

**NO. 12**

**2023**

---

Sparen, einschränken, aufgeben, loslassen. Verzichten heißt, sich von Liebgewonnenem zu trennen.  
Und sich aufs Wesentliche zu konzentrieren: auf das, was wirklich wichtig - und unverzichtbar für uns ist.

---

# Kaffeereport

Schwerpunkt: Verzicht

## Die Essenz

Nun ist dieser Winter also doch ohne größere Einschränkungen für uns zu Ende gegangen. Wir hatten uns zu Hause auf Minusgrade, kalte Duschen und klamme Kleider eingestellt - und sind dann doch besser weggekommen. Ja, viele von uns haben sich in ihrem Konsum eingeschränkt, wir haben Urlaube gestrichen, kleine Wünsche vertagt, nicht notwendige Anschaffungen auf unbestimmte Zeit verschoben. Und so bitter das im Einzelfall auch sein mag, seien wir ehrlich: Es ist ein großer Luxus, auf etwas verzichten zu können.

Verzicht heißt, etwas aufzugeben, das man haben könnte, aber nicht unbedingt braucht. Es bedeutet loszulassen, was man sich wünscht. Vielleicht sogar etwas, das einem zusteht. Aber Verzicht ist freiwillig. Wer nicht bekommt oder verliert, was er dringend braucht, übt keinen Verzicht - der leidet Mangel und ist in Not.

Wir haben uns für dieses Jahr vorgenommen, wegzulassen, was nicht zwingend nötig ist. Ein Selbsttest. Wir wollen sparen, abspecken, uns konzentrieren - und den Blick wieder schärfen für das, was uns wirklich wichtig ist. Worauf können wir verzichten - bei Energie, Wachstum, Wohlstand, Essen, Konsum? Was wollen und was brauchen wir? Was ist zu viel? Und wie viel ist genug?

Unseren, Ihren Kaffeereport werden wir nicht aufgeben, keine Sorge. Aber in diesem besonderen Jahr haben wir uns auch hier auf das Nötigste beschränkt. Wir predigen keine Askese - wir nutzen die Krise als Chance für kleinere und größere Kurskorrekturen. Wenn gelingt, was wir geplant haben, verschafft uns unser Verzicht neuen Freiraum und ein besseres Gefühl für das richtige Maß. Ganz sicher aber wächst dadurch die Vorfremde auf das kommende Jahr.

Wir wünschen Ihnen mit unserer Kompaktausgabe eine angenehme Lektüre,

Arnd Liedtke      Susanne Risch  
Tchibo              brand eins

---

## Inhalt

Produkt & Produktion: **ab Seite 4**  
Konsumentenbefragung: **ab Seite 8**  
Konsum & Konsumenten: **ab Seite 22**  
Menschen & Märkte: **ab Seite 26**  
Essay: **ab Seite 30**  
Quellen / Impressum: **Seite 34**

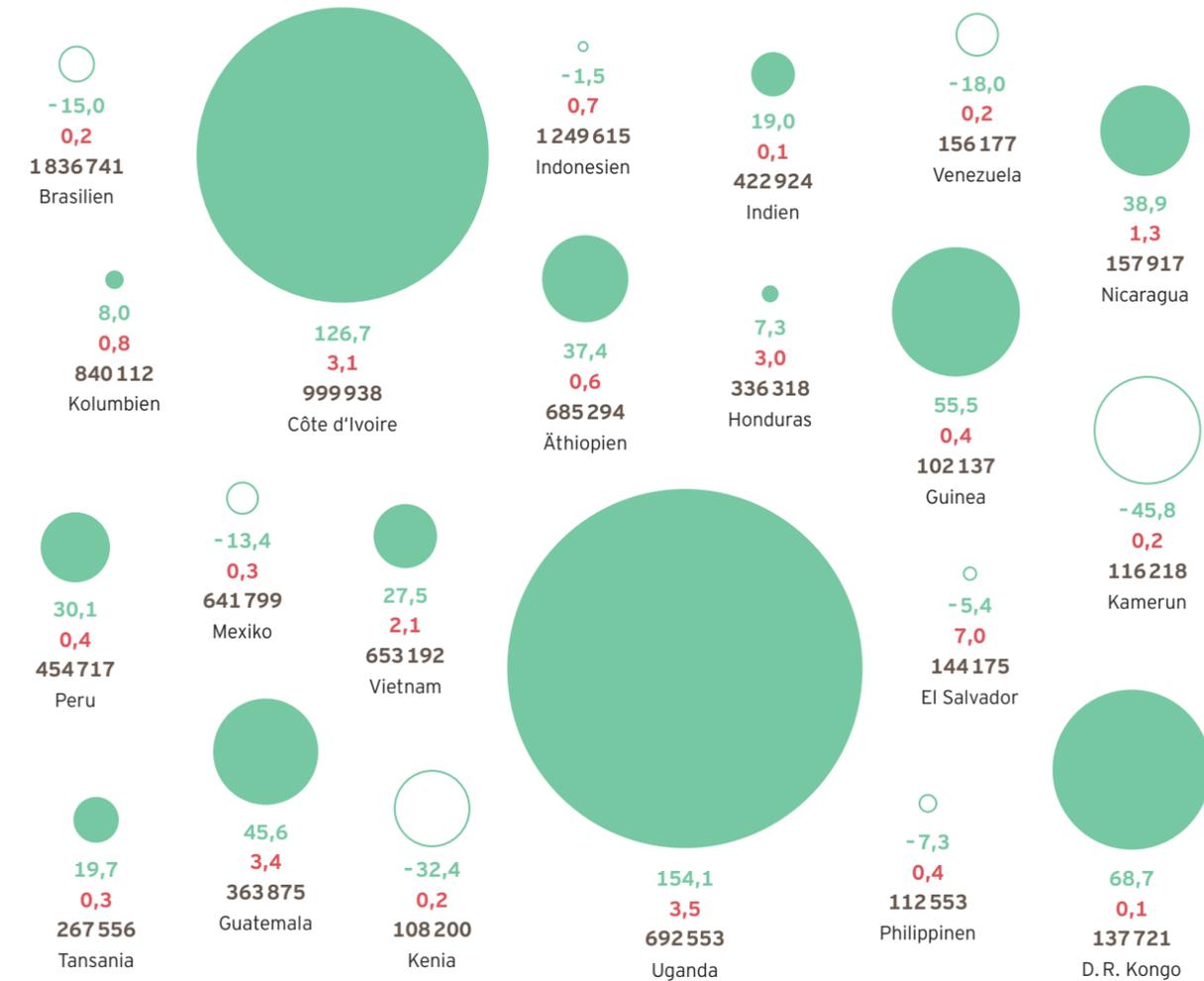
---

# PRODUKT & PRODUKTION

## Anteilmäßig

Anbauländer mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar (2021); in Hektar\*, Anteil der Kaffee-Erntefläche an der Landfläche und Veränderung des Anteils der Kaffee-Erntefläche an der Landfläche von 2010 bis 2021 nach Ländern mit einer Erntefläche von mehr als 100 000 Hektar (2021); in Prozent\*

■ Anbauländer in Hektar ■ Anteil der Erntefläche ● Veränderung des Anteils



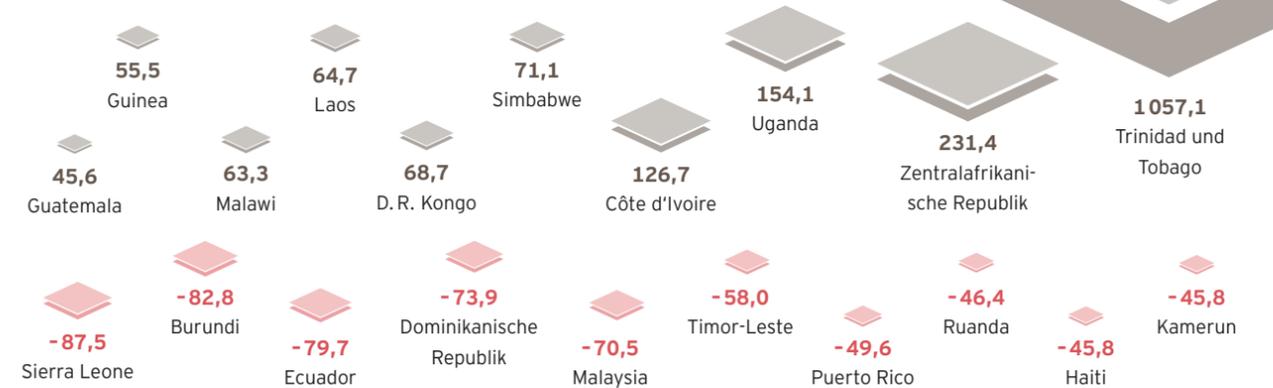
\*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: FAO

„Wir denken selten an das, was wir haben, aber immer an das, was uns fehlt.“  
(Arthur Schopenhauer)

## Regelmäßig

Gewinner und Verlierer nach Veränderung der Erntefläche (Top 10) von 2010 bis 2021; in Prozent\*

◆ Gewinner ◆ Verlierer



\*Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2021 Kaffee-Ernteflächen aufwiesen. 2021 musste die Anbaufläche zudem bei mehr als 100 Hektar liegen. Quelle: FAO

## Mengenmäßig

Volumen der Rohkaffeeproduktion nach Ländern; 2022/23; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken\*

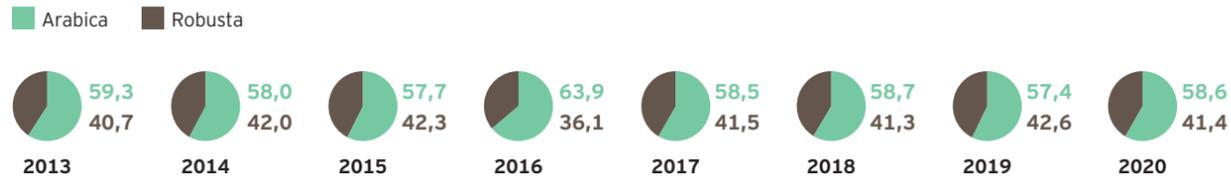
weltweit	172 750	El Salvador	575
Brasilien	62 600	Venezuela	500
Vietnam	30 220	Laos	485
Kolumbien	12 600	Philippinen	475
Indonesien	11 350	Kamerun	450
Äthiopien	8 250	Ecuador	354
Uganda	6 650	Ruanda	325
Indien	6 240	Madagaskar	325
Honduras	6 000	D. R. Kongo	250
Peru	4 200	Burundi	215
Mexiko	3 845	Dominikanische Republik	125
Guatemala	3 730	Guinea	115
Nicaragua	2 780	Kuba	100
Malaysia	2 000	Panama	90
China	1 800	Bolivien	80
Costa Rica	1 365	Sierra Leone	60
Tansania	1 150	Togo	50
Côte d'Ivoire	1 050	USA	40
Kenia	800	Angola	30
Papua-Neuguinea	750	Jamaika	15
Thailand	700	Malawi	11

\*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: United States Department of Agriculture

„Nicht wer wenig hat, sondern wer viel wünscht, ist arm.“  
(Seneca)

### Recht stabil

Verteilung der Kaffeeproduktion nach Sorten; weltweit; in Prozent



Quelle: ICO

### Recht deutlich

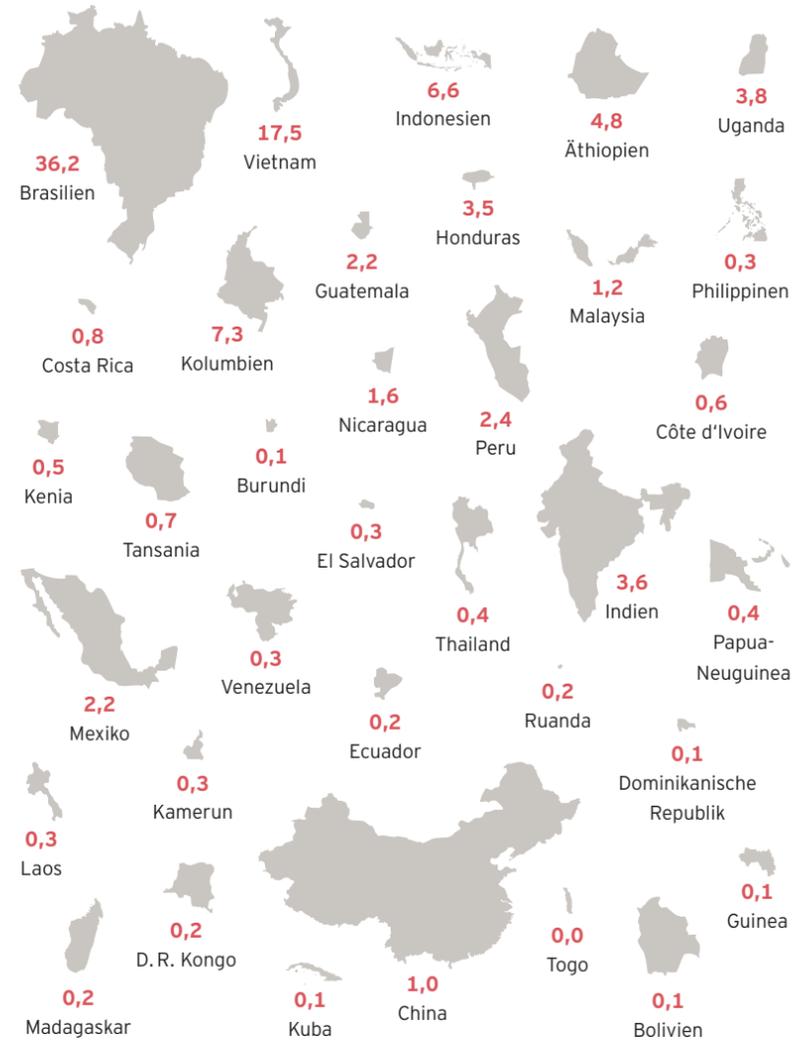
Gewinner und Verlierer nach Veränderung des Ernteertrags (Top 10) von 2010 bis 2021; in Prozent\*



