

Getränke Charts 2025

So trinken Deutschland, Österreich und die Schweiz

Warum Gäste jetzt mehr Spritz, Stil und Matcha lieben



Inhalt

Kurz & knapp	4
01 Das unangefochtene Klassik-Trio: Kaffee, Bier und Wasser dominieren – mit leichter Steigerung	6
02 Vom Espresso zum Matcha-Latte – wie Lifestyle den Kaffeemarkt aufmischt	8
03 Aperitivo-Boom: Warum Spritz-Varianten die Cocktailkarten erobern	11
04 Longdrinks: Gin Tonic bleibt der unangefochtene König – und legt sogar zu	13
05 Preisentwicklung: Premium-Produkte als Treiber – aber mit Maß	15
06 Drei-Länder-Vergleich: Deutschland, Österreich, Schweiz – wer trinkt was?	17
07 Zusammenfassung und Ausblick auf 2026: Mehr Vielfalt, mehr Stil, mehr Spritz	19
Über orderbird	21

Kurz & knapp



Kurz & knapp

- **Die Deutschen, Österreicher und Schweizer bleiben sich treu und entdecken gleichzeitig ihre Experimentierfreude.**
- **Kaffee bleibt unangefochten die Nummer Eins: Fast jedes vierte Getränk ist ein Kaffee – und das 4 Prozent häufiger als 2023. Die Liebe zum Wachmacher eint alle Länder, aber mit mehr Vielfalt in der Bestellung!**
- **Bier hält sich tapfer: Fast jeder vierte Gast bestellt in Deutschland ein Bier. In Österreich ist es fast jeder dritte Drink. Das hopfige Kaltgetränk wehrt sich gegen den Premium-Trend.**
- **Aperol Spritz verliert an Dominanz – aber die Spritzkultur explodiert in Deutschland: 2023 war fast jeder zweite Cocktail ein Aperol Spritz, 2025 nur noch jeder dritte. Dafür boomen Liqueur-Spritz-Varianten und bringen damit mehr Abwechslung in den bisher zumeist orange gefüllten Gläsern!**
- **Gin Tonic auf dem Vormarsch: Jeder dritte Longdrink ist ein Gin Tonic.**
- **Matcha Latte: Der heimliche Star. Der grüne Trenddrink ist ein Symbol dafür, dass Gäste zunehmend auf Premium-Genuss setzen.**

Berlin, 10. Juni 2026 – Die Deutschen, Österreicher und Schweizer bleiben sich einerseits treu in der Getränkebestellung, entdecken aber ihre Experimentierfreude: Kaffee, Bier und Wasser waren auch 2025 die unangefochtenen Spitzenreiter unter den Getränken. Doch während die Klassiker weiter die Umsatzlisten anführen, zeigt sich ein klarer Trend zu mehr Abwechslung – und ja, auch ein bisschen Lifestyle-Glamour. Die aktuellen Daten des orderbird Getränke-Index belegen: Die Gäste trinken, was sie kennen – aber mit mehr Stil, mehr Spritz und einer Prise Trendbewusstsein und Genussneugier.

Was treibt diese Entwicklung an?

Die Gastronomie erlebt eine zweifache Dynamik: Auf der einen Seite die Treue zu den Klassikern wie Kaffee, Bier und Wasser. Diese Getränke machen zusammen mehr als die Hälfte aller Getränkebestellungen aus. Auf der anderen Seite der Aufbruch zu neuen Geschmackserlebnissen: Matcha Latte, Spritzvarianten und Premium-Kaffeespezialitäten gewinnen an Bedeutung. Neben Einblicken darüber, welche Drinks am meisten getrunken wurden, zeigen die Daten auch, welche Heißgetränke besonders gefragt waren und bei welchen Durstlöschern 2025 deutlich tiefer in die Tasche gegriffen werden musste als noch in den Jahren zuvor.

