



Coffee Time in Deutschland

(ddp direct) Der Umsatz vom Spezialitätenkaffee ist in den letzten 5 Jahren um 10%+ in den meisten Außer-Haus Branchen gestiegen. Dies nachdem die Außer-Haus Ketten das ?Potenzial des Kaffees? entdeckt haben und als deutsche Konsumenten die Lifestyletrends vom Ausland annehmen.

Der Forschungsbericht ProjectKaffee13 Deutschland von der Unternehmensberatung Allegra Strategies, beinhaltet eine bundesweite Umfrage von mehr als 3.300 deutschen Konsumenten. Der Bericht beziffert die Verbraucherausgaben im deutschen Außer-Haus Kaffeemarkt auf 3,2 Milliarden €, von dem 1,4 Milliarden € allein auf den Kaffeekonsum entfallen.

Der Markt, einschließlich Coffeeshop-Ketten, Top 100 Bäckereigruppen, Schnellrestaurants, Tankstellen und Betreiber aus dem Travel- und Retailmarkt, die Spezialitätenkaffee anbieten, erreichte 24.852 Filialen im Oktober 2012.

Zwischen 2007 und 2012 stieg die Anzahl der Filialen im Außer-Haus Markt jährlich um 0,5%. 2012 verlangsamte sich der Anstieg aufgrund des schwachen Wachstums der Grossbäckereien, die sich momentan im Strukturwandel befinden. Fast Food Cafés und Coffeeshop-Ketten bleiben die am schnellsten wachsenden Branchen, allerdings ausgehend von einer relativ geringen Filialanzahl. Die beiden Branchen sind ebenfalls die wesentlichen Treiber im Bezug auf Kaffeequalität und Innovation im Außer-Haus Markt. Zu den Branchenführern zählen Starbucks Coffee Company (155 Filialen) und McCafé (803 Filialen).

Als die führende Lifestyle Coffeeshop-Kette Deutschlands, die ein hochwertiges Kaffee-Erlebnis anbietet, hat Starbucks einer der höchsten Umsätze pro Filiale im Bereich der Marken-Coffeeshops.

McCafé hat eine starke Position im deutschen Kaffeemarkt aufgrund der hohen Marktdurchdringung und Kundenbindung. Insgesamt verkauften McCafé and McDonald's 2012 125 Millionen Tassen Kaffee.

Jeffrey Young, Geschäftsführer von Allegra Strategies, meint: ?Deutschland stellt ein wesentliches Potenzial für das Wachstum der Spezialitätenkaffees dar. Im Vergleich mit anderen EU Ländern ist der deutsche Außer-Haus Kaffeemarkt langsamer gewachsen, allerdings bleibt Deutschland der größte Kaffeemarkt Europas.?

?Die wachsende Popularität der Artisan Café-Konzepte wie elbgold in Hamburg und The Barn, CK Coffee, Bonanza und viele andere in Berlin zeigt, dass eine neue Kaffeewelt entsteht.?

?Der Trend zu höherer Kaffeequalität wird einen tiefgreifenden Effekt auf die Unternehmen haben, die diese neue Ära der handgemachten Spezialitätenkaffeekultur annehmen. Die erfolgreichen Marken werden in Lifestyle-Ambienten, Baristafähigkeiten und das Kaffeewissen der Konsumenten investieren müssen,? fügt Herr Young hinzu.

Valentin Balasoiu, Geschäftsführer von AIKON Group fügt hinzu: ?Investitionen in Lifestyle-Shopdesign und Shopgestaltung werden den künftigen Erfolg des deutschen Außer-Haus Kaffeemarktes weiter vorantreiben. In der heutigen digitalisierten Welt müssen die Betreiber interaktive Wege finden mit den Konsumenten zu kommunizieren und das auch außerhalb von traditionellen Filialen.?

?Zusätzlich bemerken wir, dass die Industrie aufgrund von sowohl verändernden Geschäftsmodellen und steigenden Rohstoffkosten, als auch von wirtschaftlichen Herausforderungen und der steigenden Bedeutung von Nachhaltigkeit, unter Druck gestellt wird. Unter diesen Umständen, werden es die Prozess- und Produktinnovationen sein, die neue Geschäftswege, Interaktion mit Konsumenten und Informationsaustausch innerhalb der gesamten Wertkette vorantreiben.?

