



Was das Christkind für die Küche bringen darf

Die Österreicher kochen vermehrt, dementsprechend gut sind heimische Küchen mit Gerätschaften ausgestattet. Toaster und Mikrowelle sind beinahe Standard, Potenzial – etwa fürs Christkind – gibt es bei Küchenmaschine, Dampfgarer und insbesondere Thermomix.

Wien, 7. Dezember 2022 – In österreichischen Haushalten wird vermehrt gekocht. Da stellt sich die Frage, wie es um die Ausstattung der heimischen Küchen bestellt ist, welche Küchengeräte unverzichtbar sind und was das Christkind vielleicht noch bringen könnte. Die iglo-Trendstudie hat dazu 1.000 Österreicher befragt. Das Resümee: Wir sind hierzulande nicht schlecht ausgestattet, an spendable Christkinder gibt es aber durchaus noch den einen oder anderen Wunsch.

Toaster und Mikrowelle hat fast jeder

Eines sei gesagt: Die Küchenausstattung der Österreicherinnen und Österreicher kann sich durchaus sehen lassen. So gehören zur Grundausstattung beinahe jeder österreichischen Küche Toaster (78 Prozent) und Mikrowelle (77 Prozent). Sie ist auch das Küchengerät, das am ehesten als unverzichtbar angesehen wird (45 Prozent). Männer (47 Prozent) messen der Mikrowelle dabei etwas mehr Bedeutung zu als Frauen (43 Prozent). Auch Kaffee hat einen wichtigen Stellenwert: Mehr als jeder zweite Befragte (53 Prozent) nennt eine Espressomaschine sein Eigen, unverzichtbar ist sie immerhin für 38 Prozent. Küchenmaschinen gibt es hierzulande ebenfalls einige: 43 Prozent haben eine zuhause, für 30 Prozent ist sie ein absolutes Must-have. Auf der Wunschliste steht sie vor allem bei Personen, die noch in Ausbildung sind: Knapp zwei Drittel unter ihnen hätten gerne eine Küchenmaschine zur Komplettierung der Ausstattung.

„Spezialgeräte“ sind vorhanden, aber nicht unverzichtbar

Auch Gerätschaften für den eher speziellen Einsatzbereich findet man in den heimischen Küchen. So belegt den fünften Platz der Hitliste bereits der Kontaktgriller bzw. Küchengriller. Er findet sich im Besitz beinahe jedes zweiten Befragten (48 Prozent). Als unbedingt notwendig wird er aber nur von 26 Prozent bewertet. Einen Schnellkochtopf besitzen immerhin 4 von 10 der Befragten, unverzichtbar ist er aber nur für 23 Prozent. Weiter abgeschlagen sind der Mini-Backofen, den immerhin ein Viertel der Befragten besitzt, der Air-Fryer (22 Prozent) und der Dampfgarer (20 Prozent). Den dürfte das Christkind getrost noch zu Weihnachten bringen – insbesondere Personen zwischen 30 und 49 Jahren. Denn in dieser Altersgruppe steht er auf der Wunschliste der Küchengeräte, die man gerne zuhause hätte.

Tipp für spendable Christkinder: ein Thermomix

Für spendable Christkinder gibt es neben dem Dampfgarer noch einen weiteren Tipp: Ein Thermomix bzw. ein vergleichbares Gerät ist erst bei 8 Prozent der Befragten im Einsatz, 15 Prozent äußern jedoch den Wunsch danach. Überdurchschnittlich häufig begehren Frauen (19 Prozent) und 30- bis 39-Jährige (21 Prozent) den exklusiven Küchenhelfer.



Über die iglo-Trendstudie

Für die iglo-Trendstudie 2022 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. Die iglo-Trendstudie 2021 wurde ebenfalls von Integral Markt- und Meinungsforschung durchgeführt (März 2021). Auch für diese Studie wurden 1.000 Österreicher/innen von 18 bis 69 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