Drei, die immer bleiben



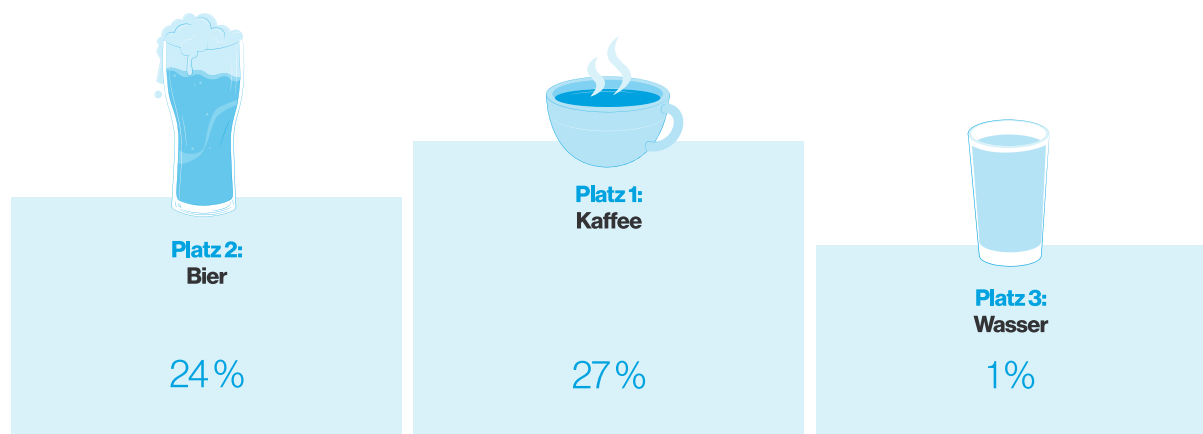
1 Das unangefochtene Klassik-Trio: Kaffee, Bier und Wasser dominieren – mit leichter Steigerung

Die deutsche Gastronomie bleibt bodenständig: Kaffee ist mit mehr als einem Viertel aller Getränkebestellungen (27 Prozent) die wichtigste Getränkekategorie – und das 4 Prozent häufiger als 2023. In der Schweiz ist Kaffee mit mehr als der Hälfte aller Standardgetränke (52,7 Prozent) sogar der unangefochtene Spitzenreiter. Ein Zeichen dafür, dass Kaffee nicht nur ein Getränk, sondern ein kulturelles Ritual bleibt.

Bier folgt in Deutschland auf Platz zwei mit fast einem Viertel aller Bestellungen (23 Prozent) – 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr – und beweist, dass das hopfige Kaltschalengerränk nach wie vor ein fester Bestandteil der deutschen Trinkkultur ist, während es in Österreich fast jeder dritte Drink (28,4 Prozent) ist. Wasser mit 6 Prozent und Cola mit 5 Prozent spielen eine untergeordnete Rolle – ein deutlicher Unterschied zur Schweiz, wo der Softdrink-Klassiker fast jeden vierten Drink (27 Prozent) ausmacht.

Doch während die Absatzzahlen stabil bleiben, verändert sich das Umfeld: Die Gäste erwarten nicht nur ihren gewohnten Kaffee oder ihr Bier, sondern zunehmend auch Qualität, Vielfalt und ein Erlebnis. Das zeigt sich besonders in den Großstädten, wo die Nachfrage nach besonderen Kaffeespezialitäten und Craft-Bieren steigt.

Top 3 Getränke in der Schweiz gesamt



Grün ist der neue Wachmacher



2 Vom Espresso zum Matcha-Latte – wie Lifestyle den Kaffeemarkt aufmischt

Im Kaffeesegment zeigt sich eine klare Zweiteilung: Einerseits dominiert der Espresso mit mehr als der Hälfte aller Kaffee-Bestellungen (56 Prozent) – der klassische Wachmacher bleibt also unangefochten. Andererseits gewinnt Matcha Latte mit etwa einem Fünftel aller Bestellungen im Kaffeesegment (21 Prozent) massiv an Bedeutung.

