



Presseinformation

Aral stellt fünfte Auflage der Studie „Trends beim Kaffeegenuss“ vor

Kaffee mit Milch und Zucker ist der Favorit der Deutschen

Immer weniger klassische Kaffeemaschinen im Einsatz – Mehr häufige Nutzer beim Coffee-to-go

Bochum, 15. März 2017 – „Möchten Sie einen Kaffee?“ Kaum eine Frage ist so selbstverständlich und wird so oft mit „Ja“ beantwortet wie diese. 92 Prozent der Deutschen greifen zumindest gelegentlich zum heißen Genussgetränk in einer seiner vielen Varianten. Kaffee mit Milch und Zucker ist dabei die von den Deutschen am meisten gefragte Variante – unabhängig davon, ob er zu Hause oder unterwegs getrunken wird. Das sind nur einige der zentralen Ergebnisse der neuen Studie „Trends beim Kaffee-Genuss 2017“. Mit der repräsentativen Erhebung untersucht Aral zum fünften Mal die Vorlieben der Deutschen beim Thema Kaffee. Denn mit mehr als 85.000 verkauften Einheiten dieses Heißgetränkes pro Tag ist Aral Deutschlands größter Coffee-to-go-Anbieter.

Vollautomaten und Pad-Systeme bei den Jüngeren fast gleichauf

Als flüssiger Muntermacher oder permanenter Begleiter – die Deutschen schätzen ihren Kaffee sehr und daran hat sich seit der Ersterhebung der Studie vor sechs Jahren praktisch nichts geändert. Andere Präferenzen unterliegen dagegen deutlich stärker dem Zeitgeist. Bei der Zubereitungsart sinkt beispielsweise der Marktanteil der traditionellen Kaffeemaschine. Waren es vor sechs Jahren noch 40 Prozent, die den Klassiker unter den Zubereitungsarten bevorzugten, sind es jetzt nur noch 31 Prozent. Bei der jüngsten untersuchten Altersgruppe der 18- bis 35-Jährigen liegt die traditionelle Kaffeemaschine mit 24 Prozent nur noch hauchdünn vor Kaffeevollautomaten und Pad-Systemen.

74 Prozent der Befragten gönnen sich zumindest gelegentlich einen Coffee-to-go

Kaffee mit Milch und Zucker – das ist auch unterwegs der Spitzenreiter der Deutschen. Auf den Folgeplätzen unterscheiden sich die Vorlieben deutlich von denen beim Kaffee-

Kaffee mit Milch und Zucker ist der Favorit der Deutschen

Seite 2

konsum in den eigenen vier Wänden. Beim Coffee-to-go gönnt sich jeder fünfte Studienteilnehmer eine ausgefallene Kaffeespezialität wie Latte Macchiato oder Cappuccino, etc. Zuhause favorisieren nur sechs Prozent diese Variante. Gleichzeitig wächst die Gruppe derer, die angeben häufig einen Coffee-to-go zu bestellen. In der jüngsten Vergleichsgruppe der 18- bis 35-Jährigen gilt das bereits für fast jeden dritten Befragten. Über alle Altersgruppen hinweg gönnen sich 74 Prozent der Kaffeetrinker zumindest gelegentlich einen Coffee-to-go. Der Kaffee auf die Hand wird als Moment des Genusses wahrgenommen – das unterstreicht auch die Tatsache, dass sich die Mehrheit der Deutschen (57 Prozent) dazu einen Snack gönnt. Croissants und süße Backwaren sind die beliebtesten Begleiter. 43 Prozent der Befragten geben an, dass sie zum Coffee-to-go nie einen Snack kaufen.



Die neue 25-seitige Studie „Trends beim Kaffeegenuss 2017“ mit allen Ergebnissen sowie Fotos stehen Ihnen zum Download unter www.aral-presse.de zur Verfügung.

Anmerkung für Redakteure:

Mit rund 2.450 Tankstellen ist Aral die Nr. 1 in Deutschland, dem wichtigsten europäischen Tankstellenmarkt. Der Qualitätsanbieter von Kraft- und Schmierstoffen hat seit 1898 seinen Sitz in Bochum und erfand 1924 den ersten Super-Kraftstoff der Welt, zusammengesetzt aus Aromaten und Aliphaten – daher auch der Firmennamenname „Aral“. Seit 2002 ist Aral die Tankstellenmarke der BP in Deutschland.