\* Es wurden nur Länder berücksichtigt, die 2010 und 2021 Ernteerträge aufwiesen. Quelle: FAO

### Recht unterschiedlich

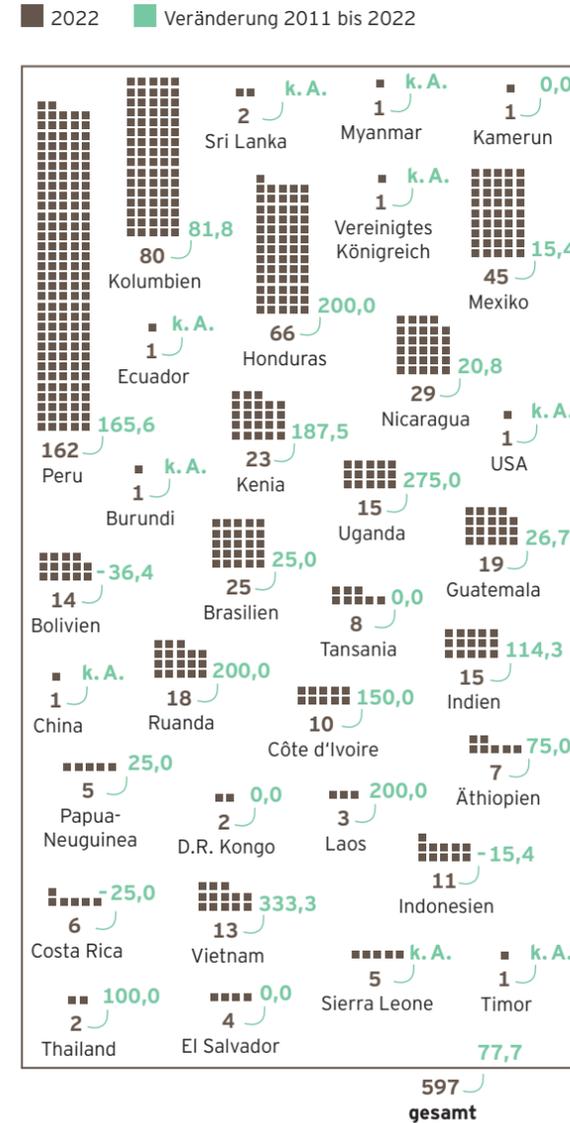
Anteil der Rohkaffeeproduktion nach Ländern; 2022/23; in Prozent\*



\*Die Angaben sind teilweise geschätzt. Quelle: United States Department of Agriculture

### Steigt

Zahl der Kaffeeproduzenten mit Fairtrade-Siegel nach Ländern; 2022; Veränderung 2011 bis 2022; in Prozent

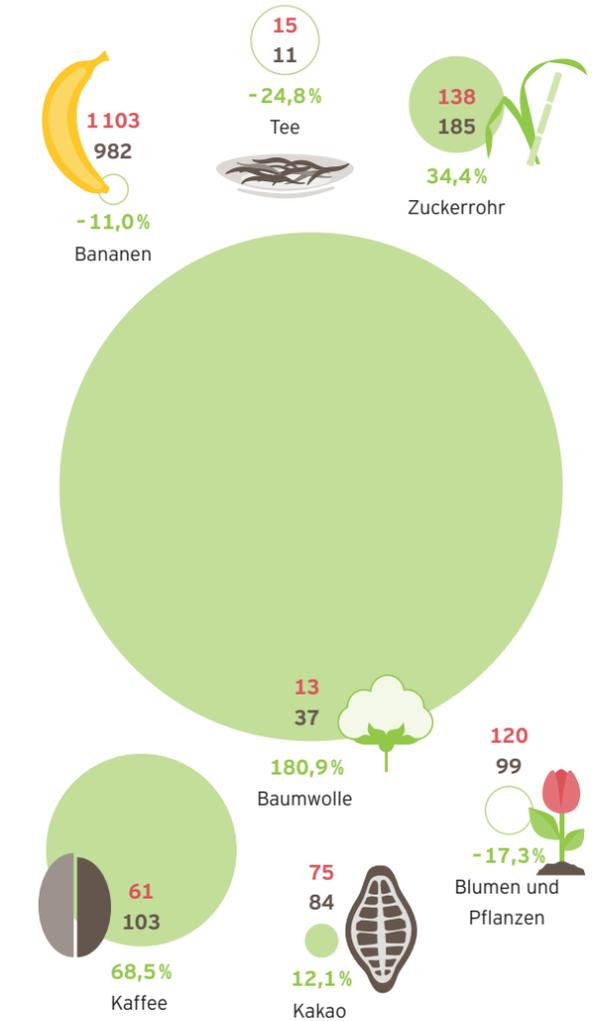


Quellen: FLO-CERT, Statista Analyse

### Wächst

Durchschnittliche Fairtrade-Prämie pro Bauer und Arbeiter nach Produkt; in Euro

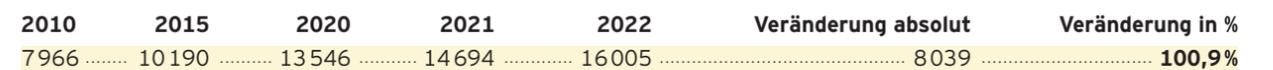
2015 2020 Veränderung 2015 bis 2020



Quellen: Fairtrade International, Statista Analyse

### Läuft

Zahl der mit einem Bio-Siegel gekennzeichneten Heißgetränke; Deutschland



Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

„Nenne dich nicht arm, weil deine Träume nicht in Erfüllung gegangen sind; wirklich arm ist nur, der nie geträumt hat.“

(Marie von Ebner-Eschenbach)

„Wenn du einen Menschen glücklich machen willst, dann füge nichts seinem Reichtum hinzu, sondern nimm ihm einige von seinen Wünschen.“

(Epikur von Samos)

# Lieben und lassen

Wie verbringen wir unseren Tag? Welche Gewohnheiten sind uns wichtig? Worauf freuen wir uns? Was schätzen und lieben wir? Und wovon wollen wir auf gar keinen Fall lassen?

Ja, die Zeiten sind schwierig, und ja, wir müssen sparen, uns vielleicht vorübergehend oder auch ganz von lieb gewonnenen Ritualen trennen. Aber wovon genau: Wo sind wir bereit, unser Verhalten zu verändern, worauf können wir verzichten, auf welche Einschränkung lassen wir uns im Zweifel ein - und zu welchem Kompromiss sagen wir Nein?

Wir haben im Januar 2023 in einer repräsentativen Umfrage mehr als 1500 Kaffeetrinkerinnen und Kaffeetrinker zwischen 18 und 75 Jahren in Deutschland nach ihrer Einstellung, ihrem Kaufverhalten, ihren Gewohnheiten, ihren Vorlieben und ihrem Sparverhalten befragt. Dabei sind eine Reihe von Unterschieden je nach Region, Geschlecht und Alter deutlich geworden.

Das Ergebnis ist bunt, aber so viel ist sicher: Kaffee ist Liebe und Lebensqualität - und da sind wir nur zu sehr wenigen Einschränkungen bereit.

# 8,1 35,0

Anteil der deutschen Kaffeetrinker, die sich vorstellen könnten, komplett auf Kaffee zu verzichten, in Prozent

Anteil der deutschen Kaffeetrinker, die ihren Kaffeekonsum nicht einschränken könnten, in Prozent

Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Wie viele Tassen Kaffee trinken Sie durchschnittlich am Tag?

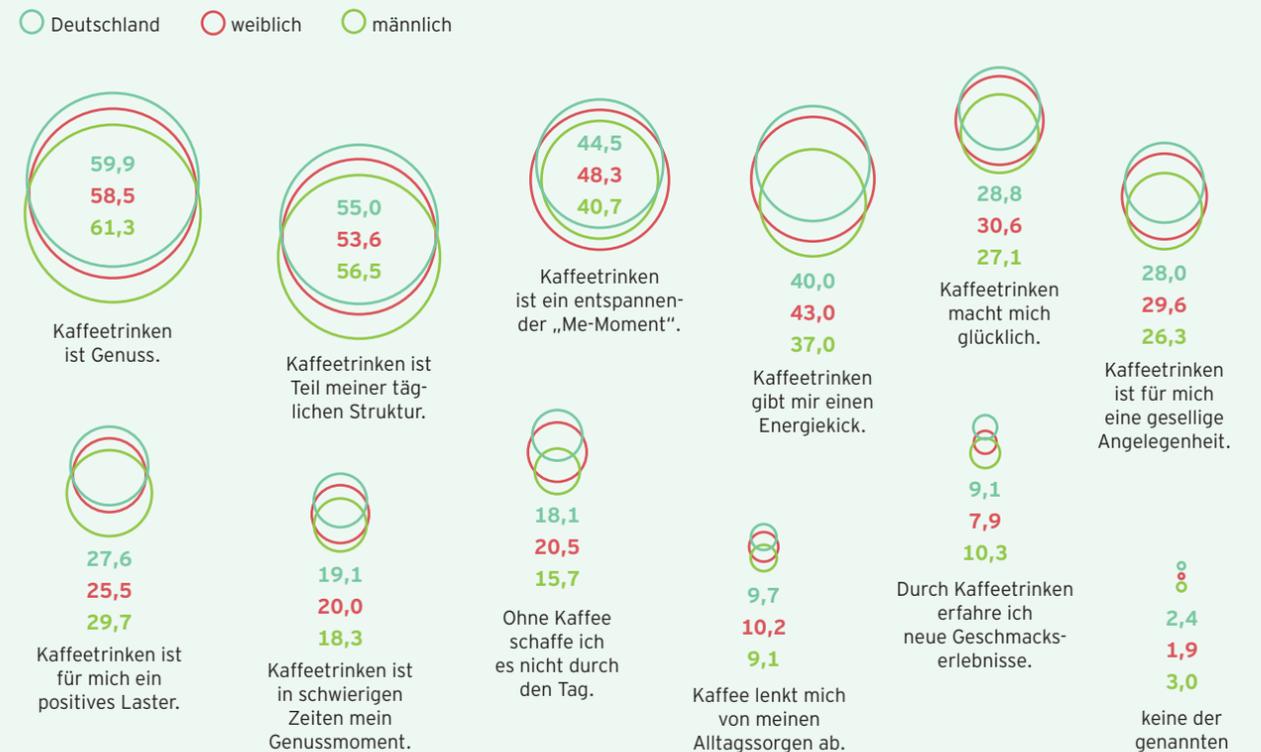
Täglicher Kaffeekonsum nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Warum trinken Sie Kaffee?

Gründe für das Trinken von Kaffee nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

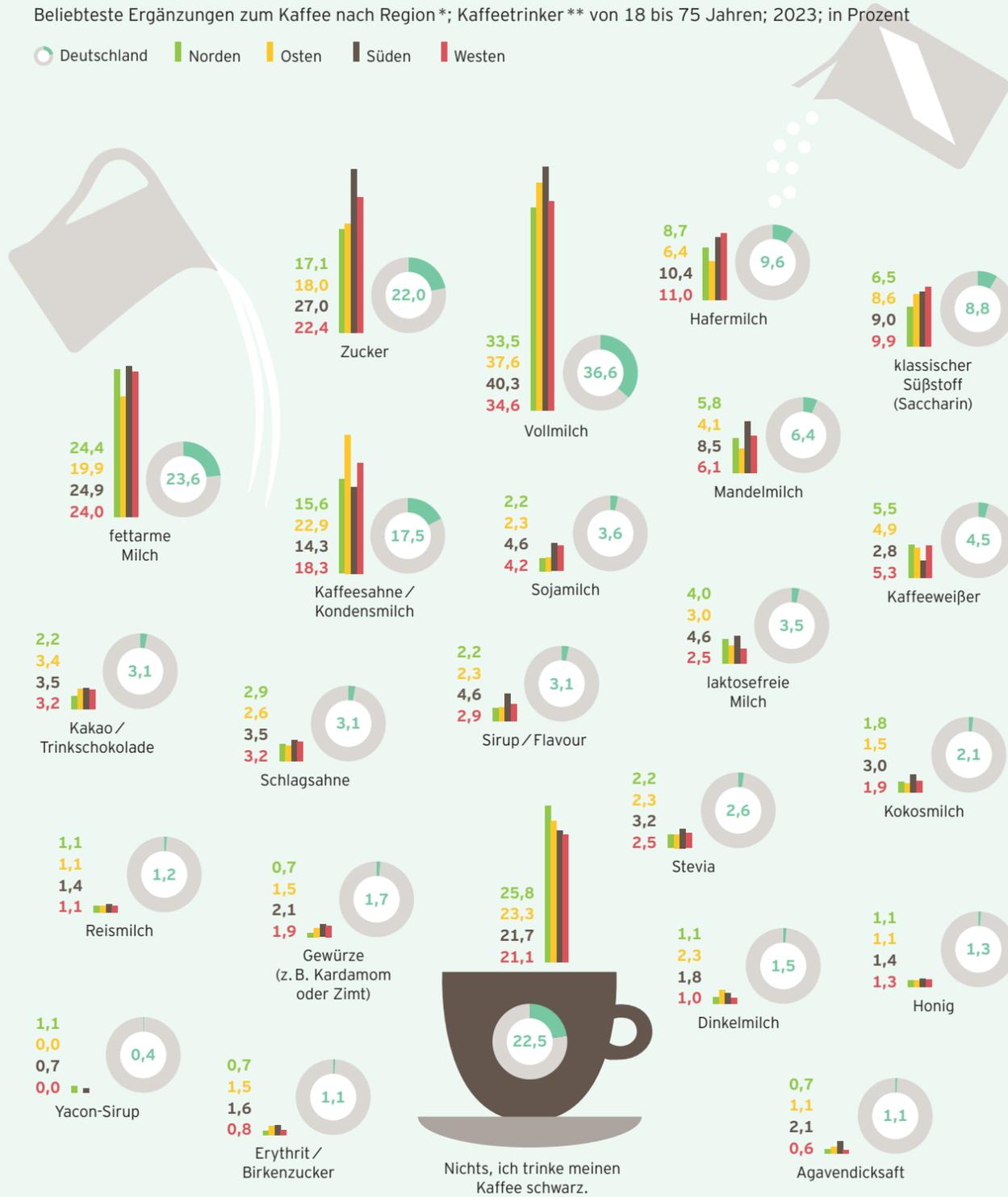


\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Wohnortfrage: Was fügen Sie Ihrem Kaffee hinzu?