Obwohl Matcha eigentlich ein Tee ist, hat er sich als Premium-Heißgetränk etabliert – und das so erfolgreich, dass es mittlerweile sogar Cafés gibt, die sich ausschließlich auf Matcha spezialisieren. Mit einem Durchschnittspreis von 6,06 Euro ist er nicht nur das teuerste Heißgetränk, sondern auch ein Symbol dafür, dass die Gäste mehr Wert auf Premium-Genuss legen neben den Klassikern. Die Gäste entscheiden sich lieber für den grünen Trend-Drink als für einen Chai Latte, der mit 6 Prozent aller Bestellungen eher im unteren Bereich angesiedelt ist.

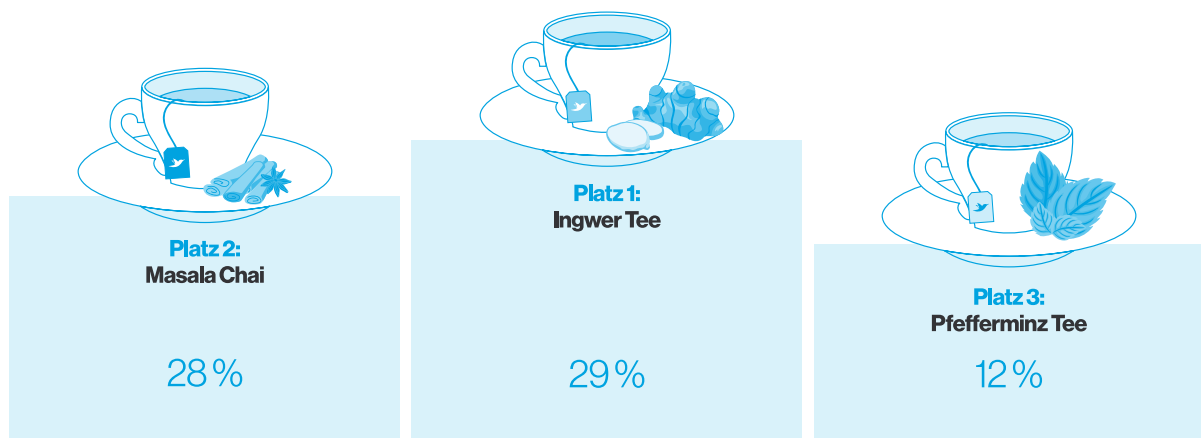
Was sagt das über die Gäste aus? Die Deutschen trinken nicht nur Kaffee – sie machen ihn zum persönlichen Genussmoment. Ob als klassischen Espresso für den schnellen Energiekick oder als stilvoller Matcha Latte für den perfekten Moment: Kaffee ist längst mehr als nur ein Getränk.

Top 3 Kaffeespezialitäten in der Schweiz



Im Teesegment setzt sich dieser Trend fort: Fast jeder dritte Tee ist ein Ingwertee (32 Prozent) und mehr als jeder sechste Drink ist ein Pfefferminztee (17 Prozent). Grünen Tee bestellen 10 Prozent der Deutschen. Neu hinzugekommen: Matcha Tee hat sich mit 12 Prozent als Premium-Produkt etabliert. Das zeigt, dass der grüne Trend nicht nur bei Kaffeegetränken, sondern auch im Teesegment angekommen ist. Traditionelle Tees wie Schwarztee (8 Prozent) oder Darjeeling (4 Prozent) verlieren an Bedeutung – die Gäste wollen Tee-Spezialitäten, die Geschmack und Lifestyle verbinden.

