

So kocht die Schweiz!

Eine repräsentative Befragung zum Kochverhalten der Schweizer Bevölkerung



Building Competence. Crossing Borders.

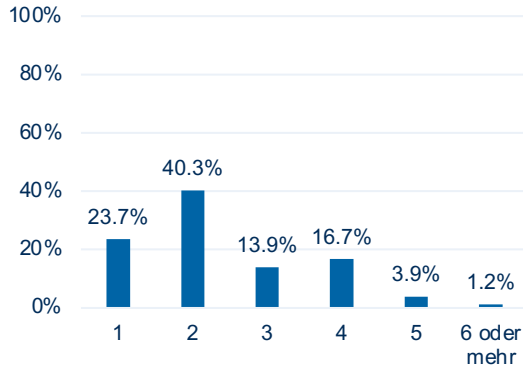
Befragung 04/2023

corina.loesch@zhaw.ch, pia.furchheim@zhaw.ch, anna-maria.strässner@zhaw.ch,

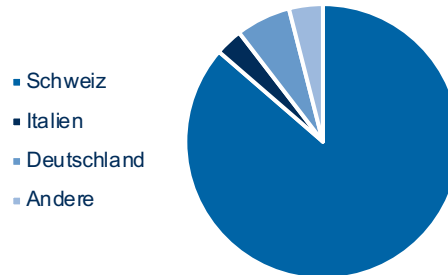
Eckdaten zur Online Befragung & zur Stichprobe

- Befragungszeitraum: 7.3.23 bis 24.3.23
- Datensatz (bereinigt) mit insgesamt **1'000** Befragten
 - Repräsentativ nach Alter und Geschlecht (490 Männer, 510 Frauen), Durchschnittsalter: 48 Jahre
 - Teilnahme Kriterien: Wohnhaft in der Schweiz zum Zeitpunkt der Befragung, über 18 Jahre alt
 - 328 Haushalte mit Kindern, 672 Haushalte ohne Kinder

