

appinio

Hype Train • August 2024

Kaffee



Mit Anne Leonhardi
Marketing Director
De'Longhi
Deutschland GmbH

appinio

Insights

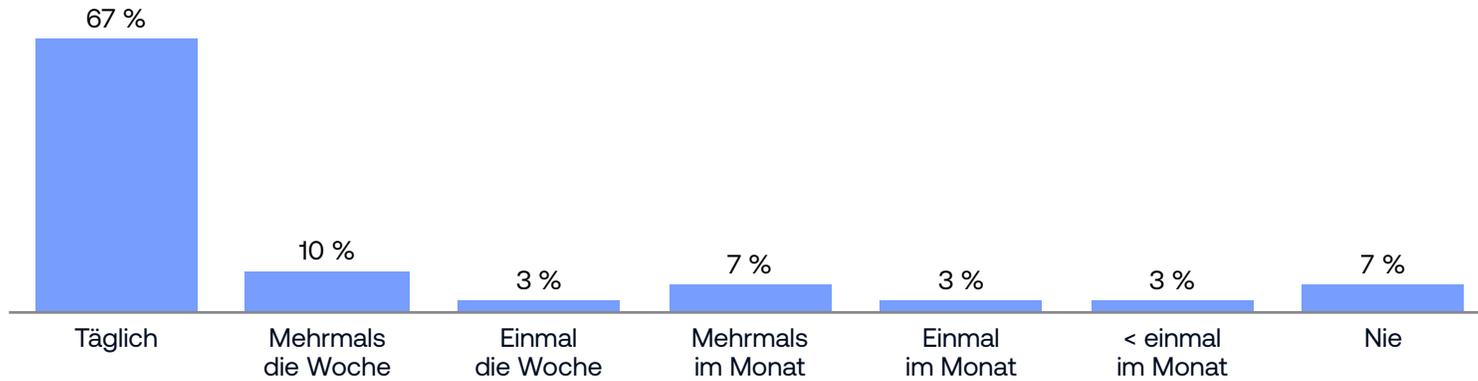
Kaffee



Hype Train | So (oft) trinken die Deutschen Kaffee

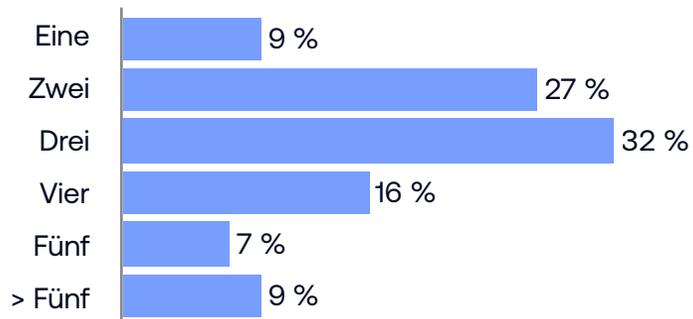
Daily Essential: Zwei Drittel der Deutschen trinken täglich Kaffee.

„Wie oft trinkst du Kaffee?“ (N=1000, Single Select)



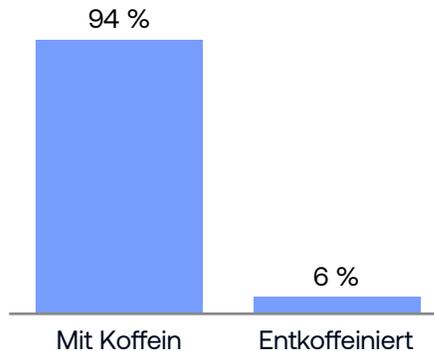
Diejenigen, die täglich Kaffee trinken, trinken größtenteils drei Tassen (33 %). 16 % trinken sogar vier Tassen Kaffee am Tag.

„Wie viele Tassen Kaffee trinkst du am Tag?“ (N=676, Single Select)



Nur 6 % der Kaffeetrinkenden verzichten dabei auf Koffein.

