee gibt mir einen Energiekick.	33,5	36,8	30,3
Kaffee ist für mich ein positives Laster, das mich glücklich macht.	30,8	33,0	28,5
Kaffeetrinken ist für mich eine gesellige Angelegenheit.	24,5	25,3	23,8
Ohne Kaffee schaffe ich es nicht durch den Tag.	16,6	18,6	14,6
Durch Kaffeetrinken erfahre ich neue Geschmackserlebnisse.	9,4	9,4	9,5
keine der genannten	2,9	2,9	2,9

	18-21 J.	22-35 J.	36-55 J.	56-65 J.	66-75 J.
Kaffeetrinken ist Genuss.	44,6	47,8	58,6	64,1	60,3
Kaffeetrinken ist Teil meiner täglichen Struktur.	23,5	42,9	54,5	60,8	63,6
Kaffeetrinken ist ein entspannender „Me-Moment“.	27,9	38,3	42,5	36,5	30,2
Kaffee gibt mir einen Energiekick.	37,9	40,0	37,1	31,2	22,3
Kaffee ist für mich ein positives Laster, das mich glücklich macht.	19,7	29,1	34,3	31,3	27,4
Kaffeetrinken ist für mich eine gesellige Angelegenheit.	16,1	27,9	25,7	23,8	21,6
Ohne Kaffee schaffe ich es nicht durch den Tag.	16,9	21,1	19,3	15,6	8,3
Durch Kaffeetrinken erfahre ich neue Geschmackserlebnisse.	9,1	11,5	11,6	8,1	4,9
keine der genannten	3,1	1,9	2,2	2,9	5,0

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Aus welchen Gründen probieren Sie neue Kaffeesorten aus?

Gründe für das Ausprobieren neuer Kaffeesorten; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Welche dieser Kaffeetrends kennen Sie?

Bekanntheit verschiedener Kaffeetrends nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

	Deutschland	18-21 J.	22-35 J.	36-55 J.	56-65 J.	66-75 J.
Kaffee von kleinen Röstereien	42,2	28,3	37,2	45,5	46,6	39,1
Cold Brew: kalt gebrühter Kaffee	28,7	45,7	40,2	31,8	24,5	12,7
Matcha-Kaffee: Kaffee mit Matcha-Pulver	18,9	41,4	37,6	19,5	10,6	4,0
Helle Röstung (Blonde Roast): heller geröstete Bohnen, weniger bitter, eher säuerlich	17,5	16,9	23,1	20,7	13,7	10,5
Dalgona: heiße Milch mit Schaum aus Instantkaffee, Zucker und Wasser	12,0	28,3	23,8	12,0	6,0	3,4
Espresso Tonic: Espressogetränk mit Tonic und häufig mit Orange	8,5	15,7	19,2	7,7	4,5	2,5
Bullet Proof Coffee: Kaffee mit Butter und einem Esslöffel Kokosöl	8,0	9,3	15,2	9,3	4,7	2,0
Micro-Lot-Kaffees: Kaffee von kleinen Farmen	6,5	10,7	9,6	6,7	5,6	3,1
Egg Coffee: vietnamesisches Kaffeegetränk mit Eigelb, Zucker und Kondensmilch	5,6	13,3	10,4	5,8	2,9	1,9
Kaffee-Limonade	5,4	10,9	11,7	5,6	2,5	1,0
Nitro-Kaffee: Kalt gebrühter Kaffee wird mit Stickstoff versetzt und kommt aus der Zapfanlage.	5,3	13,6	9,2	5,8	2,9	1,4
nichts davon	33,3	11,5	13,8	31,4	40,9	51,8

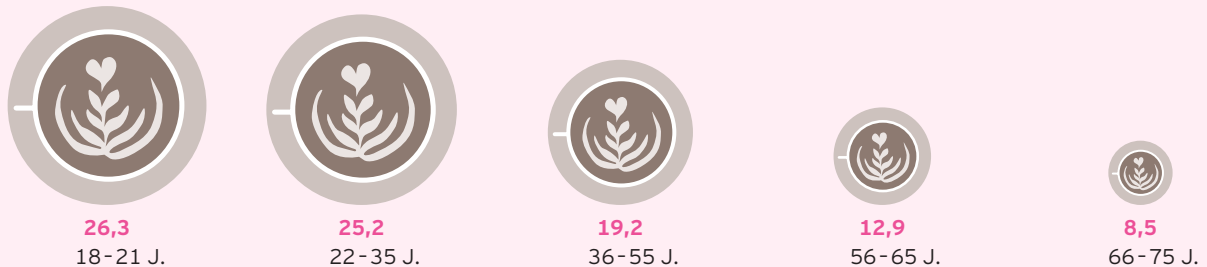
* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu?

Zustimmung zu Aussagen zu Kaffee nach Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; dargestellt sind die Werte 4 und 5 auf einer Skala von 1 = „Ich stimme gar nicht zu“ bis 5 = „Ich stimme voll und ganz zu“; 2022; in Prozent

	Deutschland	weiblich	männlich
Ich genieße den Duft von Kaffee bei seiner Zubereitung.	82,9	86,7	79,1
Ich trinke Kaffee am liebsten zu Hause.	59,6	58,1	61,2
Ich habe eine Lieblingstasse für meinen Kaffee.	58,3	62,9	53,7
Ich teste gern neue Kaffeespezialitäten in meiner Stadt.	32,5	35,9	29,0
Ich benutze gern Hilfsmittel bei der Kaffeezubereitung (z. B. Milchaufschäumer, smarte Kaffeemaschinen).	28,9	33,3	24,4
Mit ist es wichtig, meinen Kaffee selbst zu mahlen.	28,1	26,8	29,4
Ich interessiere mich für eine Reise zu einer Kaffeeplantage / Kaffeefarm.	25,9	26,5	25,3
Ich treffe mich gern mit Kollegen und Kolleginnen zu digitalen Kaffeepausen.	23,2	23,8	22,7
Meine Freunde würden mich als Home-Barista bezeichnen.	17,2	17,3	17,1
Ich benutze überwiegend vegane Milchalternativen als Zusatz in meinem Kaffee.	14,3	17,5	11,1

Zustimmung zur Aussage „Meine Freunde würden mich als Home-Barista bezeichnen“ nach Alter:

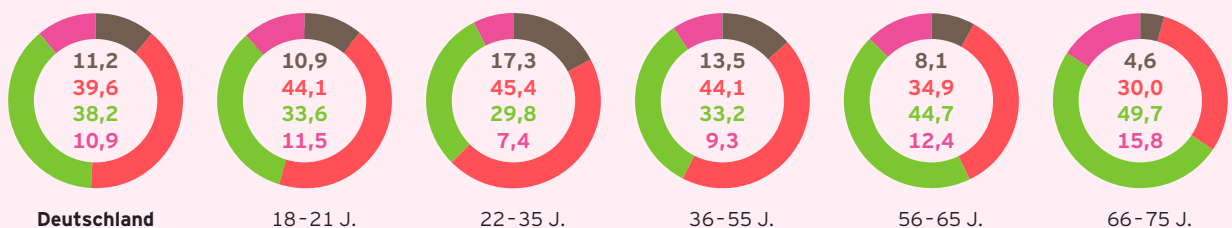


* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Wie wichtig ist es Ihnen, neue Kaffeevariationen auszuprobieren?

Wichtigkeit, neue Kaffeevariationen auszuprobieren nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

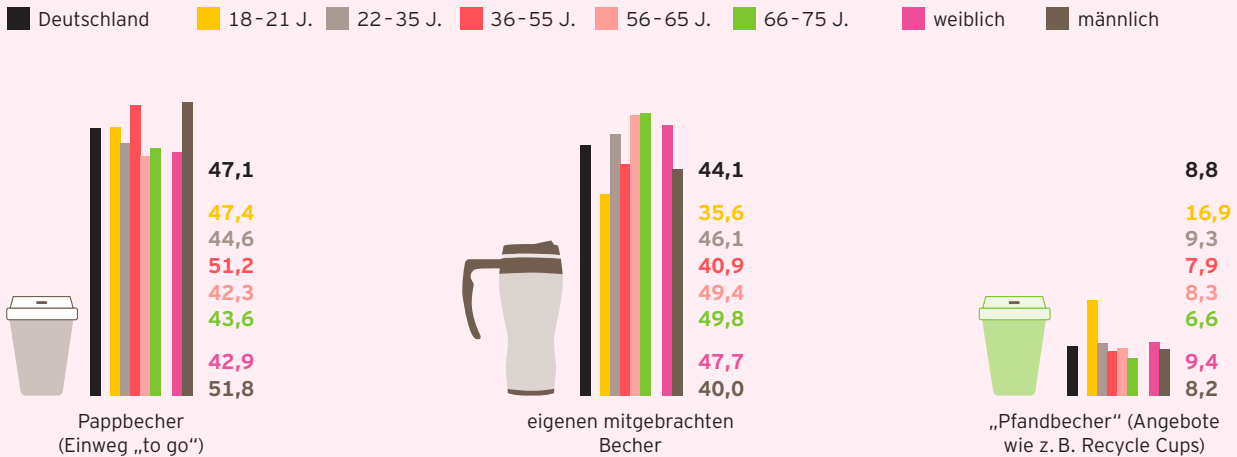
■ sehr wichtig ■ wichtig ■ weniger wichtig ■ egal



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Was nutzen Sie für Ihren Coffee to go?

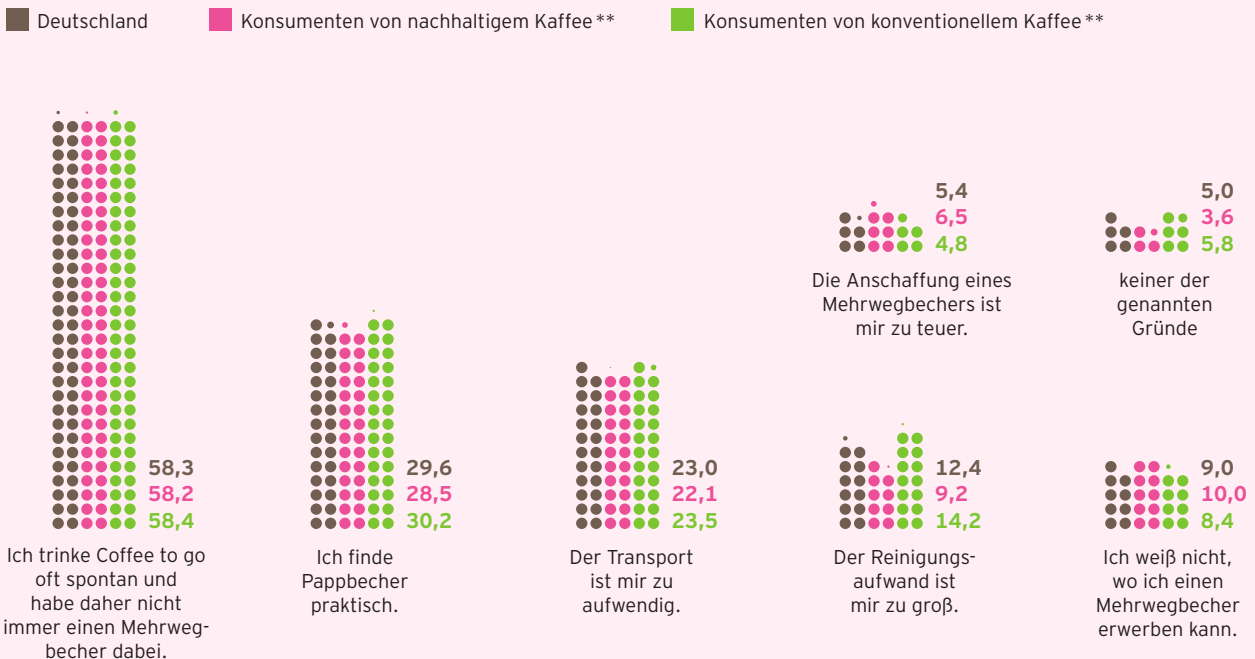
Bevorzugtes Behältnis für Coffee to go nach Alter und Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18-75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken und die Coffee to go konsumieren. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Warum verwenden Sie bisher keinen Mehrwegbecher?

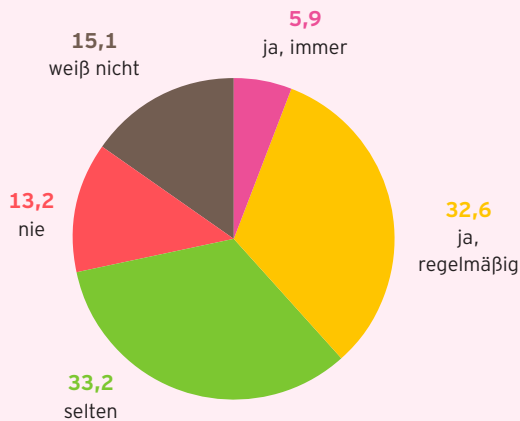
Gründe dafür, keinen Mehrwegbecher zu verwenden; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. ** Konsumenten von nachhaltigem Kaffee: Kaffeetrinker, die angaben, „immer“ oder „regelmäßig“ nachhaltigen Kaffee zu trinken; Konsumenten von konventionellem Kaffee: Kaffeetrinker, die angaben, „selten“ oder „nie“ nachhaltigen Kaffee zu trinken oder es nicht wissen. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Trinken Sie nachhaltigen Kaffee?

Häufigkeit des Konsums von nachhaltigem Kaffee (fair, ökologisch); Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.
Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Warum trinken Sie nachhaltigen Kaffee?

Gründe für das Trinken von nachhaltigem Kaffee (fair, ökologisch); Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

Ich möchte faire Löhne und gute Arbeitsbedingungen in der Kaffeeproduktion unterstützen.	91,9
Ich möchte dadurch zu einer nachhaltigen Kaffeewirtschaft beitragen.	74,7
Durch eine nachhaltige Lebensweise übernehme ich Verantwortung für nachfolgende Generationen.	62,4
Ich habe dabei ein besseres Gewissen.	61,2
Ich denke, dass nachhaltiger Kaffee gesünder ist.	28,0
Nachhaltiger Kaffee schmeckt mir besser.	20,8
Mein Arbeitgeber bietet nachhaltigen Kaffee im Büro an.	18,4
keiner der genannten Gründe	22,8

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken und die nachhaltigen Kaffee konsumieren. Mehrfachauswahl möglich.
Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

In welchen Urlaubsregionen schmeckt Ihnen der Kaffee besonders gut?

Urlaubsregionen, in denen der Kaffee besonders gut schmeckt; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



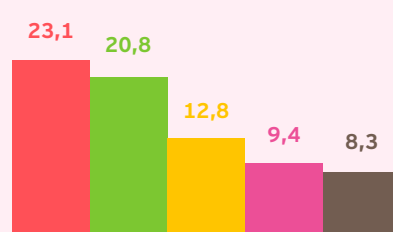
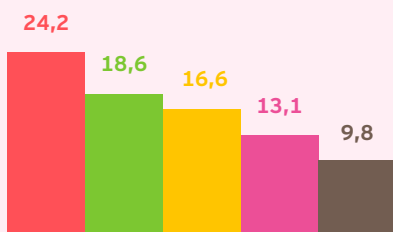
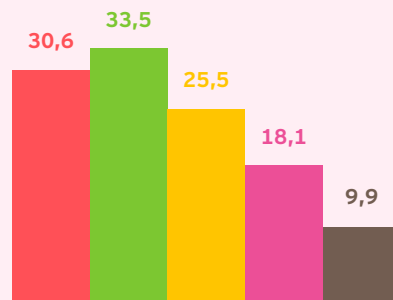
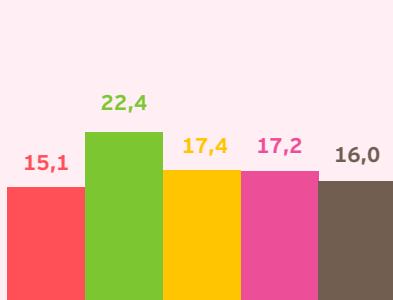
* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welchen der Aussagen stimmen Sie zu?

Zustimmung zu Aussagen zum Thema Corona-Pandemie nach Geschlecht und Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

	Deutschland	weiblich	männlich
Ich möchte häufiger mit Familie und Freunden zu Kaffee und Kuchen zusammenkommen (wenn es die Regeln zulassen).	28,6	32,4	24,8
Es fällt mir deutlich schwerer, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen.	24,8	26,7	22,9
Ich achte nun stärker auf einen gesundheitsbewussten Lebensstil.	23,0	24,7	21,4
Ich wünsche mir mehr Entspannung und „Me-Momente“ im Alltag.	22,6	26,3	18,8
Die Hochwertigkeit des Kaffees, den ich zu Hause konsumiere, ist für mich deutlich wichtiger geworden.	18,1	18,2	18,1
Ich achte nun stärker auf einen nachhaltigen Lebensstil.	17,9	19,5	16,4
Ich werde mir beim Einkaufen häufiger etwas gönnen.	15,2	15,5	14,9
Ich plane, häufiger ins Café zu gehen (wenn es die Regeln zulassen).	13,1	15,0	11,2
Ich freue mich nun mehr auf Kaffeepausen im Büro.	10,6	9,8	11,3
Ich greife jetzt eher zu günstigerem Kaffee.	9,9	9,5	10,4
nichts davon	21,7	18,5	25,0

■ 18 bis 21 Jahre
 ■ 22 bis 35 Jahre
 ■ 36 bis 55 Jahre
 ■ 56 bis 65 Jahre
 ■ 66 bis 75 Jahre

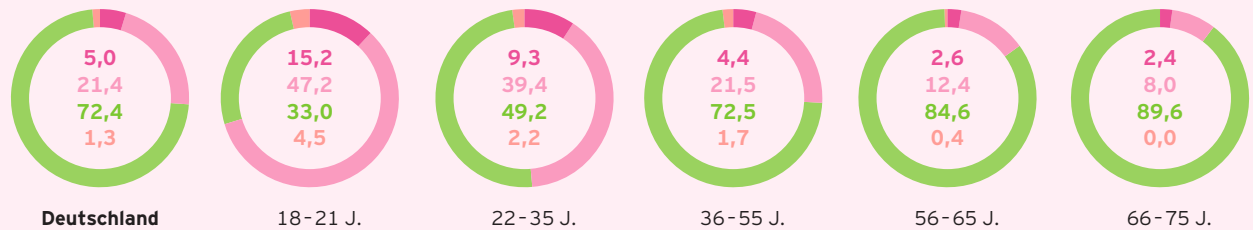


* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Wie hat sich Ihr Kaffeekonsum in der Corona-Pandemie verändert?

Veränderung des Kaffeekonsums in der Pandemie nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

- Ich trinke seit der Pandemie weniger Kaffee.
- Ich trinke seit der Pandemie mehr Kaffee.
- Mein Kaffeekonsum ist gleich geblieben.
- weiß nicht



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche Persönlichkeiten würden Sie gern mal auf einen Kaffee treffen?

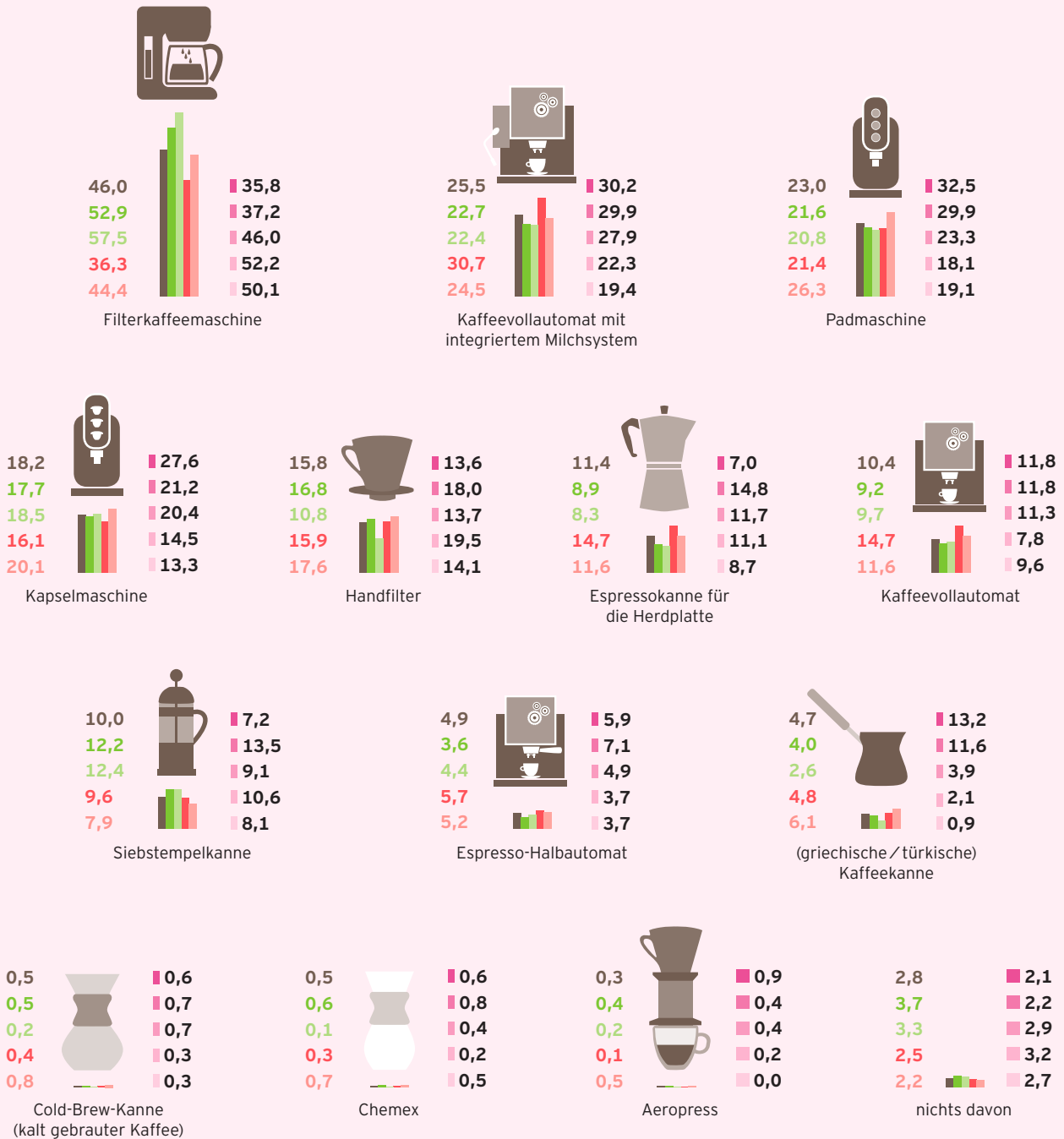
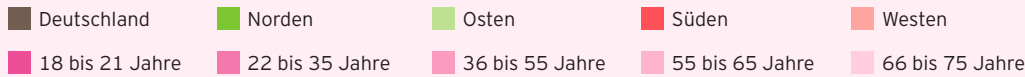
Beliebteste Prominente für eine Kaffeeverabredung nach Alter; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

	Deutschland	18-21 J.	22-35 J.	36-55 J.	56-65 J.	66-75 J.
Günther Jauch	17,2	11,9	18,2	17,2	17,0	17,2
Barbara Schöneberger	11,6	6,7	8,8	14,6	11,2	10,2
Anke Engelke	11,5	4,3	12,0	13,5	11,5	8,7
Helene Fischer	10,9	10,9	15,0	12,2	7,3	8,5
Elyas M'Barek	10,7	37,5	21,4	10,9	3,9	1,9
Karl Lauterbach	10,2	4,6	6,9	8,6	12,8	14,7
Olaf Scholz	8,5	8,9	8,7	7,7	8,2	9,9
Heidi Klum	7,6	26,9	16,3	6,9	2,6	2,1
Christian Drosten	7,4	3,3	5,8	7,4	7,8	9,2
Manuel Neuer	7,3	22,4	12,3	6,0	4,5	5,1
Annalena Baerbock	7,0	3,5	5,9	6,7	8,8	7,1
Steffen Henssler	5,7	3,9	7,5	7,2	4,7	2,6
Robert Habeck	5,7	2,6	3,0	3,7	9,5	8,3
Hansi Flick	4,6	7,3	5,4	4,6	4,7	3,0
Claus Kleber	3,4	3,9	2,3	2,5	3,4	5,8
Caren Miosga	2,3	1,2	3,3	2,2	2,1	2,1

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Auswahl von bis zu 3 Antworten möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche dieser Geräte und Maschinen benutzen Sie regelmäßig?