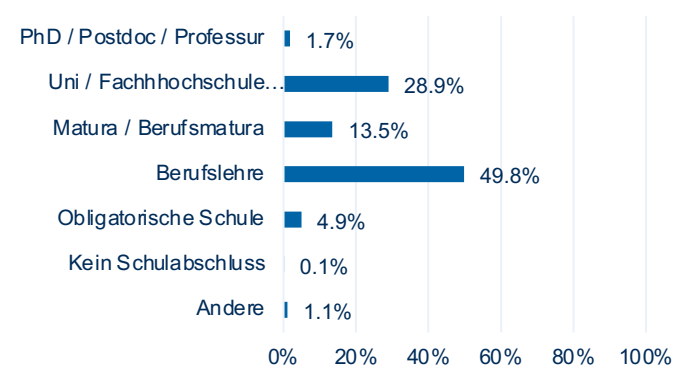
Haushaltsgrösse



Nationalität der Befragten



Bildungsniveau

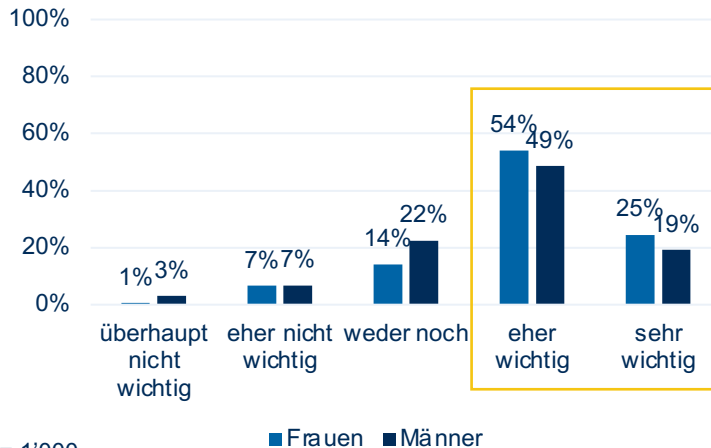


Nachhaltiges Kochen



Nachhaltigkeit ist für viele (eher) wichtig, wird aber individuell interpretiert

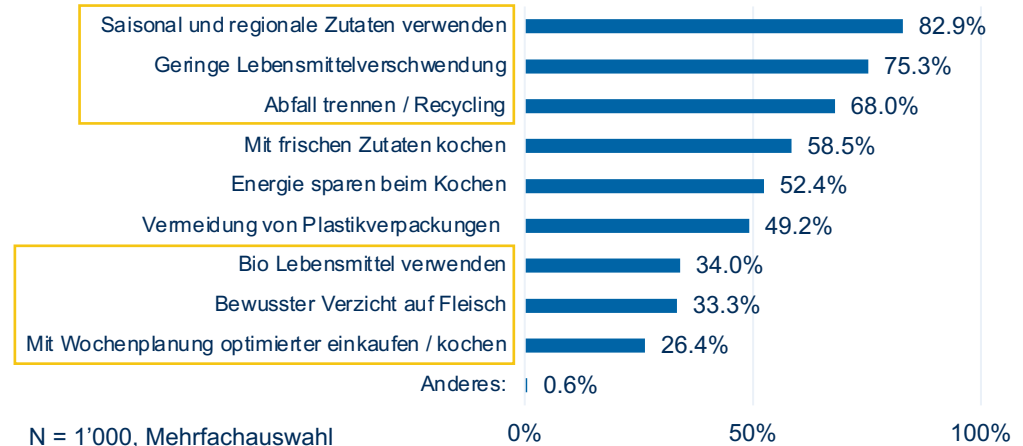
Relevanz der Nachhaltigkeit nach Geschlecht



N = 1'000

■ Frauen ■ Männer

Was bedeutet für Sie "nachhaltig kochen"?



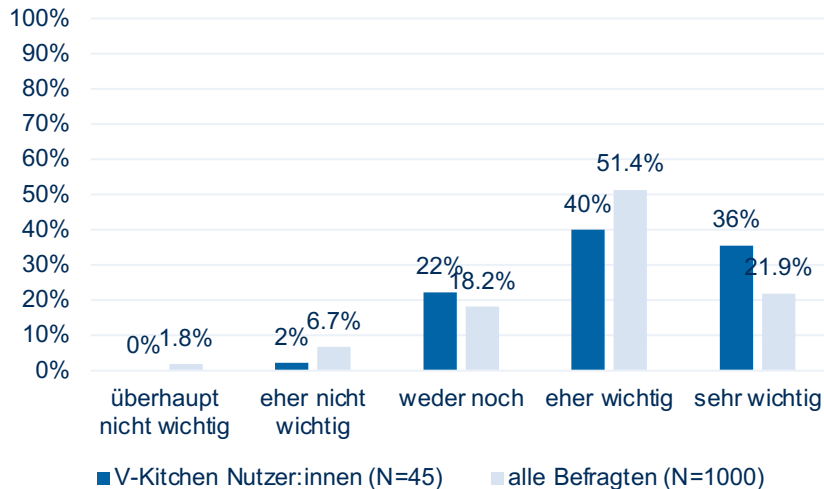
N = 1'000, Mehrfachauswahl

0% 50% 100%

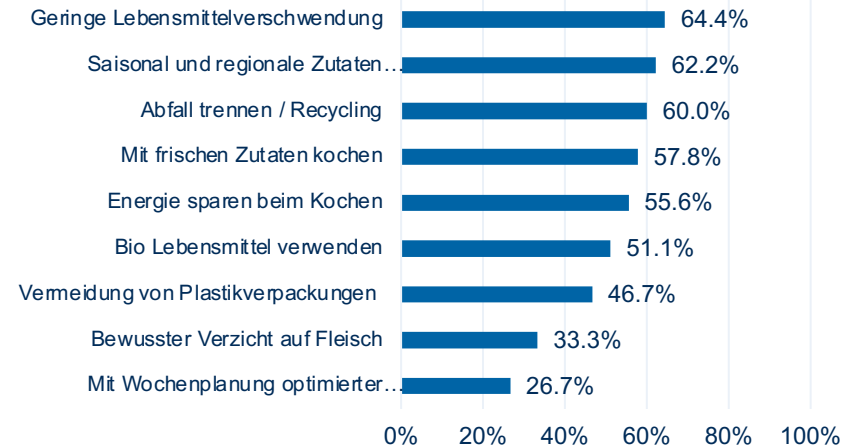
- Lediglich 8.5% geben an, dass ihnen Nachhaltigkeit (eher) nicht wichtig ist. Für rund 22% ist es sogar sehr wichtig.
- Über 80% der Befragten setzen Saisonalität und Regionalität mit Nachhaltigkeit gleich. Auch eine geringe Lebensmittelverschwendung gehört für drei Viertel der Befragten zu nachhaltigem Kochen dazu. Bio Lebensmittel oder der Verzicht auf Fleisch hingegen bedeutet nur für ein Drittel nachhaltig zu kochen.

