Medieninformation

**So kocht Österreich: elektrabregenz hat das in einer Studie erhoben**

**Kochbücher boomen, Köchinnen und Köche wurden zu Stars, Kochshows sind nach wie vor beliebt. Doch, wie oft kochen Österreicherinnen und Österreicher eigentlich? Kochen sie täglich oder sind sie eher Kochmuffel?  Und welche Auswirkungen haben steigende Preise, der Gesundheits- und Nachhaltigkeitsaspekt auf das Kochverhalten? Wird nun mehr gekocht oder weniger? Und wie steht es um das Wissen rund um das Thema energieeffizientes Kochen? elektrabregenz – die Haushaltsgeräte-Marke exklusiv für Österreicher:innen – hat das in einer Studie erhoben.**

Wien, 13. September 2022. marketagent hat im Auftrag von elektrabregenz in einer repräsentativen Online-Umfrage 500 Personen zwischen 14 und 75 Jahren im Zeitraum von 28. bis 31. August 2022 befragt.

„Homeoffice, Gesundheit, Nachhaltigkeit als auch die Inflation zeigen Änderungen im Kochverhalten“, bestätigt Margit Anglmaier, Manager Marketing & Communications der Beko Grundig Österreich AG und ergänzt: „Genau diese Trends haben wir uns in einer Studie mit marketagent angesehen. Als elektrabregenz und damit als Haushaltsgeräte-Marke exklusiv für Österreich ist es uns ein besonderes Anliegen, durch energieeffiziente Tipps und Empfehlungen für den täglichen Gebrauch zu unterstützen.“

**So häufig kochen Österreicher:innen**

Kochen und Backen ist hierzulande sehr beliebt. In 37,6 Prozent der österreichischen Haushalte wird täglich gekocht bzw. gebacken. So das Ergebnis der elektrabregenz Studie. Etwas mehr als ein Viertel (27 Prozent) kocht an drei bis vier Tagen die Woche. 22,2 Prozent tun dies an fünf bis sechs Tagen pro Woche. Und 10 Prozent kochen bzw. backen nur an ein bis zwei Tagen pro Woche. Nur 2,4 Prozent machen dies seltener. Und die österreichischen Kochmuffel sind zwischen 50 und 59 Jahre alt. Während in allen anderen Altersgruppen tägliches Kochen der Sieger ist, liegt das in dieser Zielgruppe mit knappen 18 Prozent weit hinter den anderen. In dieser Gruppe kochen die meisten an drei bis vier Tagen (31 Prozent).

**Änderungen im Kochverhalten: Günstigere Lebensmittel, weniger Fleisch und Fisch**

Die Inflation hat auch Auswirkungen auf das Kochverhalten. 33,9 Prozent der Befragten geben an, dass sie günstigere Lebensmittel und Produkte, die gerade im Angebot sind, kaufen und daher auch dementsprechend anders kochen. Bei 17,7 Prozent haben die steigenden Lebensmittelpreise zur Folge, dass sie seltener Fleisch oder Fisch kaufen und kochen. In jedem sechsten Haushalt (16,5 Prozent) wird häufiger gekocht, weil aus Kostengründen weniger oft essen gegangen bzw. auch seltener von einem Essens-Lieferdienst bestellt wird. Hier spielt vor allem das Alter eine Rolle. In den Altersgruppen bis 49 geben das jeweils über 20 Prozent an, während das in den beiden Gruppen ab 50+ nur knappe 10 Prozent angeben. Und insgesamt 9,5 Prozent lassen gar eine Mahlzeit aus, um Kosten zu sparen und kochen dementsprechend weniger.

**So zählen Home-Office, Gesundheit und Nachhaltigkeit**

Aber auch das Home-Office und die geänderten Rahmenbedingungen seit Ausbruch der Corona-Pandemie haben Auswirkungen. 15,3 Prozent geben an, dass sie häufiger kochen, weil sie mehr zu Hause sind. Jedoch geben nur 2,8 Prozent an, dass sie weniger kochen, da sie sich im Home-Office weniger bewegen. 8,9 Prozent haben im letzten Jahr ihre Ernährung aus gesundheitlichen Gründen umgestellt und kochen daher gesünder. Ebenso haben 9,1 Prozent ihr Kochverhalten aus Gründen der Nachhaltigkeit umgestellt. 5,8 Prozent sind durch Koch- bzw. Küchengeräte motiviert, kreativer zu kochen.

**Energieeffizientes Kochen ist weiblich**

Nicht nur die Lebensmittelpreise, sondern auch die Kosten für Energie steigen. Zwar geben nur 14,1 Prozent der Befragten an, dass sie im Laufe der letzten 12 Monate versucht haben, energieeffizienter zu kochen, jedoch werden bereits viele Maßnahmen zum energieeffizienten Kochen und Backen umgesetzt. So verwenden 54,6 Prozent meist einen Deckel, wenn etwas am Herd kocht. 37,3 Prozent verwenden Küchenhelfer, wie Wasserkocher oder Dampfgarer und nicht immer gleich den Herd. Auch achtet jede bzw. jeder Zweite darauf, dass die Topfgröße zur Herdplatte passt. Mehr als jede bzw. jeder Dritte nutzt die Restwärme von Herd und Backrohr. 30,2 Prozent verwenden nur die wirklich notwendige Wassermenge und annähernd 30 Prozent nehmen Bleche und Gitter aus dem Backrohr und backen sie nicht „mit“. Weitere Maßnahmen sind Umluft statt Ober- und Unterhitze (28 Prozent), Lebensmittel bereits ins aufgeheizte Wasser zu geben, um die Kochzeit zu reduzieren (22,2 Prozent), kein bzw. seltenes Vorheizen des Backofens und die Tür des Backofens nicht öffnen, bevor das Gericht fertig ist (je 21,2 Prozent).  4,6 Prozent setzen derzeit keine Maßnahmen, möchten sich aber künftig damit stärker befassen. Und 12,7 Prozent setzen ebenfalls keine Maßnahmen, möchten das aber auch nicht ändern.