Kaffeemaschinennutzung nach Region* und Alter; Kaffeetrinker** von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. ** Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich.
 Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022/Statista

Welche Hilfsmittel zur Kaffeezubereitung besitzen Sie?

Besitz von Hilfsmitteln zur Kaffeezubereitung in Deutschland; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent



* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Welche der folgenden Möglichkeiten fänden Sie interessant?

Interesse an smarten Technologien nach Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; dargestellt sind die Werte 4 und 5 auf einer Skala von 1 = „Muss es für mich nicht geben“ bis 5 = „Finde ich sehr interessant“; 2022; in Prozent

	Deutschland	weiblich	männlich
Die Kaffeemaschine beginnt mit der Zubereitung des Kaffees, sobald Sie aus dem Bett aufstehen, um in den Tag zu starten.	39,4	42,7	36,1
Die Kaffeemaschine lässt sich per Sprachsteuerung bedienen.	28,3	31,2	25,5
Beim Eintreten in Ihr Stammcafé steht Ihr Lieblingskaffee frisch aufgebriht bereit.	23,9	25,1	22,6
Die Kaffeemaschine erinnert Sie an den Kaffeekauf.	23,1	25,2	21,0
die Möglichkeit, mithilfe von VR-Technologie virtuell eine Kaffeefarm / Kaffeeplantage zu besichtigen.	21,4	22,9	19,9

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Was ist Ihr erster Gedanke, wenn Sie als Gast Kaffee angeboten bekommen?

Üblicher erster Gedanke zum Geschmack des Kaffees bei Freunden oder Familie nach Geschlecht; Kaffeetrinker* von 18 bis 75 Jahren; 2022; in Prozent

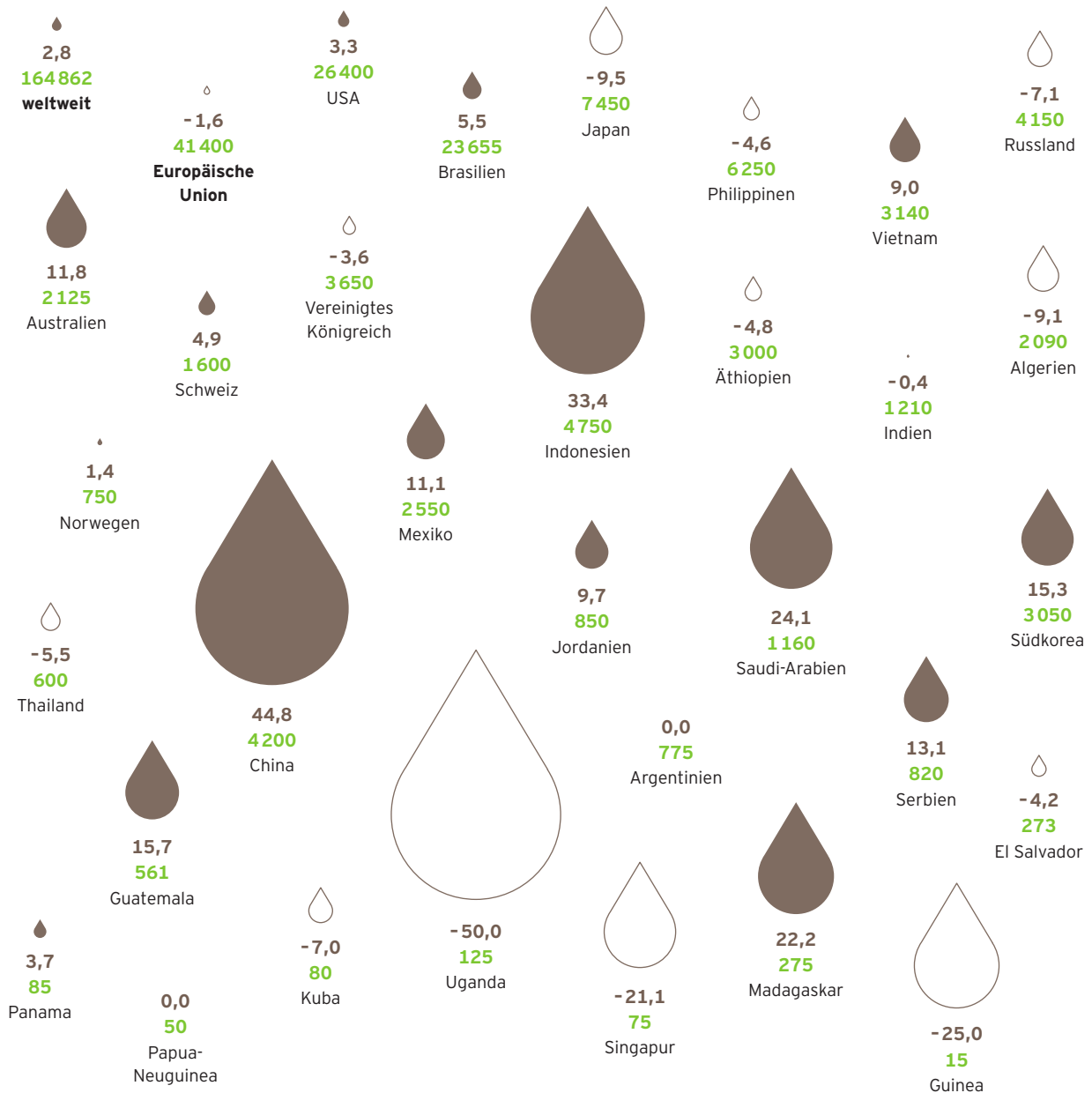
	Deutschland	weiblich	männlich
Der Kaffee schmeckt mir nicht.	3,5	3,8	3,2
Der Kaffee schmeckt in Ordnung, aber nicht so gut wie mein eigener Kaffee.	36,8	36,5	37,2
Der Kaffee schmeckt genauso gut wie mein eigener Kaffee.	38,4	39,9	36,9
Der Kaffee schmeckt mir besser als mein eigener Kaffee.	8,2	7,7	8,6
weiß nicht.	13,1	12,1	14,1

* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2022 / Statista

Wie viel wir weltweit konsumieren - heute und gestern

Kaffeeconsum nach ausgewählten Ländern; weltweit; Erntejahr* 2021/22 und Veränderung des Kaffeeconsums zwischen 2017/18 und 2021/22; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken

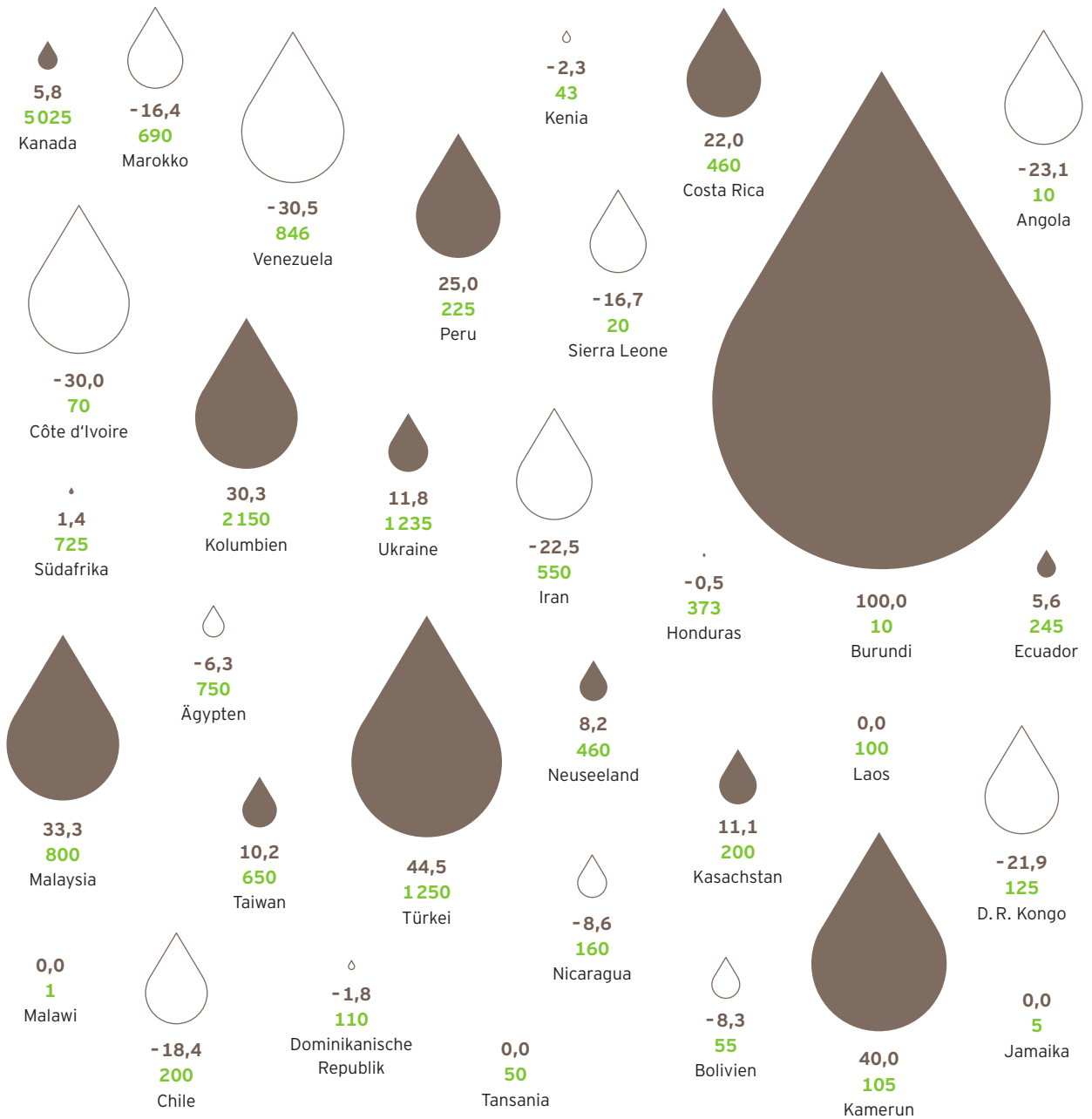
■ 2021/22 ■ Veränderung zwischen 2017/18 und 2021/22 in Prozent



* Erntejahre beginnen je nach Anbauregion mit dem 1. April, 1. Juli oder 1. Oktober eines jeden Jahres und dauern von dort an 12 Monate.
Quelle: United States Department of Agriculture

„Die Zukunft soll man nicht voraussehen wollen, sondern möglich machen.“

(Antoine de Saint-Exupéry)



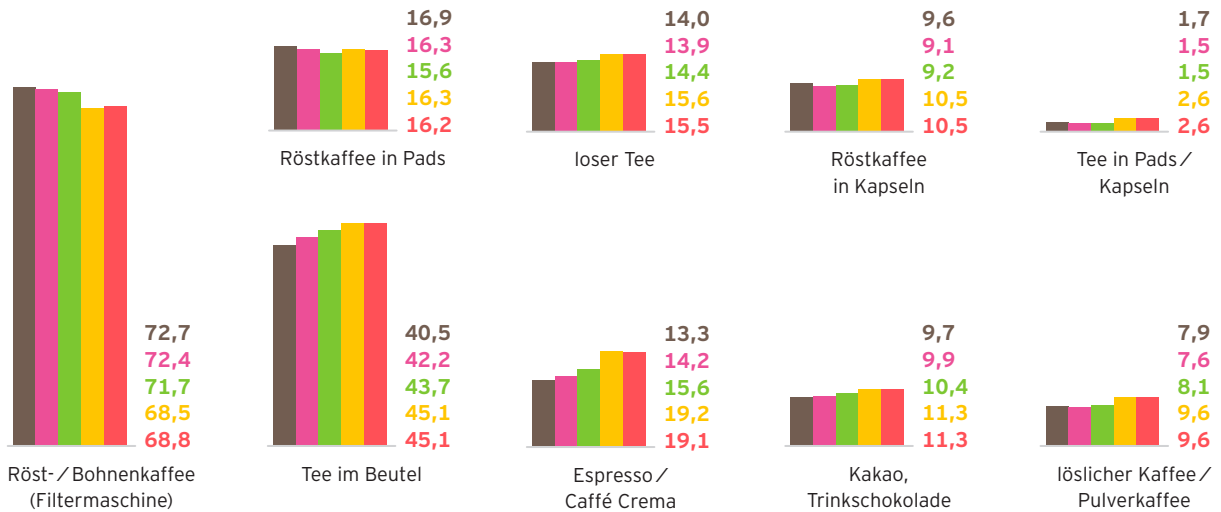
„Hindernisse und Schwierigkeiten sind Stufen, auf denen wir in die Höhe steigen.“

(Friedrich Nietzsche)

Was wir am liebsten trinken

Beliebteste Kaffee- und Teegetränke* in Deutschland; in Prozent

■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 ■ 2022



* Konsum mindestens wöchentlich. Quellen: IFAK, GfK Media and Communication Research, forsa marplan, Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA)

Wie viel der Einzelne kauft

Pro-Kopf-Absatz von Kaffee* in ausgewählten Ländern; 2021; in Kilogramm

Luxemburg	11,1
Niederlande	8,2
Finnland	8,2
Schweden	7,7
Dänemark	7,4
Norwegen	6,8
Österreich	6,6
Kanada	5,8
Libanon	5,7
Island	5,4
Deutschland	5,4
Brasilien	5,4
Belgien	5,1
Italien	4,9
Schweiz	4,8

* einschließlich Röstkaffee und Instantkaffee. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

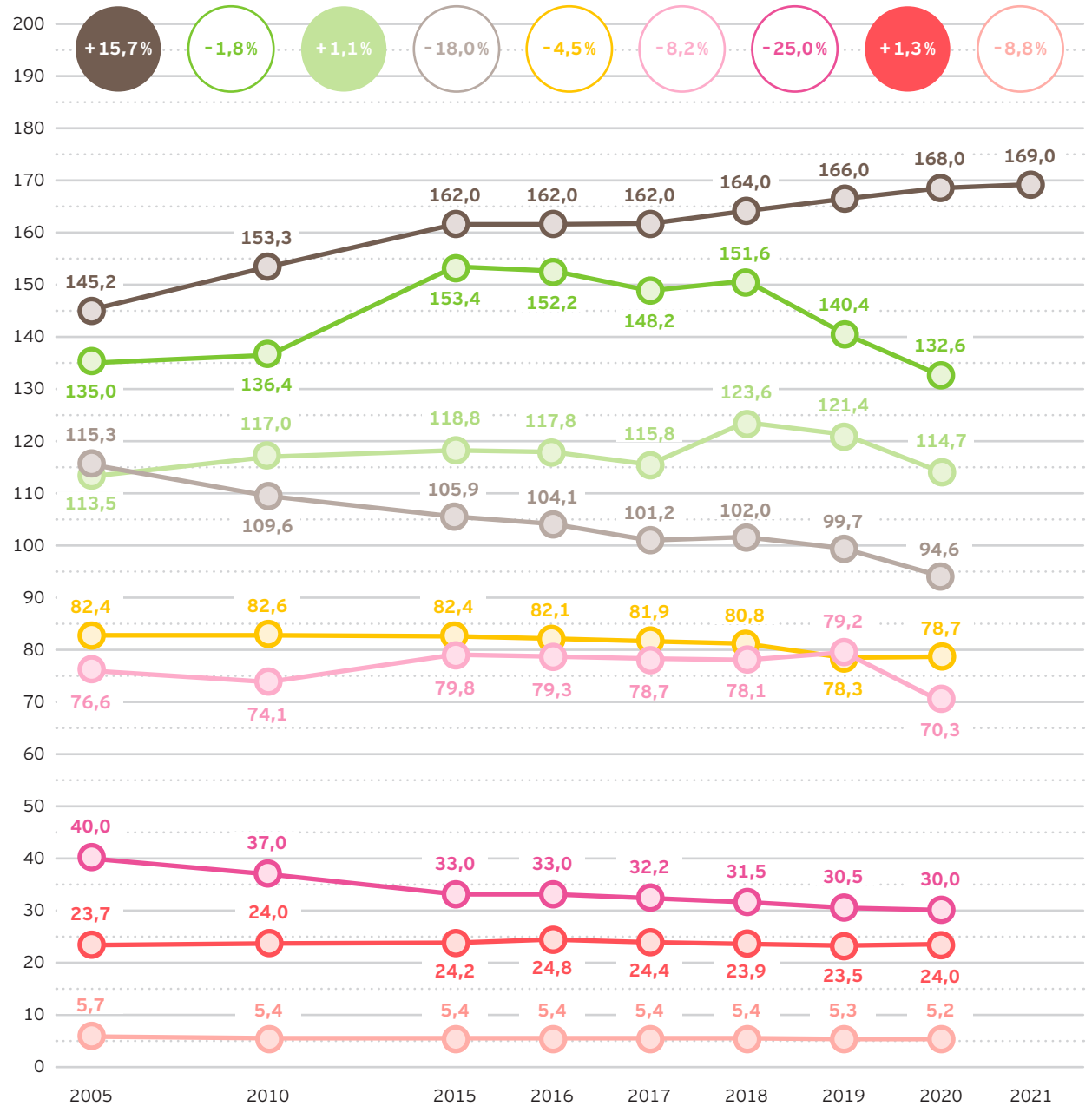
„Unsere größte Schwäche liegt im Aufgeben. Der sicherste Weg zum Erfolg ist immer, es noch einmal zu versuchen.“

(Thomas Alva Edison)

Wie viel wir wovon trinken

Pro-Kopf-Konsum von Getränken in Deutschland; in Liter*

■ Bohnenkaffee
 ■ Mineral-, Quell- und Tafelwasser
 ■ Erfrischungsgetränke
 ■ Bier
 ■ Milch
 ■ Tee
■ Fruchtsäfte, Fruchtnektare
■ Wein und Schaumwein
■ Spirituosen und Spirituosenmischgetränke
● Veränderung



* Bohnenkaffee: Berechnet auf 35 Gramm Röstkaffee pro Liter. Tee: Berechnet auf 9 Gramm Tee pro Liter; umfasst Schwarzen, Kräuter- sowie Früchte- und Grüntee. Milch: Frischmilcherzeugnisse (Konsummilch ohne Industriemilch, Sauermilch und Milchlischgetränke).
 Quellen: Statistisches Bundesamt; BLE; diverse Quellen (Verbände der Getränke-Industrie); Deutsches Weininstitut

„Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Schutzmauern, die anderen bauen Windmühlen.“

(chinesische Weisheit)

Wie viel Röstkaffee wir kaufen - weltweit

Pro-Kopf-Absatz von Röstkaffee; weltweit; in Kilogramm *

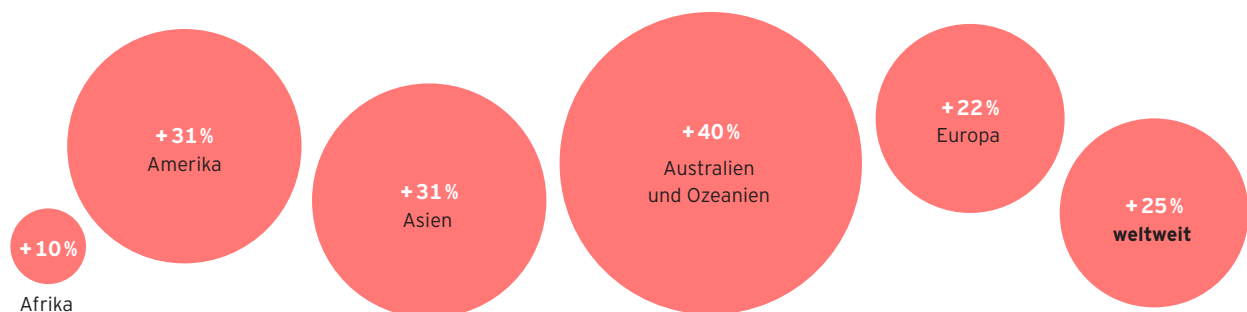
	2021	2025	prognostizierte Veränderung 2021 - 2025
Afrika	0,30	0,31	5%
Nordafrika	0,62	0,65	4%
Zentralafrika	0,63	0,68	9%
westliches Afrika	0,08	0,09	7%
südliches Afrika	0,16	0,16	1%
östliches Afrika	0,27	0,28	4%
Amerika	2,72	2,98	9%
Nordamerika	2,67	2,81	5%
Südamerika	3,02	3,44	14%
Zentralamerika	1,81	1,93	7%
Karibik	1,52	1,61	6%
Asien	0,15	0,17	12%
südliches Asien	0,03	0,03	17%
westliches Asien	0,61	0,63	4%
südöstliches Asien	0,42	0,48	14%
östliches Asien	0,12	0,13	11%
Zentralasien	0,18	0,23	24%
China	0,02	0,02	29%
Australien und Ozeanien	0,56	0,68	21%
Europa	2,18	2,25	3%
Südeuropa	2,26	2,42	7%
Osteuropa	0,73	0,79	9%
Mittel- und Westeuropa	2,77	2,72	-2%
Nordeuropa	6,51	6,79	4%
weltweit	0,75	0,79	6%