V-Kitchen User legen etwas mehr Wert auf Nachhaltigkeit, definieren den Begriff jedoch ähnlich, wie die Befragten insgesamt.

Relevanz Nachhaltigkeit beim Kochen



Definition Nachhaltigkeit

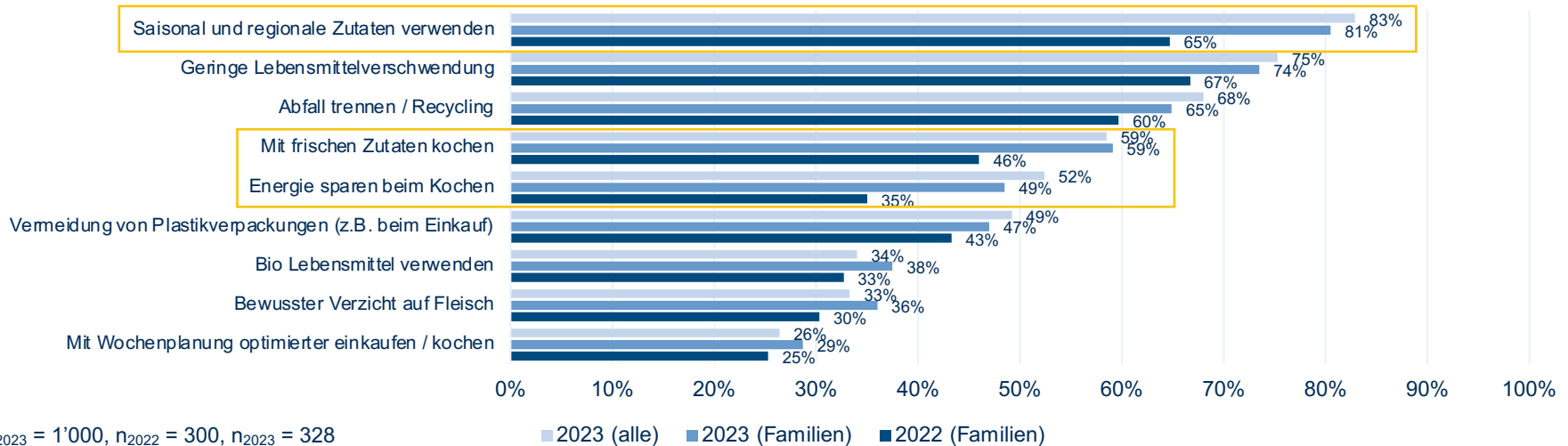


n = 45, Mehrfachauswahl

- Personen, die V-Kitchen nutzen, legen etwas mehr Wert auf Nachhaltigkeit als der Durchschnitt der Befragten.
- Die Reihenfolge der Nachhaltigkeitskriterien ist bei den V-Kitchen Nutzer:innen ähnlich wie bei den Befragten insgesamt. Prozentual weniger häufig wurden saisonale und regionale Zutaten genannt. Dafür gehören Bio Lebensmitteln für die Hälfte zu nachhaltigem Kochen dazu (vgl. 34% aller Befragten).

Im Vergleich zum Vorjahr wird Nachhaltigkeit umfassender definiert.