Auffallend ist, dass vor allem Frauen energieeffizient kochen. 61,4 Prozent der Frauen verwenden eine passende Herdplatte für das Kochgeschirr, während das nur 40,6 Prozent der Männer tun. Ähnlich verhält es sich bei der Verwendung des Deckels (Frauen: 61; Männer: 48,4), bei der Nutzung der Restwärme (Frauen: 42,2; Männer: 27) und bei dem Nicht-Mitbacken von Blechen (Frauen: 37,8; Männer: 21,7).

„Mit Beispielen wie „Oma bäckt den Gugelhupf und die ganze Familie kann sich auch heute noch an diesen ganz besonderen Moment erinnern“ – wurde der österreichische Haushaltsgeräte-Hersteller zur Traditionsmarke und ist auch heute noch fest in den Köpfen hierzulande verankert. Mit den hiesigen Studienergebnissen verfolgt elektrabregenz das Ziel, die aktuellen Trends im Bereich Kochen aufzuzeigen“, so Anglmaier. „So kocht Österreich – noch energieeffizienter. Denn Energie ist immer auch ein Thema der Nachhaltigkeit. Wir leben Nachhaltigkeit – wie Auszeichnungen im Dow Jones Sustainability Index beweisen – und daher ist es unser Anliegen, mit konkreten Tipps an die Verbraucher:innen ihren Energieeinsatz noch effizienter zu machen - mit unseren Geräten tun wir das ja bereits”, so Anglmaier.

**Foto:** So kocht Österreich

**Fotocredit:** © elektrabregenz / Beko Grundig Österreich AG

**Über elektrabregenz**

elektrabregenz ist die österreichische Traditionsmarke in Sachen Haushaltsgeräte und zählt seit über 125 Jahren zu den Top-Marken am heimischen Markt. elektrabregenz bietet über 300 hochqualitative Haushaltsprodukte in neun Kategorien (Kühlen/Gefrieren, Spülen, Waschen, Trocknen, Backrohre, Herde, Mikrowellen, Dunstabzugshauben und Kochfelder). Das 1893 gegründete Unternehmen ist seit 2002 im Besitz der türkischen Arçelik-Gruppe. In Österreich ist die Gruppe unter dem Namen Beko Grundig Österreich AG mit den Marken Beko, elektrabregenz und Grundig vertreten. Die Produkte von elektrabregenz wurden für ihre technischen Innovationen und das herausragende Design, sowie für ihre Umweltfreundlichkeit bereits mehrfach anerkannt und ausgezeichnet. Entdecken Sie mehr unter [www.elektrabregenz.com](http://www.elektrabregenz.com/)

**Über die Beko Grundig Österreich AG**

Die Beko Grundig Österreich AG ist international einer der bedeutendsten Marktteilnehmer im Bereich Home Electronics. Das Unternehmen ist in Österreich die Dachorganisation der Marken Beko, Nummer 2 in Europa (nach Absatzzahlen), elektrabregenz und Grundig. 40 Mitarbeiter steuern von der Zentrale im 23. Wiener Gemeindebezirk aus, die nationalen Aktivitäten der Bereiche Marketing, Vertrieb, Produktmarketing, After Sales Service, HR, Finance, Logistik und Supply Chain sowie den Innendienst. Dabei haben die Nähe zu Kund:innen und ihre Bedürfnisse stets oberste Priorität: In dem breiten Sortiment finden alle Marktteilnehmer:innen die für sie passenden Produkte. Um maximale Produktqualität gewährleisten zu können, werden die Geräte größtenteils selbst in 28 hochmodernen Fertigungsstätten der Muttergesellschaft Arçelik in Europa, Asien und Afrika hergestellt. Das Besondere: Die Werke arbeiten nach einer schon vor vielen Jahren in allen Unternehmens-, Entwicklungs- und Produktionsbereichen implementierten Nachhaltigkeitsstrategie, die nach internationalen Standards zertifiziert wurde – zum Beispiel 2020 vom Dow Jones Sustainability Index bereits zum zweiten Mal in Folge als nachhaltigstes Unternehmen der Hausgeräteindustrie.

Rückfragen richten Sie bitte an:

|  |  |
| --- | --- |
| Dr. Alexandra Vasak  Reiter PR  Tel.: +43/699/120 895 59 alexandra.vasak@reiterpr.com   | Mag. (FH) Margit Anglmaier / Manager Marketing & Communications Beko Grundig Österreich AG  Tel.: +43/664/384 42 30 margit.anglmaier@bg-austria.at   |