* modellierte Daten inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

Was uns Röstkaffee wert ist - weltweit

Pro-Kopf-Ausgaben für Röstkaffee; weltweit; in Euro *

■ prognostizierte Veränderung 2021 - 2025



* modellierte Daten inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

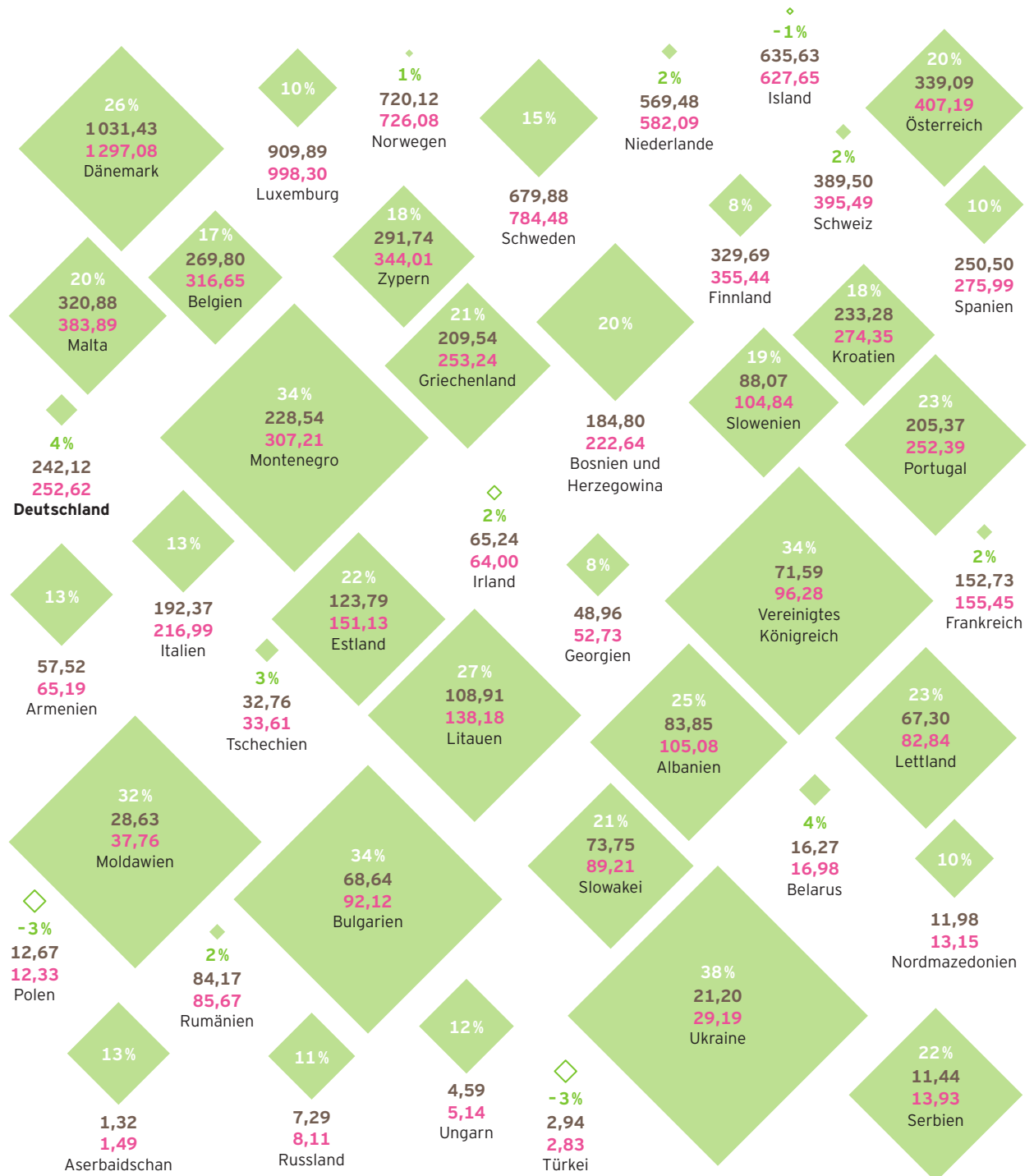
„Zwei Dinge sind zu unserer Arbeit nötig: unermüdliche Ausdauer und die Bereitschaft, etwas, in das man viel Zeit und Arbeit gesteckt hat, wieder wegzuwerfen.“

(Albert Einstein)

Was uns Röstkaffee wert ist - in Europa

Pro-Kopf-Ausgaben für Röstkaffee; Europa; in Euro *

◆ 2021 ◆ 2025 ◆ prognostizierte Veränderung 2021-2025



* modellierte Daten inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

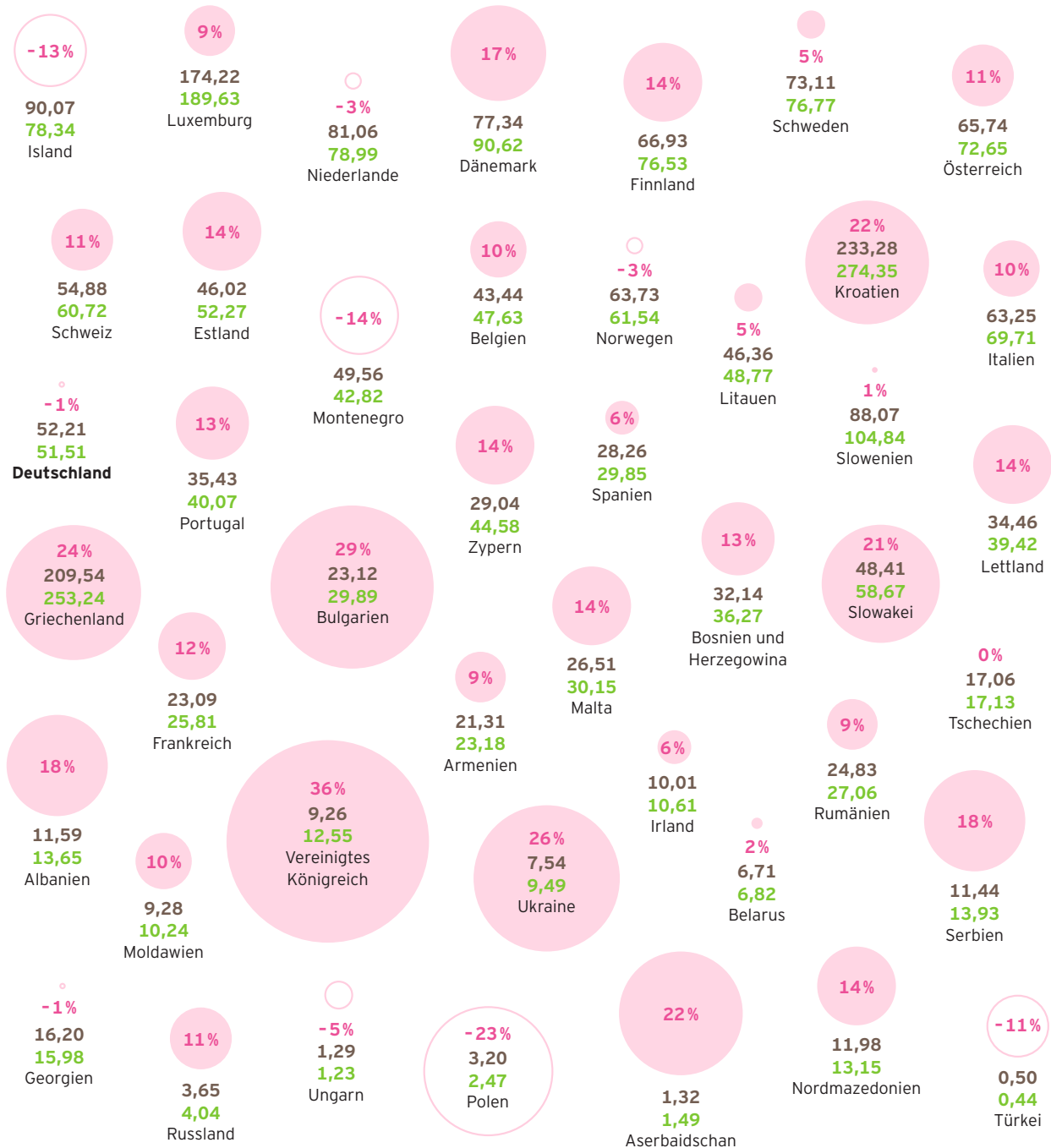
„Man darf niemals ‚zu spät‘ sagen. Auch in der Politik ist es niemals zu spät.
Es ist immer Zeit für einen neuen Anfang.“

(Konrad Adenauer)

Was uns Röstkaffee für zu Hause wert ist - in Europa

Pro-Kopf-Ausgaben für Röstkaffee für den Gebrauch zu Hause; Europa; in Euro*

● 2021 ● 2025 ● prognostizierte Veränderung 2021 - 2025



* modellierte Daten. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Je üppiger die Pläne blühen, umso verzwickter wird die Tat.“
(Erich Kästner)

Wieviel Röstkaffee wir für zu Hause kaufen - weltweit

Pro-Kopf-Absatz von Röstkaffee für den Gebrauch zu Hause; weltweit; in Kilogramm *

	2021	2025	prognostizierte Veränderung 2021 - 2025
Afrika	0,27	0,28	4%
Nordafrika	0,52	0,53	2%
Zentralafrika	0,59	0,64	9%
westliches Afrika	0,08	0,08	6%
südliches Afrika	0,15	0,15	0%
östliches Afrika	0,24	0,25	4%
Amerika	2,19	2,32	6%
Nordamerika	2,13	2,17	2%
Südamerika	2,46	2,72	11%
Zentralamerika	1,44	1,50	4%
Karibik	1,13	1,15	2%
Asien	0,12	0,13	8%
südliches Asien	0,02	0,03	14%
westliches Asien	0,51	0,51	0%
südöstliches Asien	0,33	0,36	11%
östliches Asien	0,08	0,08	6%
Zentralasien	0,16	0,20	22%
China	0,00	0,00	39%
Australien und Ozeanien	0,43	0,50	18%
Europa	1,71	1,70	-1%
Südeuropa	1,55	1,57	1%
Osteuropa	0,63	0,67	7%
Mittel- und Westeuropa	2,27	2,18	-4%
Nordeuropa	5,21	5,25	1%
weltweit	0,60	0,61	3%

* modellierte Daten. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

Was uns Röstkaffee für zu Hause wert ist - weltweit

Pro-Kopf-Ausgaben für Röstkaffee für den Gebrauch zu Hause; weltweit; in Euro *

■ prognostizierte Veränderung 2021 - 2025



* modellierte Daten. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Nicht weil es schwer ist, wagen wir es nicht, sondern weil wir es nicht wagen, ist es schwer.“

(Lucius Annaeus Seneca)

Wie viel Instantkaffee wir kaufen - weltweit

Pro-Kopf-Absatz von Instantkaffee; weltweit; in Kilogramm *

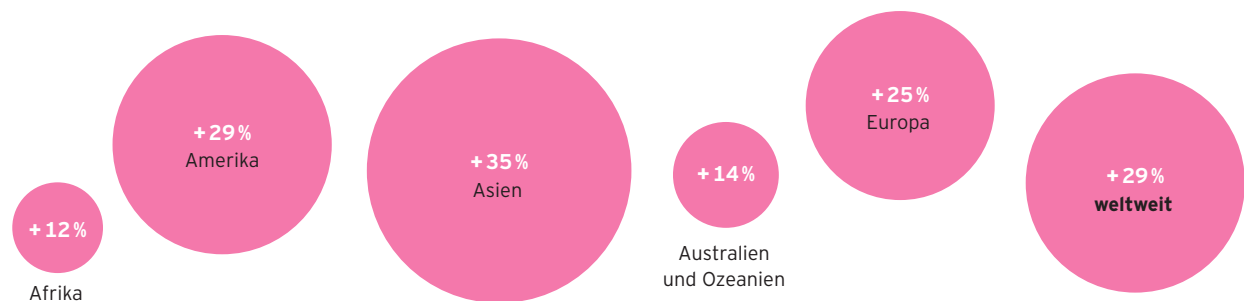
	2021	2025	prognostizierte Veränderung 2021 - 2025
Afrika	0,09	0,10	6%
Nordafrika	0,17	0,18	6%
Zentralafrika	0,17	0,19	12%
westliches Afrika	0,02	0,02	10%
südliches Afrika	0,24	0,24	1%
östliches Afrika	0,07	0,08	8%
Amerika	0,28	0,30	7%
Nordamerika	0,35	0,37	6%
Südamerika	0,23	0,25	10%
Zentralamerika	0,19	0,20	4%
Karibik	0,16	0,16	3%
Asien	0,15	0,17	10%
südliches Asien	0,02	0,03	17%
westliches Asien	0,37	0,40	8%
südöstliches Asien	0,43	0,47	10%
östliches Asien	0,16	0,17	9%
Zentralasien	0,21	0,25	19%
China	0,04	0,04	20%
Australien und Ozeanien	1,01	0,96	-5%
Europa	0,53	0,55	5%
Südeuropa	0,33	0,34	4%
Osteuropa	0,53	0,58	9%
Mittel- und Westeuropa	0,67	0,69	3%
Nordeuropa	0,36	0,38	4%
weltweit	0,21	0,22	6%

* modellierte Daten. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

Was uns Instantkaffee wert ist - weltweit

Pro-Kopf-Ausgaben für Instantkaffee; weltweit; in Euro *

■ prognostizierte Veränderung 2021 - 2025



* modellierte Daten inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

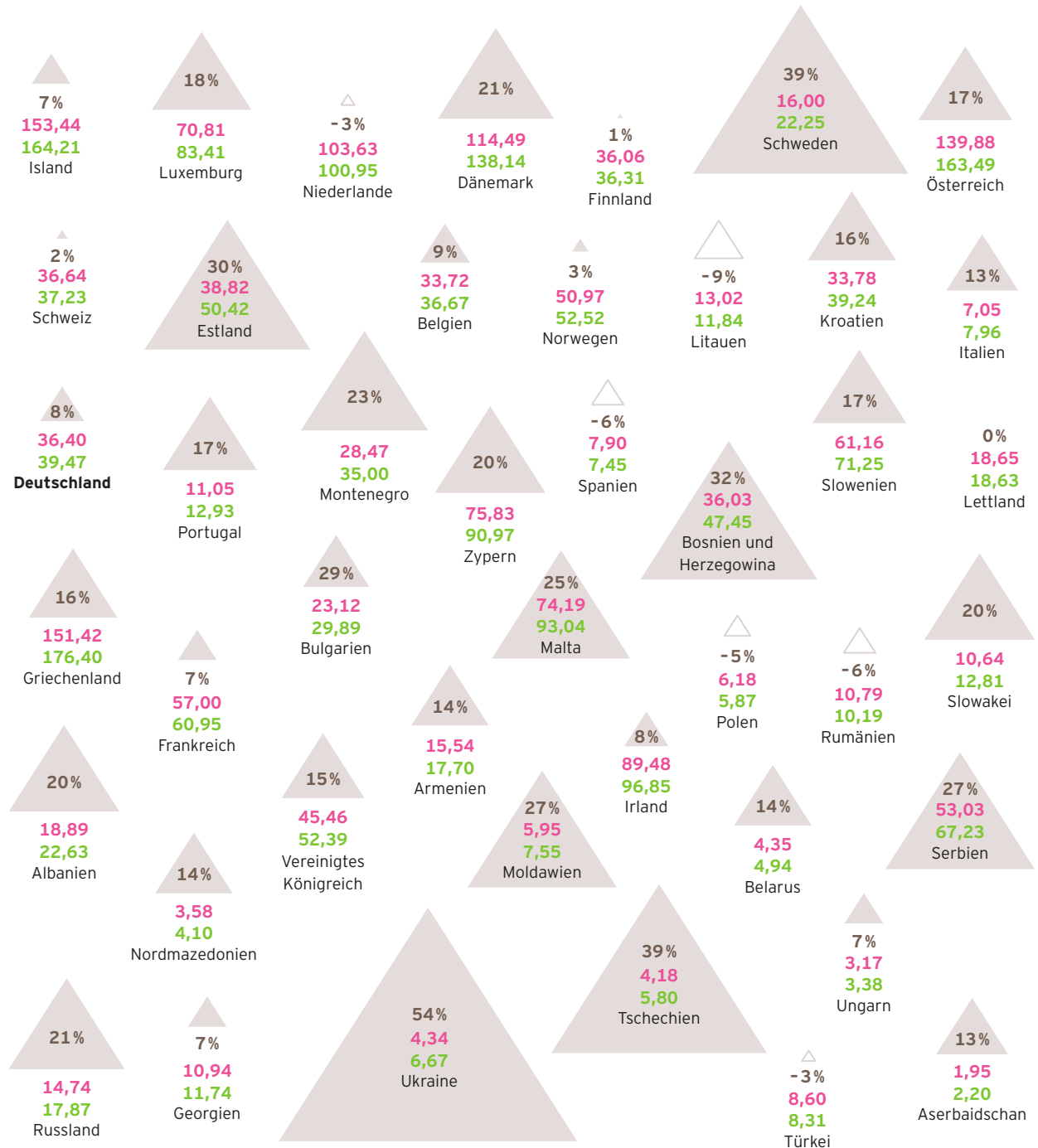
„Die meisten großen Taten, die meisten großen Gedanken haben einen belächelnswerten Anfang.“

(Albert Camus)

Was uns Instantkaffee wert ist - in Europa

Pro-Kopf-Ausgaben für Instantkaffee; Europa; in Euro *

▲ 2021 ▲ 2025 ▲ prognostizierte Veränderung 2021-2025



* modellierte Daten inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

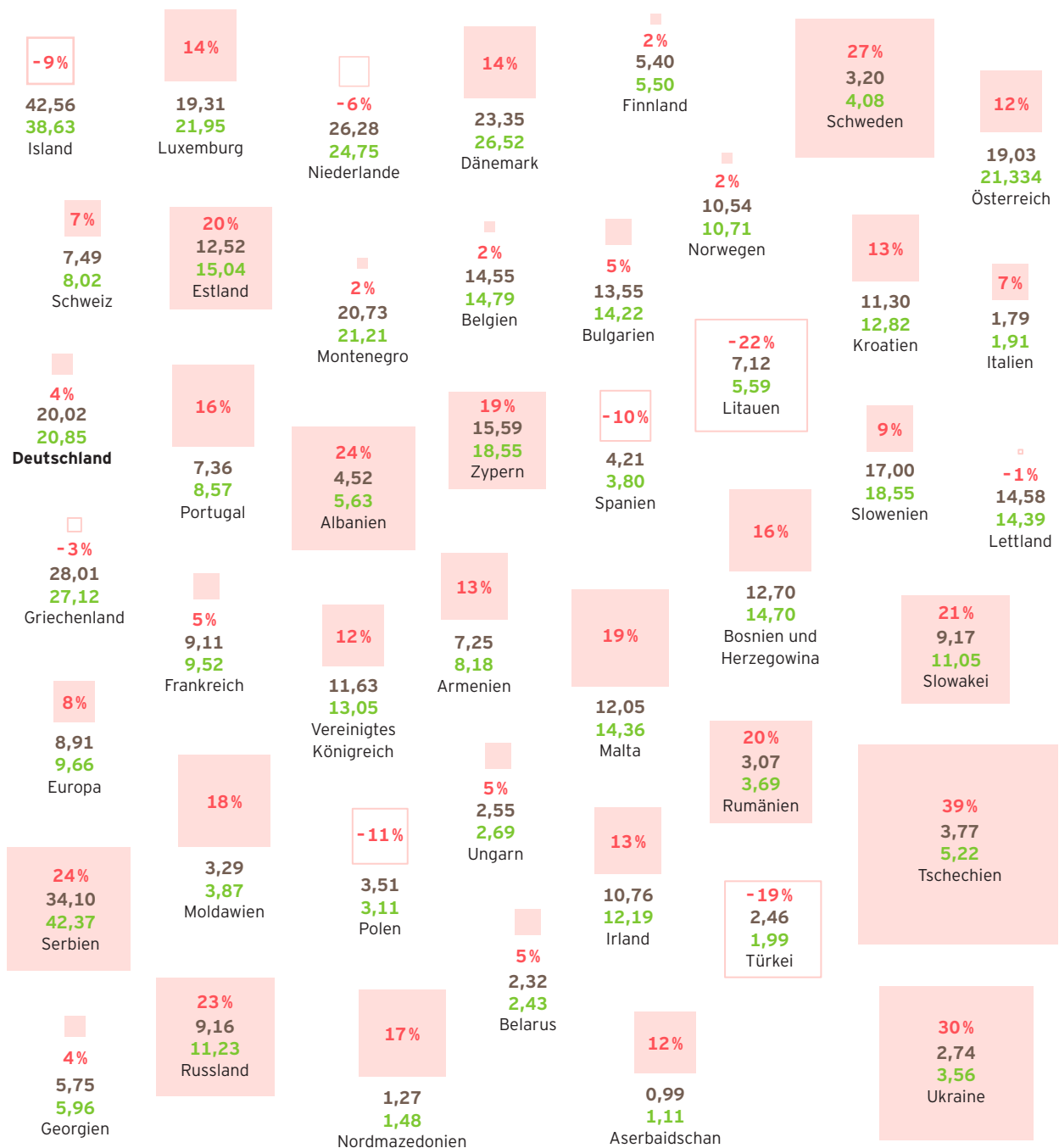
„Die Ideen sind nicht verantwortlich für das, was die Menschen aus ihnen machen.“

(Werner Heisenberg)

Was uns Instantkaffee für zu Hause wert ist - in Europa

Pro-Kopf-Ausgaben von Instantkaffee für den Gebrauch zu Hause; Europa; in Euro*

■ 2021 ■ 2025 ■ prognostizierte Veränderung 2021 - 2025



* modellierte Daten. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Egal wie weit der Weg ist, man muss den ersten Schritt tun.“

(Mao Tse-tung)

Schweden lieben Filterkaffee, Italiener lieben Espresso

Beliebteste Kaffee-Art in ausgewählten Ländern; Kaffeetrinker; weltweit; 2021; in Prozent *

	Deutschland	China	Italien	Schweden	Vereinigtes Königreich	USA
Filterkaffee	31	8	2	54	6	36
Caffè Crema	20	8	3	2	3	2
Cappuccino	13	27	12	9	16	11
Latte macchiato, Flat Whites u. Ä.	13	16	11	5	19	6
Espresso	8	9	61	7	7	6
Instantkaffee	4	18	2	8	28	9
Eiskaffee	4	4	1	3	5	10
Cold Brew	1	5	2	1	2	6
andere	2	2	2	5	5	4
keine bevorzugte Kaffee-Art	6	4	4	7	8	10

* Durch Rundungen können die Summen 100% unterschreiten oder übersteigen. Quelle: Statista Consumer Outlook

Am liebsten im Alter

Anteil der Personen, die mindestens einmal die Woche Kaffee trinken / Kuchen essen; Deutschland; 2021; in Prozent *

junge Erwachsene (18-24 Jahre)	32
Ledige (25-49 Jahre)	55
Paare (25-49 Jahre)	57
Familien mit Kindern bis 15 Jahre (25-49 Jahre)	64
Jungsenioren (50-64 Jahre)	67
Ruheständler (65+ Jahre)	68

Quelle: BAT Stiftung für Zukunftsfragen

Am liebsten mit Gebäck

Dinge, die zu einer Tasse Kaffee passen; Deutschland; 2021; in Prozent *

Gebäck, Kuchen	62
ein Moment der Stille	50
ein gutes Gespräch	45
Radio, Musik	33
eine Zigarette	31
etwas zu lesen	29
Smartphone	26

* Mehrfachnennung möglich.