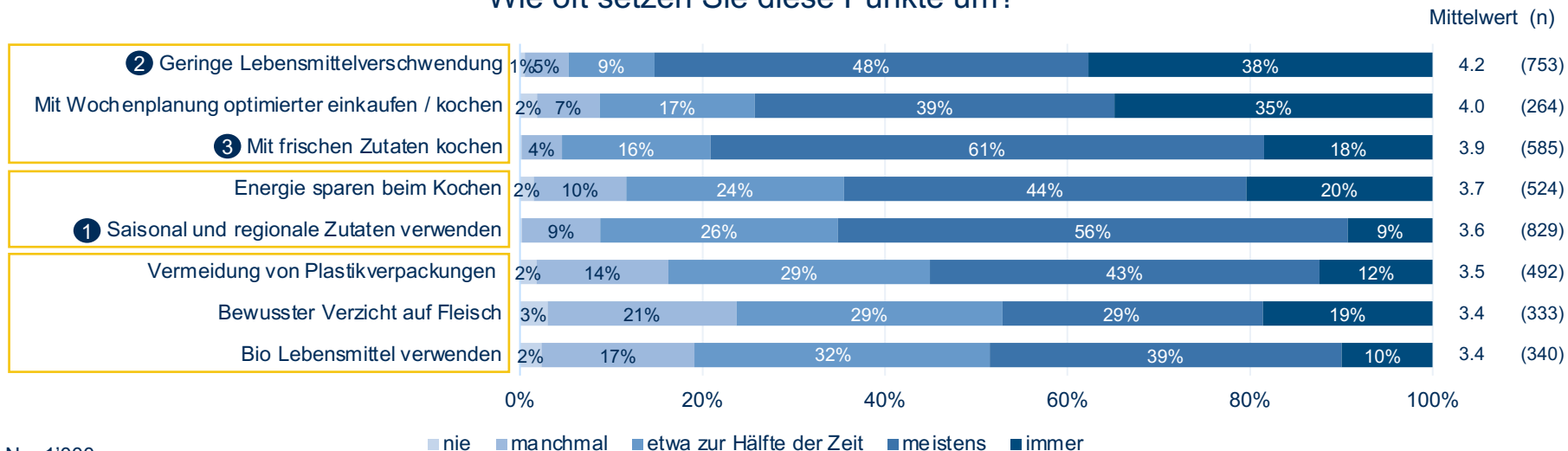
Nachhaltiges Kochen im Vergleich zum Vorjahr



- Im Vergleich zum Vorjahr werden ausnahmslos alle Faktoren häufiger genannt, während es in der Reihenfolge nur leichte Veränderungen gibt. Insbesondere die Punkte «regionale und saisonale Zutaten», «frische Zutaten» und «Energie sparen» wurden deutlich häufiger genannt als im Vorjahr.
- Bio Lebensmittel zu kaufen und auf Fleisch zu verzichten gehört für einen leicht grösseren Anteil der Familien zur Nachhaltigkeit als von allen Befragten.

Bei der Umsetzung der Massnahmen besteht teilweise noch Potenzial.

Wie oft setzen Sie diese Punkte um?