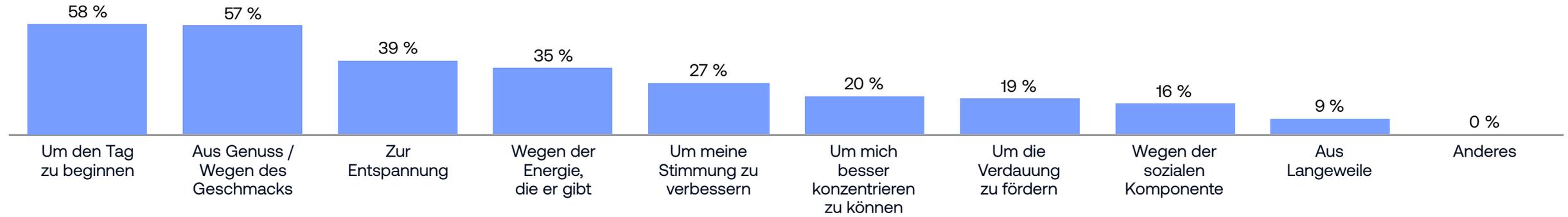
„Wie trinkst du deinen Kaffee hauptsächlich: Mit Koffein oder entkoffeiniert?“ (N=933, Single Select)



Hype Train | Darum trinken die Deutschen Kaffee

Die Hauptgründe für das Kaffeetrinken? Für die meisten ist es ein Mix aus einem Kickstart in den Tag (58 %) und geschmacklichem Genuss (57 %).

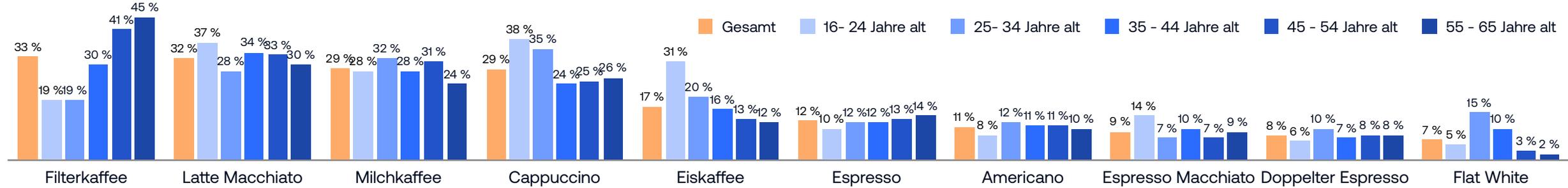
„Aus welchem Grund trinkst du Kaffee?“ (N=933, Multiple Select)



Hype Train | So trinken die Deutschen ihren Kaffee am Liebsten

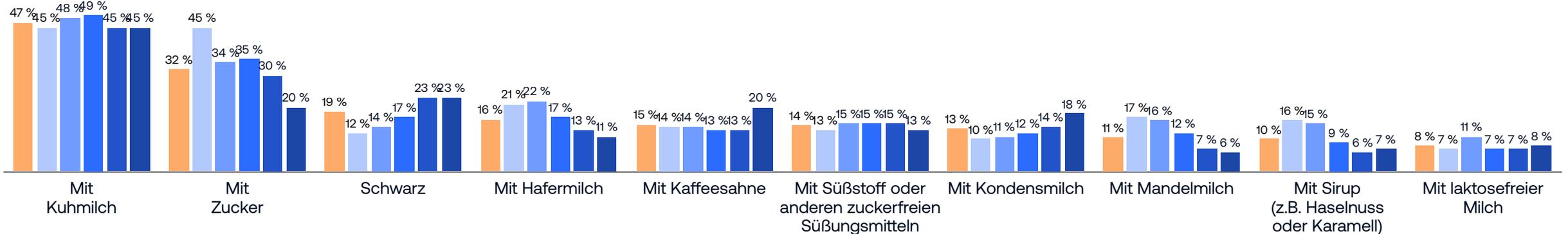
Welche Kaffeeart macht das Rennen? Bei den älteren Generationen ist es der Filterkaffee, bei den jüngeren sind es Kaffeespezialitäten mit Milch.

„Welche Art von Kaffee trinkst du am liebsten?“ (N=933, Multiple Select with 1 to 3 answers possible, Top 10)



Kuhmilch – generationsübergreifend die beliebteste Ergänzung zum Kaffee. Zu Milchalternativen wie Hafermilch greifen eher die jüngeren Generationen.