Quelle: Statista Global Consumer Survey

Am liebsten normal und mild

Kriterien beim Kaffeegenuss: Worauf achten Sie beim Kaffeegenuss bzw. bei Ihrer Kaffeesorte?; Deutschland; 2021; in Prozent

normale Röstung	48,9
milde Röstung	23,2
kräftige Röstung	15,3
magenfreundlich	12,8
koffeinfrei	6,5
trinke keinen Kaffee	9,4
nichts davon	7,0
keine Angabe	0,9

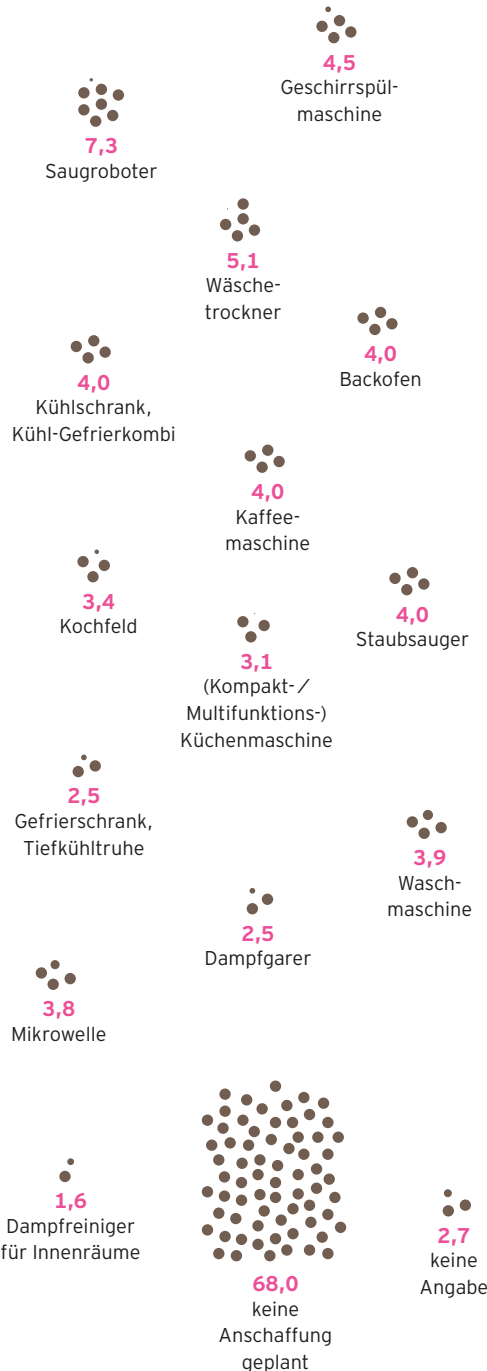
Quelle: VDZ Zielgruppenfinder

„Ein gerader Weg führt immer nur ans Ziel.“

(André Gide)

Wir planen ...

Kaufabsicht für ausgewählte Haushaltsgeräte in den nächsten 24 Monaten; Deutschland; 2021; in Prozent



Quelle: Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA)

Wir investieren ...

Investitionsbereitschaft für Kaffeemaschine und Kaffeevollautomat; Deutschland; 2021; in Prozent

Kaffeemaschine

unter 50 Euro	18,8
50 bis unter 100 Euro	32,0
100 bis unter 150 Euro	15,1
150 bis unter 200 Euro	8,1
200 bis unter 300 Euro	4,0
300 bis unter 500 Euro	2,4
500 bis unter 1000 Euro	0,9
1000 Euro und mehr	0,2
Kauf kommt nicht infrage	18,2
keine Angabe	0,4

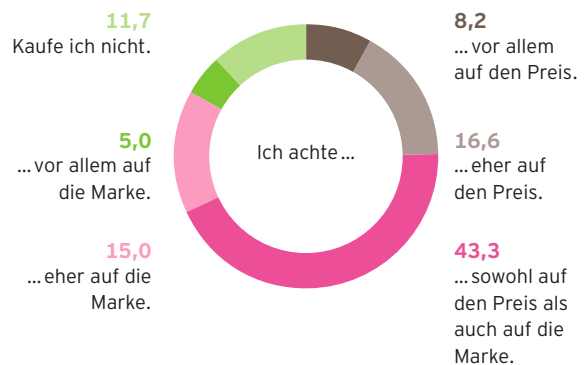
Kaffeevollautomat

unter 50 Euro	1,6
50 bis unter 100 Euro	3,6
100 bis unter 150 Euro	5,1
150 bis unter 200 Euro	6,5
200 bis unter 300 Euro	9,4
300 bis unter 500 Euro	12,9
500 bis unter 1000 Euro	9,8
1000 Euro und mehr	2,8
Kauf kommt nicht infrage	48,0
keine Angabe	0,3

Quelle: VDZ Zielgruppenfinder

Wir entscheiden ...

Beachtung von Marke und Preis beim Kaffeemaschinenkauf; Deutschland; 2021; in Prozent



Quelle: VDZ Zielgruppenfinder

„Die Zeit verwandelt uns nicht, sie entfaltet uns nur.“

(Max Frisch)

Wir trinken kalt

Zahl der Konsumenten von Eiskaffee oder anderen Kaffee-Kaltgetränken; Deutschland; in Millionen

	2012	2014	2016	2018	2020	2022	Veränderung 2012-2022
täglich	0,5	0,6	0,4	0,4	0,6	0,5	-6%
mehrmals pro Woche	0,9	1,0	1,0	0,8	0,9	1,5	68%
ca. einmal pro Woche	1,4	1,4	1,4	1,3	1,5	1,6	14%
mehrmals pro Monat	3,4	3,0	3,3	3,8	3,9	4,2	23%
ca. einmal pro Monat	3,6	3,5	3,7	4,3	4,7	5,2	44%
seltener	14,8	13,4	13,8	12,4	14,2	14,4	-2%
nie	45,3	46,5	44,8	46,4	44,3	42,6	-6%
keine Angabe	0,5	0,9	1,0	0,7	0,6	0,2	-50%

Anteil der Konsumenten, die mindestens einmal im Monat Eiskaffee oder ein anderes Kaffee-Kaltgetränk tranken, in Prozent:



Anteil der Konsumenten, die seltener oder nie Eiskaffee oder ein anderes Kaffee-Kaltgetränk tranken, in Prozent:



Quelle: Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA)

Wir trinken warm

Konsum von Frühstückstränken im Vergleich; Deutschland; 2021; in Prozent

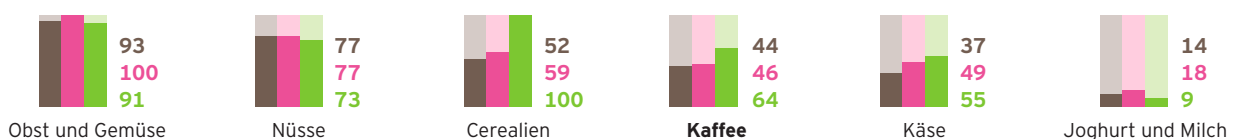
	Bio-Käufer	Gesamtbevölkerung	Vegetarier
koffeinhaltiger Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads, Kapseln oder löslich)	46,8	43,5	42,7
Tee in Aufgussbeuteln	29,8	25,9	30,2
kalte Kaffeegetränke, z. B. aus dem Kühlregal	11,0	10,8	12,1
Kakao, Kakaogetränke	10,6	9,2	10,5
koffeinfreier Kaffee (gemahlen, ganze Bohnen, Pads, Kapseln oder löslich)	6,0	4,7	4,8

Quelle: IfD Allensbach

Wir akzeptieren ...

Akzeptanz unverpackter Produkte nach Warengruppe und Ort des Kaufs; Deutschland; 2021; Anteil der Zustimmungenden in Prozent

■ Discounter ■ Supermarkt ■ Bio-Markt



Quelle: DHBW Heilbronn

„Geniere dich vor dir selbst; das ist der Anfang aller Vorzüglichkeit.“

(Marie von Ebner-Eschenbach)

Sprung ins Blaue

Was hat Bestand, worauf kann ich verzichten? Nicht nur in Krisen müssen wir uns entscheiden. Das Leben lässt uns immer wieder neu anfangen und stellt uns vor die Wahl. Thorsten Pachur, Entscheidungsforscher an der Technischen Universität in München, erklärt, wie wir uns in unserer komplexen, sich ständig verändernden Welt besser zurechtfinden können.

Interview: Gesine Braun

Illustration: Jindrich Novotny

Herr Pachur, zahllose Möglichkeiten machen uns heute das Leben schwer. Wie trifft man eine gute Entscheidung?

So etwas wie ein allgemeingültiges Rezept für eine richtige Wahl gibt es nicht. Jeder von uns kennt das Gefühl, sich partout nicht entscheiden zu können - und jeder weiß auch, wie gut es sich dann anfühlt, einen Beschluss gefasst zu haben.

Es gibt Entscheidungen, die sich später als richtig herausstellen und andere, die man bereut. Keiner von uns weiß, ob sie oder er vorab genügend abgewogen hat oder die Aufmerksamkeit vielleicht doch noch auf ein anderes Detail hätte lenken sollen. Jeder Entscheidung wohnt ein Moment des Loslassens und des Risikos inne.

Wie kommen wir Menschen überhaupt zu einer Entscheidung?

In der Forschung sprechen wir von einem Exploration-Exploitation-Dilemma, also der Spannung zwischen der Informationssuche und dem Schöpfen aus dem vorhandenen Wissen. Natürlich ist es sinnvoll, insbesondere vor großen Entscheidungen, zunächst einmal möglichst viele Informationen zu sammeln, um eine gute Grundlage für den eigenen Auswahlprozess zu schaffen. Doch je mehr ich weiß, desto mehr verstehe ich auch, was ich noch nicht weiß - das gilt auch beim Entscheiden.

Deshalb kommt immer irgendwann ein Punkt, an dem man mit dem Recherchieren aufhören muss - auch wenn man zu diesem Zeitpunkt noch nicht weiß, wie das Ergebnis dieser Entscheidung aussehen wird. Wie lang der Weg zwischen Zweifel und Entscheidung ist und wodurch dieser Moment ausgelöst wird, ist individuell höchst unterschiedlich und auch situationsabhängig.

Vermutlich hängt das doch auch von der Art der Entscheidung ab, oder? Die Frage, was ich mir zum Abendessen koche, wiegt schließlich weniger schwer als die Wahl eines neuen Jobs.

Richtig, es gibt unterschiedliche Arten von Entscheidungen. Aber wenn man sich Entscheidungsprozesse genauer anschaut, kann man doch schnell ähnliche Muster erkennen: Im ersten Schritt einer Entscheidung geht es darum, zu schauen, welche Optionen es gibt. Im zweiten Schritt werden die bewertet und an ihren Konsequenzen bemessen. Erst in Schritt drei kommt es zur Entscheidung für die in dem Moment von uns am besten bewertete Option.





Warum tun wir uns mit dem Prozess dennoch so oft schwer? Aus Furcht vor den Konsequenzen, den Folgen unseres Handelns?

Weil wir Menschen und keine Maschinen sind. Unsere Bewertungen sind immer subjektiv. Manchmal sind wir unter Zeitdruck oder haben schlecht geschlafen, dann wieder werden wir von unseren Vorurteilen, Ängsten und Assoziationen beeinflusst. Es gibt vieles, das Auswirkungen darauf hat, wie wir unsere Optionen bewerten.

Gestresste Menschen hadern manchmal mit den einfachsten Entscheidungen: Nehme ich Kuh- oder Hafermilch in meinen Kaffee? Die große oder die kleine Portion? Auch die Tageszeit macht einen Unterschied, das gilt übrigens insbesondere für ältere Menschen. Am Morgen nehmen wir uns doch alle oft vor, am Abend wirklich mal früh ins Bett zu gehen - und nach dem Abendessen entscheiden wir uns dagegen. Je älter wir werden, desto ausgeprägter wird dieser Effekt.

Gibt es gute und schlechte Entscheider?

Unsere charakterliche Disposition spielt tatsächlich eine Rolle. Wir sprechen in der Wissenschaft vom „Indecisiveness-Faktor“ eines Menschen, den man wie den Intelligenzquotienten messen kann: Manche Menschen sind risikofreudig, andere eher risikoavers. Genau wie einige von ihrem Naturell her eher Bauchentscheider sind, während die anderen lieber kognitiv abwägen.

All das wird wiederum davon beeinflusst, wie viel bei einer Entscheidung auf dem Spiel steht. Bei Kleinigkeiten neigen alle Menschen - unabhängig von ihrem Charakter - dazu, auch mal ihren spontanen Eingebungen zu folgen. Bei großen und eher kostspieligen Entscheidungen verlieren sich die meisten von uns dagegen schnell in umfangreichen Recherchen; das Internet hat diese Tendenz noch schlimmer werden lassen. In der Forschung sprechen wir hier von einer adaptiven Rationalität.

Wieso können dann trotz all dieser Einflüsse recht stabile Prognosen über das menschliche Verhalten getroffen werden?

Ganz einfach, weil sie auf der Basis von Wahrscheinlichkeiten arbeiten und sich anschauen, wie sich Menschen in der Vergangenheit entschieden haben. Daraus ziehen sie Schlüsse auf deren zukünftige Entscheidungen.

Wenn es dabei um eine große Stichprobe geht, ist das auch durchaus valide. Bei individuellen Entscheidungen hingegen wird die Luft schnell dünn. Menschen sind zu überraschenden Kehrtwenden fähig. Da isst jemand jahr-

zehntelang Fleisch und entscheidet plötzlich, von einem Tag auf den anderen, Veganer zu werden. Genau solche scheinbar aus dem Nichts kommenden Entscheidungen interessieren mich als Wissenschaftler sehr.

Wie erklären Sie sich solche Kehrtwenden?

Extreme Entscheidungen mit radikaler Tragweite werden häufig impulsiv gefällt. Man muss allerdings genau hinschauen: Oft wirkt eine Entscheidung nur spontan, tatsächlich hat der Entscheidungsprozess aber schon viele Monate oder sogar Jahre zuvor begonnen, vielfach unbewusst. Da reicht manchmal ein winziger Auslöser, um das innere Fass zum Überlaufen zu bringen. Solche Entscheidungen werden also nicht wirklich plötzlich gefällt - sie sind das Ergebnis eines lang zuvor begonnenen inneren Prozesses.

Wenn hingegen jemand tatsächlich von heute auf morgen beschließt, seine Familie zu verlassen und auf die andere Seite der Welt zu ziehen, ohne auch nur eine Sekunde über die Konsequenzen seines Handelns nachzudenken, sollte man wachsam werden, denn das kann durchaus ein Zeichen für einen Mangel an Empathie oder eine Verhaltensstörung sein. Es gibt affektive Störungen, die mit einer Entscheidungsinkompetenz als klinische Diagnose einhergehen.

Woher weiß ich, ob ich meiner eigenen Entscheidung vertrauen kann?

Erfahrungen können helfen. Genauso wie ein geschärfter Blick. Ermutigen Sie sich selbst, auch mal gegen die eigene Routine zu entscheiden. Wie fühlt sich das an? War es bereichernd oder eher beängstigend?

Nicht nur Handlungen können durch Wiederholungen bis zu einem gewissen Grad automatisiert werden, auch Gedankenabläufe lassen sich trainieren. Wie wichtig und hilfreich das sein kann, wurde zum Beispiel in einer Studie unter jungen Medizinern untersucht.

Junge Ärzte liegen am Anfang ihrer Karriere mit ihren Diagnosen häufig falsch. Je mehr Erfahrungen sie sammeln, desto besser wird auch ihre Trefferquote. Interessanterweise flacht dieser Effekt wieder ab: Irgendwann scheint das Erfahrungswissen ausgereizt zu sein, ab einem gewissen Punkt wird man beim Entscheiden nicht besser, egal wie häufig man übt.

Und was dann?

Dann kommt das Bauchgefühl ins Spiel. Das kann man zwar nicht wirklich üben, aber man kann lernen, es zu

beachten oder ihm mehr Raum zu geben, in dem man Stressfaktoren minimiert.

In einer anderen Studie haben wir eine Gruppe von Zöllnerinnen und Zöllner in einer Urteilsaufgabe gebeten zu entscheiden, wen sie auf ihrem Posten unbehelligt passieren lassen und wen sie aufhalten und überprüfen. Dabei zeigte sich, dass häufig eine einfache Daumenregel verwendet wurde, die eine Entscheidung aufgrund eines einzigen Grundes trifft. Beispielsweise ob der Passagier mit einem Flug aus Südamerika oder aus Europa kommt oder ob er wenig oder viel Gepäck dabei hat. Nichtexpertinnen und -experten, denen wir die Entscheidungsaufgabe vorgelegt haben, verwendeten oft eine sehr viel kompliziertere Entscheidungsregel.

Gleiches konnte auch bei einer Studie in einer Gruppe von Einbrechern beobachtet werden. Hier wollten die Autoren von den Befragten wissen, woran sie festmachten, in welches Haus sie einsteigen. Je erfahrener die Diebin oder der Dieb war, desto seltener wurden als Gründe für die Entscheidung objektiv nachvollziehbare Argumente genannt, wie heruntergelassene Jalousien oder ein nicht geleerter Briefkasten.

Übung macht also auch in der Entscheidungsfindung den Meister?

Zumindest was unsere Intuition angeht. Je vertrauter wir mit einer Tätigkeit oder Situation sind, desto mehr vertrauen wir offenbar auf unser Bauchgefühl. Eine gute Intuition benötigt Erfahrung. Je häufiger wir Erfahrungen mit Entscheidungen einer bestimmten Art gemacht haben - etwa die Wahl eines Restaurants oder der Kauf eines elektronischen Geräts - und so aus den konkreten Erfahrungen und der Rückmeldung zu den Entscheidungen lernen konnten, desto besser können wir uns auf unser Bauchgefühl verlassen.

Unterliegen unsere Entscheidungen auch Moden?

Gesellschaftliche Erfahrungen haben in der Tat einen Einfluss auf das Entscheidungsverhalten von Menschen. Einige Studien haben inzwischen zum Beispiel belegt, dass die Erfahrung von Armut oder Krieg einen Einfluss auf das Risikoverhalten ganzer Generationen hat. Die Erfahrung der Unsicherheit hat augenscheinlich eine signifikante Wirkung, die auch zu generationalen Erfahrungen führt.

Recht deutlich konnte man diesen Effekt nach dem Mauerfall beobachten. Damals haben sich in Ostdeutschland viele Paare zunächst gegen die Gründung einer

Familie entschieden - die Angst vor der wirtschaftlichen Unsicherheit war einfach zu groß.

Was raten Sie bei besonders schwierigen Entscheidungen?

Schreiben Sie Pro- und Kontra-Listen, machen Sie sich klar, welchen Einflüssen Sie ausgesetzt sind, setzen Sie sich ein zeitliches Limit. Das heißt nicht, dass Sie die Gründe für und gegen eine Entscheidung abzählen sollten, um eine Entscheidung zu treffen. Vielmehr kann Ihnen eine Liste mit den Vor- und Nachteilen bewusst machen, welche Folgen eine Entscheidung haben kann und welche Folgen Ihnen am wichtigsten sind.

Überlegen Sie vor dem Entscheiden, was Ihr eigentliches Ziel ist. Wollen Sie einfach eine Veränderung? Mehr Muße? Inspiration? Schauen Sie sich nicht nur die positiven Seiten der einzelnen Optionen an, sondern auch die negativen. Nehmen Sie sich vor, bis wann Sie sich entscheiden wollen - und schließen Sie danach auch Ihren Frieden damit. Am Ende geht es doch vor allem darum, einen Weg zu wählen, nicht mit sich zu hadern und dann das Beste daraus zu machen. //



Der Mensch

Die beste Entscheidung seines Lebens, sagt Thorsten Pachur, sei die gewesen, nach der Schule mit ein paar Freunden nach England zu gehen, um dort als Amateur-Band durch die Underground-Clubs zu tingeln. Heute arbeitet er als Professor für Behavioral Research Methods an der Technischen Universität München, wo er sich vor allem mit den kognitiven und affektiven Grundlagen von Urteilen und Entscheiden beschäftigt.