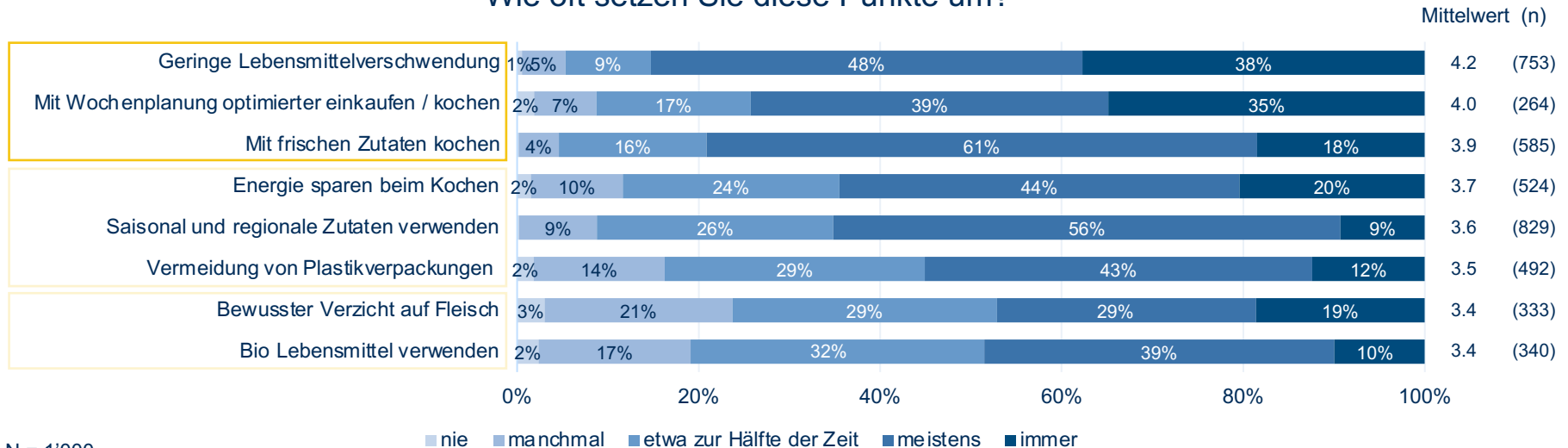


N = 1'000

- Personen, die angeben, dass Lebensmittelverschwendung nachhaltiges Kochen bedeutet, setzen dies zu über 80% meistens oder immer um.
- Der Punkt »saisonale und regionale Zutaten«, der ebenfalls häufig genannt wurde, wird hingegen nur von rund zwei Dritteln meistens oder immer umgesetzt. Bio Lebensmittel werden sogar nur etwas weniger als der Hälfte der Personen, die dies als nachhaltig einstufen, meistens oder immer gekauft.

Bei der Umsetzung der Massnahmen besteht teilweise noch Potenzial.

Wie oft setzen Sie diese Punkte um?



N = 1'000

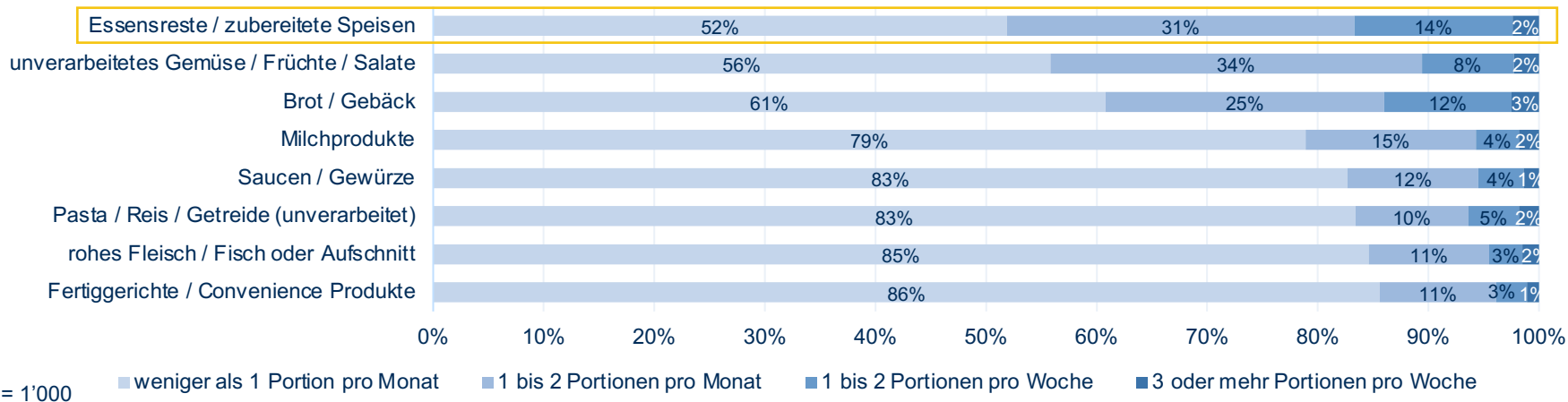
- Personen, die angeben, dass Lebensmittelverschwendung nachhaltiges Kochen bedeutet, setzen dies zu über 80% meistens oder immer um.
- Der Punkt »saisonale und regionale Zutaten«, der ebenfalls häufig genannt wurde, wird hingegen nur von rund zwei Dritteln meistens oder immer umgesetzt. Bio Lebensmittel werden sogar nur etwas weniger als der Hälfte der Personen, die dies als nachhaltig einstufen, meistens oder immer gekauft.

Food Waste



Am meisten Food Waste entsteht in Schweizer Haushalten durch bereits zubereitete Speisen, die nicht mehr verwertet / aufgewärmt werden.