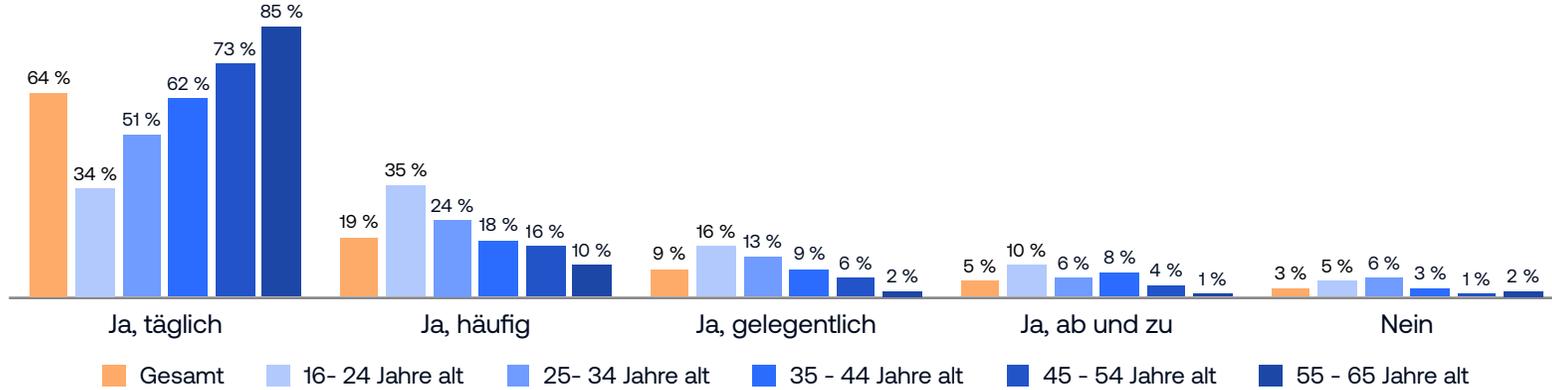
„Wie trinkst du deinen Kaffee hauptsächlich: Schwarz oder mit etwas dazu?“ (N=933, Single Select, Top 10)



Hype Train | Die Kaffeezubereitung Zuhause

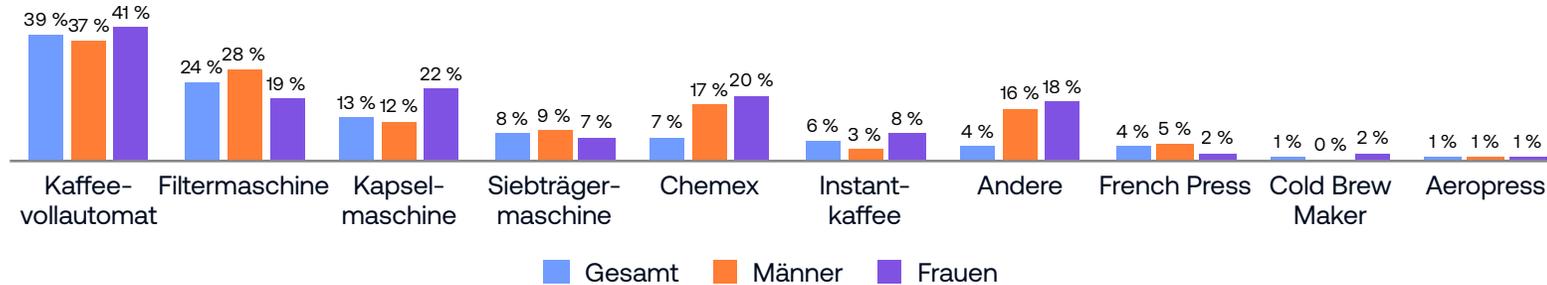
Längst schon Routine: 64 % bereiten täglich Kaffee Zuhause zu. Je älter die Befragten, desto eher.

„Bereitest du dir Kaffee Zuhause zu?“ (N=933, Single Select)



Der Kaffeevollautomat ist dabei die beliebteste Kaffeemaschine, dicht gefolgt von der Filtermaschine.

„Wenn du dir Kaffee Zuhause zubereitest, mit welcher Maschine tust du dies meistens?“ (N=906, Single Select)