Top 3 Teespezialitäten in der Schweiz



Spritz happens

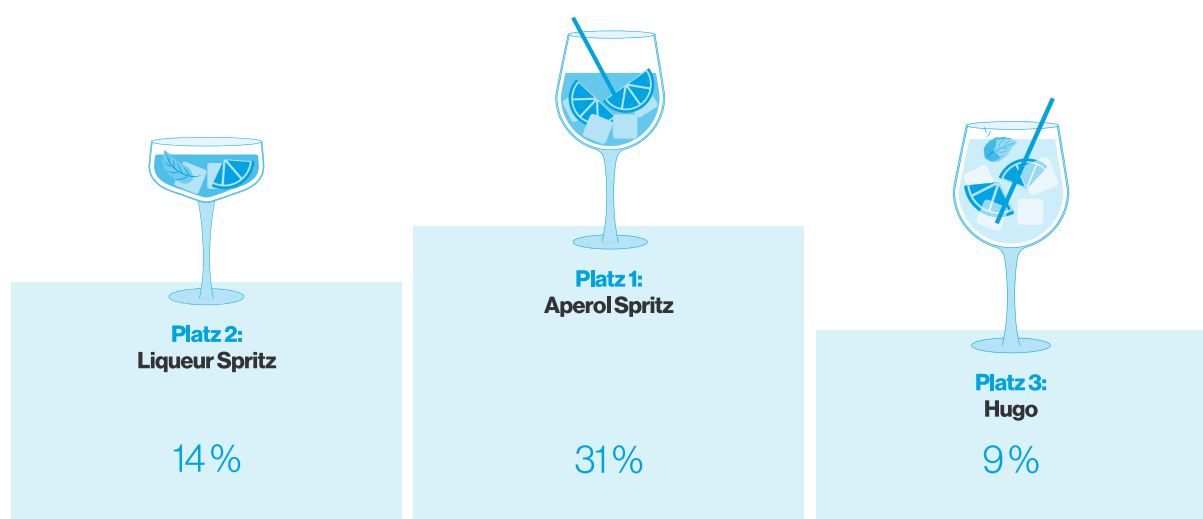


3 Aperitivo-Boom: Warum Spritz-Varianten die Cocktaillisten erobern

Die Aperitivo-Kultur hat Deutschland, Österreich und die Schweiz fest im Griff – aber sie wird bunter und vielfältiger als je zuvor. Früher ein Hit, verliert Hugo im Vergleich zu früheren Jahren an Bedeutung und liegt nur noch bei 5 Prozent der Spritzauswahl. Auch wenn Aperol Spritz in Deutschland der unangefochtene Spitzenreiter bleibt, gibt es auch hier einen kleinen Rückgang: 2023 bestellte fast jeder Zweite einen Aperol Spritz (41,4 Prozent) als Cocktail, im letzten Sommer nur noch jeder Dritte (33 Prozent). In Österreich mit 60,6 Prozent und der Schweiz mit 47,8 Prozent ist das allseits beliebte orangefarbene Sommergetränk stets dominant und das ewige Trendgetränk.

Die Deutschen werden dagegen experimentierfreudiger: Jeder achte Cocktail ist ein Liqueur Spritz (12 Prozent), und auch Lillet Wild Berry legt mit 5 Prozent zu. Sarti Rosa Spritz mit 6 Prozent – eine spezifisch deutsche Erscheinung, die in Österreich und Schweiz so gut wie gar nicht vorkommt – zeigt, dass die Gäste Lust auf Abwechslung haben.

Top 3 Cocktails & Aperitifs in der Schweiz



Long Live The Gin



4 Longdrinks: Gin Tonic bleibt der unangefochtene König – und legt sogar zu

Bei den Longdrinks gibt es keine Überraschungen – allerdings eine neue Entwicklung: Gin Tonic führt mit einem Drittel aller Longdrink-Bestellungen (33 Prozent) die deutsche Rangliste an – und legt damit um 5 Prozent zu im Vergleich zu 2023. Ein Beweis dafür, dass der Klassiker unter den Longdrinks nach wie vor ungeschlagen ist und so viel “Gin” macht.