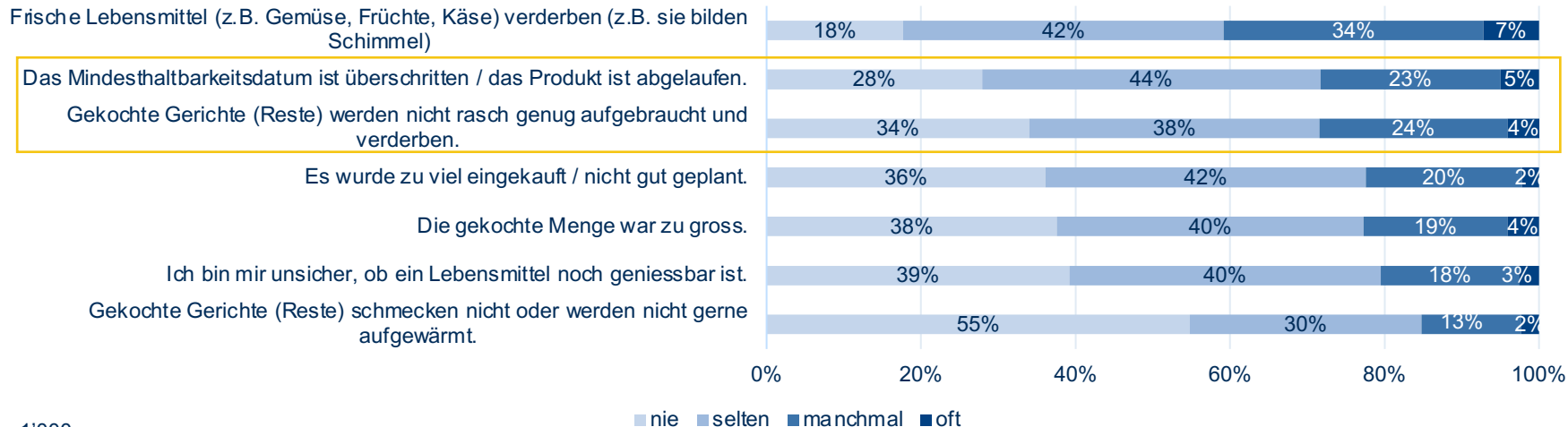
Wie viele Lebensmittel werden in Ihrem Haushalt ungefähr entsorgt / weggeworfen?
(1 Portion = ca. 1 Handvoll)



- In 16% der Haushalte wird mindestens 1 Portion an «Essensresten» und in 15% eine Portion an «Brot / Gebäck» pro Woche entsorgt.
- Am seltensten werden Fertiggerichte oder rohes Fleisch / Fisch weggeworfen.

Am häufigsten werden Lebensmittel entsorgt, weil sie verderben oder abgelaufen sind.