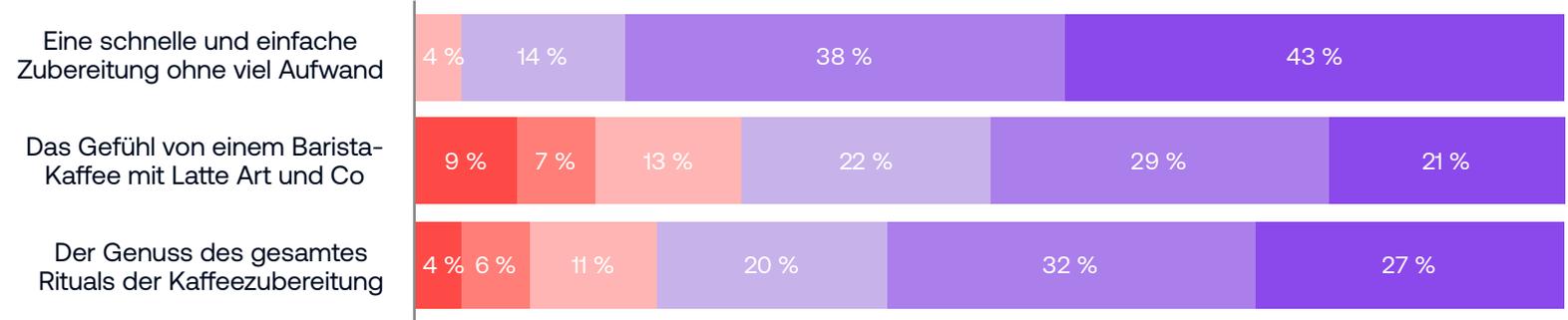


Hype Train | Darauf kommt es beim Kaffee an

Einfachheit siegt! 82 % der Deutschen ist eine einfache und schnelle Zubereitung (sehr) wichtig.

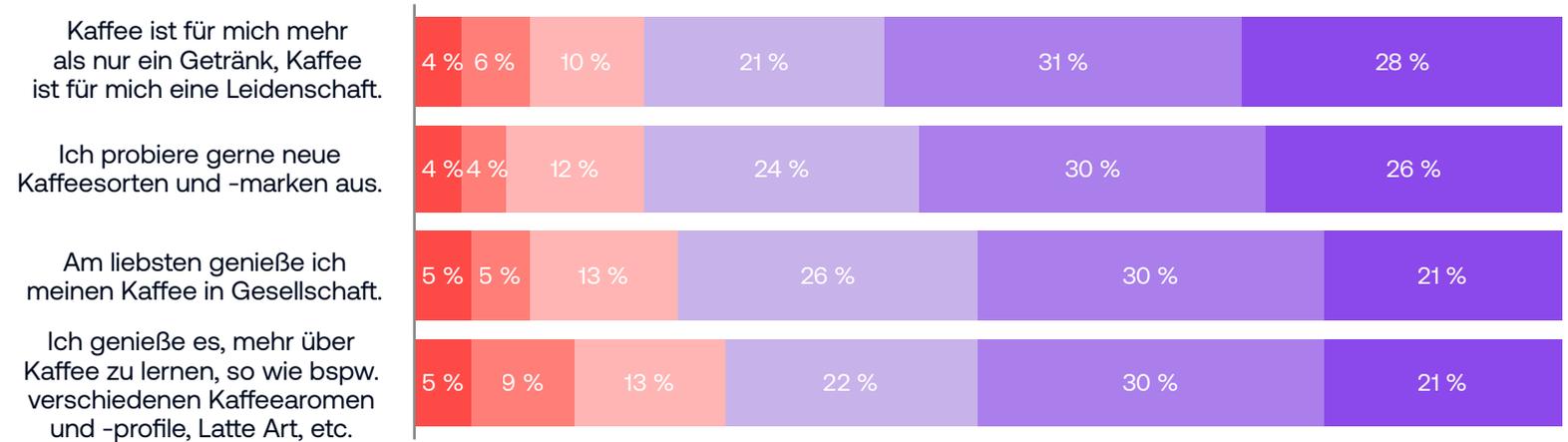
„Wenn du dir Kaffee zuhause zubereitest, wie wichtig ist dir dabei Folgendes?“ (N=906, Single Select)

■ Gar nicht wichtig
 ■ Nicht wichtig
 ■ Eher nicht wichtig
 ■ Eher wichtig
 ■ Wichtig
 ■ Sehr wichtig



Kaffee ist für die meisten nicht nur ein Getränk, sondern eine Leidenschaft.

„Bitte gib an, wie sehr du den folgenden Aussagen zustimmst.“ (N=933, Single Select)



“Konsument:innen erwarten die perfekte Tasse Kaffee, auch für zu Hause, ohne dabei Mühe, Zeitaufwand und Stress mit der Zubereitung zu haben. Mit unseren De’Longhi Kaffeemaschinen bieten wir die passende Lösung für jeden Kaffeewunsch an. Unsere Kaffeefullautomaten und Siebträgermaschinen vereinen Schnelligkeit und Einfachheit mit Genuss und Qualität. So kann jede und jeder hochwertigen Kaffee mit authentischem italienischem Geschmack und erstklassiger Qualität ganz bequem zu Hause genießen.”

