**Medieninformation**

**So kocht Österreich:**

**elektrabregenz-Umfrage zeigt Vorliebe für heimische Klassiker**

**Die Inflation gilt als einer der Gründe, weshalb bevorzugt zu Hause gegessen wird**

**elektrabregenz hat einen Blick in die heimischen Küchen geworfen. Es wird eifrig gekocht in Österreich. Mehr als jede bzw. jeder Fünfte kocht häufiger, da weniger oft im Lokal gegessen oder vom Lieferdienst bestellt wird. Klassiker aus der österreichischen Küche werden dabei bevorzugt zubereitet. Das sind einige der Ergebnisse der aktuellen repräsentativen Umfrage unter 1.000 Österreicher:innen im Auftrag von elektrabregenz im September 2023.**

Wien, 20. September 2023. Kochen und Backen sind hierzulande sehr beliebt. 96 Prozent der Österreicher:innen kochen bzw. backen mindestens einmal pro Woche, 38 Prozent tun dies sogar täglich. Ein Viertel kocht an drei bis vier Tagen der Woche. In 24 Prozent der österreichischen Haushalte wird an fünf bis sechs Tagen pro Woche gekocht bzw. gebacken. Und 9 Prozent kochen bzw. backen nur an ein bis zwei Tagen pro Woche. Nur 3,5 Prozent machen dies seltener. Im Auftrag von elektrabregenz wird jährlich das Kochverhalten der Österreicher:innen erhoben. Die Haushaltsgeräte-Marke besteht seit rund 130 Jahren und ist exklusiv am österreichischen Markt präsent. Mit dem erst kürzlich ins Leben gerufenen Format „Austria’s next Küchenchef:in“ soll Konsument:innen auch in Zukunft das Kochen in den eigenen vier Wänden noch schmackhafter gemacht werden.

**Seltener ins Restaurant und Essens-Lieferungen**

Die Inflation hat auch Auswirkungen auf das Kochverhalten. 21 Prozent geben an, dass sie häufiger kochen, weil sie weniger oft im Lokal essen bzw. einen Lieferdienst in Anspruch nehmen. Im August 2022 waren es 16,5 Prozent. Überdurchschnittlich häufig ist das in der aktuellen Umfrage bei der Generation Z (34 Prozent) der Fall. 13 Prozent der Befragten geben an, dass sie günstigere Lebensmittel und Produkte, die gerade im Angebot sind, kaufen und daher auch dementsprechend anders kochen. Bei 9 Prozent haben die steigenden Lebensmittelpreise zur Folge, dass sie seltener Fleisch oder Fisch kaufen und kochen. 8 Prozent essen öfters „kalt“, weil es günstiger ist. Weitere 5 Prozent kochen und essen weniger, um Kosten zu sparen und lassen öfters eine Mahlzeit aus.

Jede bzw. jeder Achte kocht häufiger, da aufgrund von Home-Office mehr Zeit zu Hause verbracht wird. Dieser Wert ist im Vergleich zu 2022 etwas zurückgegangen: Hier war es jede bzw. jeder Sechste. 7 Prozent haben in den vergangenen Monaten ihre Ernährung aus gesundheitlichen Gründen umgestellt und kochen daher gesünder. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil beim Punkt Nachhaltigkeit angestiegen. 11 Prozent kochen heute anders, da sie darauf achten, keine Lebensmittel zu verschwenden. So wird auch trockenes Brot, braune Bananen & Co wieder verwertet.

**Österreichische Küche am beliebtesten**

Grenadiermarsch, Semmelknödel oder Scheiterhaufen: Gerade für all jene, die weniger Lebensmittel verschwenden möchten, bietet die österreichische Küche einige Inspirationen der Restl-Verwertung. Die österreichische Küche ist auch die klare Nummer 1 der Umfrage. Auf die Frage nach der bevorzugten Küche geben 66 Prozent an, dass sie am liebsten Klassiker aus der österreichischen Küche zubereiten. Besonders hoch ist dieser Wert bei den Personen, die täglich kochen. 70 Prozent mögen es hier Österreichisch. Gleichermaßen beliebt ist die heimische Küche bei Millenials, Generation X und Baby-Boomern (jeweils 68 bzw. 69 Prozent). Aber auch in der Generation Z bevorzugen immerhin 57 Prozent die österreichischen Gerichte.