Beliebteste Ergänzungen zum Kaffee nach Region\*; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; 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 2023 / Statista

## Altersfrage: Was fügen Sie Ihrem Kaffee hinzu?

Beliebteste Ergänzungen zum Kaffee nach Alter; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

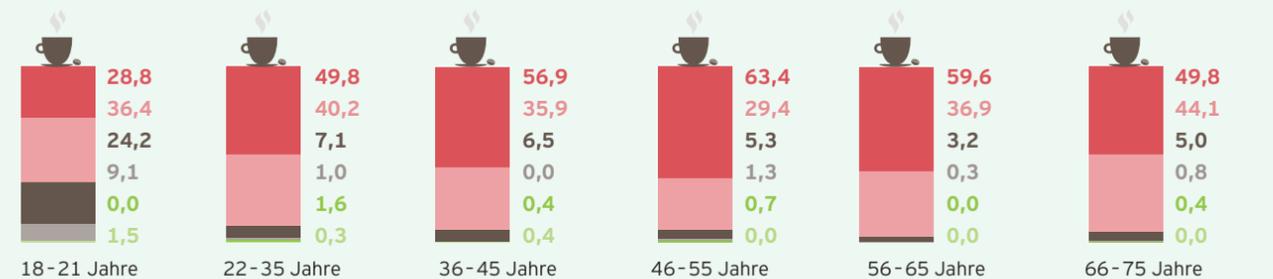
	18-21 Jahre	22-35 Jahre	36-45 Jahre	46-55 Jahre	56-65 Jahre	66-75 Jahre
Vollmilch	54,5	45,3	48,0	40,3	27,2	17,6
fettarme Milch	25,8	32,2	28,6	23,1	20,2	12,6
Zucker	33,3	31,8	23,8	21,8	16,0	13,0
Kaffeesahne / Kondensmilch	10,6	11,9	15,3	18,2	20,2	23,8
Hafermilch	19,7	16,7	14,9	8,6	3,2	2,3
klassischer Süßstoff (Saccharin)	7,6	8,4	7,7	7,9	9,9	10,3
Mandelmilch	12,1	14,5	10,1	4,3	0,6	1,1
Kaffeeweiß	1,5	4,5	6,5	5,0	4,2	3,4
Sojamilch	9,1	6,1	6,0	3,0	1,3	0,4
laktosefreie Milch	6,1	7,4	5,6	2,0	1,0	0,8
Kakao / Trinkschokolade	12,1	6,4	4,4	1,3	1,0	0,4
Schlagsahne	6,1	4,2	4,0	1,7	2,6	2,7
Sirup / Flavour	7,6	6,1	5,2	2,3	0,6	0,4
Stevia	1,5	5,5	2,8	1,7	1,9	1,1
Kokosmilch	3,0	6,1	2,8	1,3	0,0	0,0
Gewürze (z.B. Kardamom oder Zimt)	1,5	3,2	2,0	1,3	1,0	0,8
Dinkelmilch	3,0	2,6	3,6	0,7	0,3	0,0
Honig	0,0	1,6	2,4	2,0	0,0	0,8
Reismilch	3,0	2,9	2,0	0,7	0,0	0,0
Agavendicksaft	0,0	2,3	3,2	0,7	0,0	0,0
Erythrit / Birkenzucker	1,5	2,6	2,4	0,3	0,3	0,0
Yacon-Sirup	0,0	1,0	0,8	0,0	0,0	0,4
Nichts, ich trinke meinen Kaffee schwarz.	10,6	15,1	14,9	19,8	27,9	38,3

\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Konsumfrage: Wie oft trinken Sie Kaffee?

Häufigkeit des Kaffeekonsums nach Alter; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ mehrmals täglich ■ täglich ■ mehrmals in der Woche ■ etwa einmal die Woche ■ mehrmals im Monat ■ etwa einmal im Monat

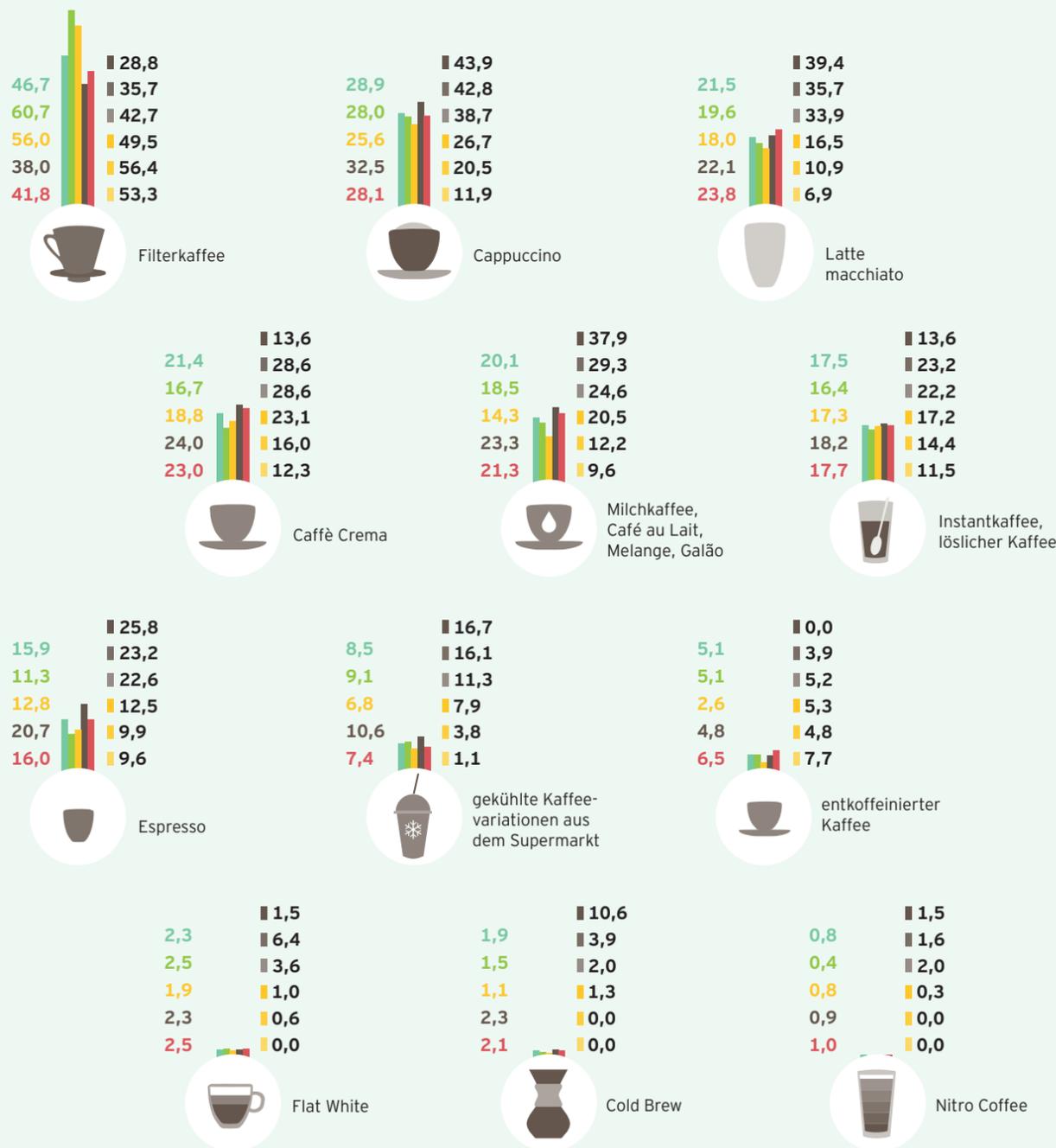


\* Befragte, die mindestens einmal die Woche Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Gewöhnt: Welche Art Kaffee trinken Sie regelmäßig?

Regelmäßig getrunkene Arten von Kaffee nach Region\* und Alter; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Deutschland ■ Norden ■ Osten ■ Süden ■ Westen  
■ 18 bis 21 Jahre ■ 22 bis 35 Jahre ■ 36 bis 45 Jahre ■ 46 bis 54 Jahre ■ 55 bis 65 Jahre ■ 66 bis 75 Jahre

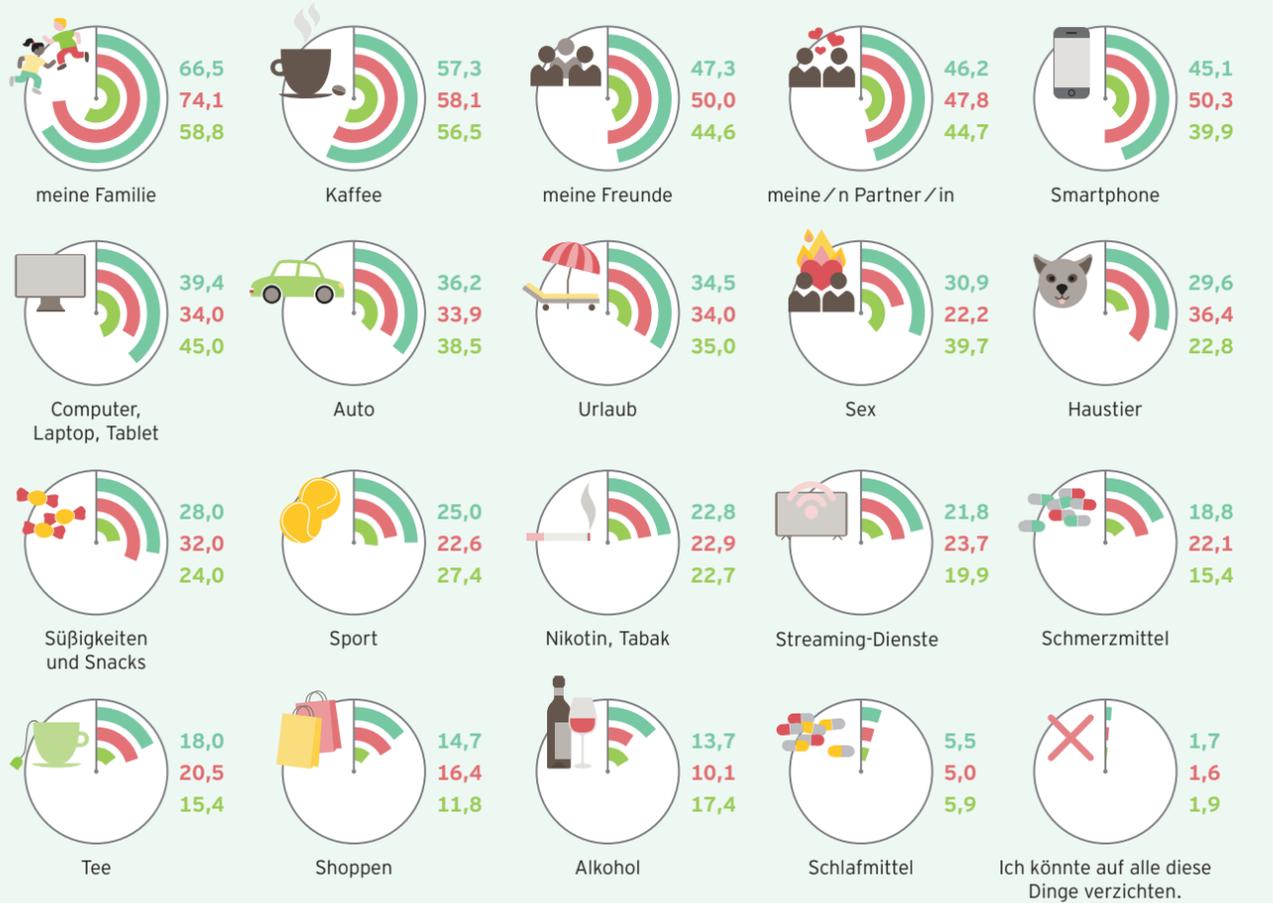


\*Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. \*\*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023/Statista

### Geliebt: Worauf können Sie keinesfalls verzichten?

Unmöglichkeit des Verzichts nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Deutschland ■ weiblich ■ männlich

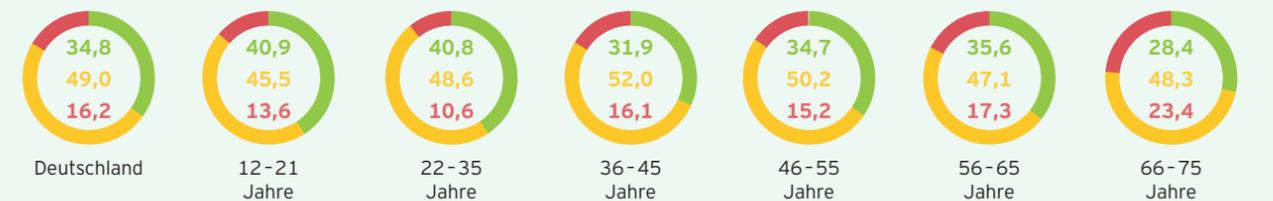


\*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023/Statista

### Geändert: Beeinflussen Krisen Ihre Gewohnheiten?

Einfluss von Krisen auf Gewohnheiten nach Alter; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Ja, ich versuche im Alltag so viel wie möglich zu sparen. ■ Ja, ich versuche im Alltag eher zu sparen.  
■ Ich verhalte mich genauso wie zuvor.