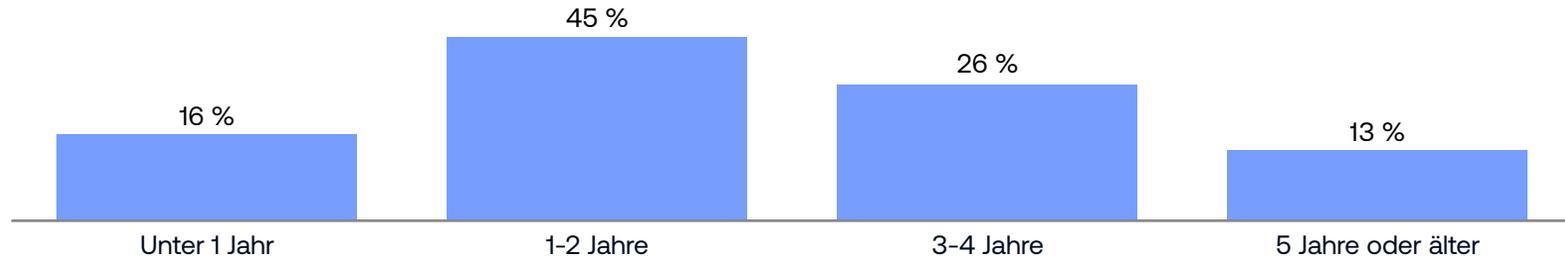


Anne Leonhardi
Marketing Director
De’Longhi
Deutschland GmbH

Hype Train | Die Kaufbereitschaft für Kaffeemaschinen

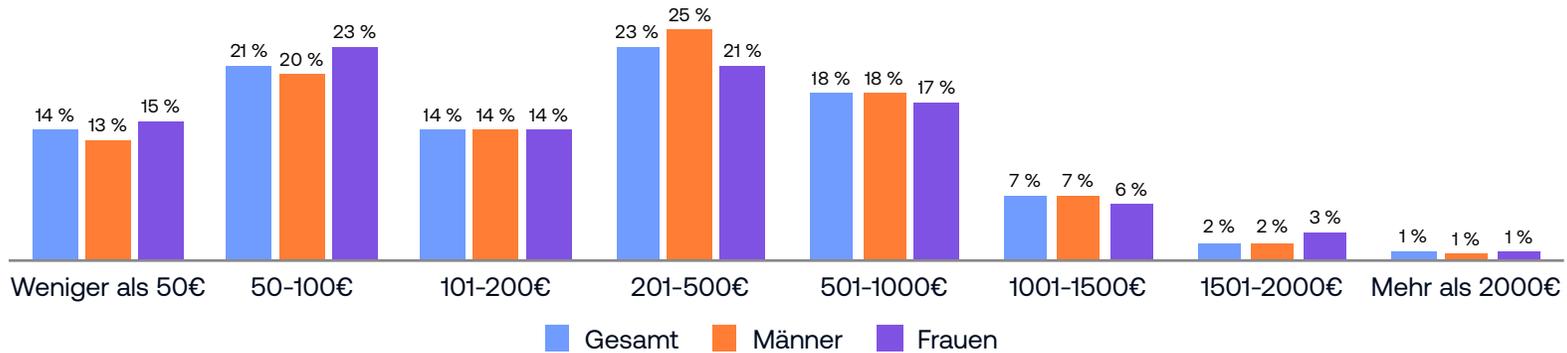
Die meisten Kaffeemaschinen sind recht neu – 61 % besitzen die Maschine seit maximal 2 Jahren.

„Du hast angegeben, einen Kaffeevollautomaten/eine Siebträgermaschine/eine Kapselmaschine zu besitzen. Wie alt ist deine Kaffeemaschine?“ (N=545, Single Select)



Kaffeemaschinenkauf in Zahlen? Die meisten (23 %) haben zwischen 200€ und 500€ ausgegeben.

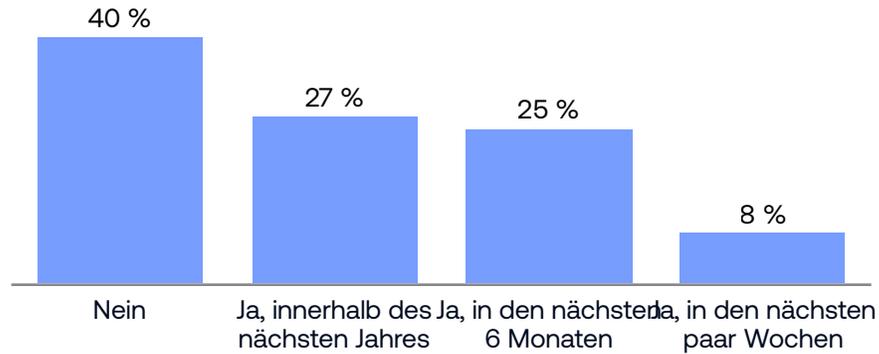
„Wie viel hast du für die Kaffeemaschine ausgegeben, die du am meisten nutzt?“ (N=906, Single Select)