Der Test

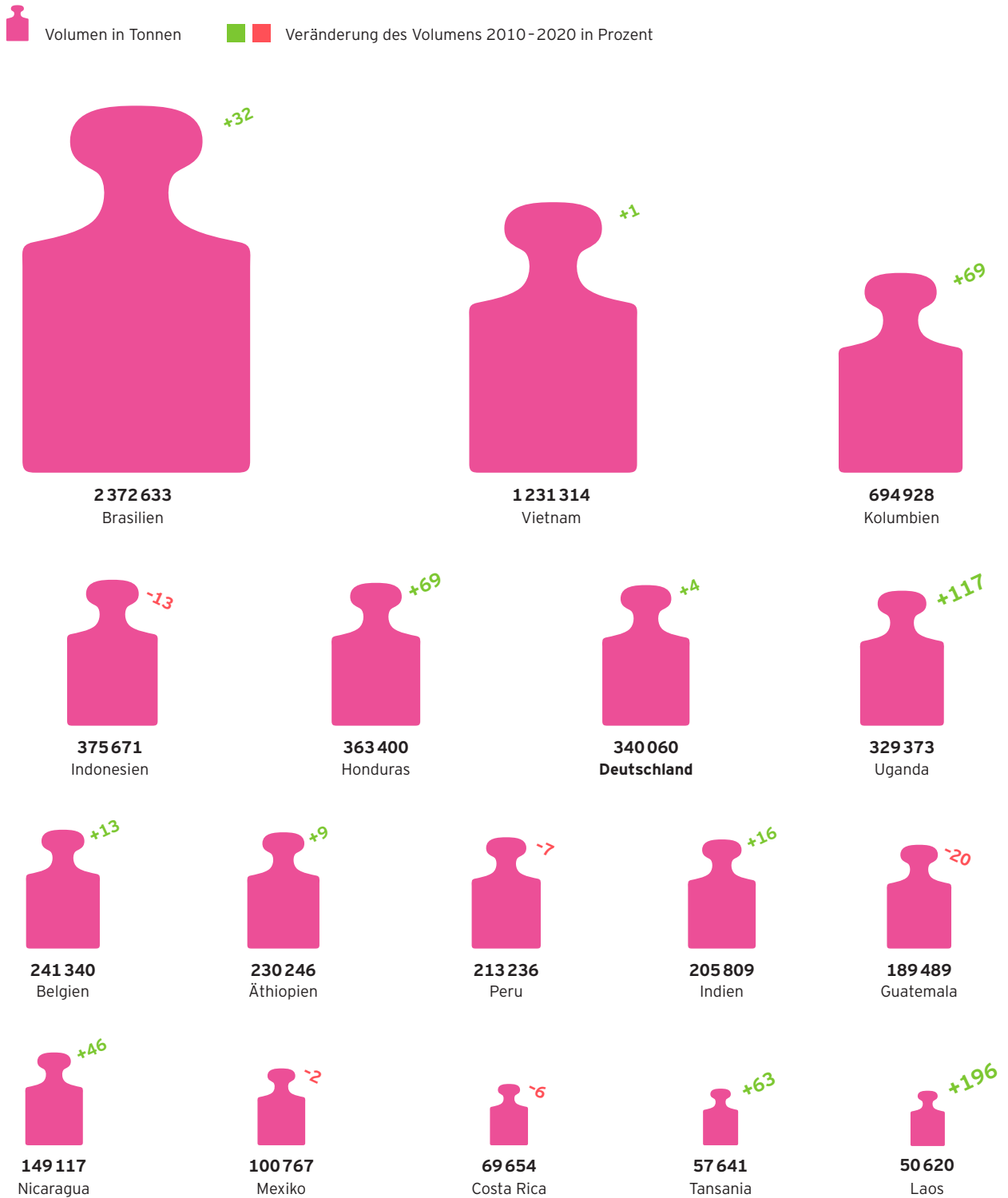
Sind Sie ein guter Entscheider? Gehören Sie zu den Menschen, die im Restaurant sofort wissen, was sie wollen, oder tun Sie sich schwer mit der Auswahl? Dieses kleine Online-Quiz verrät Ihnen, wie risikofreudig oder -avers Sie sind: b1.de/entscheiden

MENSCHEN & MÄRKTE



Mengen-Exportweltmeister von Rohkaffee

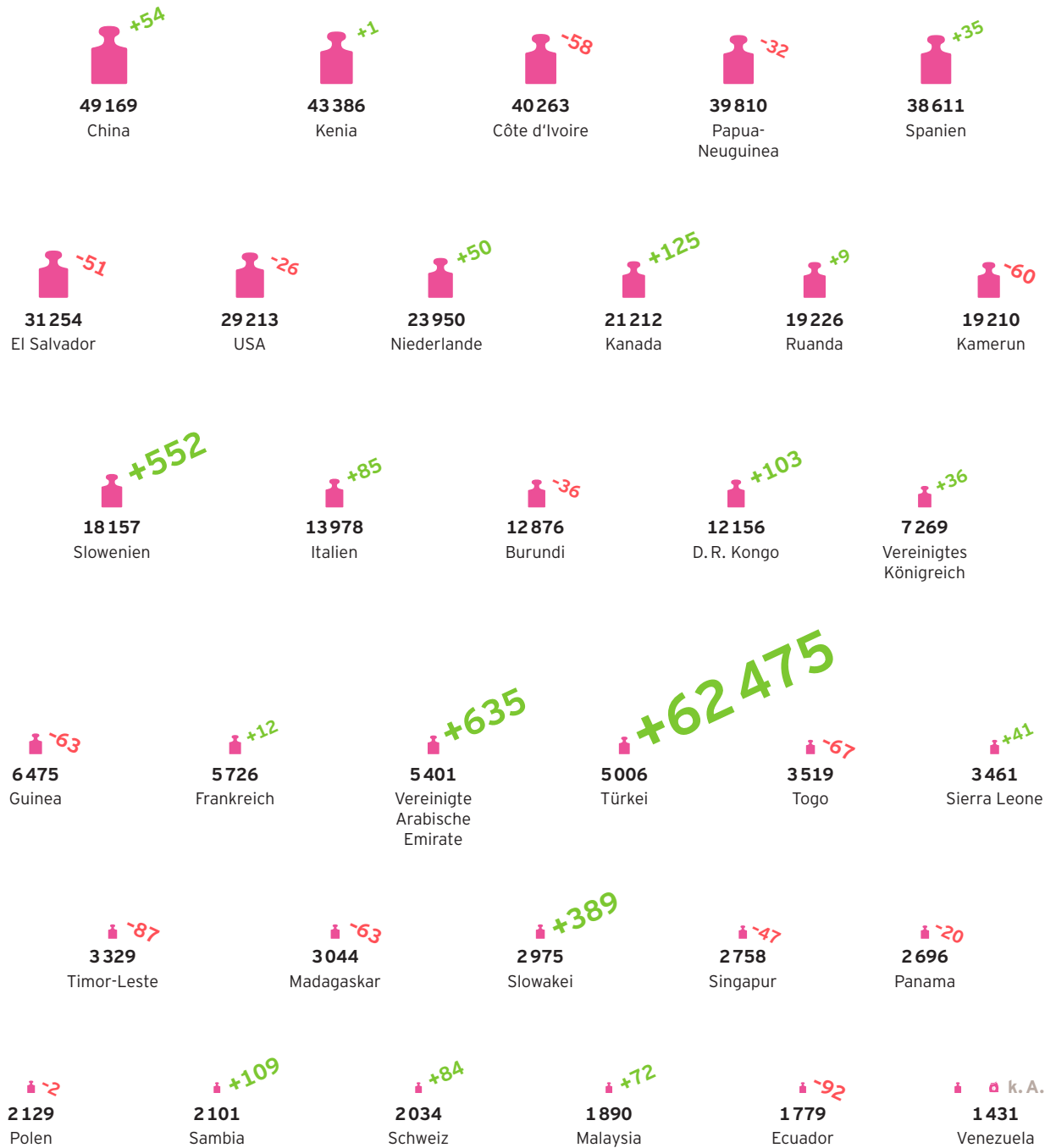
Die Top-50-Exportländer von Rohkaffee 2020 und die Veränderung des Volumens zwischen 2010 und 2020; in Prozent



Quelle: FAO

„Ausdauer wird früher oder später belohnt - meistens aber später.“

(Wilhelm Busch)



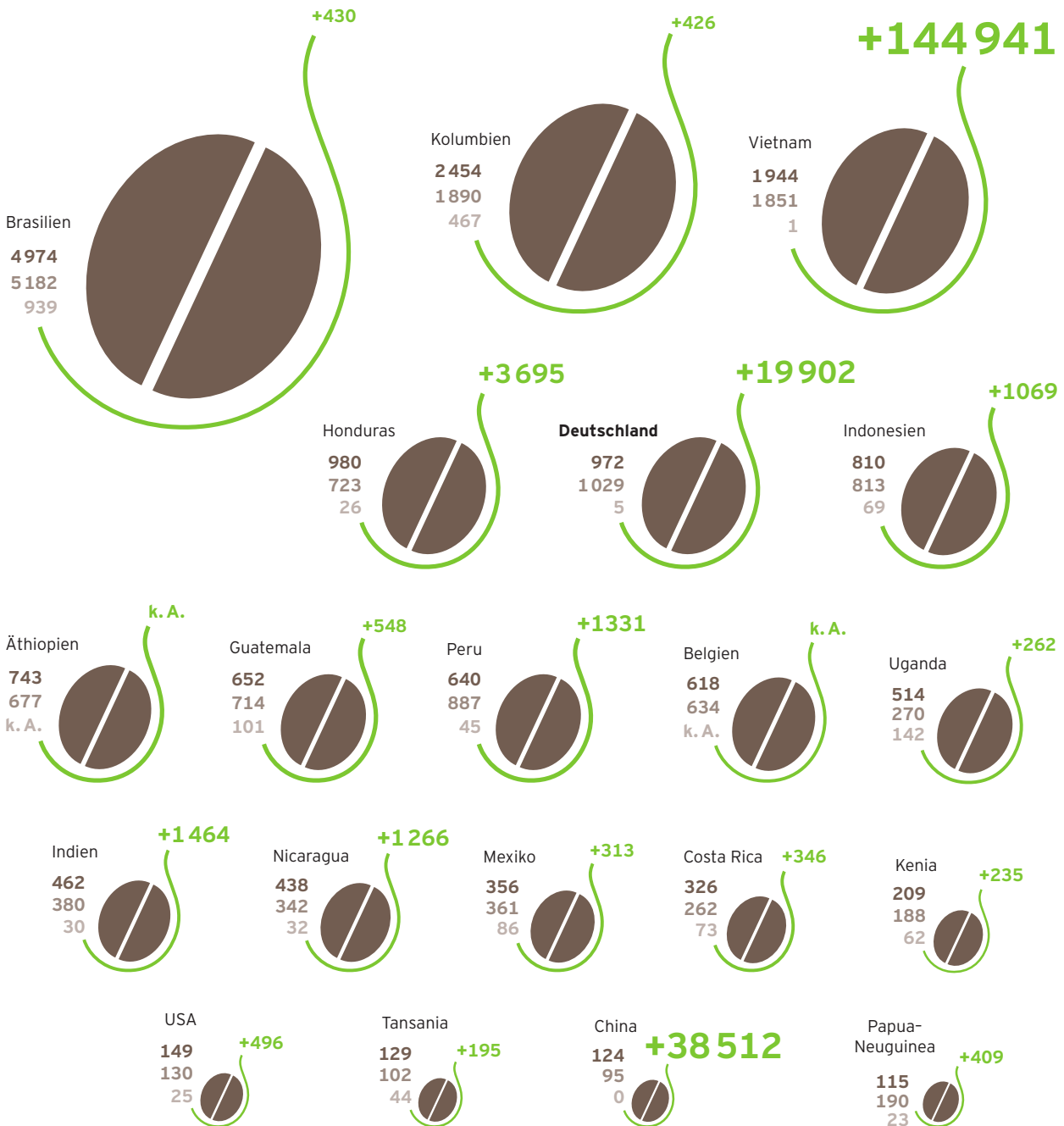
„Der größte Feind des Fortschritts ist nicht der Irrtum, sondern die Trägheit.“

(Henry Thomas Buckle)

Umsatz-Exportweltmeister von Rohkaffee

Die Top-20-Exportländer von Rohkaffee 2020 nach Umsatz; in Millionen US-Dollar

■ 1970 ■ 2010 ■ 2020 ■ Veränderung 1970-2020 in Prozent



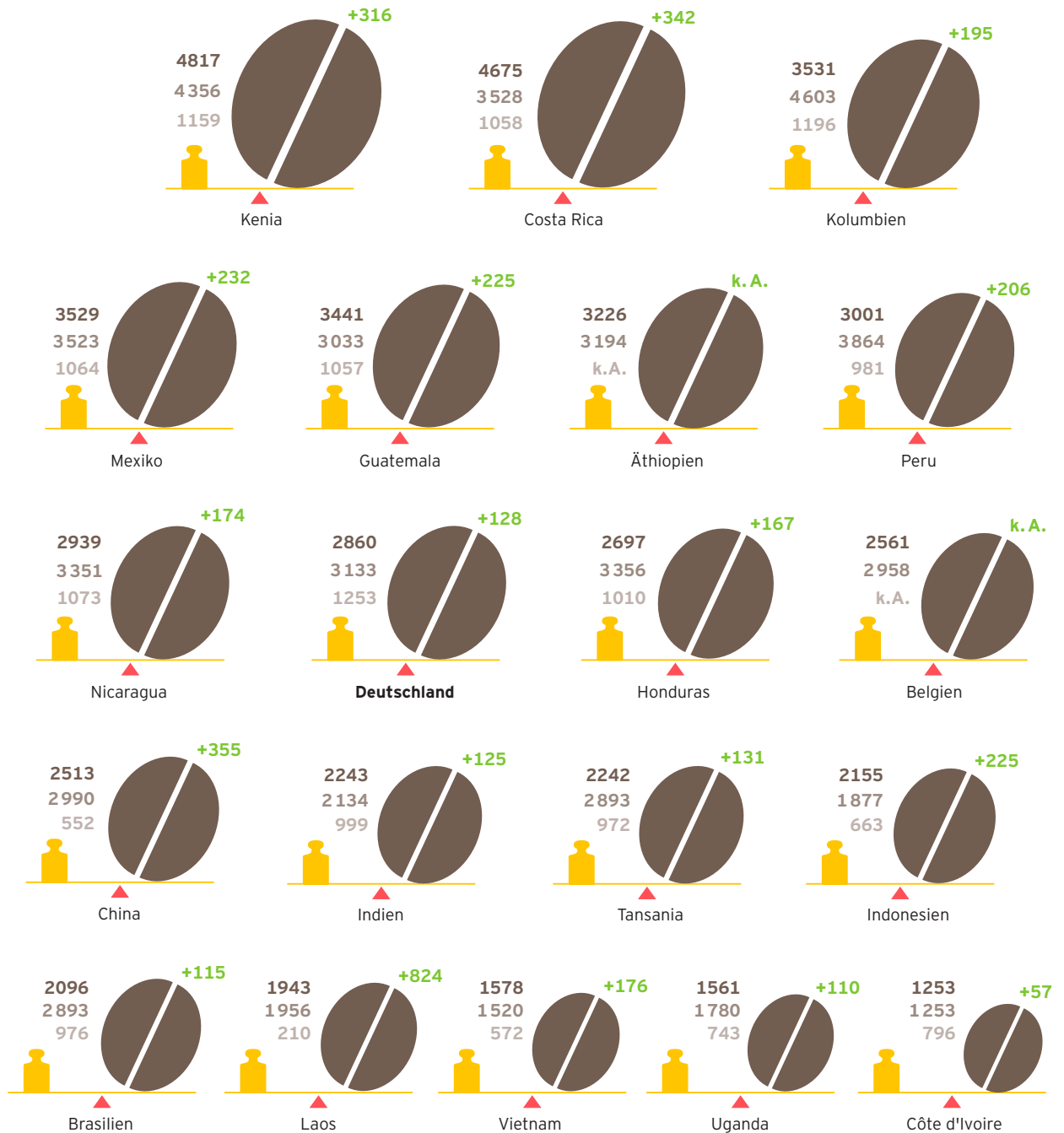
Quelle: FAO

„Es gehört oft mehr Mut dazu, seine Meinung zu ändern, als ihr treu zu bleiben.“
(Friedrich Hebbel)

Rohkaffee-Exportertlöse

Durchschnittlicher Exportertlös für eine Tonne Rohkaffee; Top-20-Exportländer 2020 nach Menge; in US-Dollar

■ 1970 ■ 2010 ■ 2020 ■ Veränderung 1970-2020 in Prozent



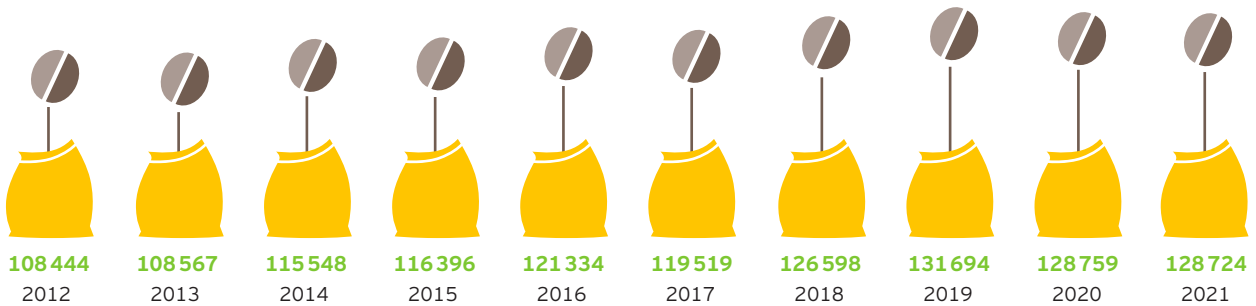
Quelle: FAO

„Geniale Menschen beginnen große Werke, fleißige Menschen vollenden sie.“

(Leonardo da Vinci)

In Säcken

Weltweiter Export von Kaffeebohnen im Zeitvergleich; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken



Quelle: ICO

In Tonnen

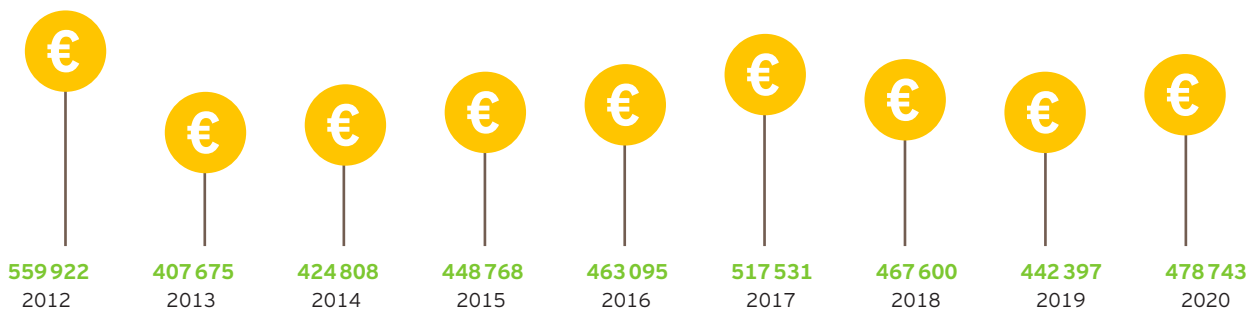
Exportvolumen von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) aus Deutschland; in Tonnen



Quelle: Destatis

In Euro

Exportwert von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) aus Deutschland; in Tausend Euro




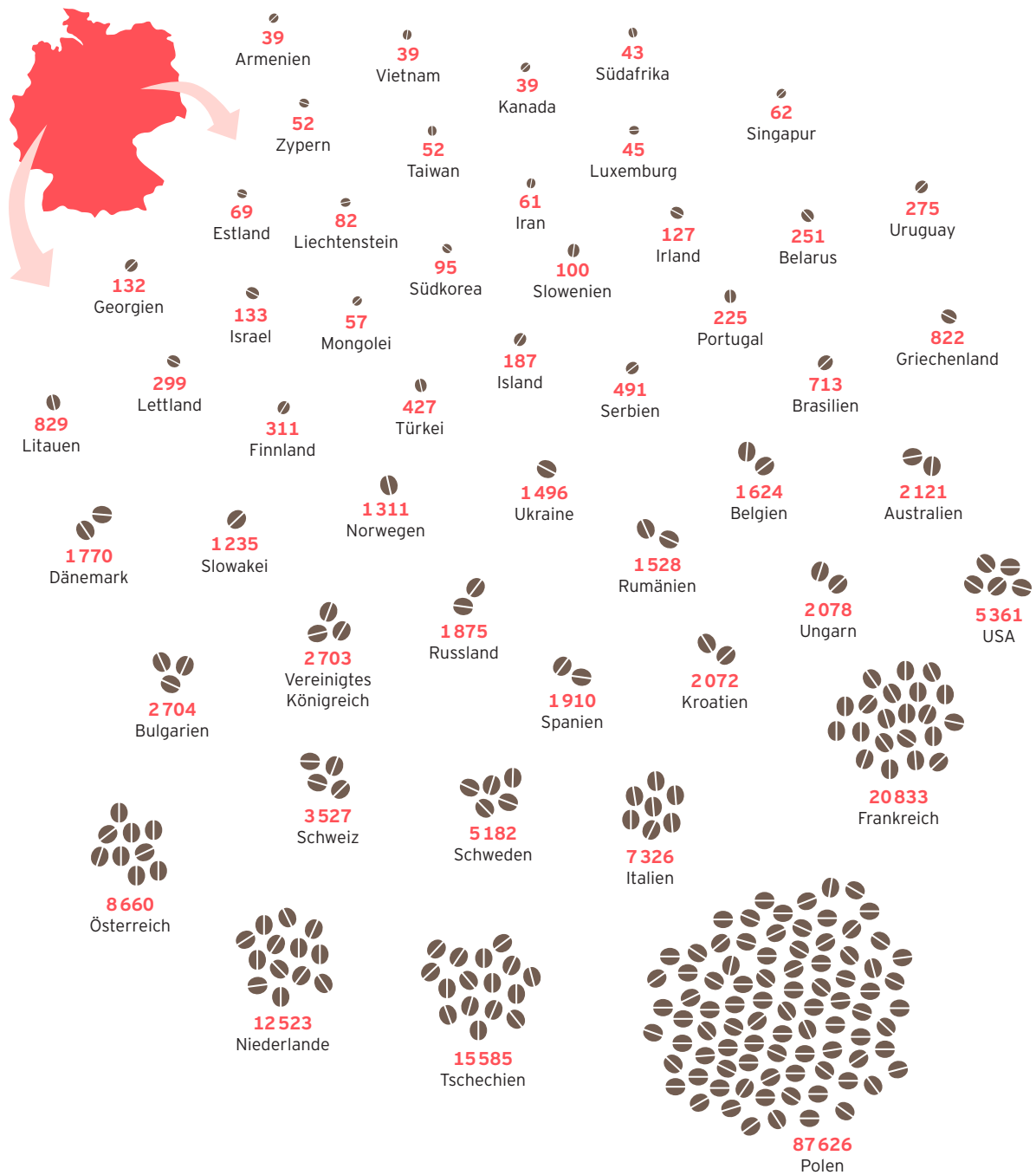
Quelle: Destatis

„Sobald man in einer Sache Meister geworden ist, soll man in einer neuen Schüler werden.“
(Gerhart Hauptmann)

In alle Welt

Exportvolumen von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) aus Deutschland nach Importländern; 2020; in Tonnen

 eine Tonne Rohkaffee



Quelle: Destatis

„Was wäre das Leben, hätten wir nicht den Mut, etwas zu riskieren?“

(Vincent van Gogh)

Mengen-Exportweltmeister von Röstkaffee

Die Top-50-Exportländer von Röstkaffee 2020 nach Volumen; in Tonnen



Quelle: FAO

„Wer nichts verändern will, wird auch das verlieren, was er bewahren möchte.“

(Gustav Heinemann)