Etwa jeder sechste Deutsche bestellt als Longdrink einen Vodka Energy (16 Prozent) und etwa jeder Achte einen Whisky Cola (13 Prozent).

Premium, aber bitte mit Maß



5 Preisentwicklung: Premium-Produkte als Treiber – aber mit Maß

Während die Preise für klassische Getränke wie Bier und Wasser mit jeweils 4 Prozent moderat steigen, zeigen sich bei Premium-Produkten deutliche Anpassungen: Matcha Latte mit einer Preissteigerung um 15 Prozent, Cappuccino mit 16 Prozent und Schorle mit 10 Prozent verzeichnen die stärksten Preisanpassungen.

Was steckt dahinter? Die Gastronomie setzt auf Qualität, Handwerk und Geschmackserlebnis – und die Gäste honorieren das und sind bereit, dafür mehr zu zahlen. Wer heute einen Matcha Latte bestellt, zahlt nicht nur für ein Getränk, sondern für ein Erlebnis: für die perfekte Zubereitung, für das besondere Aroma, für den Moment des Genusses. Und die Gäste wollen Abwechslung: Neben dem klassischen Matcha Latte boomen kreative Varianten wie Mango-Matcha, Erdbeer-Matcha oder Weißschoki-Matcha – ein Zeichen dafür, dass der Trend längst über den reinen Gesundheitstrend hinausgeht. Hier geht es um Genuss, Experimentierfreude und Instagram-Tauglichkeit.

Gleichzeitig bleibt der Kern der deutschen Trinkkultur erhalten: Klassiker wie Bier und Kaffee bleiben erschwinglich und beliebt.

Die Preissteigerungen bei Premium-Produkten sind also kein Zeichen für eine Krise, sondern für eine Aufwertung der Gastronomie – für die Bereitschaft der Gäste, für Qualität und Innovation auch mal etwas tiefer in die Tasche zu greifen – und treiben so den Trend zu Premium-Produkten voran.

Jeder hat seine Lieblinge



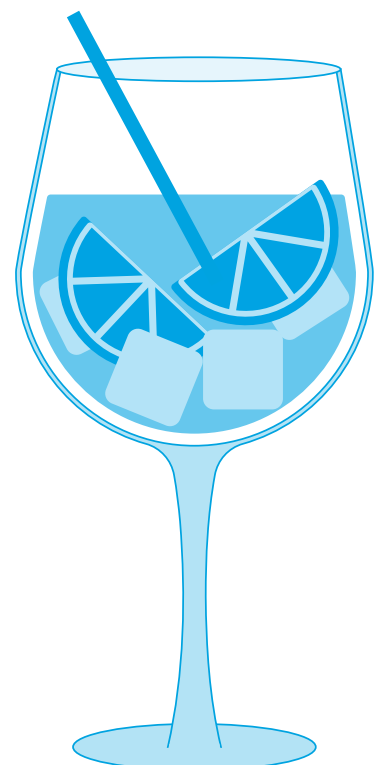
Drei-Länder-Vergleich: Deutschland, Österreich, Schweiz – wer trinkt was?

Ein Blick über die Grenzen zeigt: Jedes Land hat seine eigenen Trinkgewohnheiten – und seine eigenen Lieblinge.

Österreich bleibt das Land der Biertrinker: Fast jeder dritte Drink (28,4 Prozent) ist Bier. Hier wird Tradition großgeschrieben. Die Schweizer setzen dagegen auf Kaffee: Mehr als die Hälfte aller Standardgetränke (52,7 Prozent) ist der Klassiker. Ein klarer Unterschied zu den Deutschen, bei denen Bier (23 Prozent) und Kaffee (27 Prozent) fast gleichauf liegen.

Beim Aperol Spritz sind sich alle drei Länder einig: Der orangefarbene Klassiker führt bei Gästen unangefochten: in Deutschland mit einem Drittel (33 Prozent), Österreich mit mehr als der Hälfte (60,6 Prozent) und in der Schweiz mit 47,8 Prozent die Cocktail-Rangliste an.