Hype Train | Kriterien beim Kauf einer Kaffeemaschine

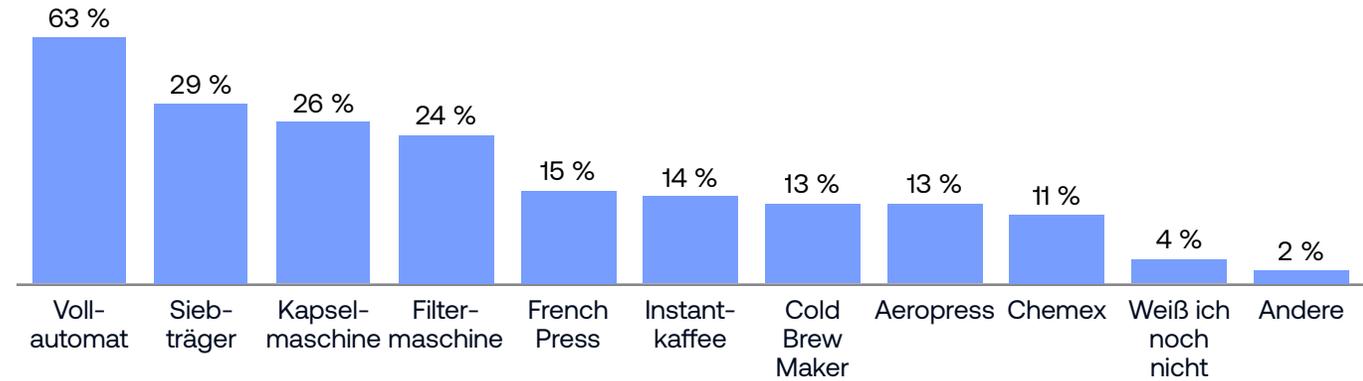
Nur 40 % planen demnächst keine neue Maschine zu kaufen.

„Planst du, in absehbarer Zeit eine neue Kaffeemaschine zu kaufen?“ (N=906, Single Select)



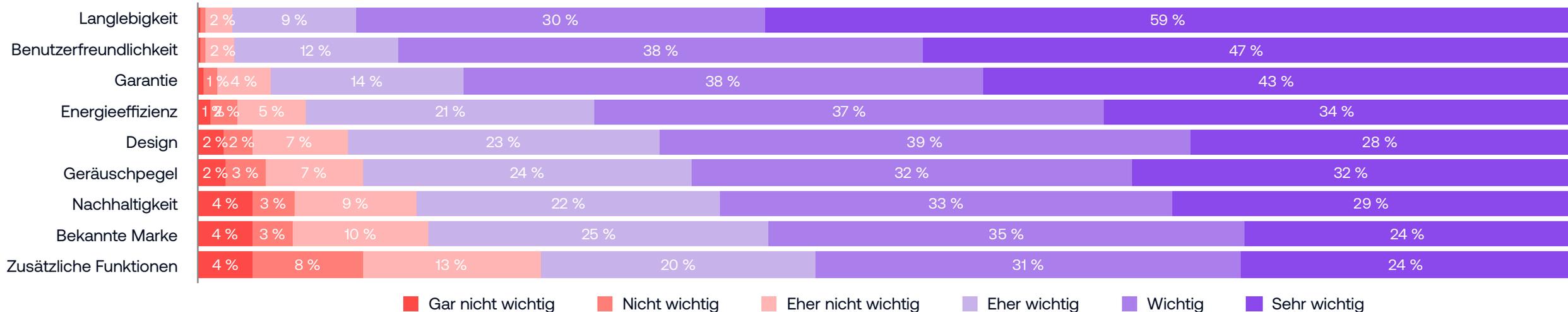
Klarer Favorit: 63 % setzen beim nächsten Kauf auf den Vollautomaten.

„Welche Maschine kommt für dich beim nächsten Kauf in Frage?“ (N=545, Multiple answers)



Langlebigkeit und Benutzerfreundlichkeit – für die meisten unverzichtbar beim Kauf einer neuen Maschine.

