



Umfrage: Der Trend geht zum öfter zuhause Essen

Mehr Selbstgekochtes isst das Land: Jeder Zweite geht seltener in Restaurants, rund ein Viertel bestellt nicht mehr so oft Essen nach Hause. Dafür kocht ein Fünftel mehr selbst, 23 Prozent nehmen öfter Essen mit ins Büro.

Wien, 23. November 2022 – Essen und Genuss sind uns hierzulande sehr wichtig, wie die iglo-Trendstudie* zeigt: Für 53 Prozent ist das Thema sehr wichtig, für ein weiteres Drittel ist es eher wichtig. Doch wie steht es aktuell um die Ess- und Kochgewohnheiten der Österreicherinnen und Österreicher aus? Welche Maßnahmen ergreifen sie, wenn es ums Essen geht? Dem ist eine aktuelle Umfrage** unter 1.000 Österreichern im Auftrag von iglo Österreich nachgegangen.

Jeder Zweite geht seltener ins Restaurant

Wie die aktuelle Umfrage zeigt, bleibt rund die Hälfte der Österreicherinnen und Österreicher fürs Essen öfter zuhause: jeder Zweite gibt an, derzeit seltener ins Restaurant zu gehen. Das zieht sich durch alle Altersgruppen, über dem Durchschnitt liegen die über 60-Jährige (58 Prozent).

27 Prozent lassen sich seltener Essen nach Hause liefern

Neben Restaurantbesuchen wird derzeit auch das Bestellen von Essen reduziert. So gibt mehr als jeder Vierte (27 Prozent) an, sich weniger oft Speisen nach Hause liefern zu lassen. Überdurchschnittlich häufig ist das bei 16- bis 29-Jährigen (47 Prozent) und Haushalten mit 3 oder mehr Personen (35 Prozent) der Fall.

23 Prozent nehmen öfter Selbstgekochtes ins Büro mit

Auch die Mittagsroutine im Büro hat sich teilweise verändert, denn ein knappes Viertel (23 Prozent) nimmt sich nun öfter selbstgekochtes Essen mit, anstatt essen zu gehen. Überdurchschnittlich oft tun das unter 30-Jährige (39 Prozent) und Frauen (29 Prozent). Unterdurchschnittlich selten ergreifen diese Maßnahme Männer (17 Prozent).

Ein Fünftel isst weniger Fleisch

Eine weitere Maßnahme, die immerhin ein Fünftel der Befragten ergreift, ist der seltenere Konsum von Fleisch. Auch hier liegen die unter 30-Jährigen über dem Durchschnitt: In dieser Altersgruppe sind es 26 Prozent, die angeben, aktuell weniger Fleisch zu essen.

Ein Fünftel kocht mehr selbst

Bereits die Pandemie hat die österreichischen Privatküchen vermehrt in den Mittelpunkt gerückt. Die aktuelle Situation befeuert die Kochkünste noch einmal: Ein gutes Fünftel (21 Prozent) der Befragten gibt an, aufgrund der Teuerungen derzeit mehr selbst zu kochen. Insbesondere Frauen (27 Prozent), Singlehaushalte (29 Prozent) und unter 30-Jährige (34 Prozent) schwingen den Kochlöffel nun überdurchschnittlich oft.

Über die Studien:

*Für die iglo-Trendstudie hat Integral Markt- und Meinungsforschung im Mai 2022 für iglo Österreich 1.000 Österreicher/innen von 18 bis 69 Jahren online repräsentativ für diese Zielgruppe befragt.

**Für die aktuelle Umfrage hat Integral Markt- und Meinungsforschung im Oktober 2022 für iglo Österreich 1.000 Österreicher/innen von 16 bis 75 Jahren online repräsentativ für diese Zielgruppe befragt.

Über iglo Österreich

Die Iglo Austria GmbH mit Sitz in Wien ist bereits seit 1966 in Österreich tätig und ist Teil der Nomad Foods Group, die in derzeit 22 Ländern Tiefkühlprodukte vertreibt. Die Marke iglo ist die zweitgrößte Lebensmittelmarke Österreichs* und Marktführer im Bereich Tiefkühlkost. Das Unternehmen wird von Markus Fahrnberger-Schweizer als Geschäftsführer geleitet, beschäftigt rund 80 Mitarbeiter und sichert über Partner aus Anbau, Produktion und Logistik rund 1000 weitere Arbeitsplätze in Österreich. Das Sortiment von iglo umfasst rund 240 Produkte aus den Kategorien Fisch und Meeresfrüchte, Gemüse, Kräuter, Erdäpfel, Geflügelspezialitäten, Fertiggerichte und Mehlspeisen. Die Produkte stammen aus den jeweils besten Regionen – das Gemüse etwa seit Jahrzehnten aus dem Marchfeld, die iglo Schmankerl aus dem Ennstal. Getreu dem Motto „Iss was Gscheit's!“ gelten höchste Qualitätsstandards und alle Produkte werden ohne zugesetzte Geschmacksverstärker oder künstliche Farb- und Aromastoffe hergestellt. iglo setzt sich zudem für ressourcenschonende und nachhaltige Produktionsweisen ein. So war iglo u.a. die erste Marke Österreichs mit 100 Prozent MSC-zertifizierten Meeresfischen.

Mehr dazu auf www.iglo.at und www.facebook.com/iglo.at.

*Quelle: A.C. Nielsen, Market Track, Lebensmittelhandel Total, Umsatz Österreich, LH inkl. H/L, (Stand KW 32 2020).

Kontakte für Rückfragen:

Iglo Austria GmbH
Florian Pesjak
Brand & Communications Manager
Tel: +43 (0)1 608 66 - 710
Mail: Florian.Pesjak@iglo.com

Factor C3 e.U.
Magdalena Lechner
Tel: +43 (0)650 42 35 088
Mail: m.lechner@factor-c.at