Was sagt das über die Kultur aus? In Österreich wird Tradition zelebriert, in der Schweiz Genuss und Qualität und in Deutschland Vielfalt und Experimentierfreude. Drei Länder, drei Trinkkulturen – und doch ein gemeinsamer Nenner: Die Liebe zu guten Getränken.



Stilvoll nach vorne trinken



Zusammenfassung und Ausblick auf 2026: Mehr Vielfalt, mehr Stil, mehr Spritz

Die Deutschen, Österreicher und Schweizer bleiben bei der Getränkebestellung bodenständig, aber nicht langweilig: Klassiker wie Kaffee, Bier und Wasser dominieren weiterhin – und legen sogar noch leicht zu. Gleichzeitig gewinnen Premium-Produkte (Matcha Latte, Cappuccino) und die Aperitivo-Kultur (Spritz-Varianten) an Bedeutung. Die Gastronomie erlebt keine Revolution, sondern eine Evolution. Die Gäste bleiben ihren Klassikern treu – aber sie sind offen für Neues. Ob Matcha Latte, neue Spritzvarianten oder Premium-Kaffee: Die Branche zeigt, dass Tradition und Innovation kein Widerspruch sein müssen.

Die regionalen Unterschiede in Deutschland unterstreichen diese Entwicklung: Während Hamburg, Hessen und Berlin auf Vielfalt und höhere Preise setzen, bleiben andere Bundesländer wie das Saarland günstiger – und damit attraktiv für Gäste, die Qualität zum fairen Preis suchen. Und die Moral von der Geschichte? Deutschland, Österreich und Schweiz trinken, was sie kennen – aber mit mehr Stil, mehr Experimentierfreude und bezahlen dafür gern mehr.

Über orderbird



Hintergrund der Studie & orderbird

Methodik

Für die Ergebnisse wurden anonymisierte Daten aus dem Jahr 2025 von 14.641 gastronomischen Betrieben in Deutschland, 683 gastronomischen Betrieben in Österreich und 585 gastronomischen Betrieben in der Schweiz, die Kassensysteme von orderbird nutzen, intern ausgewertet und aufgearbeitet. Alle Prozentangaben wurden auf eine Nachkommastelle gerundet.

Über orderbird

orderbird (www.orderbird.com) bietet intuitive Kassenslösungen und Zusatzservices für Individualgastronom*innen und lokale Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Marke ist mit seinen mehr als 17.000 aktiven Kund*innen ein Marktführer für cloudbasierte Point-of-Sale-Systeme mit integriertem Bezahlssystem in Europa. Mit dem Herzstück orderbird PRO, Europas führender iPad-Kasse in der Gastronomie, können Restaurants, Cafés und Bars einfach und intuitiv Bestellungen aufnehmen, flexibel abrechnen und finanzamtconforme Berichte auf Knopfdruck erstellen.

Das orderbird MINI hingegen ist die einfache und mobile All-in-one-Kasse für jede Branche. Die smarte Point-of-Sale-Lösung kombiniert Kassenssoftware, Kartenleser, Bondrucker und Barcode-Scanner in einem Gerät und erfüllt alle Anforderungen der KassenSichV.

Darüber hinaus bietet orderbird eine Reihe von Zusatzprodukten an, die mit digitalen Prozessen den Gastronomiebetrieb effizienter gestalten, verschiedene Bestellkanäle ermöglichen und das Gästeerlebnis bereichern.

Die orderbird GmbH mit dem Hauptsitz in Berlin wurde 2011 gegründet und beschäftigt heute mehr als 130 Mitarbeitende.

Pressekontakt orderbird:

Betreut durch Laika Communications

press@orderbird.com

Die Fotos dieser Studie sind via Google Gemini (Modell: Nano Banana Pro) generiert worden.

Mehr als Kasse.