„Wie wichtig sind für dich die folgenden Faktoren beim Kauf einer neuen Kaffeemaschine?“ (N=545, Single Select)



Hype Train | Die Top Kaffeemarken

DeLonghi und Philips: Sie führen die Liste der bekanntesten Marken für Kaffeemaschinen an.

„Wenn du an Kaffeemaschinen denkst, welche Marke kommt dir als erstes in den Sinn?“ (N=1000, Top 5)



(11 %)

PHILIPS **SIEMENS**

(11 %)

(9 %)



(9 %)



(8 %)

Tchibo und Melitta sind die ersten Marken, welche den Deutschen in den Kopf kommt beim Thema Kaffeebohnen oder -pulver.

„Wenn du an Kaffeebohnen oder -pulver denkst, welche Marke kommt dir als erstes in den Sinn?“ (N=1000, Top 5)



(11 %)



(11 %)



(9 %)



(9 %)



(8 %)



appinio

Hype Tracker

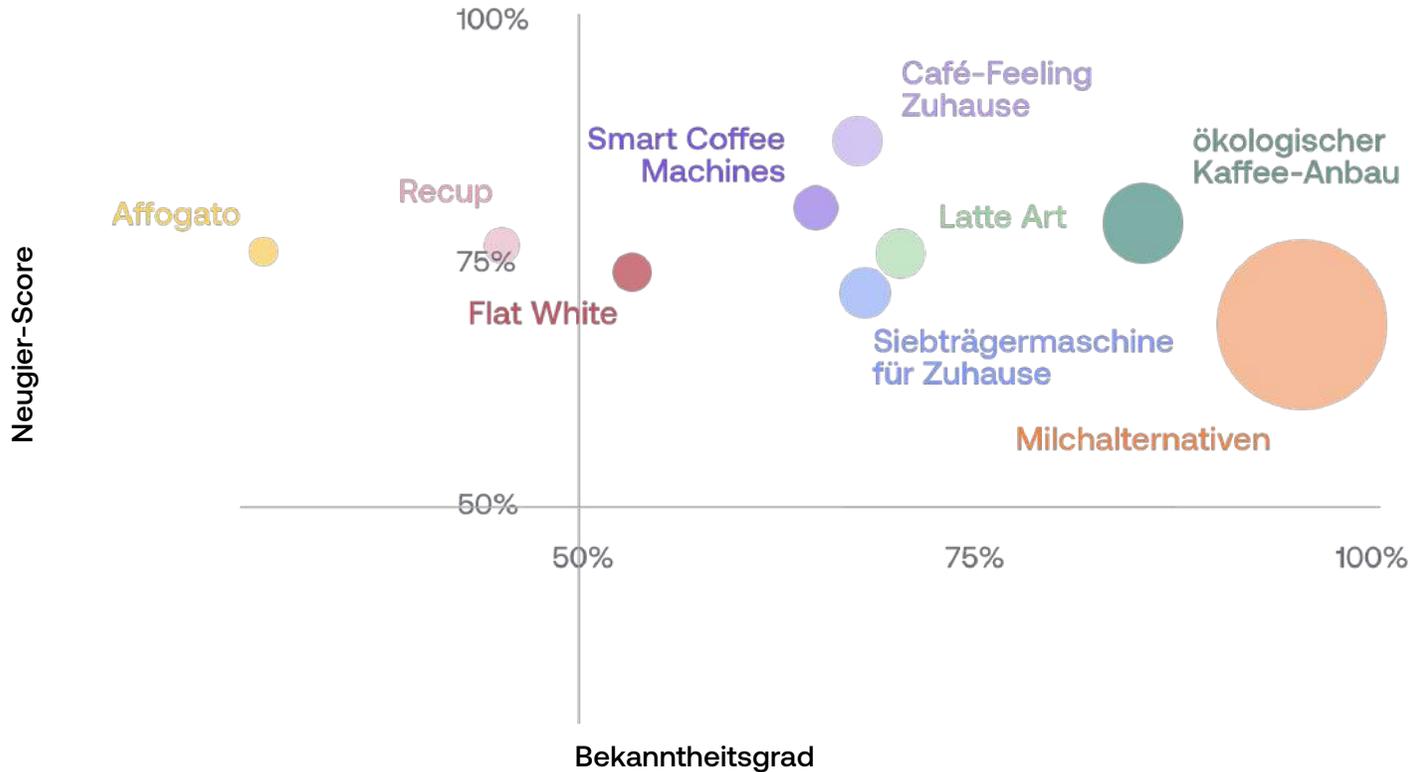
Anne Leonhardi





Anne Leonhardi
Marketing Director
De'Longhi
Deutschland GmbH

Als Marketing Director bei der De'Longhi Deutschland GmbH verantwortet sie die Vermarktung der Marken De'Longhi, Kenwood, Braun und Nutribullet. Sie bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung aus der Konsumgüterindustrie (FMCG) in verschiedenen Bereichen wie Körperpflege, Unterhaltung und Spielzeug mit. Zu ihren Kompetenzen gehören Marketing Management, Digital Marketing, Market Research, PR, Strategy Development, Business Planning, Leadership und People Development. Die gebürtige Frankfurterin trinkt am liebsten einen starken Americano und hat eine große Leidenschaft für das Thema Essen.



Einordnung der Hypes

Beinahe alle Hypes von Anne Leonhardi landen im Bereich "High Speed Hypes" (hohe Bekanntheit & hohe Neugierde). Es beweist die Aktualität und Beliebtheit dieser Themen. Außerdem zeigt die Größe der Bubble, dass vor allem Milchalternativen, aber auch ökologischer Kaffee-Anbau besonders häufig in den Köpfen und Mündern der Deutschen sind.

Bekanntheitsgrad

Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben.

Neugier-Score

Prozent der Befragten, die mindestens einmal von dem Hype gehört haben und sagen: „Finde ich (eher) interessant“.

Appinio Buzz (Größe der Bubble)

Verhältnis zwischen Befragten, die in letzter Zeit oft/ständig von einem bestimmten Hype gehört haben, und denen, die noch nie davon gehört haben. Je größer die Blase desto größer der Buzz.

02 Hype Tracker | Die Hypes von De'Longhi kurz erklärt