Allegras Forschung mit über 3.300 deutschen Konsumenten macht deutlich, dass die Deutschen die moderne Kaffeekultur begeistert annehmen, allerdings spielt der traditionelle Filterkaffee weiterhin eine wichtige Rolle.

Das Kaffeeverbraucherverhalten der deutschen Konsumenten ist im Wesentlichen konservativ, anspruchslos und häufig vom Preis abhängig. Dies wurde von der Dominanz der vollautomatischen Kaffeemaschinen in dem deutschen Foodservice und der Führungsposition von Tchibo im Kaffeemarkt verfestigt.

Mit fast 10.000 Filialen bundesweit haben unabhängigen Cafés eine wichtige Rolle im Markt. 30% der deutschen Konsumenten trinken regelmäßig Kaffee in unabhängigen Cafés.

Im Vergleich besuchen 28% der Konsumenten regelmäßig Marken-Coffeeshops und 27% Schnellrestaurants um einen Kaffee zu trinken. Die Grossbäckereien und Tankstellen sind ebenfalls populäre Kaffeeziele und werden von jeweils 24% und 16% der Deutschen besucht.

Der deutsche Markt zeigt große regionale Unterschiede, im Bezug auf die Verteilung von Markenkonzepten und das Verbraucherverhalten. Trotz einiger Zusammenschlüsse innerhalb der Coffeeshop- und Bäckereibranche bleibt die Mehrzahl der Unternehmen Regionalanbieter mit Schwerpunkt in Großstädten. Aus diesem Grund sind die Verbraucher, die innerhalb oder in der Nähe von größeren Städten leben, die ersten, die die moderne Kaffeekultur annehmen.

Verbraucher in größeren städtischen Gebieten, die in und um Hamburg, Berlin, Bremen, München, Köln, Düsseldorf und Frankfurt leben, haben die höchste Besucherfrequenz und Kundenbindung. Berlin und Hamburg haben ebenfalls eine lebendige Szene von Artisan Cafés und kleinen Röstereien.

Deutschland ist einer der größten Märkte für Haushaltskaffeemaschinen in Europa. 38% der Verbraucher trinken Kaffeespezialitäten zu Hause. Mit zunehmender Kaffeequalität zu Hause müssen Außer-Haus Kaffeeanbieter ihre Kaffeequitätsstandards weiter steigern und diese klar kommunizieren. 52% der deutschen Verbraucher besuchen Cafés, weil sie die Kaffeequalität als hochwertig ansehen.

Im Laufe einer Woche trinkt jeder Deutsche durchschnittlich jeweils zwei Tassen Kaffee in einem Café und einer Bäckerei und jeweils eine Tasse Kaffee in einem Schnellrestaurant oder Travel-Bereich. Dies ist deutlich weniger als die 14 Tassen pro Woche zu Hause und neun am Arbeitsplatz. Dies verdeutlicht das große Potenzial für Anbieter mit einem starken Konzept, die nicht nur eine Tasse Kaffee anbieten, sondern ein vollständiges Lifestyle Kaffee-Erlebnis.

Weiteres Marktwachstum wird vorausgesagt.

Der deutsche Außer-Haus Kaffeemarkt hat ein hohes Wachstumspotenzial, insbesondere für starke Marken. Allegra glaubt, dass der Anstieg des Kaffeumsatzwachstums den Anstieg des Filialwachstums um das Fünffache übersteigen wird. Ein schnelleres und nachhaltiges Wachstum des Marktes erfordert jedoch höhere Investitionen.

Weitere Details aus dem Bericht enthalten:

Die Konsumentenausgaben innerhalb des deutschen Außer-Haus Kaffeemarktes werden auf 3,2 Milliarden € geschätzt, von denen 1,4 Milliarden € auf den Kaffeumsatz entfallen. In den vergangenen 5 Jahren ist der Umsatz von Kaffeespezialitäten in den meisten Marktsegmenten um 10%+ gestiegen. Im Jahr 2012 belief sich die Anzahl der Filialen der Top 100 Bäckereigruppen auf 14.160, mit einem Kaffeumsatz von 525,6 Millionen €. Somit stellen die Bäckereiketten die größte Branche im Außer-Haus Kaffeemarkt dar. Bis 2017 wird die Anzahl der Filialen von Ketten jährlich um 1% auf 25.722 steigen. Die Segmente mit den höchsten Wachstumsraten werden Coffeeshops und Fast Food Cafés sein. Im Zeitraum bis 2017 werden Unternehmen mit starken Kaffeekonzepten voraussichtlich ihren Kaffeumsatz jährlich um 5% steigern.