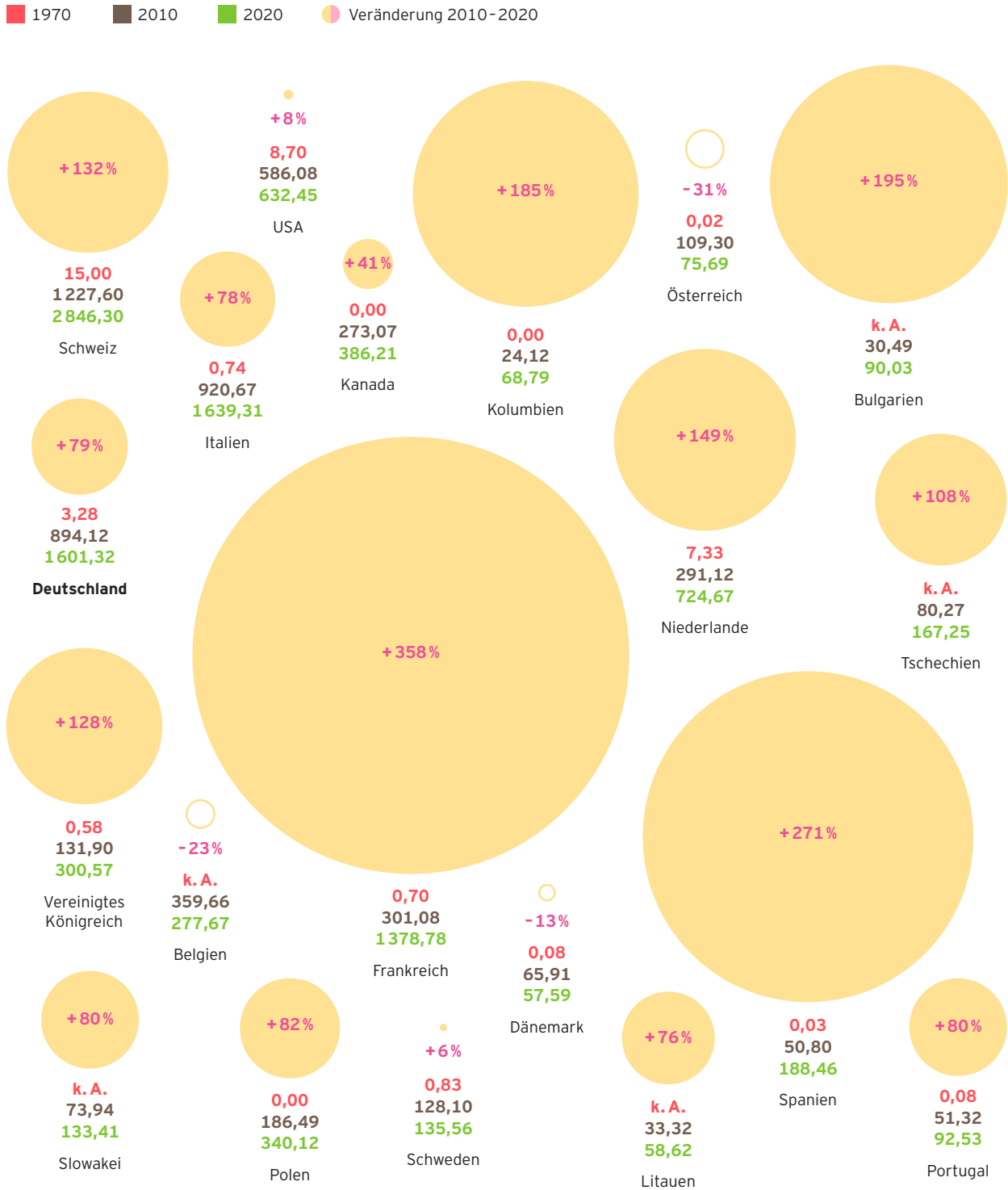


„Um klar zu sehen, genügt oft ein Wechsel der Blickrichtung.“

(Antoine de Saint-Exupéry)

Umsatz-Exportweltmeister von Röstkaffee

Die Top-20-Exportländer von Röstkaffee 2020 nach Umsatz; in Millionen US-Dollar

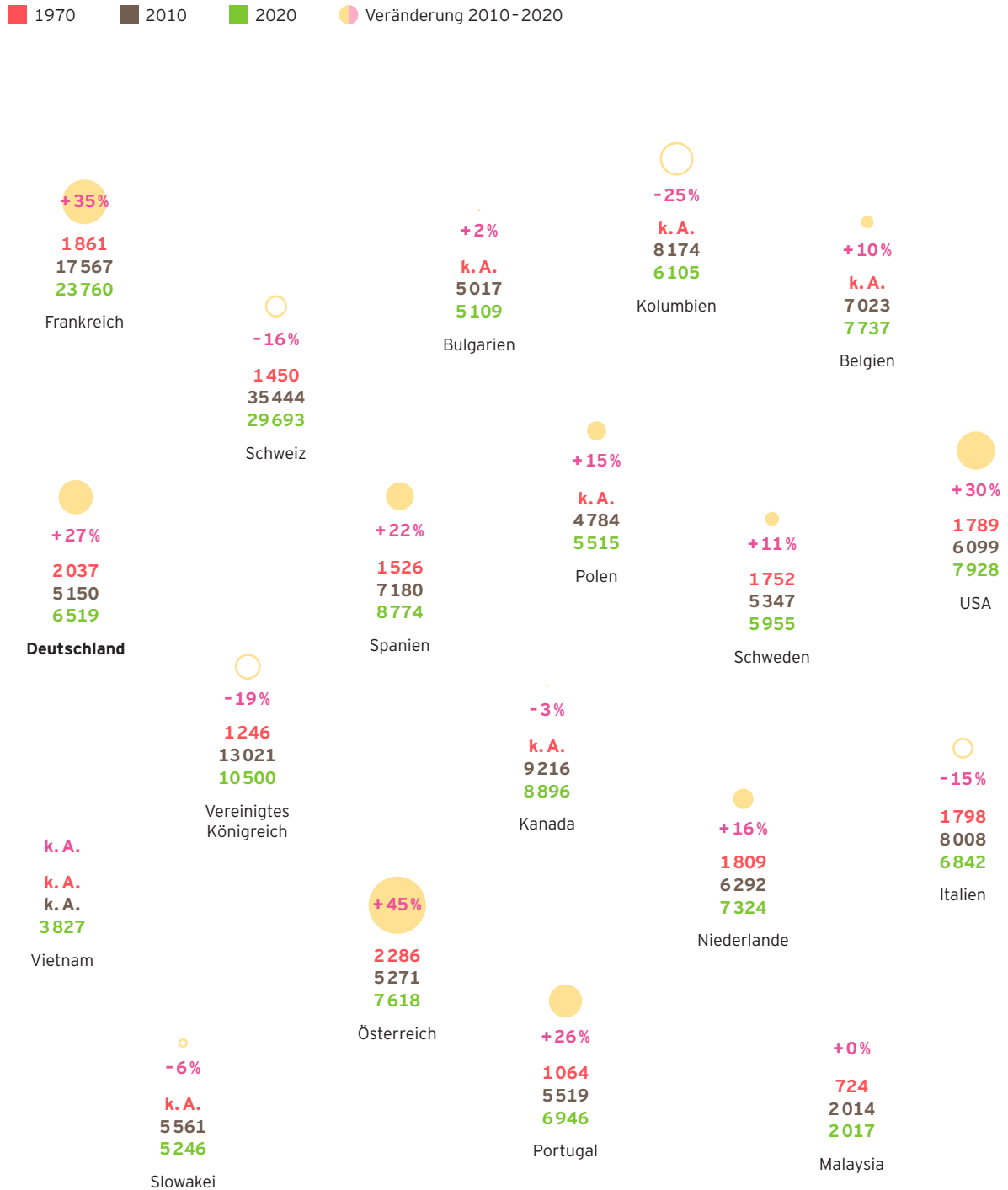


Quelle: FAO

„Nur die Weisesten und die Dummsten können sich nicht ändern.“
(Konfuzius)

Röstkaffee-Exporterlöse

Durchschnittlicher Exporterlös für eine Tonne Röstkaffee; Top-20-Exportländer 2020 nach Menge; in US-Dollar



Quelle: FAO

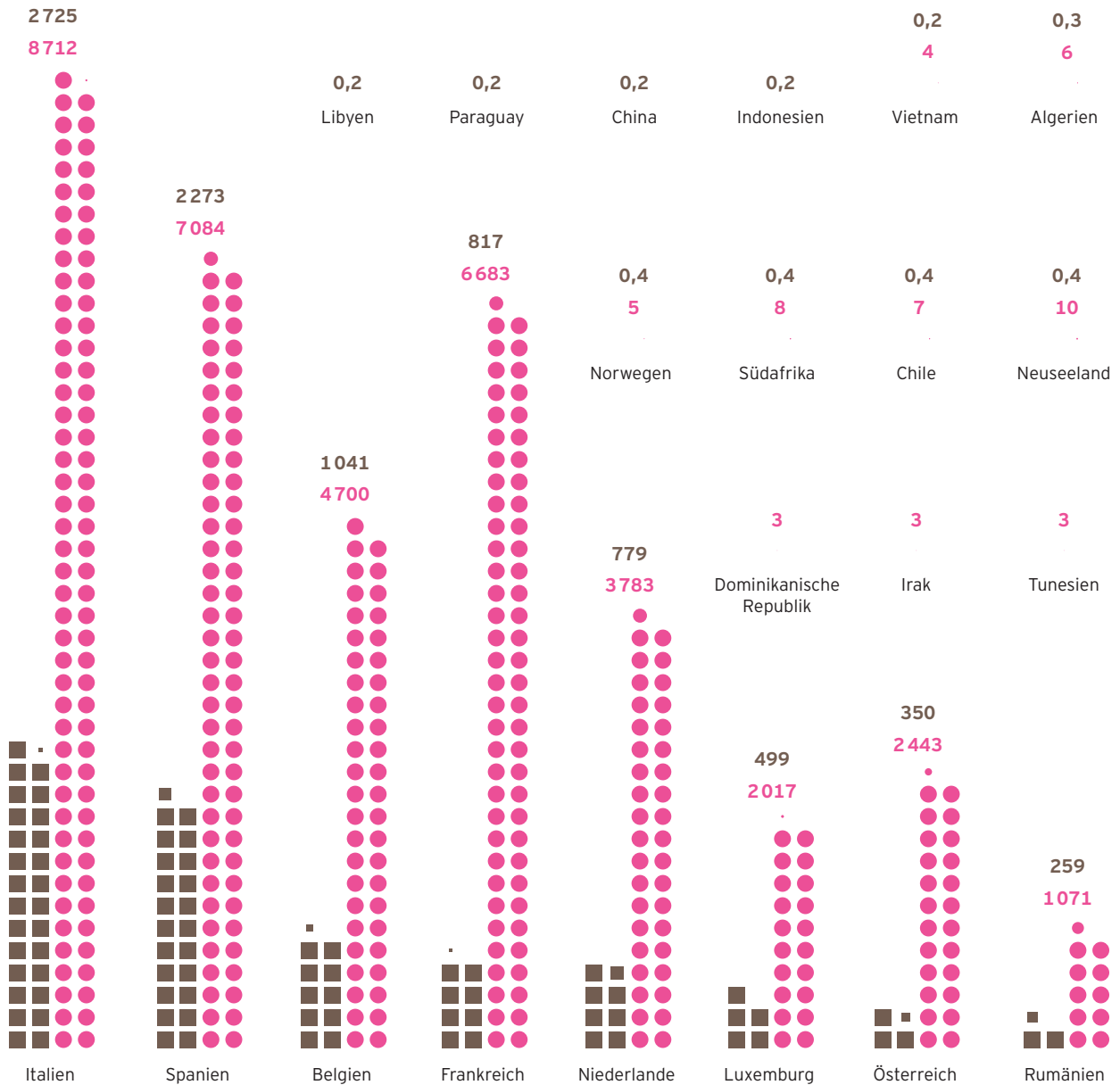
„Was wir brauchen, sind ein paar verrückte Leute; seht euch an, wohin uns die normalen gebracht haben.“

(George Bernard Shaw)

Europa-Geschäft: Röstkaffee-Exporte aus Deutschland

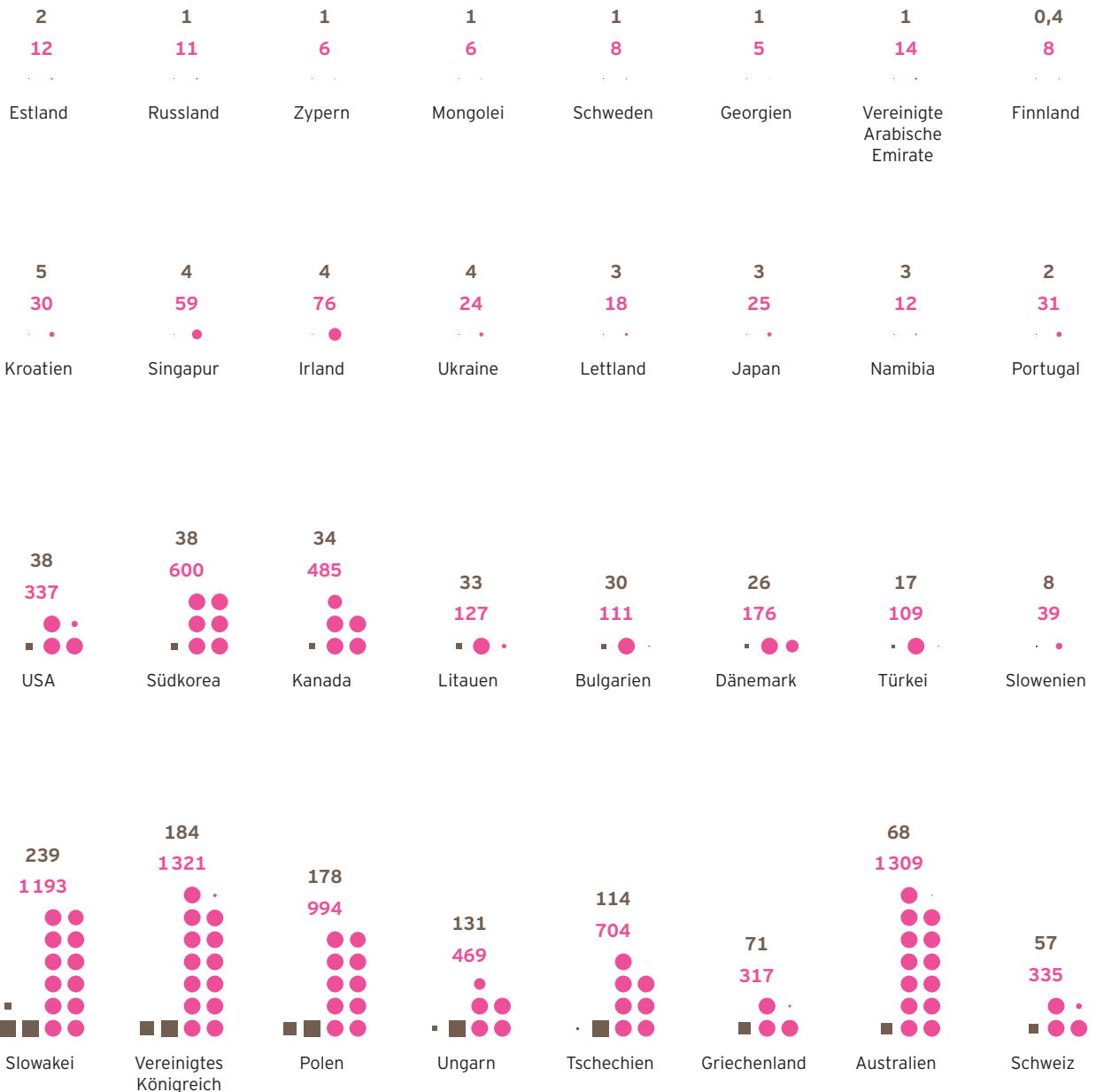
Exportvolumen und Exportwert von entkoffeiniertem Röstkaffee aus Deutschland nach Importländern; 2020; in Tonnen und in Tausend Euro

■ Exportvolumen ● Exportwert = 100



Quelle: Destatis

„Erfahrungen vererben sich nicht - jeder muss sie allein machen.“
(Kurt Tucholsky)



„Die Zeit ist schlecht? Wohlan. Du bist da, sie besser zu machen.“

(Thomas Carlyle)

Ersatz in Tonnen

Top-20-Exportländer von Kaffeesubstituten nach Volumen; 2020; in Tonnen

Iran	11 464
Tansania	3 376
Ruanda	2 700
Äthiopien	2 294
Jemen	1 462
Niederlande	1 183
Afghanistan	1 178
Vietnam	1 082
USA	961
Nicaragua	827
Südafrika	817
Vereinigtes Königreich	782
Polen	747
Saudi-Arabien	733
Libanon	571
Italien	325
Slowakei	304
Myanmar	270
Indien	266
Spanien	222

Quelle: FAO

Gewichtig

Importvolumen von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) in Deutschland; in Tonnen

2010	1 097 905
2011	1 106 141
2012	1 140 703
2013	1 113 864
2014	1 129 723
2015	1 077 431
2016	1 140 533
2017	1 097 660
2018	1 122 835
2019	1 134 312
2020	1 119 084

Veränderung 2010 - 2020 **1,9%**

Quelle: Destatis

Ersatz in Dollar

Top-20-Exportländer von Kaffeesubstituten nach Umsatz; 2020; in Millionen US-Dollar

Niederlande	8,06
Äthiopien	7,97
Iran	6,86
Vereinigtes Königreich	6,22
Ruanda	5,50
USA	4,32
Libanon	4,28
Polen	4,12
Saudi-Arabien	3,81
Italien	3,37
Südafrika	3,11
Jemen	2,75
Belgien	2,58
Spanien	1,78
Tansania	1,76
Portugal	1,66
Indien	1,55
Bulgarien	1,37
Deutschland	1,33
Irland	1,26

Quelle: FAO

Wertig

Importwert von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) in Deutschland; in Tausend Euro

2010	2 367 663
2011	3 524 518
2012	3 242 290
2013	2 404 120
2014	2 671 859
2015	2 797 984
2016	2 657 100
2017	2 769 729
2018	2 360 365
2019	2 276 037
2020	2 406 752

Veränderung 2010 - 2020 **1,7%**

Quelle: Destatis

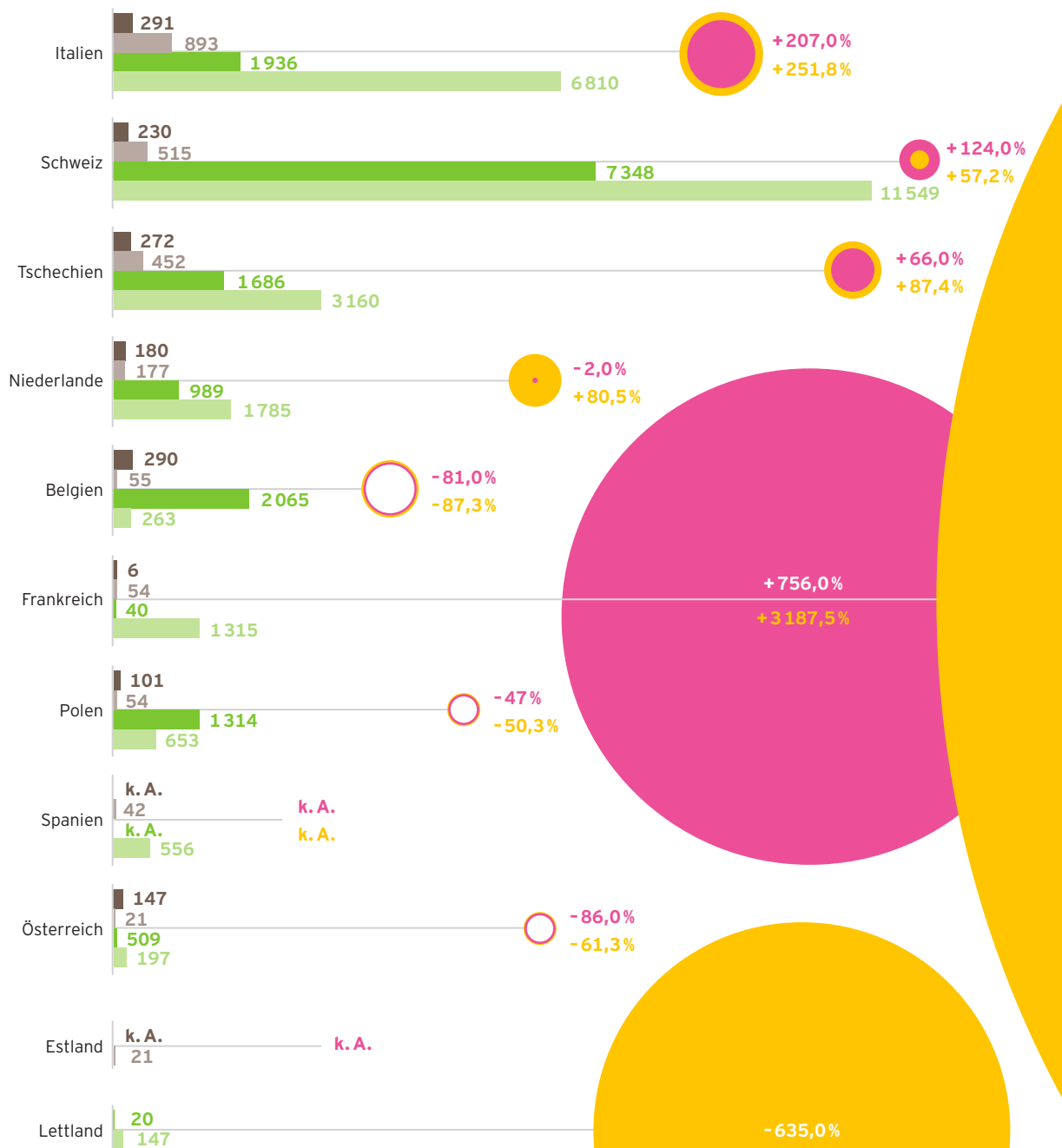
„Aus kleinem Anfang entspringen alle Dinge.“

(Marcus Tullius Cicero)

Wichtig

Importvolumen und Importwert von entkoffeiniertem Röstkaffee in Deutschland nach Exportländern (Top-10); in Tonnen

Importvolumen **Importwert**
 ■ 2010 ■ 2020 ● Veränderung 2010-2020 ■ 2010 ■ 2020 ● Veränderung 2010-2020



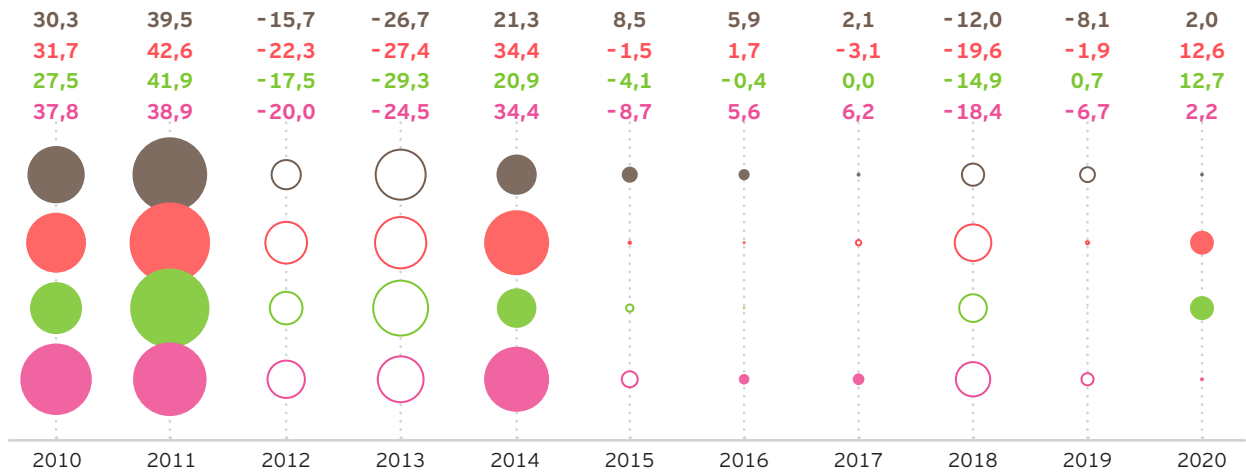
Quelle: Destatis

„Carpe diem!“
(Horaz)