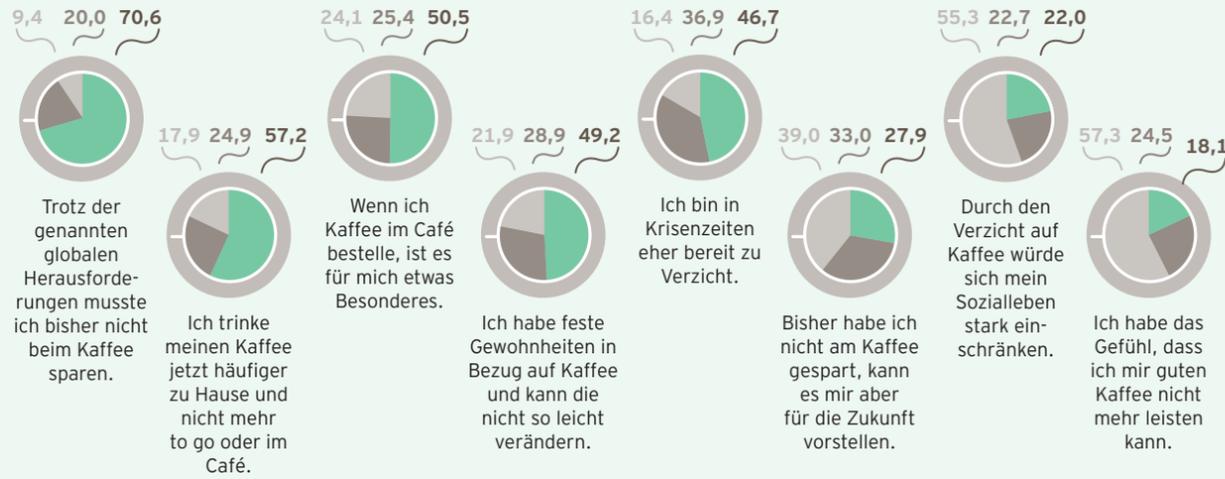


\*Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023/Statista

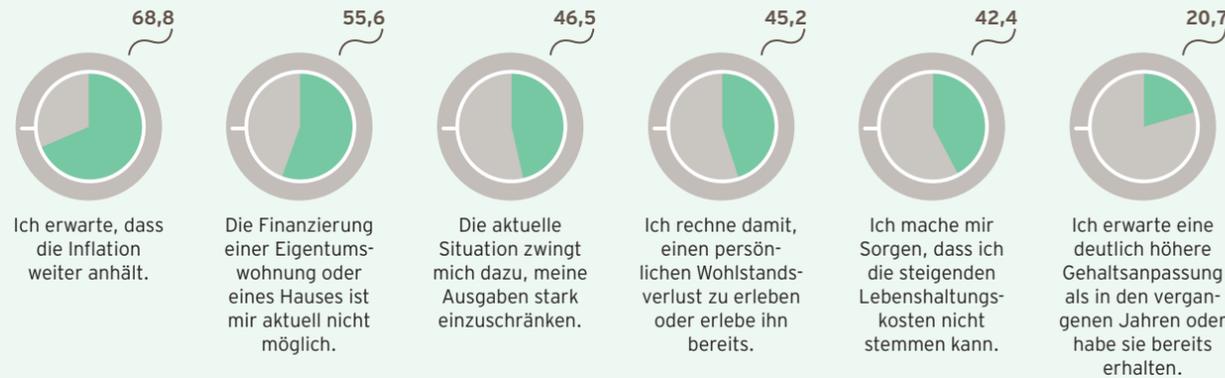
## Hoffen, bangen, ignorieren, anpassen

Meinung zu Aussagen zum Thema Kaffeekonsum und Krise; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

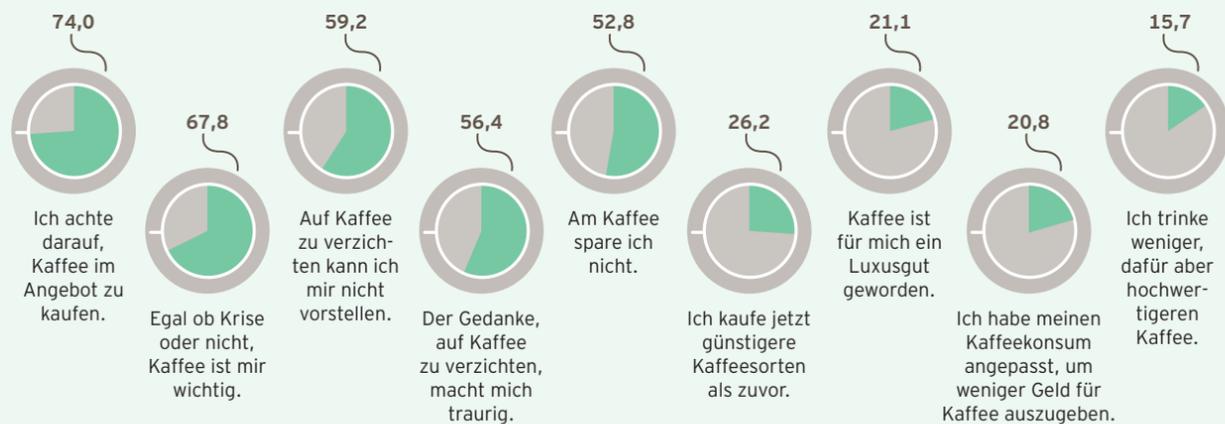
■ Ablehnung ■ neutral ■ Zustimmung



Zustimmung zu Aussagen zur Auswirkung der Inflation; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



Zustimmung zu Aussagen zum Thema Kaffee und Krise; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

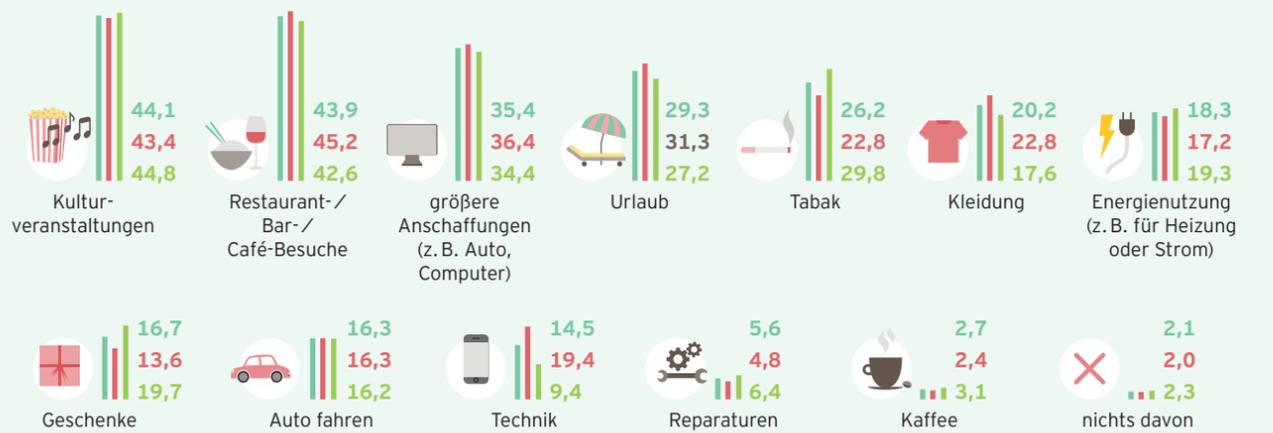


\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Worauf würden Sie am ehesten verzichten, um Geld zu sparen?

Verzicht, um zu sparen; nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Deutschland ■ weiblich ■ männlich



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Können Sie sich vorstellen, auf Kaffee zu verzichten?

Einstellung zu Verzicht auf Kaffee nach Region\*; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; 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. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Wie oft trinken Sie Kaffee?

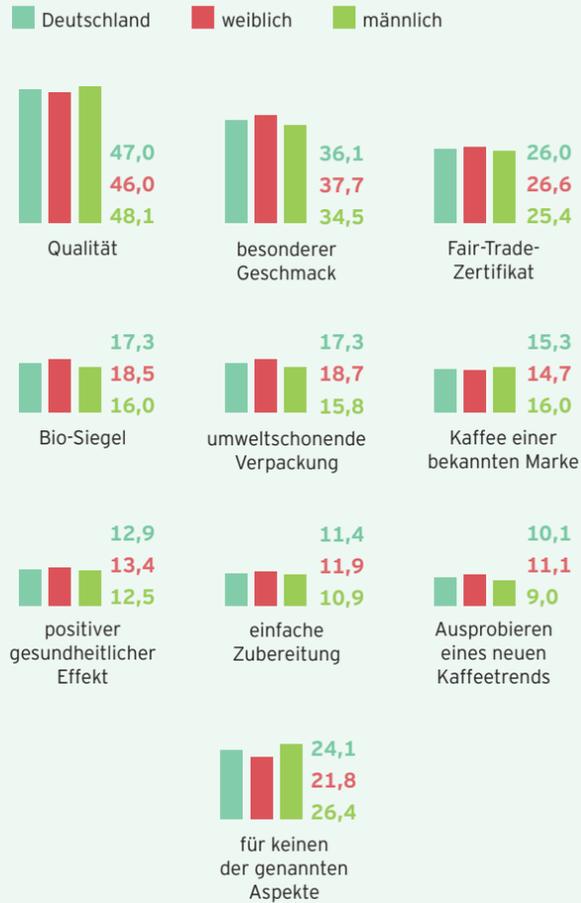
Häufigkeit des Kaffeekonsums im Zeitvergleich; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; in Prozent

	2011	2013	2016	2019	2021	2023
täglich	89,0	87,4	81,7	86,1	87,9	91,9
mehrmals in der Woche	7,0	7,9	10,0	8,7	7,6	6,2
etwa einmal die Woche	2,0	1,9	4,1	2,5	2,3	1,1
mehrmals im Monat	1,0	1,7	2,5	1,8	1,2	0,6
etwa einmal im Monat	1,0	1,1	1,6	1,0	1,0	0,2

\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Wofür sind Sie bereit, einen höheren Preis zu zahlen?

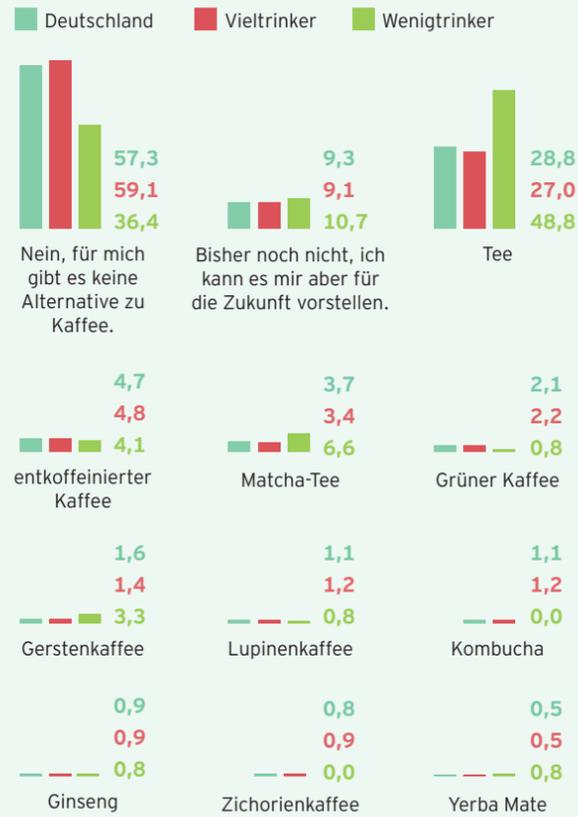
Aspekte, für die eine höhere Preisbereitschaft beim Kaffeekauf vorliegt, nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Haben Sie kürzlich eine der folgenden Kaffee-Alternativen konsumiert?

Zustimmung zu Aussagen zum Thema Kaffee nach Menge des Konsums\*; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Vieltrinker: Befragte, die mindestens einmal täglich Kaffee trinken; Wenigtrinker: Befragte, die mindestens einmal im Monat und seltener als täglich Kaffee trinken. \*\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Wie viel sind Sie bereit, für ein Kilogramm Kaffee zu bezahlen?

Ausgabebereitschaft für ein Kilogramm Kaffee; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### In welcher Form kaufen Sie Kaffee?

Form des gekauften Kaffees; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Greifen Sie eher zu ...?

Wahl des Kaffees beim Einkauf nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

Kategorie	weiblich	männlich
... Kaffee im Angebot	54,9	52,3
... dem Kaffee, den ich immer kaufe	45,0	47,7

\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Trinken Sie nachhaltigen Kaffee?