Milchalternativen: Pflanzliche Milchalternativen wie Hafer-, Mandel- und Sojamilch werden immer beliebter. Gründe dafür sind Laktoseintoleranz, vegane Ernährung und das zunehmende Umweltbewusstsein der Verbraucher.

Café-Feeling Zuhause: Viele Menschen schaffen sich mit hochwertigen Maschinen und stilvollem Zubehör ein Café-Ambiente zu Hause. So können sie Spezialitätenkaffee in gemütlicher Atmosphäre genießen.

Smart Coffee Machine: Smarte Kaffeemaschinen bieten die Möglichkeit, den Kaffee individuell anzupassen. Sie lassen sich per App steuern und bieten Komfort wie das Starten des Brühvorgangs aus der Ferne.

Flat White: Der Flat White, bestehend aus doppeltem Espresso und mikroschaumiger Milch, hat sich als beliebte Kaffeespezialität etabliert, besonders bei denen, die ein ausgewogenes Verhältnis von Kaffee und Milch schätzen.

Recup: Das Recup-System bietet eine nachhaltige Alternative zu Einwegbechern. Kunden erhalten ihren Coffee-to-go in wiederverwendbaren Bechern, die sie gegen Pfand in teilnehmenden Cafés zurückgeben können.

Affogato: Der Affogato kombiniert eine Kugel Vanilleeis mit heißem Espresso und bietet so eine einfache, aber raffinierte Dessertoption, die immer mehr Kaffeeliebhaber begeistert.

Latte Art: Latte Art verwandelt den Milchschaum auf dem Kaffee in kunstvolle Muster. Diese Technik zeigt nicht nur die handwerkliche Fertigkeit des Baristas, sondern bereichert auch das Kaffeelerlebnis visuell.

Siebträgermaschine für Zuhause: Siebträgermaschinen ermöglichen es Kaffeeliebhabern, Espresso und andere Kaffeespezialitäten in Café-Qualität zu Hause zuzubereiten, mit voller Kontrolle über den Brühvorgang.

Ökologischer Kaffee-Anbau: Der ökologische Kaffee-Anbau setzt auf den Verzicht von synthetischen Pestiziden und Düngemitteln, fördert Biodiversität und faire Handelspraktiken, um nachhaltigen Kaffee zu produzieren.



Constanze Schumann-Plekat

Team Lead Marketing DACH

constanze.schumannplekat@appinio.com

Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragung erfolgte vom 09. bis zum 11.08.2024
- Daten können immer unter research.appinio.com eingesehen werden
- Erhebungsland Deutschland

Stichprobe

1000

Teilnehmende

42

Durchschnittsalter

National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht –
Zum Dashboard: [hier](#)

Stichprobenzusammensetzung