FÜHRENDE BRANCHENANBIETER

Starbucks ist die größte Coffeeshop-Kette, mit bundesweit 155 Filialen im Jahre 2012 und einem geschätzten Marktanteil von 32% des Gesamtumsatzes der Branche. Die Anzahl der Filialen der 10 größten Bäckereigruppen beläuft sich auf fast 5.000. Die führenden Konzepte beinhalten die mittelgroßen Ketten, wie z. B. Kamps Backstube (60 Filialen) und Junge (162). Seit der Eröffnung im Jahre 2003 ist McCafé eine der am schnellsten wachsenden Ketten in Deutschland. Im Oktober 2012 betrieb McCafé 803 Filialen. Tchibo ist ein etablierter Kaffeeröster und Deutschlands führendes Vertriebssystem, mit 532 Filialen, die über eine eingebaute Kaffeemaschine verfügen. Petit Bistro ist das führende Konzept im Travel-Retail Markt. Aral betreibt 1.100 Petit Bistro Filialen und ist der selbsternannte größte Kaffee to-go Verkäufer in Deutschland.

EINSICHTEN DER KONSUMENTEN

Mit einem relativ hohen pro Kopf Kaffeekonsum von 6,4kg, macht Deutschland 23% des europäischen Kaffeekonsums aus. Dieser unterentwickelte und unterinvestierte Markt stellt ein wichtiges langfristiges Potenzial für innovative Betreiber dar. Eine mobile Lebensweise und die Sehnsucht unter die Leute zu kommen sind die Haupttreiber der modernen Kaffeekultur. Mit geschätzten 38 Millionen Kaffeemaschinen für Zuhause gibt es durchschnittlich 1,25 Kaffeemaschinen je deutschen Haushalt. 38% der Konsumenten behaupten sie wollen ähnliche Kaffegetränke wie in Cafés auch zu Hause genießen. Anmerkung: Marken-Coffeeshops beinhalten Ketten wie Starbucks und Coffee Fellows. Die Top 100 Bäckereigruppen beinhalten Schäfer's Brot- und Kuchen-Spezialitäten und Kamps. Beispiele von Schnellrestaurants sind McDonald's, McCafé und Burger King. Retail-Betreiber beinhalten Tchibo, IKEA und Karstadt. Travel-Betreiber beinhalten Tankstellen wie Petit Bistro und deli2go und Cafés an Verkehrsknotenpunkten.

Quellen

3.381 online Umfragen mit den deutschen Konsumenten
115 Interviews mit Geschäftsführern, Top Management und Geschäftsleitern von Hauptmarktakteuren, wie z. B.:

- Führende deutsche Coffeeshopketten, Bäckereiketten, Schnellrestaurants, Travel und Retail-Betreiber

- Führende Kaffeeröster, Kaffeemaschinenlieferanten und andere Zulieferer

- Führende Immobiliengesellschaften

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/wh5b0o>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/food-trends/Coffee-Time-in-Deutschland>

Pressekontakt

Allegra Strategies Limited

Herr Jeffrey Young
No Northumberland Avenue, Trafalgar Square 1
WC2N 5BW London

jyoung@allegra.co.uk

Firmenkontakt

Allegra Strategies Limited

Herr Jeffrey Young
No Northumberland Avenue, Trafalgar Square 1
WC2N 5BW London

shortpr.com/wh5b0o

jyoung@allegra.co.uk

Allegra Strategies ist ein Beratungsunternehmen mit Sitz in London und ist weltweit anerkannt als das führende Forschungsinstitut im Bereich Foodservice und Außer-Haus Kaffeemarkt. Allegra ist berühmt für ihre führenden Berichte über den Europäischen und Britischen Kaffeemarkt. Seit 1999 prognostizierte Allegra die Trends der Britischen Coffeeshop-Ketten richtig. Der ProjectCafé UK Bericht wird von der Industrie als die Bibel des Kaffeesektors betrachtet.