Beliebt ist auch die italienische Küche. (34 Prozent) Vor allem die Generation Z (38 Prozent) und die Millenials (42) bevorzugen diese. Gerichte aus der mediterranen Küche bereiten 23 Prozent gerne zu. Beliebt ist diese vor allem in der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen (28). Asiatisch kochen 15 Prozent sehr gerne, wobei hier die Beliebtheit mit dem Alter abnimmt. 22 Prozent der Generation Z kochen gerne Wok-Gemüse & Co, hingegen jedoch nur 7 Prozent der Baby-Boomer. Auch in der Gen Z sehr beliebt ist die Fusionsküche, welche Speisen aus unterschiedlichen Ländern mixt. (Insgesamt: 15 Prozent, Generation Z: 24 Prozent)

**Paleo, New Glocal, vegetarisch, vegan**

Vegetarisches Kochen bevorzugen 16 Prozent, veganes 5 Prozent. Beides ist bei der Gen Z am beliebtesten (vegetarisch: 25, vegan: 10) und bei den Baby-Boomern am unbeliebtesten. Und beides ist vor allem weiblich: 20 Prozent der Frauen kochen bevorzugt vegetarisch und 7 Prozent vegan. Anders sieht es bei Paleo aus. Paleo, die Ernährung, die sich aus der Abkürzung von Paläolithikum herleitet, orientiert sich an den Ursprüngen unserer Ernährung – an den Jägern und Sammlern. Dabei liegt der Fokus auf unverarbeiteten Lebensmitteln, hoher Qualität und Nachhaltigkeit. Mit einem Wert von 11 Prozent liegt der Wert bei den Männern deutlich über dem Gesamtwert von 9 Prozent. Beliebt ist Paleo in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen (13). Zu der Umsetzung von „New Glocal“ und somit zu einer Küche, die hauptsächlich Lebensmittel aus der Region verwendet, bekennen sich 11,5 Prozent. Überdurchschnittlich ist das in Tirol und Vorarlberg der Fall. (19)

*„Auch im heurigen Jahr haben wir uns dazu entschieden, das Kochverhalten in Österreich zu erheben“,* bestätigt Margit Anglmaier, Head of Marketing & Communications der Beko Grundig Österreich AG und ergänzt: *„Unsere Studie zeigt, dass in Österreich eifrig gekocht wird. Die Gründe dafür liegen in der hohen Inflation sowie im veränderten Lifestyle. Trends wie Nachhaltigkeit und zurück zum Ursprünglichen mit der österreichischen Küche als auch hin zu regionalen Produkten – unter dem neuen Modewort ‚New Glocal‘ –, sind dabei ganz klar herauszulesen“.*

**Zur Studie**

marketagent hat im Auftrag von elektrabregenz in einer repräsentativen Umfrage 1.000 Personen zwischen 14 und 75 Jahren im Zeitraum von 31. August 2023 bis 6. September 2023 befragt.

Bei der Studie nahmen die folgenden Generationen teil:

25,4 Prozent Baby-Boomer (Jahrgänge 1946-1964)

30,2 Prozent Generation X (Jahrgänge 1965-1979)

23,4 Prozent Millenials (Jahrgänge 1980-1993)

21,0 Prozent Generation X (Jahrgänge 1994-2010)

**Foto:** So kocht Österreich – Grafiken

Immer mehr im Kommen: Die vegetarische Küche. Die gebürtige Grazerin Nue kocht bei elektrabregenz Austria´s next Küchenchef:in vegetarisch.

Letzter Feinschliff für die Nachspeise, während die Hauptspeise noch köchelt: Die Siegerin von elektrabregenz Austria´s next Küchenchef:in Claudia Danner.

Auch ein Klassiker der österreichischen Küche: Hier entstehen im Rahmen von elektrabregenz Austria´s next Küchenchef:in Topfennockerln.

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

**Foto:** elektrabregenz Küche im Schauraum

**Fotocredit:** © Jacqueline Godany / Beko Grundig Österreich AG

**Über elektrabregenz**

elektrabregenz ist die österreichische Traditionsmarke in Sachen Haushaltsgeräte und zählt seit 130 Jahren zu den Top-Marken am heimischen Markt. Insgesamt über 300 hochqualitative Haushaltsprodukte werden in neun Kategorien (Kühlen/Gefrieren, Spülen, Waschen, Trocknen, Backrohre, Herde, Mikrowellen, Dunstabzugshauben und Kochfelder) angeboten. Elektrabregenz gehört zur Beko Grundig Österreich AG, die in Österreich zudem mit den Marken Beko und Grundig vertreten ist. 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/)

Rückfragen richten Sie bitte an:

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