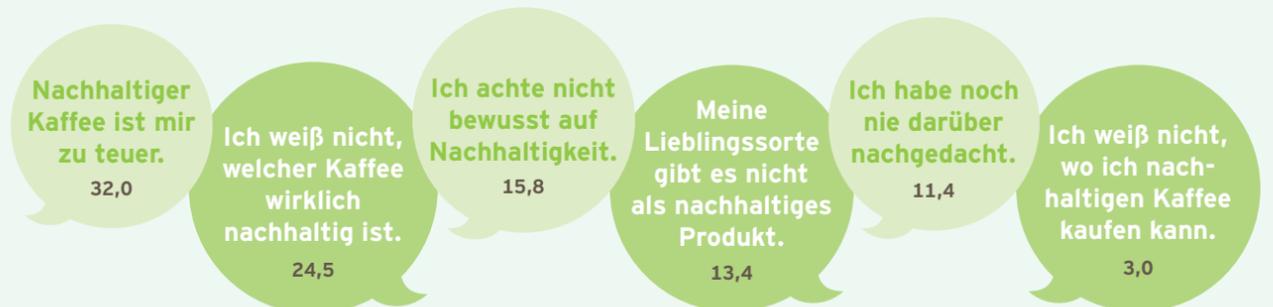
Häufigkeit des Konsums von nachhaltigem Kaffee im Zeitvergleich; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

### Warum trinken Sie selten oder nie nachhaltigen Kaffee?

Gründe, warum selten oder nie nachhaltiger Kaffee getrunken wird; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

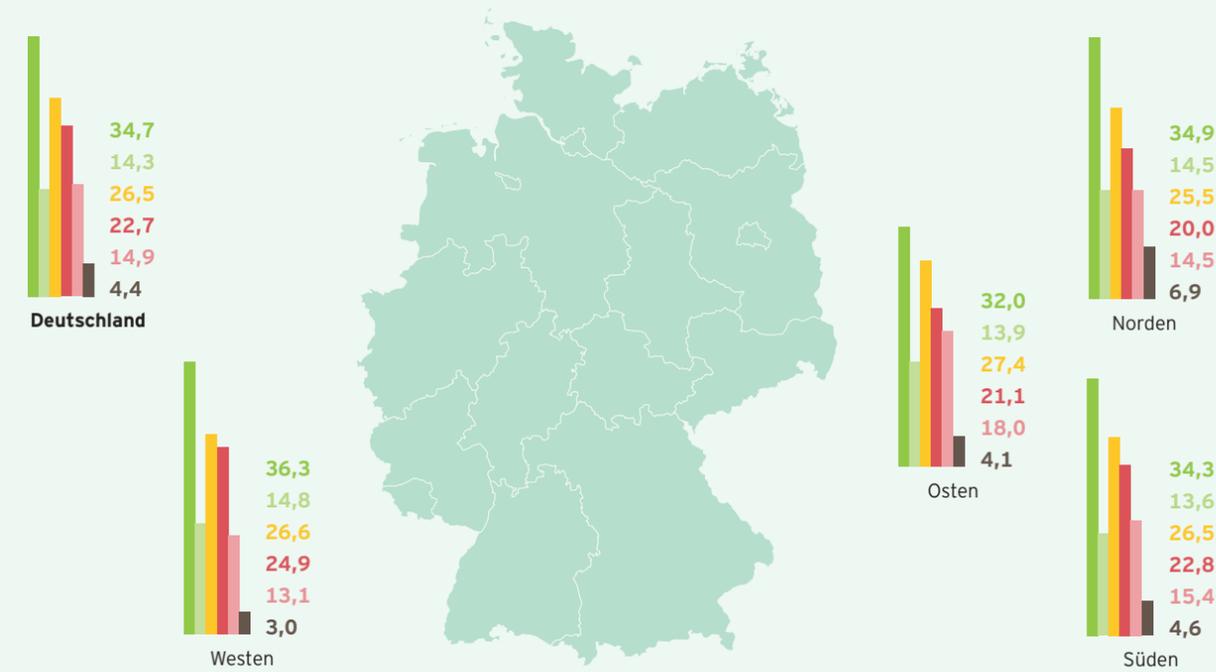


\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Probieren Sie gern Neues aus, wenn es um Kaffee geht?

Probierfreudigkeit bezüglich Kaffee nach Region\*; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

- Ja, ich probiere immer mal wieder neue Sorten.   ■ Ja, ich probiere immer mal wieder neue Zubereitungsmethoden.
- Ja, aber ich achte darauf, dass es nicht zu teuer wird.   ■ Nein, ich habe feste Vorstellungen, wenn es um meinen Kaffee geht.
- Nein, ich habe keine Lust bei Kaffee etwas Neues auszuprobieren.   ■ nichts davon

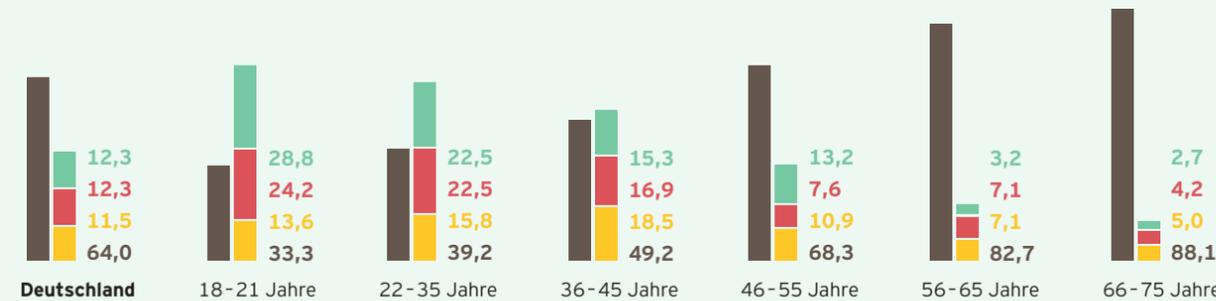


\*Norden: Befragte aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern; Osten: Befragte aus Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und Thüringen; Süden: Befragte aus Bayern und Baden-Württemberg; Westen: Befragte aus Nordrhein-Westfalen, Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz. \*\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Welche dieser Variationen haben Sie schon einmal probiert?

Popularität von Kaffeetrends nach Alter; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

- Cold Brew: kalt gebrühter Kaffee   ■ Dalgona: heiße Milch mit Schaum aus Instantkaffee, Zucker und Wasser
- Helle Röstung (Blonde Roast): helle geröstete Bohnen, weniger bitter und eher säuerlich   ■ nichts davon

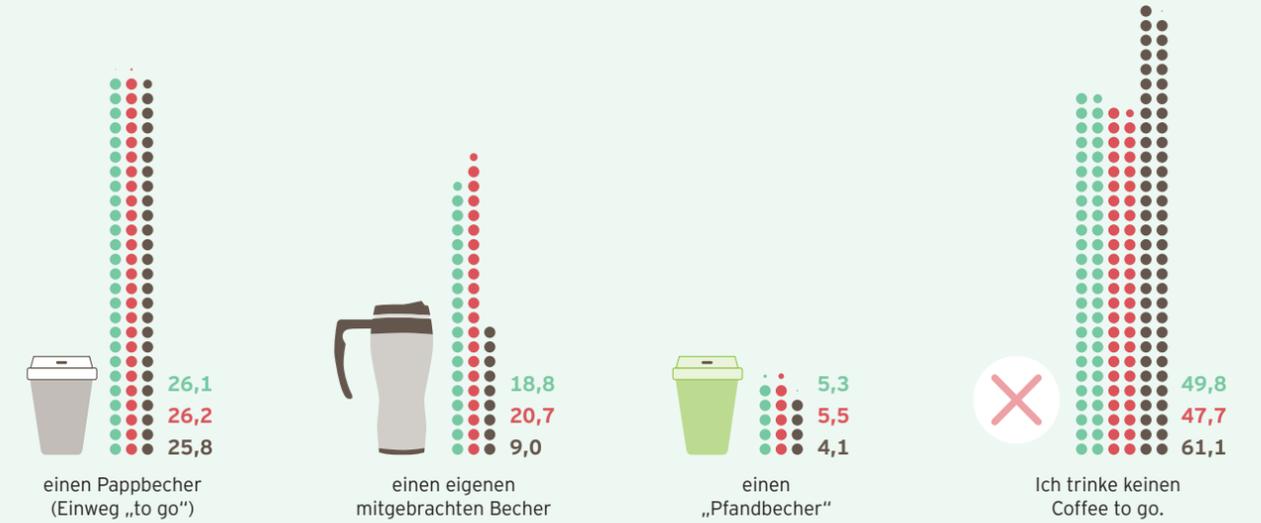


\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Was nutzen Sie für Ihren Coffee to go?

Bevorzugtes Behältnis für Coffee to go nach Sparverhalten im Alltag\*; Kaffeetrinker\*\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

- Deutschland   ● Menschen, die im Alltag sparen   ● Menschen, die sich im Alltag nicht einschränken



\* Sparen: Befragte, die angeben, aufgrund der aktuellen Situation im Alltag zu sparen. Keine Einschränkungen: Befragte, die angeben, sich in der aktuellen Situation im Alltag genauso zu verhalten wie zuvor. \*\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Warum haben Sie bisher keinen Mehrwegbecher verwendet?

Gründe dafür, keinen Mehrwegbecher zu verwenden, nach Geschlecht; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

- Deutschland   ■ weiblich   ■ männlich

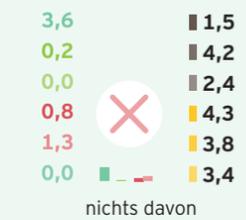
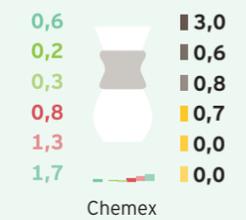
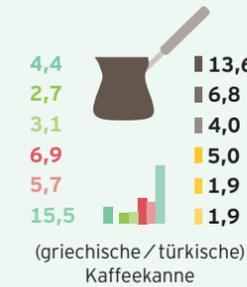
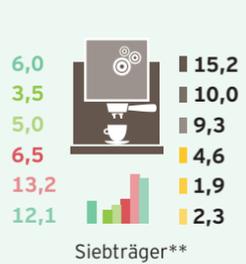
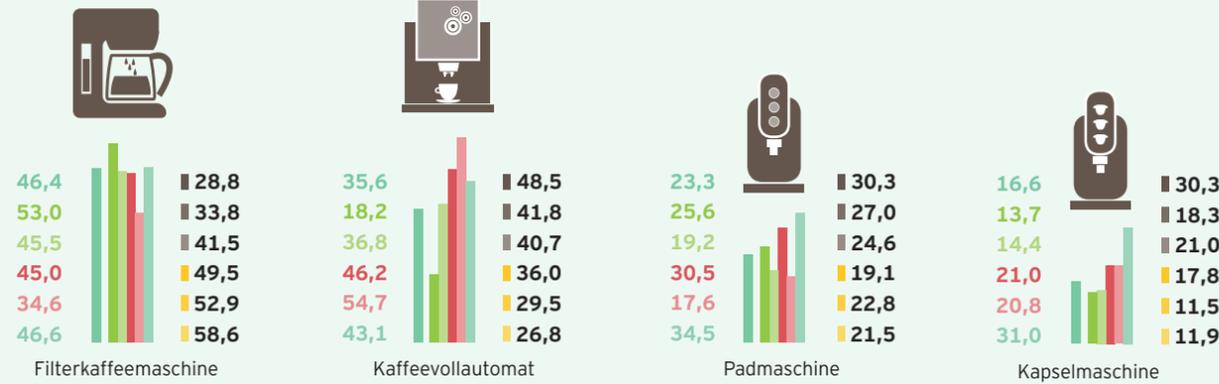


\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Welche dieser Geräte und Maschinen benutzen Sie regelmäßig?

Kaffeemaschinennutzung im Haushalt nach Alter und Haushaltsgröße; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

■ Deutschland ■ allein lebend ■ 2 Personen ■ 3 Personen ■ 4 Personen ■ 5 Personen und mehr  
■ 18 bis 21 Jahre ■ 22 bis 35 Jahre ■ 36 bis 45 Jahre ■ 46 bis 54 Jahre ■ 55 bis 65 Jahre ■ 66 bis 75 Jahre



\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. \*\* Elektrische Espressomaschine ohne Mahlwerk, Halbautomat mit Siebträger. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Welche Hilfsmittel zur Kaffeezubereitung nutzen Sie?

Benutzung von Hilfsmitteln zur Kaffeezubereitung nach Alter; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent

	Deutschland	18-21 Jahre	22-35 Jahre	36-45 Jahre	46-55 Jahre	56-65 Jahre	66-75 Jahre
elektrischer Milchaufschäumer	14,6	27,3	19,3	21,0	13,2	11,2	5,4
elektrische Kaffeemühle	14,3	14,2	14,4	18,1	12,5	11,5	16,1
Hand-Milchaufschäumer (Stab- oder Pump-Milchaufschäumer)	7,7	9,9	5,4	9,3	6,9	3,5	1,1
Handkaffeemühle	4,9	4,6	5,1	4,8	4,3	4,2	2,7
Kaffeewaage	2,9	1,9	4,0	3,2	0,7	0,3	0,0
Induktions-Milchaufschäumer	2,9	3,3	2,6	3,2	4,0	1,3	0,4
Wasserwaage	1,7	1,5	1,9	2,8	0,0	0,0	0,0
Schwannenhalskessel	1,3	1,5	1,1	2,8	0,0	0,3	0,4
keines der genannten	63,9	62,4	65,4	55,6	68,6	73,7	77,4

\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Mehrfachauswahl möglich. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

## Genuss, Vertrautheit und Experimentierfreude

Zustimmung zu Aussagen zum Thema Kaffee; Kaffeetrinker\* von 18 bis 75 Jahren; 2023; in Prozent



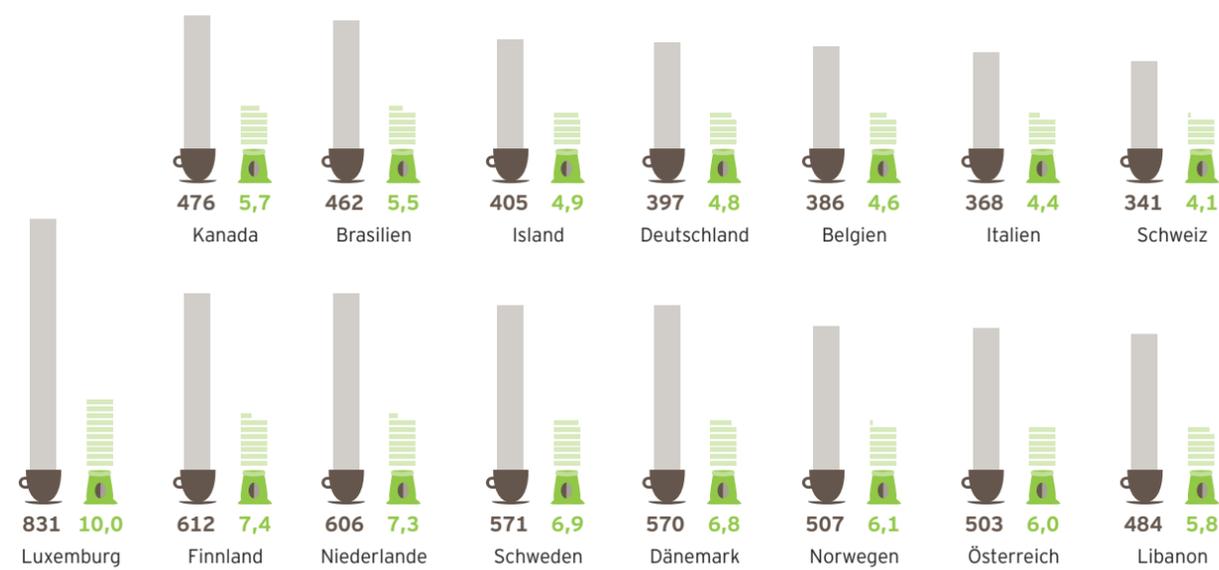
\* Befragte, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken. Quelle: Tchibo Kaffeereport 2023 / Statista