Gründe für das Entsorgen von Lebensmitteln

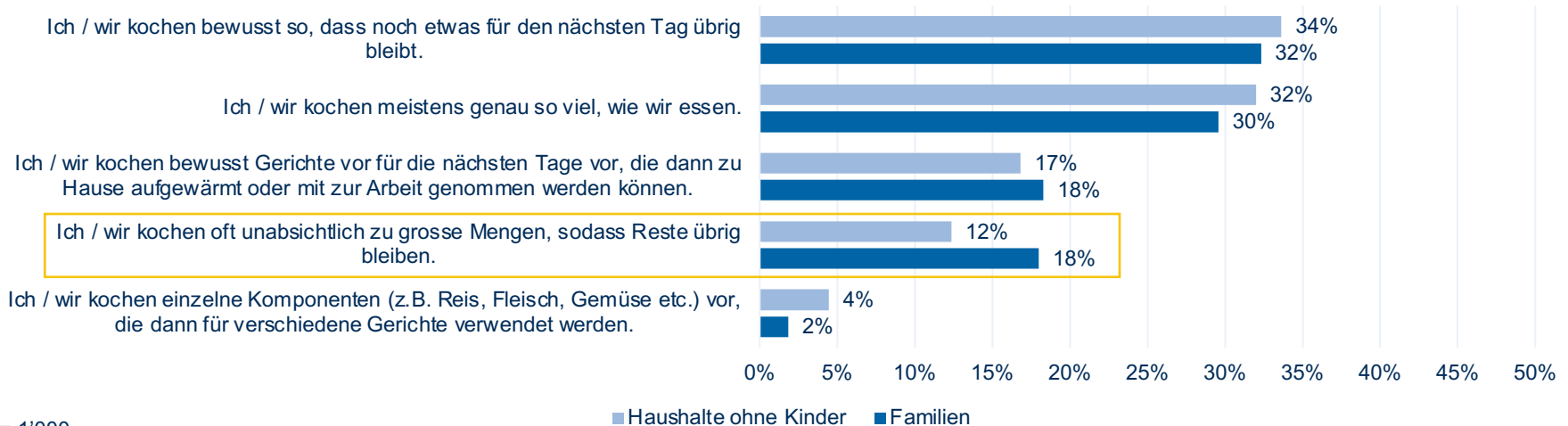


N = 1'000

- Über zwei Drittel der Befragten geben an, zumindest ab und an ein Lebensmittel entsorgen zu müssen, da es verdirbt oder das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist. Interessanterweise geben deutlich weniger der eigenen Planung die Schuld dafür.
- Auch gekochte Gerichte werden von mehr als der Hälfte der Befragten selten bis oft entsorgt, da sie verderben.

Die Mehrheit der Befragten kocht vorausschauend.

Meal-Prep Typen (Haushalte mit oder ohne Kinder)

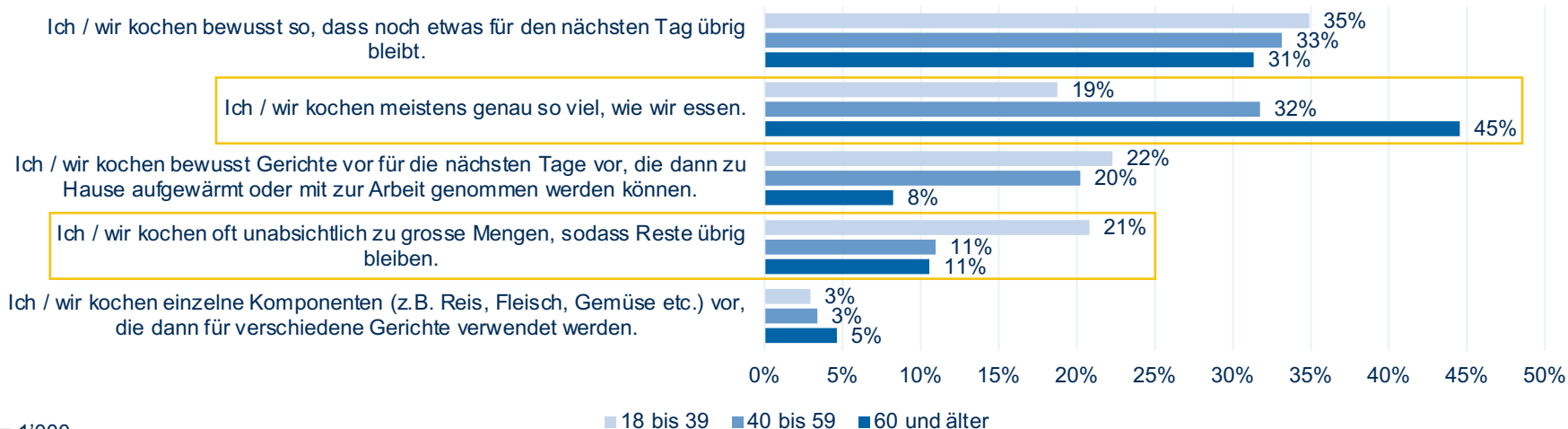


N = 1'000

- Knapp die Hälfte der Befragten kocht bewusst oder unabsichtlich so grosse Mengen, dass Resten für die Folgetage übrig bleiben. Insbesondere für Familien scheint eine exakte Planung schwieriger zu sein. Separat vorgekocht (als Gericht oder als Komponenten) wird von rund 20% der Befragten.
- Lediglich knapp ein Drittel kocht genau die Menge, die auch gegessen wird. Dies sind vor allem ältere Personen, die dafür deutlich seltener absichtlich vorkochen.

Die Mehrheit der Befragten kocht vorausschauend.