Im Plus

Entwicklung der Einfuhrpreise von Rohkaffee; Veränderung im Vergleich zum Vorjahr; in Prozent

Rohkaffee aus ... ■ ... Afrika ■ ... Mittelamerika ■ ... Südamerika ■ ... Asien und übrigen Gebieten



Quelle: Destatis

In der EU

Umsatz in der Verarbeitung von Kaffee und Tee in der EU nach Ländern; 2019; in Millionen Euro

Frankreich	8 261,5
Italien	4 985,0
Deutschland	4 084,2
Polen	868,1
Portugal	821,6
Schweden	795,8
Belgien	425,6
Finnland	297,4
Tschechien	201,5
Rumänien	187,5
Kroatien	130,9
Österreich	120,5
Slowakei	60,8
Bulgarien	60,6
Ungarn	39,2
Dänemark	33,7
Lettland	20,6
Zypern	20,0
Litauen	16,6
Luxemburg	4,6

Quelle: Eurostat

In Deutschland

Umsatz in der Verarbeitung von Kaffee und Tee in Deutschland; in Millionen Euro

2010	3 594
2011	4 242
2012	4 228
2013	4 006
2014	3 949
2015	4 248
2016	4 250
2017	4 830
2018	3 346
2019	4 221
2020	4 221

Quelle: Statistisches Bundesamt

„Es ist das Schicksal jeder Generation, in einer Welt unter Bedingungen leben zu müssen, die sie nicht geschaffen hat.“

(John F. Kennedy)

Im Aufschwung

Entwicklung des Umsatzes von Röstkaffee; Europa; in Millionen Euro *

	2020	2025	prognostizierte Veränderung 2020-2025
Deutschland	13 996,2	19 384,8	38,5%
Spanien	7 997,9	12 584,9	57,4%
Italien	8 731,6	12 525,7	43,5%
Frankreich	6 835,7	9 183,2	34,3%
Niederlande	6 413,5	8 723,6	36,0%
Dänemark	4 432,5	8 164,2	84,2%
Schweden	4 795,7	8 126,4	69,5%
Vereinigtes Königreich	3 738,2	7 255,1	94,1%
Norwegen	2 415,1	3 806,0	57,6%
Belgien	2 242,7	3 781,7	68,6%
Österreich	2 257,1	3 771,0	67,1%
Schweiz	2 353,8	3 251,1	38,1%
Griechenland	1 632,0	2 598,3	59,2%
Portugal	1 582,4	2 584,9	63,3%
Finnland	1 261,5	1 873,6	48,5%
Rumänien	1 105,2	1 475,3	33,5%
Ukraine	804,8	1 301,0	61,6%
Russland	793,5	1 108,0	39,6%
Kroatien	706,2	1 056,9	49,7%
Bosnien und Herzegowina	441,8	688,7	55,9%
Bulgarien	369,2	650,6	76,2%
Luxemburg	405,4	609,7	50,4%
Slowakei	331,6	482,4	45,5%
Polen	314,4	461,6	46,8%
Zypern	256,6	417,2	62,6%
Litauen	229,6	354,2	54,3%
Tschechien	273,9	333,4	21,7%
Albanien	183,5	294,0	60,3%
Irland	212,5	291,9	37,3%
Türkei	154,6	276,0	78,5%
Slowenien	134,5	222,4	65,4%
Island	137,3	213,5	55,5%
Estland	125,6	200,6	59,8%
Montenegro	113,5	183,0	61,3%
Malta	103,3	169,3	63,9%
Belarus	112,2	160,8	43,3%
Lettland	101,2	149,5	47,8%
Moldau	97,8	146,4	49,7%
Serbien	64,4	91,8	42,5%
Ungarn	30,7	49,7	62,0%
Nordmazedonien	17,6	25,9	46,9%

* modellierte Werte; der zur Umrechnung verwendete Wechselkurs für 2025 basiert auf dem durchschnittlichen jährlichen Wechselkurs von 2020; inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

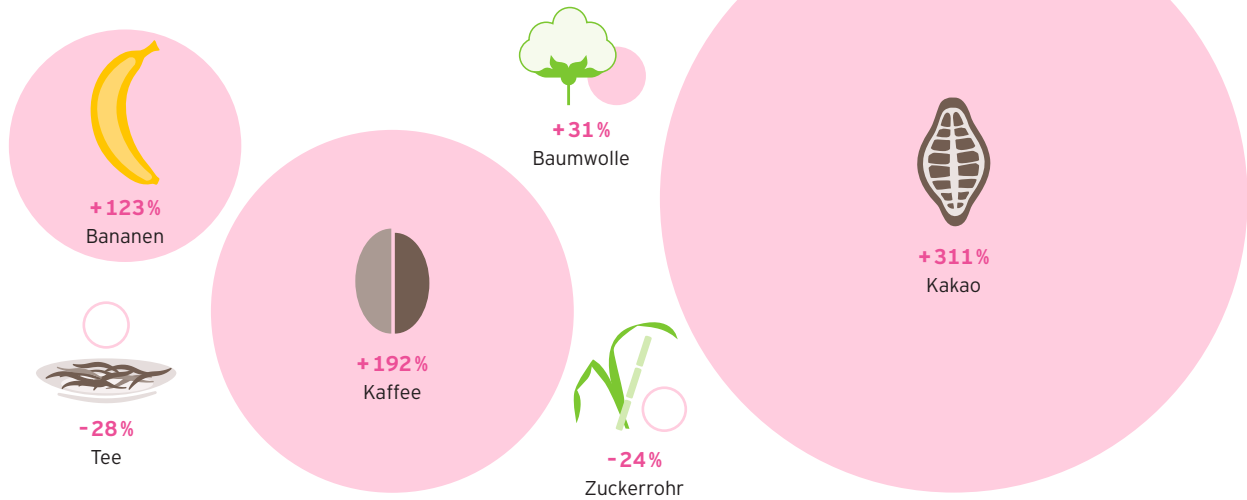
„Es hängt von dir selbst ab, ob du das neue Jahr als Bremse oder als Motor benutzen willst.“

(Henry Ford)

Verglichen

Absatz ausgewählter Fairtrade-Produkte; weltweit; in Tonnen

● Veränderung 2012-2020

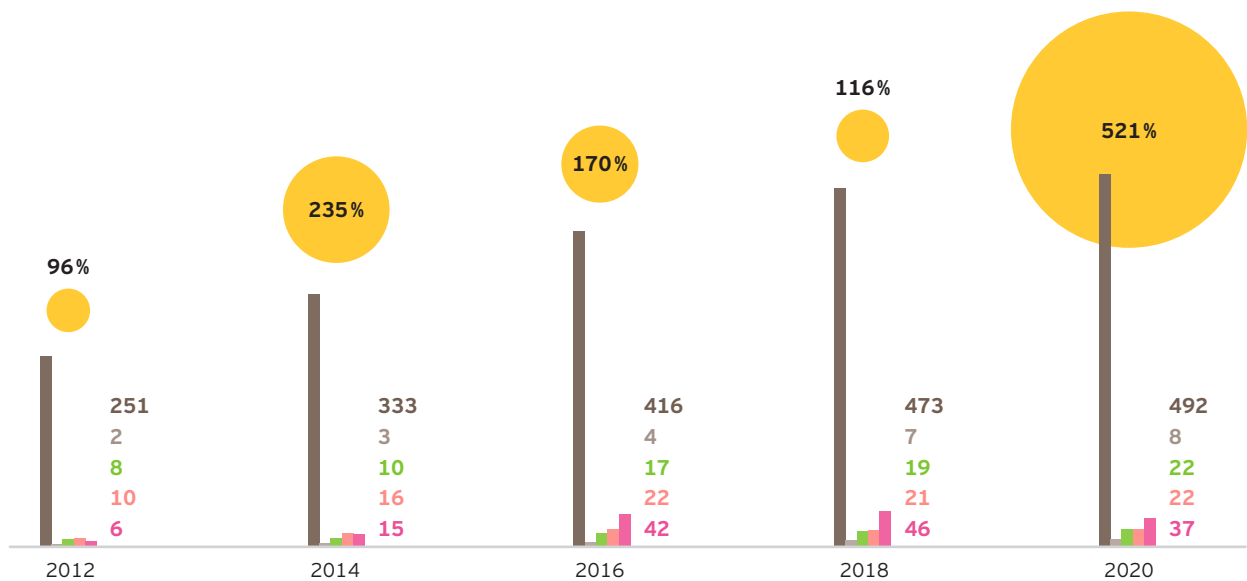


Quelle: Fairtrade International

Verdient

Umsatz mit Fairtrade-Produkten; Deutschland; in Millionen Euro

■ Kaffee ■ Kakao/Trinkschokolade ■ Tee ■ Fruchtsaft ■ kalte Mischgetränke ● Veränderung 2012-2020



Quelle: TransFair

„Nicht den Tod sollte man fürchten, sondern dass man nie beginnen wird zu leben.“

(Marcus Aurelius)

Vervielfacht

Absatz von Fairtrade-Kaffee; Deutschland; in Tonnen

2010	7 200
2011	8 807
2012	9 322
2013	11 020
2014	13 020
2015	13 590
2016	17 021
2017	18 367
2018	20 360
2019	22 881
2020	24 164

Veränderung 2010 - 2020 **236%**

Quelle: TransFair

Verhalten

Bio-Anteil bei Kaffee mit Fairtrade-Siegel am Gesamtabsatz; Deutschland; in Prozent

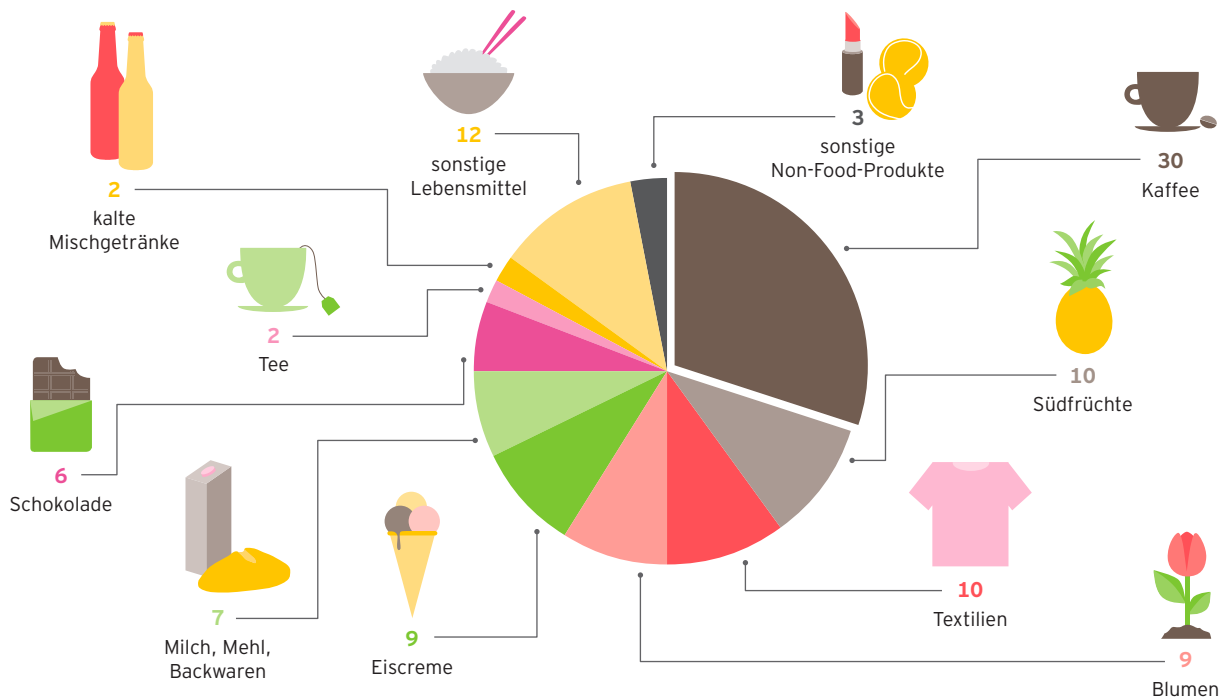
2010	67
2011	76
2012	78
2013	73
2014	69
2015	72
2016	74
2017	77
2018	74
2019	75
2020	68

Veränderung 2010 - 2020 **1%**

Quelle: TransFair

Verteilt

Umsatzverteilung bei Fairtrade-Produkten nach Produktgruppen; Deutschland; 2020; in Prozent



Quelle: Forum Fairer Handel

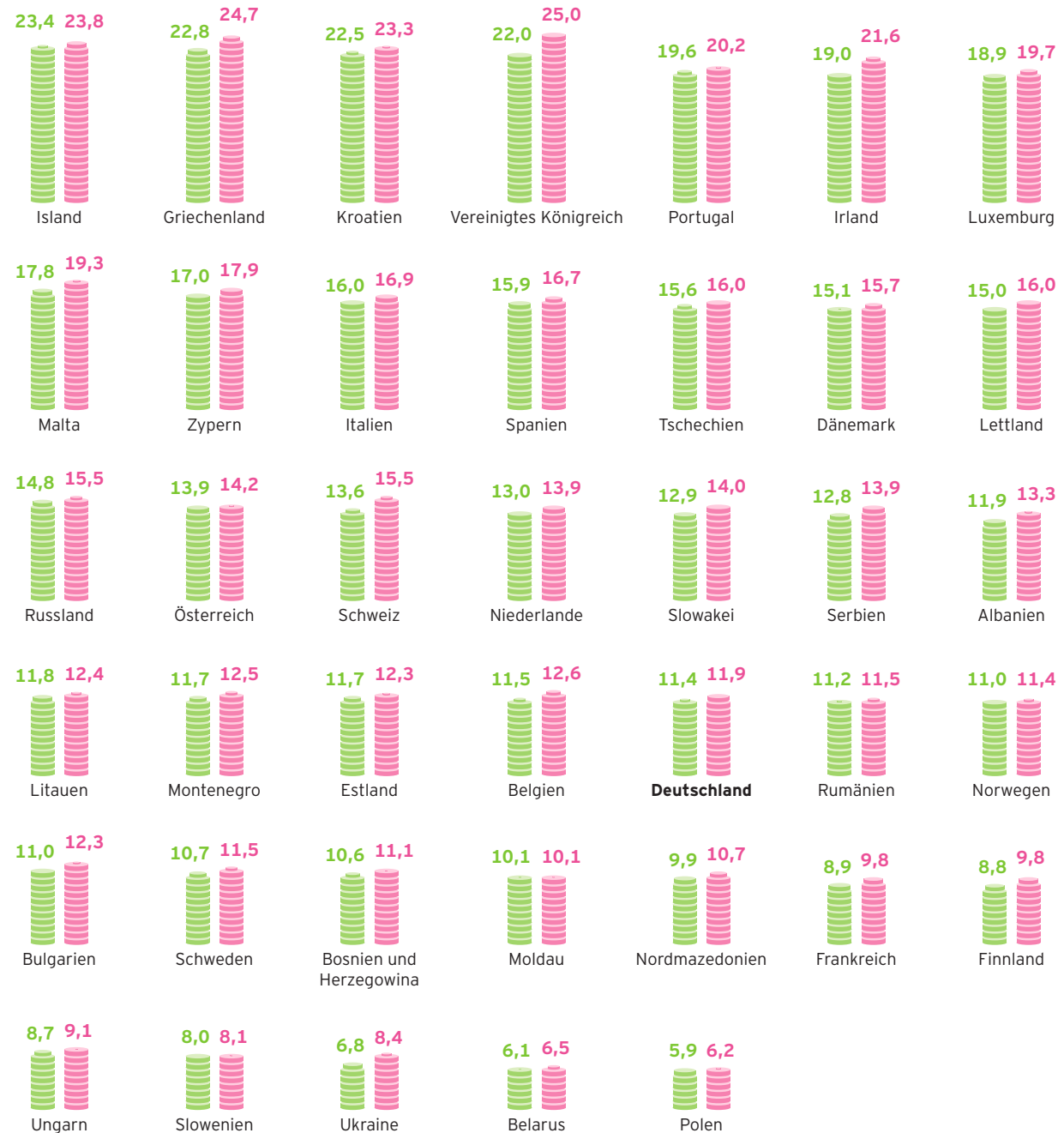
„Kluge Menschen suchen sich die Erfahrungen selbst aus, die sie zu machen wünschen.“

(Aldous Huxley)

Die Preise ziehen an

Durchschnittlicher Preis von Röstkaffee für zu Hause 2021 und Entwicklung des durchschnittlichen Preises von Röstkaffee; Prognose für 2025; Europa; in Euro pro Kilogramm *

■ 2021 ■ Prognose für 2025



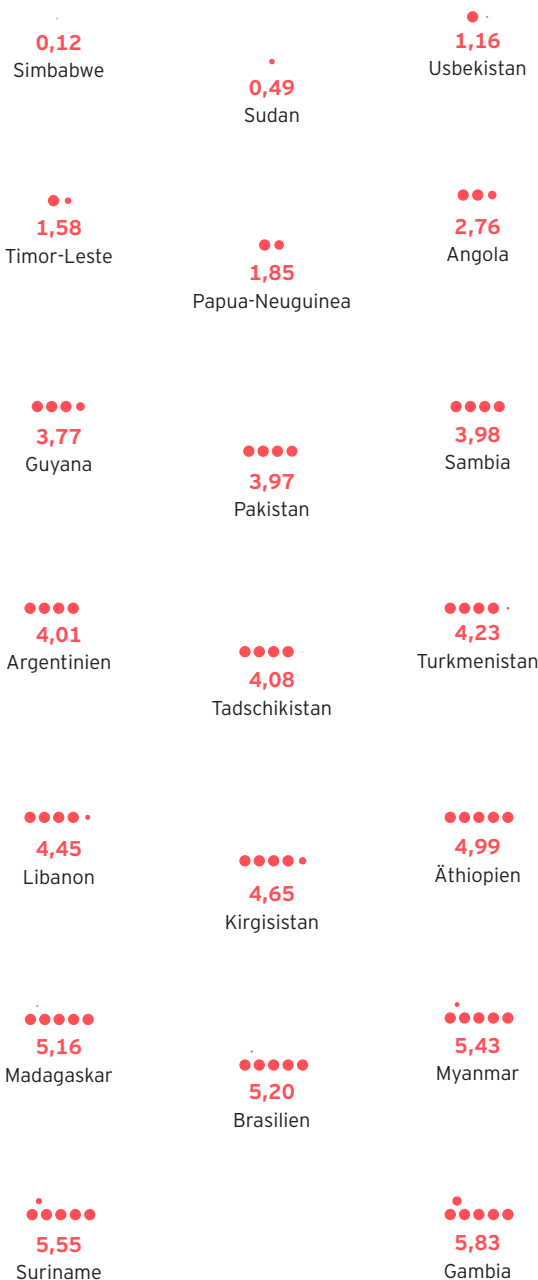
* modellierte Werte; die Umrechnung erfolgte auf Basis des durchschnittlichen jährlichen Wechselkurses des US-Dollars zum Euro; der zur Umrechnung verwendete Wechselkurs für 2025 basiert auf dem durchschnittlichen jährlichen Wechselkurs von 2021; inkl. Außer-Haus-Markt.
Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen.“

(Aristoteles)

Die Günstigsten

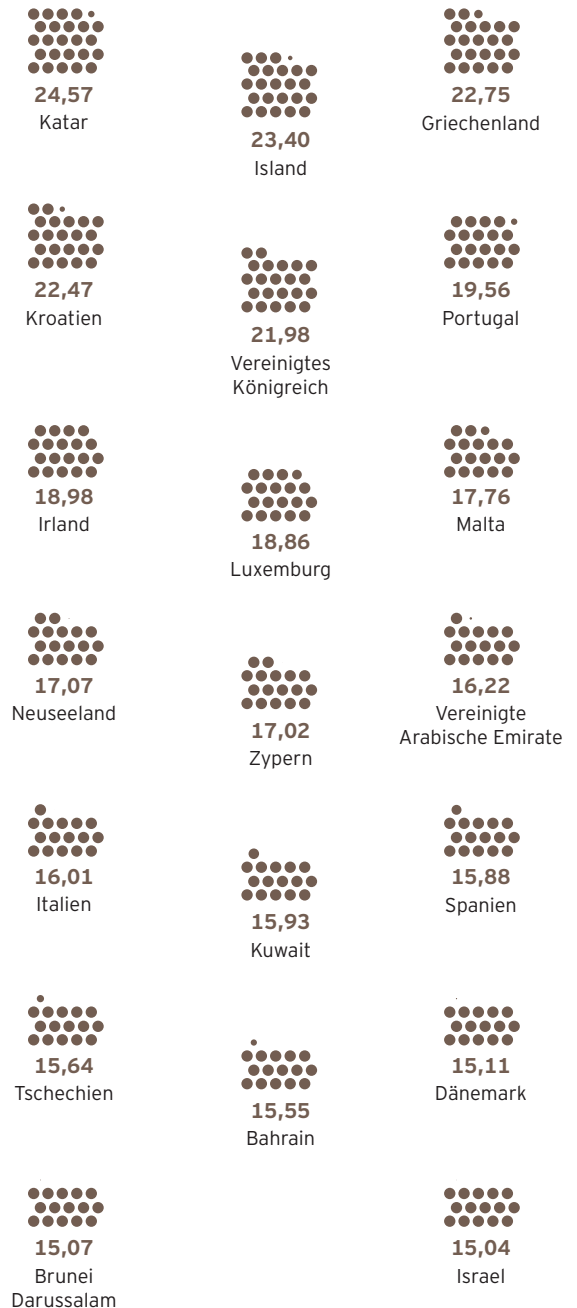
Top-20-Länder mit dem niedrigsten Durchschnittspreis von Röstkaffee für zu Hause; weltweit; 2021; in Euro pro Kilogramm*



* modellierte Werte; die Umrechnung erfolgte auf Basis des durchschnittlichen jährlichen Wechselkurses des US-Dollars zum Euro.
Quelle: Statista Consumer Market Outlook

Die Teuersten

Top-20-Länder mit dem höchsten Durchschnittspreis von Röstkaffee für zu Hause; weltweit; 2021; in Euro pro Kilogramm*