# KONSUM & KONSUMENTEN

## Verbraucht und verkauft

Pro-Kopf-Verbrauch von Kaffee; ausgewählte Länder; weltweit; 2022; in Tassen\* und Pro-Kopf-Absatz in Kilogramm\*\*

Verbrauch Absatz



\*Geschätzt; bei 12 Gramm Kaffeepulver pro Tasse, \*\* einschließlich Röstkaffee und Instantkaffee.  
Quelle: Statista Consumer Market Outlook, Statista Analyse

## Normal und mild

Kriterien beim Kaffeegenuss: „Worauf achten Sie beim Kaffeegenuss bzw. bei Ihrer Kaffeesorte?“; Deutschland; 2022; in Prozent



Quelle: VDZ Zielgruppenfinder

„Lebenskunst ist nicht zuletzt die Fähigkeit, auf etwas Notwendiges zu verzichten, um sich etwas Überflüssiges zu leisten.“

(Vittorio De Sica)

## Konsumiert und investiert

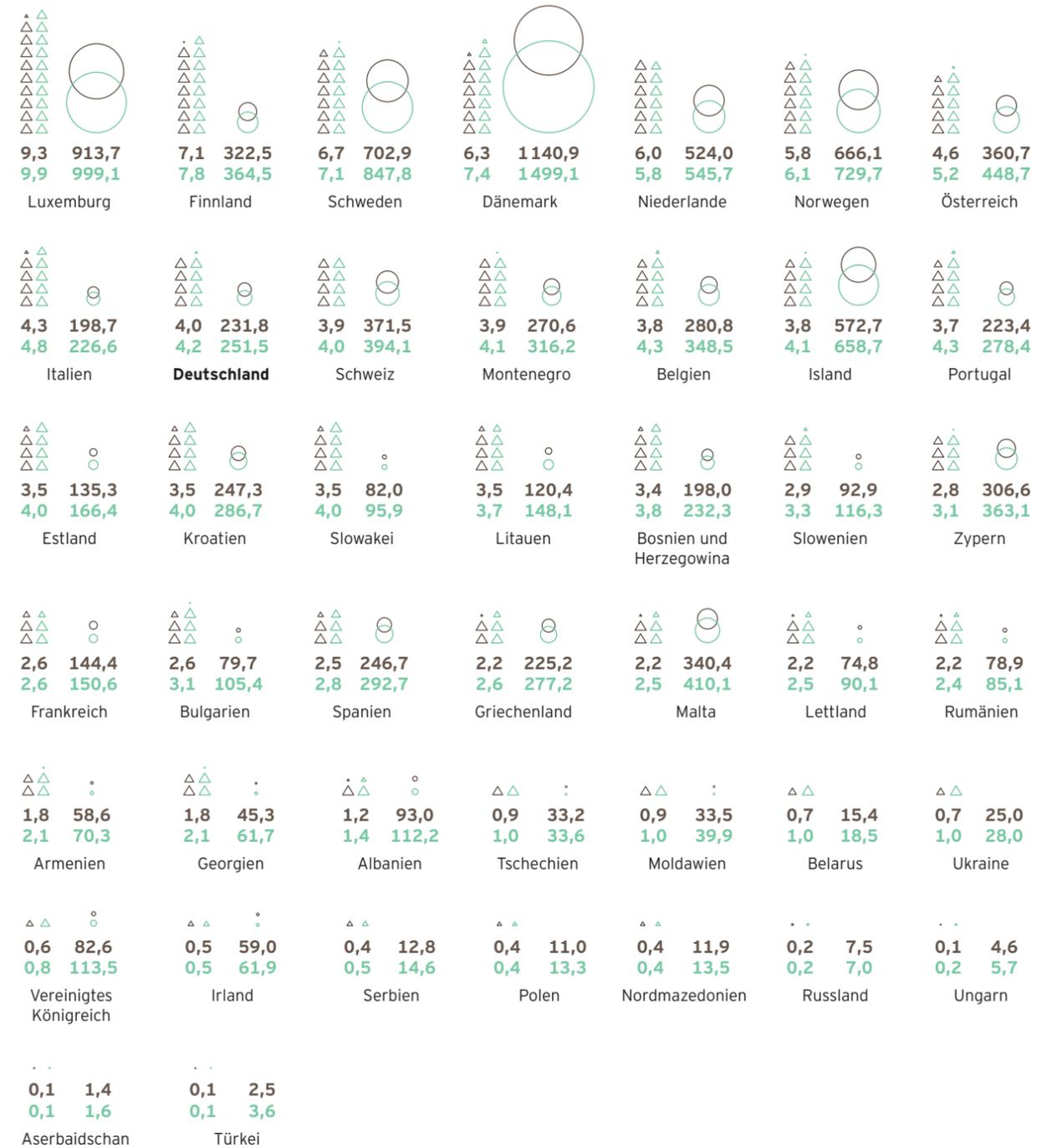
Pro-Kopf-Absatz und Pro-Kopf-Ausgaben von Röstkaffee; Europa; 2022-2025; in Kilogramm bzw. Euro pro Kopf\*

**Absatz**

2022 2025 (Prognose)

**Ausgaben**

2022 2025 (Prognose)



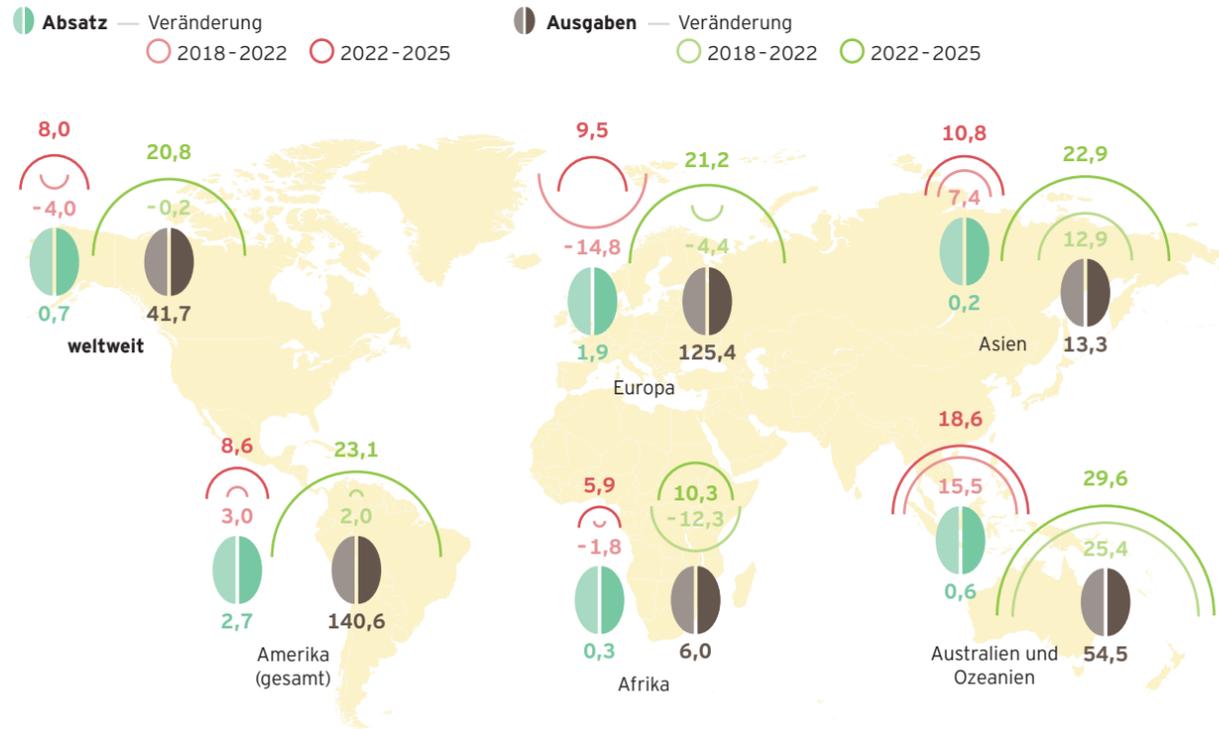
\*Modellierte Daten, inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook

„Wer nicht zufrieden ist mit dem, was er hat, der wäre auch nicht zufrieden mit dem, was er haben möchte.“

(Berthold Auerbach)

### In aller Welt

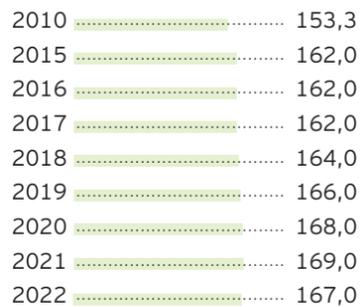
Pro-Kopf-Absatz von und Ausgaben für Röstkaffee nach Weltregionen; 2022; in Kilogramm und Euro pro Kopf\*, Veränderung von 2018 bis 2022 und prognostizierte Veränderung von 2022 bis 2025; in Prozent



\* Modellerte Daten, inkl. Außer-Haus-Markt. Quelle: Statista Consumer Market Outlook, Statista Analyse

### In Deutschland

Pro-Kopf-Konsum von Bohnenkaffee in Deutschland; in Litern pro Kopf

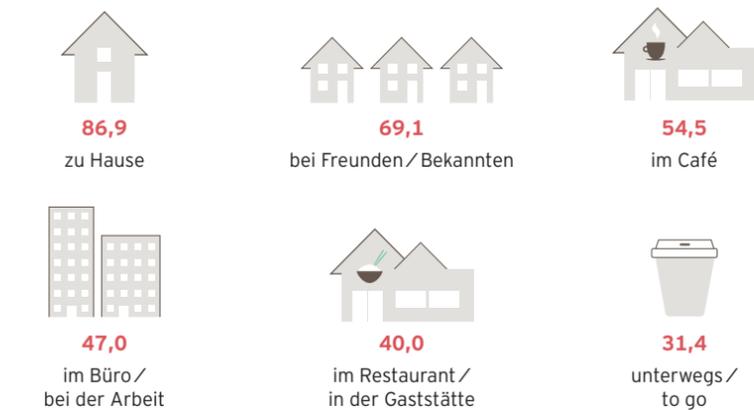


Veränderung 2010-2022: 8,9%

Quellen: Statistisches Bundesamt, Deutscher Kaffeeverband

### In den eigenen vier Wänden

Orte für den Kaffeekonsum: „Wo trinken Sie häufig Kaffee?"; Deutschland; 2022; in Prozent

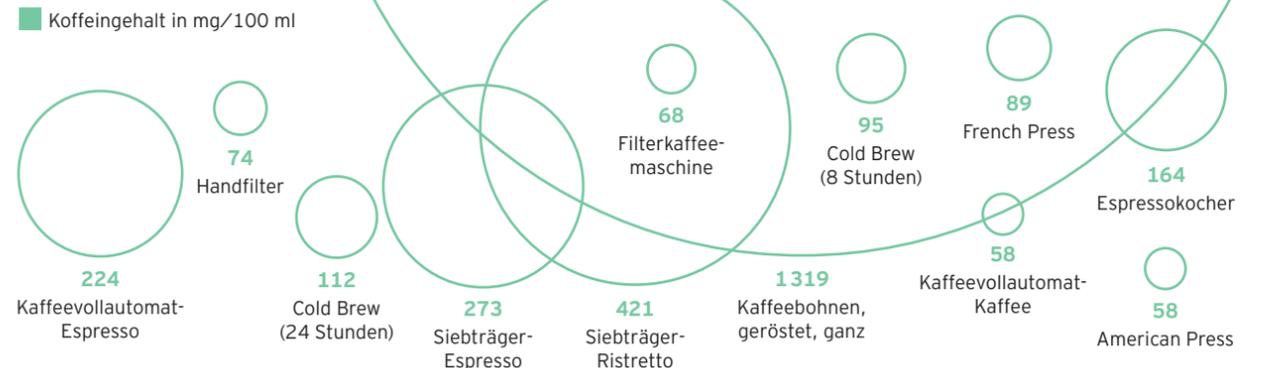


Quelle: VDZ Zielgruppenfinder

„Die Welt hat genug für jedermanns Bedürfnisse, aber nicht für jedermanns Gier.“  
(Mahatma Gandhi)

### Stimuliert

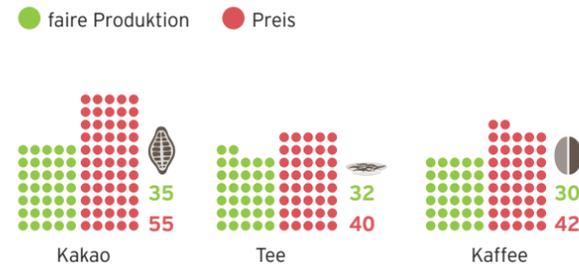
Koffeingehalt von Kaffee nach verschiedenen Zubereitungsmethoden\*; Deutschland; 2019; in Milligramm pro 100 ml und pro Portion



\* Die Studie wurde als einmaliger Test durchgeführt. Als Bohne wurde die Pezcadito Mircrolot verwendet. Für den Espresso und den Kaffee aus dem Kaffeevollautomaten wurde der Tchibo Esperto Caffè mit aktivierter „Intenso+“-Funktion verwendet. Die Ziehzeit bei dem Kaffee aus der French Press betrug 4 Minuten. Die Pre-Infusion bei der American Press betrug 30 Sekunden. Quelle: Institut für Produktqualität

### Motiviert

Anteil der Befragten, für die faire Produktion/der Preis ein wichtiges Kaufkriterium ist; Deutschland; 2021; in Prozent



Quelle: Statista Global Consumer Outlook

### Eruiert

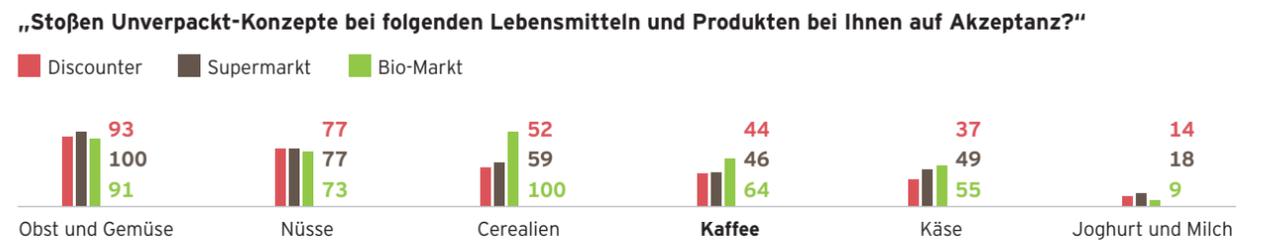
Durchschnittlicher Stromverbrauch von Küchengeräten nach Typen; Deutschland; 2023; in Watt/h\*

normale Kaffeemaschine	1000
Kaffeevollautomat	1400 - 1500
Kapselmaschine	1400 - 1500
Kaffeepadmaschine	1400 - 1500
Wasserkocher	2000
Waschmaschine	1000
Geschirrspüler	820
Herd & Backofen	4000

\* Anm.: Beim Verbrauch muss die Nutzungsdauer der Maschine pro Anwendung berücksichtigt werden. Quelle: Frag-Team-Clean.de

### Akzeptiert

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



Quelle: DHBW Heilbronn

„Nach Leiden und Verlusten werden die Menschen bescheidener und weiser.“  
(Benjamin Franklin)

# MENSCHEN & MÄRKTE

## Fleißig

Die Top-20-Exportländer von Rohkaffee nach Volumen und nach Umsatz; 2021; in Tonnen und in Millionen Euro

■ Volumen in Tonnen ■ Umsatz in Millionen Euro



Quelle: FAO

## Emsig

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



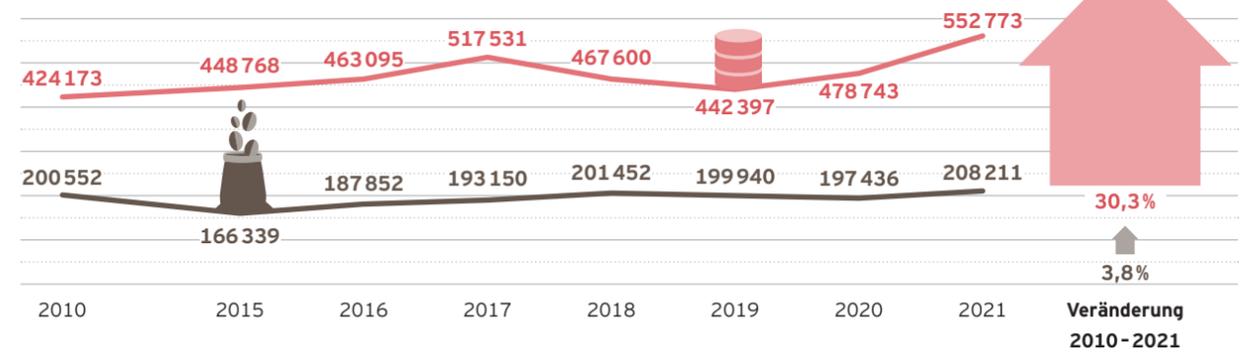
Quelle: ICO

„Dem Unersättlichen in jeglichem Genuss wird selbst das Glück zum Überdruß.“  
(Ludwig Bechstein)

## Stetig

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

☕ Exportvolumen 🗄 Exportwert

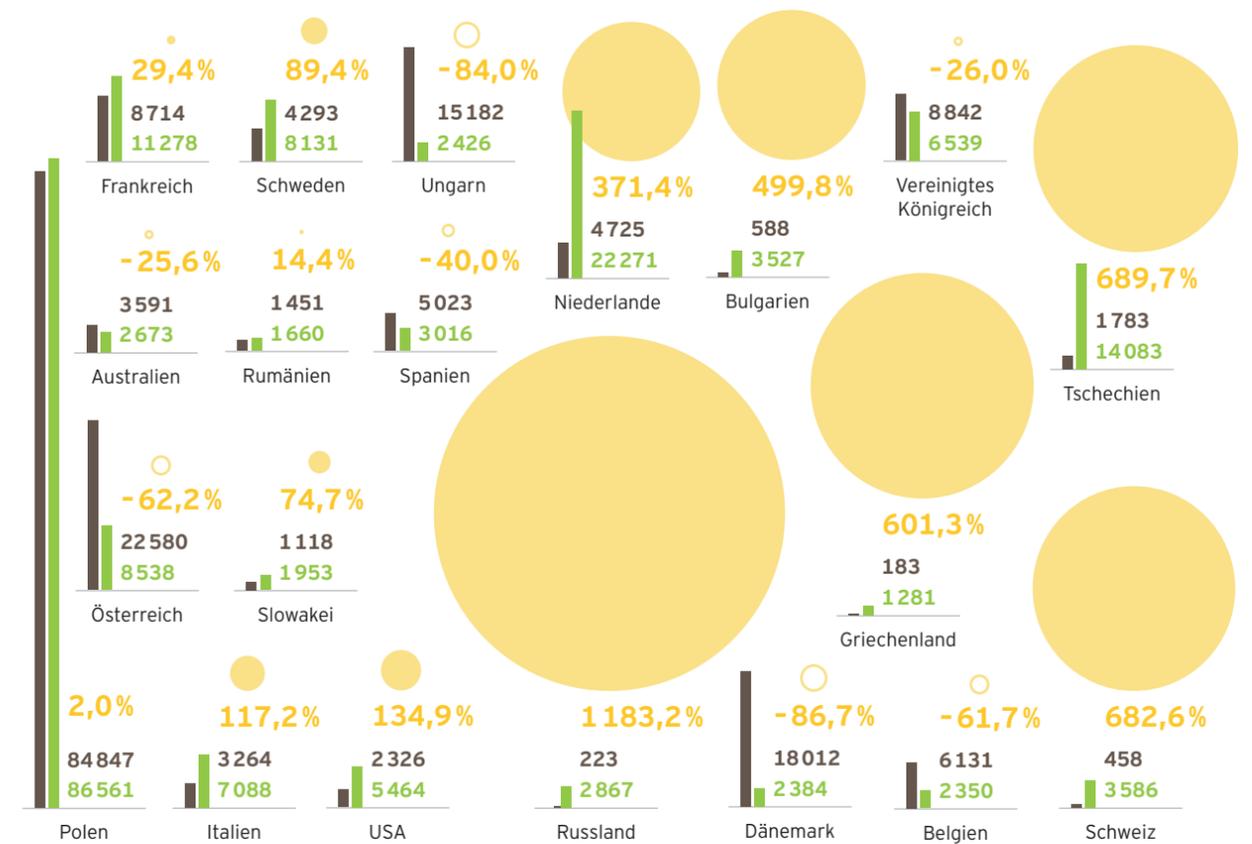


Quelle: Destatis

## Üppig

Exportvolumen von Rohkaffee (nicht entkoffeiniert) aus Deutschland nach ausgewählten Importländern; in Tausend Euro

■ 2010 ■ 2021 ● Veränderung 2010-2021



Quelle: Destatis

„Die wahre Lebenskunst besteht darin, im Alltäglichen das Wunderbare zu sehen.“  
(Pearl S. Buck)

## Im Großen und Ganzen

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

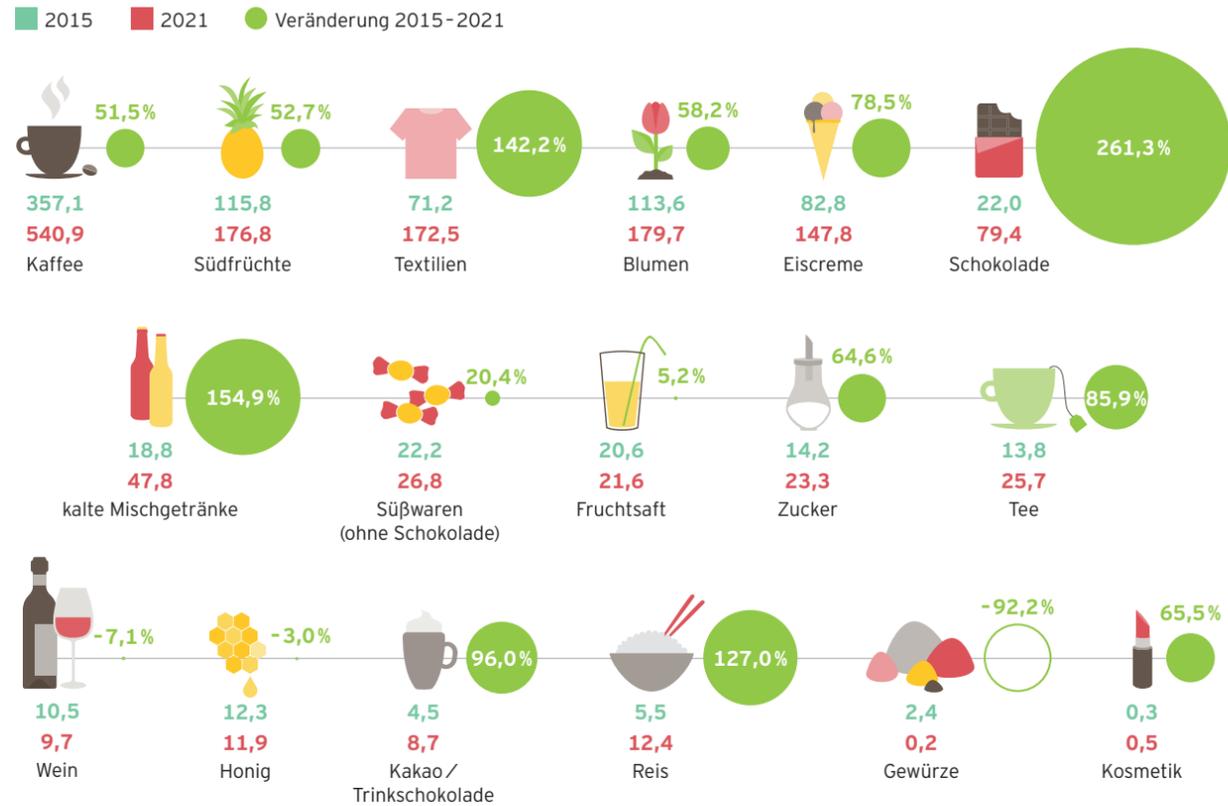
Importwert							
2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
2367663	2797984	2657100	2769729	2360365	2276037	2406752	2745523
<b>Veränderung 2010-2021:</b> ●●●●●●●●							<b>16,0%</b>

Importvolumen							
2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1097905	1077431	1140533	1097660	1122835	1134312	1119084	111080
<b>Veränderung 2010-2021:</b> ●							<b>1,2%</b>

Quelle: Destatis

## Im Kommen

Umsatz von Fairtrade-Produkten; Deutschland; in Millionen Euro



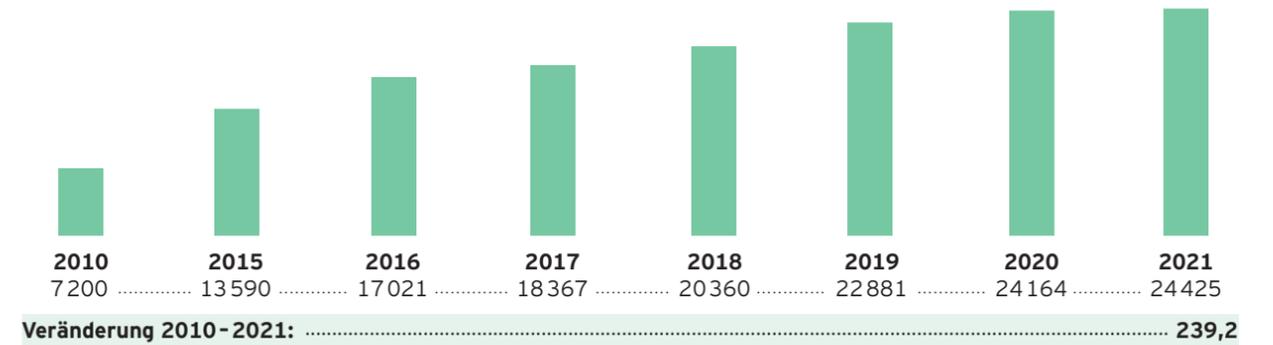
Quelle: TransFair

„Mäßigkeit setzt Genuss voraus, Enthaltensamkeit nicht. Es gibt daher mehr enthaltsame Menschen als solche, die mäßig sind.“

(Georg Christoph Lichtenberg)

## Im Verlauf

Absatz von Fairtrade-Kaffee; Deutschland; in Tonnen



Quelle: TransFair

## Im Überblick

Entwicklung des Marktvolumens von Röstkaffee; Europa; in Millionen Kilogramm

	2022	2025*		2022	2025*
<b>Deutschland</b>	333,3	348,0	Litauen	9,2	9,7
Italien	259,4	286,3	Belarus	6,8	9,7
Frankreich	168,6	172,9	Slowenien	6,0	6,8
Spanien	116,2	130,6	Luxemburg	6,0	6,6
Niederlande	103,2	100,2	Türkei	4,9	5,9
Schweden	68,3	73,5	Estland	4,7	5,2
Belgien	44,6	50,3	Lettland	4,1	4,5
Vereinigtes Königreich	43,5	53,2	Albanien	3,6	4,0
Österreich	41,9	47,6	Moldau	3,5	4,0
Rumänien	41,0	45,2	Zypern	3,4	3,9
Finnland	39,6	43,5	Serbien	3,1	3,4
Portugal	37,4	43,7	Irland	2,6	2,7
Dänemark	36,6	43,7	Island	1,3	1,4
Schweiz	34,2	35,6	Ungarn	1,3	1,4
Norwegen	31,8	34,5	Malta	1,0	1,1
Ukraine	29,0	44,1	Nordmazedonien	0,7	0,8
Russland	24,8	30,0			
Griechenland	23,2	26,6			
Slowakei	19,0	21,8			
Bulgarien	17,5	20,6			
Kroatien	14,2	16,0			
Polen	14,0	14,4			
Bosnien und Herzegowina	11,1	12,3			
Tschechien	9,9	10,7			

\* Modellerte Werte; Prognose. Quelle: Statista Consumer Market Outlook



„Das Glück, kein Reiter wird's erjagen, es ist nicht dort und ist nicht hier. Lern überwinden, lern entsagen, und ungeahnt erblüht es dir.“

(Theodor Fontane)



# Worauf du nicht verzichten kannst

Ein ganz persönlicher Führer zu den Dingen hinter den Endlosigkeiten.