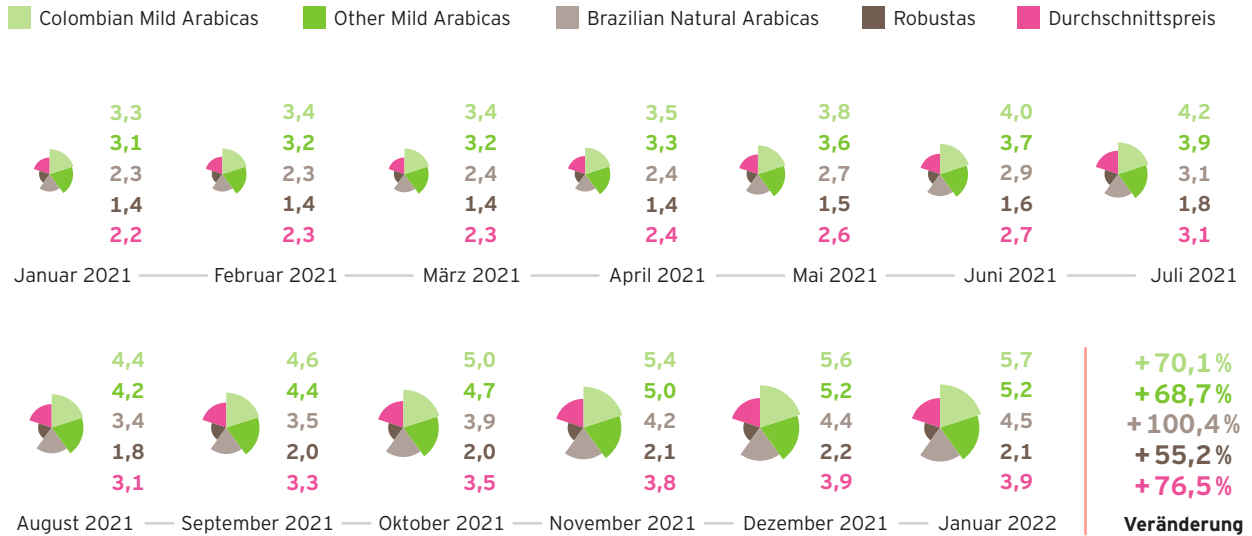
* modellierte Werte; die Umrechnung erfolgte auf Basis des durchschnittlichen jährlichen Wechselkurses des US-Dollars zum Euro.
Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Der Gedanke legt den Grund für die Tat.“

(Helmuth von Moltke)

Deutlich

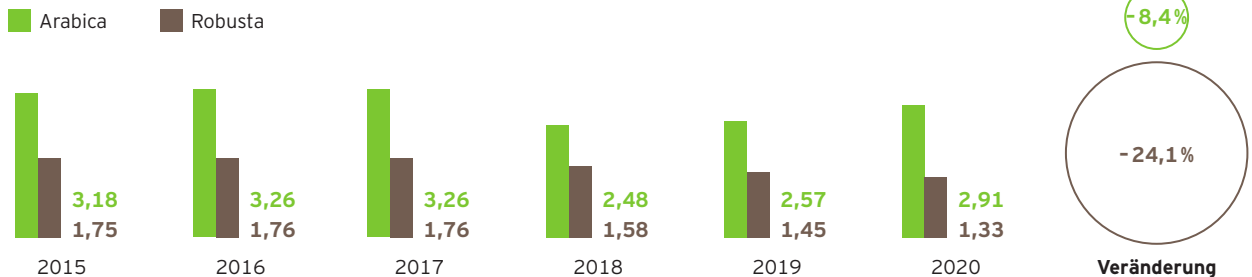
Durchschnittlicher Kaffeepreis nach Sorte im Jahresverlauf; Jan. 2021 bis Jan. 2022; weltweit; in Euro pro Kilogramm



Quelle: ICO

Durchschnittlich

Durchschnittlicher Kaffeepreis nach Sorte im Zeitverlauf; weltweit; in Euro pro Kilogramm



Quelle: Worldbank

Kontinuierlich

Monatlicher Verbraucherpreisindex für Kaffeepads oder Kaffeekapseln in Deutschland; Februar 2021 bis Februar 2022; Index: 2015=100



Quelle: Statistisches Bundesamt

„Die größte Entscheidung deines Lebens liegt darin, dass du dein Leben ändern kannst, indem du deine Geisteshaltung änderst.“

(Albert Schweitzer)

Merklich

Zahl umsatzsteuerpflichtiger Cafés in Deutschland

2005	9912
2006	10229
2007	10301
2008	10321
2009	10672
2010	10726
2011	10835
2012	11043
2013	11135
2014	11166
2015	11298
2016	11487
2017	11608
2018	11666
2019	11761
2020	10603

Quelle: Statistisches Bundesamt

Empfindlich

Umsatz umsatzsteuerpflichtiger Cafés in Deutschland; in Milliarden Euro

2005	1,74
2006	1,83
2007	1,82
2008	1,84
2009	1,96
2010	2,03
2011	2,18
2012	2,24
2013	2,29
2014	2,54
2015	2,66
2016	2,75
2017	2,85
2018	2,97
2019	3,12
2020	2,30

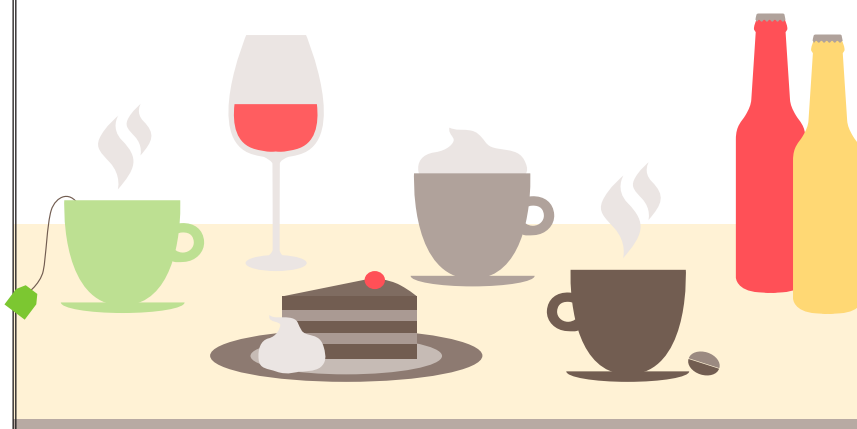
Quelle: Statistisches Bundesamt

Südlich

Zahl der Cafés und Bars in Europa

	2011	2019
Spanien	172087	171865
Italien	118007	115941
Portugal	48073	42470
Deutschland	37094	36234
Griechenland	33450	35762
Frankreich	45079	35359
Belgien	14115	11768
Kroatien	9766	10455
Niederlande	10659	9928
Bulgarien	12487	9208
Rumänien	9267	8665
Ungarn	9522	6784
Irland	6835	6225
Polen	8229	4725
Slowakei	3950	3824
Slowenien	3139	3132
Dänemark	2286	2371
Österreich	2268	2224
Zypern	1293	1682
Finnland	1131	1134
Nordmazedonien	951	1018
Luxemburg	1294	899
Serbien	k. A.	661
Litauen	817	628
Norwegen	506	580
Lettland	305	341
Estland	139	174

Quelle: Eurostat



„Am Ziele deiner Wünsche wirst du jedenfalls eines vermissen: dein Wandern zum Ziel.“

(Marie von Ebner-Eschenbach)

Erste Sätze zum Verlieben

Der erste Satz eines Romans kann für manche eine Tür in eine andere Welt öffnen. Und für andere eine unüberwindbare Grenze darstellen.

Denn Bücher sind wie die Liebe: Nur gemeinsam mit denen, die sie lesen, finden sie ihre Erfüllung.

Text: Peter Lau

Illustration: Jindrich Novotny

„Ilsebill salzte nach.“ Das ist der Beginn des Romans „Der Butt“ von Günter Grass – und der beste erste Satz in der deutschen Literatur. Jedenfalls laut Jury des Wettbewerbs „Der schönste erste Satz“ der Initiative Deutsche Sprache und der Stiftung Lesen, für den mehr als 17 000 Menschen ihren liebsten literarischen Anfang einschickten. Es war allerdings keine Wahl, bei der die Mehrheit gewann. Und das war auch gut so, denn in der Wettbewerbsankündigung hieß es: „Der erste Satz ist wichtig. In der Liebe wie auch in der Literatur. Ein guter erster Satz entscheidet oftmals schon darüber, ob wir uns in einen Menschen oder in ein Buch verlieben, ob wir berührt werden und uns voller Neugier auf das Versprechen einer guten Geschichte einlassen.“

Die Magie der Liebe birgt bekanntlich für jeden einen anderen Zauber. Einige schmelzen dahin, wenn sie den Satz hören: „Ich zähle die Stunden, bis du wieder bei mir bist.“ Während andere entsetzt antworten: „Wenn du außer mir nichts im Leben hast, passen wir doch nicht zusammen.“

Mit Günter Grass' Einstieg dürften nur wenige Probleme haben, aber sonderlich anziehend werden ihn wohl auch nicht viele finden. Der zweite Platz des Wettbewerbs, der erste Satz aus Franz Kafkas „Die Verwandlung“, ist da schon anders: „Als Gregor Samsa eines Morgens aus unruhigen Träumen erwachte, fand er sich in seinem Bett zu einem ungeheuren Ungeziefer verwandelt.“ Ist das spannend? Oder eklig?

Die folgende Liste schöner erster Sätze von Literaturklassikern und Geheimtipps ist natürlich völlig subjektiv. Aber vielleicht führt sie Sie trotzdem zu einem neuen Lieblingsbuch? Als kleine Starthilfe für die Liebe zu neuer Lektüre haben wir sie verschiedenen Typen von Menschen zugeordnet, die von einem Buch mehr erwarten als spannende Lektüre. Wer von ihnen sind Sie?

Sätze für Menschen, die viel zu sagen hätten, würde nur jemand auf sie hören:

„An einem Orte der Mancha, an dessen Namen ich mich nicht erinnern will, lebte vor nicht langer Zeit ein Junker, einer von jenen, die einen Speer im Lanzengestell, eine alte Tartsche, einen hageren Gaul und einen Windhund zum Jagen haben.“

(Miguel de Cervantes: Don Quijote)

„Die Ewige Wiederkehr ist ein geheimnisvoller Gedanke, und Nietzsche hat damit manchen Philosophen in Verlegenheit gebracht: alles wird sich irgendwann so wiederholen, wie man es schon einmal erlebt hat, und auch diese Wiederholung wird sich unendlich wiederholen!“

(Milan Kundera: Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins)

„Stattlich und feist erschien Buck Mulligan am Treppenaustritt, ein Seifenbecken in Händen, auf dem gekreuzt ein Spiegel und ein Rasiermesser lagen.“

(James Joyce: Ulysses)

„Damals liebte Celeste einen Matrosen und wartete zu Hause darauf, dass sein Schiff die Hafeneinfahrt passieren würde, mit Kurs auf ferne Gewässer eines weiten Meeres, in blauen und grauen Aquarellfarben gemalt auf die verfließende Karte der langen Trennungen.“

(Clara Pinto Correia: Das Alphabet der Frauen)

„Drei Möwen kreisen über den zerbrochenen Kisten, den Orangenschalen und verfaulten Kohlköpfen die sich zwi-

*„Er war ein alter Mann und er fischte allein in einem Boot im Golfstrom und seit vierundachtzig Tagen hatte er keinen Fisch gefangen.“
(Ernest Hemingway:
Der alte Mann und das Meer)*

schen den rissigen Planken heben und senken, und die grünen Wellen schäumen unter der Rundung des Bugs, als die Fähre, hin und her geworfen von der Strömung, klatschend und gurgelnd das Wasser zerteilt, schlingert und gemächlich am Anleger zur Ruhe kommt.“

(John Dos Passos: Manhattan Transfer)

„Nennt mich Ishmael.“

(Herman Melville: Moby-Dick)

„In Lissabon gibt es einige wenige Restaurants oder kleine Gasthäuser, da liegt oberhalb eines Geschäfts, das wie eine dezente Taverne aussieht, ein Zwischengeschoß, das so schwerfällig und hausbacken wirkt wie ein Restaurant in einer Ortschaft ohne Bahnanschluss.“

(Fernando Pessoa: Das Buch der Unruhe)

Sätze für Menschen, die viel gesehen haben und nichts mehr so schwer nehmen:

„Pfh, die Frau, die kenne ich.“

(Toni Morrison: Jazz)

„Als Konrad Lang zurückkam, stand alles in Flammen, außer dem Holz im Kamin.“

(Martin Suter: Small World)

„Mein erster Toter war ein Rentner.“

(Joachim Meyerhoff: Wann wird es endlich wieder so, wie es nie war)

„Draußen war ein Winter gewesen, der den Bildern, die wir früher vom Winter gehabt haben, nicht einmal entfernt glich.“

(Sibylle Berg: Der Mann schläft)

„Die Behemoths haben sie mit den Nashörnern, den Flusspferden und den Elefanten zusammen in den Laderaum gesteckt.“

(Julian Barnes: Eine Geschichte der Welt in 10 + Kapiteln)

„Als Erstes ist da der Geruch von Blut und Kaffee.“

(Wolfgang Herrndorf: Tschick)

„Es war ein klarer, kalter Tag im April, und die Uhren schlugen dreizehn.“

(George Orwell: 1984)

„Alles ist vorläufig: die Liebe, die Kunst, der Planet Erde, Sie, ich.“

(Frédéric Beigbeder: 39,90)

„Es ist nicht allgemein bekannt, wie ich den alten Phillip Mathers umgebracht habe; ich zerschmetterte ihm die Kinnlade mit meinem Spaten.“

(Flann O'Brien: Der dritte Polizist)

„Lolita, Licht meines Lebens, Feuer meiner Lenden.“

(Vladimir Nabokov: Lolita)

*„Er stand vor dem Tor des Segeler
Gefängnisses und war frei.“
(Alfred Döblin: Berlin Alexanderplatz)*

Sätze für Menschen, die wissen, dass ein Tag ohne Lachen ein verlorener Tag ist:

„Könnte schlimmer sein.“

(A. L. Kennedy: Alles was Du brauchst)

„Falls Sie wirklich meine Geschichte hören wollen, so möchten Sie wahrscheinlich vor allem wissen, wo ich geboren wurde und wie ich meine verfluchte Kindheit verbrachte und was meine Eltern taten, bevor sie mit mir beschäftigt waren, und was es sonst noch an David-Copperfield-Zeug zu erzählen gäbe, aber ich habe keine Lust, das alles zu erzählen.“

(J. D. Salinger: Der Fänger im Roggen)

„Schwungvoll schmierte ich mir Orangenmarmelade auf den Toast, und während ich so vor mich hin strich, war ich stärker denn je versucht, ‚trallala‘ zu singen, denn an diesem Morgen fühlte ich mich in einsamer Hochform.“

(P.G. Wodehouse: SOS Jeeves)

„mal sehen, ob die wälder wieder brennen, mal sehen, ob starke hitze uns entgegenschlägt. mal sehen, ob der rauch die tiere aus den büschen treibt, deren namen wir nicht kennen, mal sehen, ob das eine stille nach sich zieht.“

(Kathrin Röggla: die alarmbereiten)

„Hanuman war von der dänischen Provinz ganz übel.“

(Andrej Iwanow: Hanumans Reise nach Lolland)

„Als Mary K.s Gatte noch lebte, Oskar hieß er, und sie selbst noch auf zwei sehr schönen Beinen ging (das rechte hat ihr, unweit ihrer Wohnung, am 21. September 1925 die Straßenbahn über dem Knie abgefahren), tauchte ein gewisser Doktor Negria auf, ein junger rumänischer Arzt, der hier zu Wien an der berühmten Fakultät

sich fortbildete und im Allgemeinen Krankenhaus seine Jahre machte.“

(Heimito von Doderer: Die Strudlhofstiege)

„Montag, 27. Januar: 58,5 kg (schlittere mitten auf der Fettspur); Lover: 1 (hurral!); Sex: 3-mal (hurral!); Kalorien: 2.100; davon durch Sex wieder verbrannt: 600; macht unterm Strich magere 1.500 Kalorien (hervorragend).“

(Helen Fielding: Bridget Jones - Am Rande des Wahnsinns)

„Es ist eine allgemein anerkannte Wahrheit, dass ein alleinstehender Mann, der ein beträchtliches Vermögen besitzt, einer Frau bedarf.“

(Jane Austen: Stolz und Vorurteil)

Sätze für Menschen, die das Leben nicht so einfach finden:

„Alle Kinder, bis auf einen, werden erwachsen.“

(J. M. Barrie: Peter Pan)

„All dies geschah, mehr oder weniger.“

(Kurt Vonnegut: Schlachthof 5)

„Eines Tages sah sich Aurora Rodríguez veranlasst, ihre Tochter zu töten.“

(Erich Hackl: Auroras Anlass)

„Die Sonne schien, da sie keine andere Wahl hatte, auf nichts Neues.“

(Samuel Beckett: Murphy)

„Es war die beste und die schlimmste Zeit, ein Jahrhundert der Weisheit und des Unsinns, eine Epoche des Glaubens und des Unglaubens, eine Periode des Lichts und der Finsternis: es war der Frühling der Hoffnung und

der Winter der Verzweiflung; wir hatten alles, wir hatten nichts vor uns; wir steuerten alle unmittelbar dem Himmel zu und auch alle unmittelbar in die entgegengesetzte Richtung - mit einem Wort, diese Zeit war der unsrigen so ähnlich, dass ihre geräuschvollsten Vertreter im Guten wie im Bösen nur den Superlativ auf sie angewendet haben wollten.“

(Charles Dickens: Eine Geschichte aus zwei Städten)

„Amöben hinterlassen keine Fossilien.“

(Tom Robbins: Sogar Cowgirls kriegen mal Blues)

„Der Schrecken, der weitere achtundzwanzig Jahre kein Ende nehmen sollte - wenn er überhaupt je ein Ende nahm -, begann, soviel ich weiß und sagen kann, mit einem Boot aus Zeitungspapier, das einen vom Regen überfluteten Rinnstein entlangtrieb.“

(Stephen King: Es)

„Die Vergangenheit ist ein fremdes Land, man macht die Dinge dort anders.“

(L. P. Hartley: Ein Sommer in Brandham Hall)

„Wie froh bin ich, dass ich weg bin.“

(Johann Wolfgang von Goethe: Die Leiden des jungen Werther)

Sätze für Menschen, die auch in Zukunft besser werden wollen:

„Sie war so unlösbar mit meinem Sein verbunden, dass ich im ersten Schuljahr geglaubt haben muß, alle meine Lehrerinnen seien eigentlich meine Mutter, in veränderter Gestalt.“

(Philip Roth: Portnoys Beschwerden)

„Ich hab immer alles hingeschmissen.“

(T. C. Boyle: Grün ist die Hoffnung)

„Viele Jahre später sollte der Oberst Aureliano Buendía sich vor dem Erschießungskommando an jenen fernen Nachmittag erinnern, an dem sein Vater ihn mitnahm, um das Eis kennenzulernen.“

(Gabriel García Márquez: Hundert Jahre Einsamkeit)

„Euch kann ich's ja ruhig sagen: Die Sache mit Emil kam mir selber unerwartet.“

(Erich Kästner: Emil und die Detektive)

„Als ich noch jünger und verwundbarer war, gab mein Vater mir einmal einen Rat, der mir bis heute im Kopf herumgeht.“

(F. Scott Fitzgerald: Der große Gatsby)

„Lange Zeit bin ich früh schlafen gegangen.“

(Marcel Proust: Auf der Suche nach der verlorenen Zeit)

„Ich verliebte mich in Fußball, wie ich mich später in Frauen verlieben sollte: unvermittelt, unbegreiflich, unkritisch, ohne einen Gedanken an den Schmerz oder den Schaden, den er mir zufügen würde.“

(Nick Hornby: Ballfieber)

„Er spricht wie du, mit amerikanischer Stimme, und in seinen Augen liegt ein halbwegs hoffnungsfroher Schimmer.“

(Don DeLillo: Unterwelt)

*„Wir bewältigen unseren Alltag fast ohne das geringste Verständnis der Welt.“
(Stephen Hawking:
Eine kurze Geschichte der Zeit)*

QUELLEN (Kurzbezeichnung):

BAT Stiftung für Zukunftsfragen	Rainforest Alliance
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)	Statista Analyse
Deutsches Weininstitut	Statista Consumer Market Outlook
DHBW Heilbronn	Statistisches Amt der Europäischen Union (Eurostat)
Fairtrade International	Statistisches Bundesamt (Destatis)
FLO-CERT	TransFair
forsa marplan	United States Department of Agriculture
Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)	UTZ Certified
Forum Fairer Handel	VDZ Zielgruppenfinder
GfK Media and Communication Research	Verbände der Getränkeindustrie
IFAK	Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA)
IfD Allensbach	Worldbank
International Coffee Organization (ICO)	YouGov

IMPRESSUM

Herausgeber: Tchibo, Arnd Liedtke

Chefredaktion: Susanne Risch

Artredaktion: Britta Max

Infografik: Sabine Hecher, Deborah Tyllack

Illustration: Jindrich Novotny

Chefin vom Dienst: Michaela Streimelweger

Redaktion: Gesine Braun, Lydia Gless, Renate Hensel,
Peter Lau, Kathrin Lilienthal

Marktforschung, Recherche, Daten und Quellen:

Lisa Abels, Peter Kautz, Wenke Krützfeldt, Lukas Rosenkranz,
Eike Röver, Dustin Stanitzek, Lina Marie Stöbel, Michaela Zitterich

Anfragen an den Herausgeber, Corporate Communications:

presse@tchibo.de, Maraike Kahlstorf und Karina Schneider

Konzept: brandeins, statista.com

© brandeins, Hamburg 2022

Kaffee in Zahlen

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, für die ein gutes Frühstück zu einem perfekten Start in den Tag gehört, in Prozent: **48,5**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, für die Kaffeetrinken zu einem perfekten Start in den Tag gehört, in Prozent: **69,2**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die neue Kaffeesorten aus Experimentierfreude ausprobieren, in Prozent: **27,1**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die neue Kaffeesorten ausprobieren, weil es Aktionsangebote gibt, in Prozent: **36,9**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die neue Kaffeesorten ausprobieren, um neue Geschmackserlebnisse zu haben, in Prozent: **45,6**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, denen es sehr wichtig oder wichtig ist, neue Kaffeevariationen auszuprobieren, in Prozent: **32,1**

Anteil der Kaffeetrinker im Alter von 22 bis 35 Jahren, denen es sehr wichtig oder wichtig ist, neue Kaffeevariationen auszuprobieren, in Prozent: **62,7**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die seit der Pandemie mehr Kaffee trinken, in Prozent: **21,4**

Anteil der Kaffeetrinker im Alter von 18 bis 21 Jahren, die seit der Pandemie mehr Kaffee trinken, in Prozent: **47,2**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die mit dem Kaffeetrinken angefangen haben, um erwachsen zu wirken, in Prozent: **16,3**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die aus Neugier mit dem Kaffeetrinken angefangen haben, in Prozent: **33,6**

Gewohnheiten und Routinen strukturieren unseren Tag, reduzieren Aufwand und Energie, sind wohlig und vertraut. Zu viel Routine kann aber auch einengen. Wie experimentierfreudig sind wir, wenn es um Kaffee geht? Um neue Geschmacksvarianten, neue Zubereitungsarten, neue Sorten? Lassen wir uns verführen und überzeugen? Probieren wir Neues aus?



brand eins

statista 