Text: Peter Lau

Illustration: Jindrich Novotny

1.

Früher konnten wir verzichten. Wir gingen in Geschäfte, um eine Hose zu kaufen oder ein Kleid, und weil klar war, dass wir nicht sämtliche Hosen oder Kleider kaufen konnten, weil dafür sowohl das Portemonnaie als auch der Kleiderschrank zu klein waren, bekamen wir etwas, was sich Beratung nannte. Von einer Person, die Verkäufer hieß. Beziehungsweise Frau Scholz. Das war die Verkäuferin, zu der meine Mutter immer ging. Um mir ständig neue Hosen zu kaufen, weil ich ein Kind war und überall rauswuchs.

Frau Scholz sagte: „Cordhose“. Weil sie annahm, dass ich viel draußen spielte, was ich als Stubenhocker nicht tat, aber das konnte sie nicht wissen. Ich sagte: „Gelb“, weil ich mitreden durfte und das eine tolle Farbe war, insbesondere für Hosen. Soweit ich mich erinnere, verdrehte Frau Scholz nicht die Augen, vermutlich auch, weil sie froh war, dass überhaupt irgendwer die gelben Hosen kaufte. Meine Mutter zeigte auf die Jeans, doch Frau Scholz schüttelte den Kopf: „Das ist nur eine Mode,

darauf können Sie verzichten.“ Das war falsch, aber das wussten wir noch nicht. Und es war auf jeden Fall gut, dass wir auf etwas verzichten konnten.

2.

Später wollte ich verzichten. Die Läden hatten immer länger geöffnet, das Angebot wurde immer größer, die Schlussverkäufe hechelten einander hinterher, und die Kaufhäuser waren übersät von Tischen voller Sonderangebote. Meine Mutter und Frau Scholz waren längst an einem besseren Ort, und so stoppte mich niemand, als ich beschloss, dass ich als Student mit sehr geringen Einnahmen meine Kleidung nach Preis kaufen würde. Zehn Mark war das Limit, später waren es zehn Euro, was stilistisch keinen großen Unterschied machte.

Möglicherweise wäre mir irgendwann etwas aufgefallen, aber ich hatte zu Hause nur einen Badezimmerspiegel, und da sah man eben nur den Kopf. Außerdem waren meine Freunde ähnlich gekleidet. Ja, okay, das waren



sie nicht. Jahre später erfuhr ich, dass ich überall „der schrille Peter“ genannt wurde. Als ich es das erste Mal hörte, fragte ich: „Warum?“ Ich fand es völlig normal. Ich brauchte keine Mode, meine Schränke waren ohnehin zu voll, und ich war mit dem, was ich hatte, total zufrieden. Als noch viel später Marie Kondo den Menschen erzählte, Verzicht würde sie glücklicher machen, schien mir der Neuigkeitswert gering: Ich wollte schon immer verzichten.

3.

Heute müssen alle verzichten. Und nicht nur auf Hosen. Die Geschäfte öffnen, so lange es geht, um ihre Kundenschaft mit Angeboten, Themenwochen und verkaufsoffenen Sonntagen maximal durchs Jahr zu begleiten, doch sie sind entschleunigte Wellnessoasen im Vergleich zu Onlineshops, die 24/7 alles anbieten. Immer. Oder auch nicht, vielleicht gibt es diese eine Hose oder den limitierten Sneaker nur Sonntag von 12:00 Uhr bis 12:05 Uhr. Oder bis er ausverkauft ist. Um 12:03 Uhr.

Was besser ist als die vielen Plattformen, die mehr streamen, als irgendwer sehen oder hören kann. Spotify zum Beispiel. Da gibt es zurzeit 100 Millionen Tracks, die, sagen wir, mindestens drei Minuten lang sind, was sich zu 300 Millionen Minuten summiert. Total super. Außer für Menschen. Wer 90 Jahre alt wird, hat in seinem Leben 47,3 Millionen Minuten zur Verfügung - das langt nicht für Spotify. Zumal kaum jemand seine gesamte Zeit auf Erden mit einem einzigen Dienst verbringen wird - es gibt schließlich noch Netflix. Oder Amazon Prime. Deezer. Disney+. Und so weiter. Denn so sieht es aus: Du klickst auf eine Website - willkommen in der Endlosigkeit. Du klickst auf eine andere Website: willkommen in einer anderen Endlosigkeit. Scheint so, als müssten wir auf etwas verzichten.

Das wissen die Anbieter von Endlosigkeiten natürlich und geben uns Algorithmen. Das sind kleine elektronische Tiere, die Datenpakete sortieren, damit wir nur solche bekommen, die zu den Datenpaketen passen, die wir schon haben. Nun gut, das ist technisch vielleicht nicht ganz korrekt. Aber es liegt nahe, auf Kinderniveau zu sinken, wenn es um Angebote geht, die Algorithmen automatisch für die Nutzer von Streaming-Portalen erstellen. Denn letztlich erhalten dort jeder und jede das, was er oder sie früher mochte, weil das zufrieden macht. Angeblich. So, als wären wir alle zwei Jahre alt und bekämen von der Babysitterin die ganze Zeit Schokolade, damit wir nicht wegrennen.

Und das tun nicht nur Streaming-Dienste, denn den kleinen Tieren ist es egal, was in den Datenpaketen steckt, die sie hin- und herschieben: Musik? Filme? Oder lieber Hosen? Felgen? Pfannen? Südeuropäische Süßigkeiten? Ich war einmal unvorsichtig und bestellte meiner Tochter nach einem Urlaub in Portugal einige ihrer neuen Lieblingsleckereien - bis heute werde ich aufgefordert, das noch mal zu machen. Hey, Algorithmus, falls du das liest: Meine Tochter isst keine Schokolade mehr. Und sie will auch nichts anderes!

4.

Als ich endlich nicht mehr verzichten wollte und es auch nicht musste, interessierte mich die Endlosigkeit nicht mehr. Vielleicht muss man da langsam reinwachsen, wie in die Hosen der Nachbarn, die ich auch trug. Vermutlich musst du schon als Kind oder spätestens als junger Erwachsener vor überfüllten Schränken stehend „Ich hab' nichts anzuziehen“ rufen können, um den Überfluss normal zu finden. Doch mein Studium war endlos, es ging einher mit einer endlosen Zeit der Pleite, und als

ich endlich mehr Geld verdiente, hatte ich neue Freunde, die fanden, dass ich stilistisch den Status „Männerwohnheim“ hinter mir lassen könnte.

So lernte ich Prada kennen. Yohji Yamamoto. Comme des Garçons. Und so weiter. Die erste Überraschung: Da gab es eine Frau Scholz. Die natürlich anders hieß, Doris oder Eva, freundliche Vornamen, die meistens beim zweiten Besuch fielen. Wer sich jetzt wundert - für Talea oder Ada war es zu früh, das ist schon ein paar Jahre her. Eva verkaufte mir jedenfalls gerne eine gelbe Hose, aber nur, weil ich der Typ dafür war, denn sie wusste, was ich erst lernte: Schrill bedeutet, dass sich die Leute an dich erinnern - das kannst du auch mit Beige nicht verhindern. Außerdem ist es nicht schlecht! Zudem begriff ich langsam, dass das teure Zeug wirklich besser aussieht und außerdem ewig hält; die meisten der in dieser kurzen Phase gekauften Sachen habe ich bis heute.

Während die Welt ins Internet abwanderte, wo es jederzeit alles zum halben Preis gibt, schlenderte ich durch Geschäfte, die kurz darauf zur bedrohten Art erklärt wurden, und sprach mit Menschen, die sich auskannten, über Rum, Schokolade oder Multireiben. Das Ergebnis war immer dasselbe. Du brauchst eine Sache: den Rum, die Schokolade, die Reibe. Okay, bei Schokolade und Rum kannst du einige wenige Alternativen probieren - aber was willst du mit mehr als einer Reibe? Darauf kannst du verzichten.

5.

Heute verzichte ich nie und kaufe immer weniger. Zugeben, was ich kaufe, wird immer teurer. Ich höre gerne Musik - Vinylplatten kosten mehr als im vorigen Jahrtausend. Ich lese gerne Comics, die mittlerweile Graphic

Novels heißen und ungefähr das Dreißigfache von dem kosten, was in meiner Kindheit Comic-Hefte genannt wurde. Ich verdiene wieder weniger Geld, weshalb ich Kleidung fast nur secondhand kaufe, aber das tue ich ohnehin nicht oft - mein Schrank ist voll. Und alles geht nach demselben Prinzip: Ich überlege mir sehr genau, was ich will und brauche, und dann schaue ich, bis ich exakt das finde.

Zurzeit suche ich ein Messer. Messer sind nicht nur sehr schwierig, sondern auch sehr teuer. Was ich mir leisten kann, ist nicht besser als das, was ich habe - vielleicht brauche ich gar kein Messer? Wie Kevin Kelly, „Wired“-Gründer und letzter Weiser des Silicon Valley, kürzlich in einem Interview sagte: Wir könnten nicht immer mehr haben, aber fürs Besserwerden gäbe es keine Grenze. Marie Kondo hatte trotzdem nur halb recht: Sortiere aus, was dich nicht glücklich macht, ist prima - aber dann gönne dir auch was Neues. Zehn Paar Schuhe raus macht gute Laune, aber nach zehn Paar Schuhe raus und ein Paar Schuhe rein ist die Laune definitiv besser. Nur Sorge dafür, dass es ein Paar ist, von dem du auch noch in zehn Jahren weißt, warum du es gekauft hast. Schrill hilft. Überlegt auch.

Und selbstverständlich sollte das Paar nicht von einem kleinen Tier ausgesucht worden sein, das in deinem Computer haust und findet, dein Leben sollte wie eine Spotify-Playlist aussehen: unauffällig. Im Gegenteil. Die Antwort auf das Warum sollte auch in der fernen Zukunft auf jeden Fall so beginnen: „Darauf konnte ich nicht verzichten.“ //



---

**QUELLEN (Kurzbezeichnung):**

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

**IMPRESSUM**

**Herausgeber:** Tchibo, Arnd Liedtke

**Chefredaktion:** Susanne Risch

**Artredaktion:** Britta Max

**Infografik:** Deborah Tyllack

**Illustration:** Jindrich Novotny

**Chefin vom Dienst:** Michaela Streimelweger

**Redaktion:** Lydia Gless, Renate Hensel,

Kathrin Lilienthal

**Marktforschung, Recherche, Daten und Quellen:**

Lisa Abels, Wenke Krützfeldt, Christoph Müller,

Lina Marie Stöbel, Michaela Zitterich

**Anfragen an den Herausgeber, Corporate Communications:**

presse@tchibo.de, Maraike Kahlstorf und Karina Schneider

**Konzept:** brand eins Medien AG/Redaktion Corporate

Publishing, statista.com

© brand eins, Hamburg 2023

---

# Kaffee in Zahlen

Anteil der Kaffeetrinker im Alter von 18 bis 21 Jahren in Deutschland, die mehrmals täglich Kaffee trinken, in Prozent: **28,8**

Anteil der Kaffeetrinker im Alter von 56 bis 65 Jahren in Deutschland, die mehrmals täglich Kaffee trinken, in Prozent: **59,6**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die am ehesten auf Kulturveranstaltungen verzichten würden, um Geld zu sparen, in Prozent: **44,1**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die am ehesten auf Urlaub verzichten würden, um Geld zu sparen, in Prozent: **29,3**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die am ehesten auf Kaffee verzichten würden, um Geld zu sparen, in Prozent: **2,7**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die keinesfalls auf ihr Haustier verzichten könnten, in Prozent: **29,6**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die keinesfalls auf ihr Auto verzichten könnten, in Prozent: **36,2**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die keinesfalls auf ihr Smartphone verzichten könnten, in Prozent: **45,1**

Anteil der Kaffeetrinker in Deutschland, die keinesfalls auf Kaffee verzichten könnten, in Prozent: **57,3**

Womit verbringen wir gern unsere Zeit? Welche Rituale und Gewohnheiten sind uns wichtig? Worauf freuen wir uns? Was brauchen, was lieben wir? Und wovon wollen wir auf gar keinen Fall lassen? Verzicht heißt, freiwillig aufzugeben, was man nicht dringend braucht. Wie weit geht das? Und was bedeutet das für unseren Kaffeekonsum?