Meal-Prep Typen (nach Alter)



N = 1'000

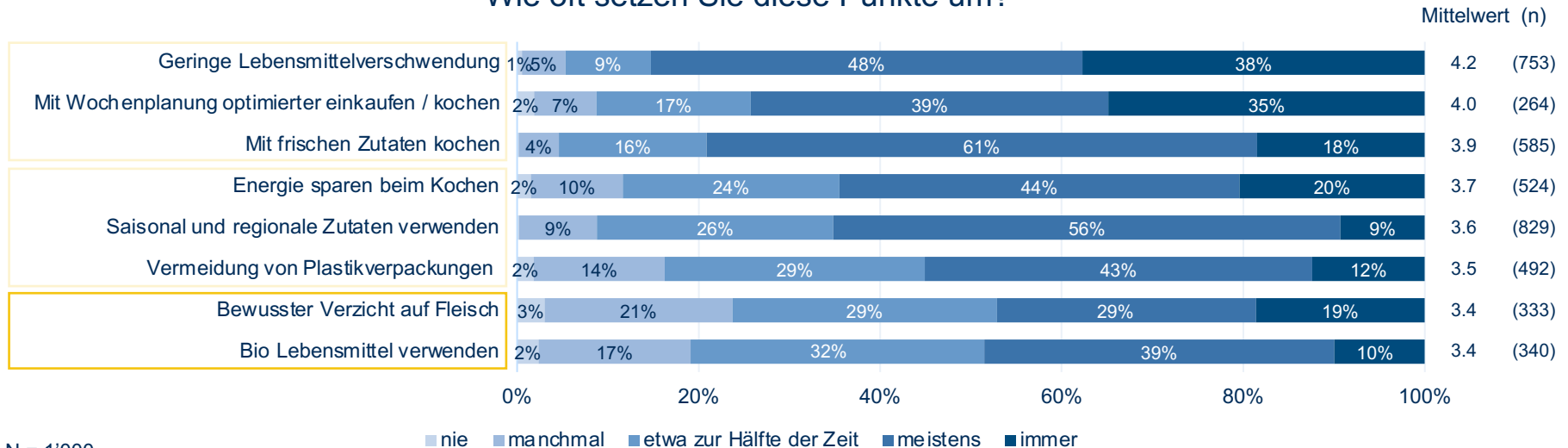
- Lediglich knapp ein Drittel aller Befragten kocht genau die Menge, die auch gegessen wird. Dies sind vor allem ältere Personen, die dafür deutlich seltener bewusst Gerichte vorkochen.
- Besonders junge Personen, zwischen 18 und 39, sind etwas weniger gut in der Planung der richtigen Menge.

Ernährungsform & Label



Bei der Umsetzung der Massnahmen besteht teilweise noch Potenzial.

Wie oft setzen Sie diese Punkte um?

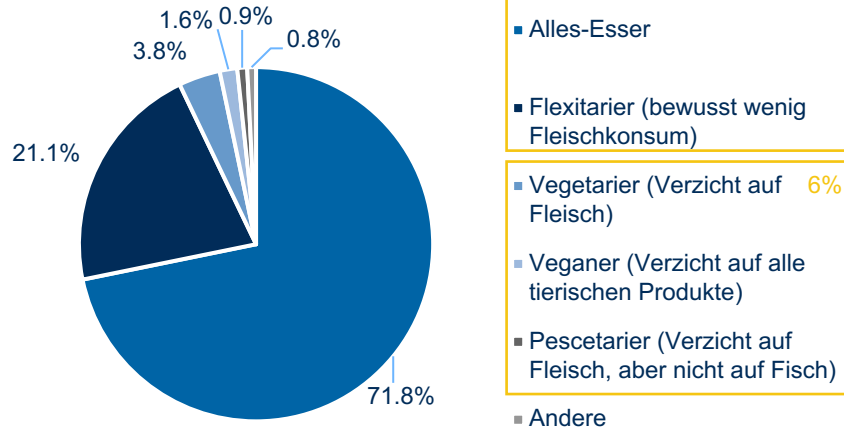


N = 1'000

- Personen, die angeben, dass Lebensmittelverschwendung nachhaltiges Kochen bedeutet, setzen dies zu über 80% meistens oder immer um.
- Der Punkt »saisonale und regionale Zutaten«, der ebenfalls häufig genannt wurde, wird hingegen nur von rund zwei Dritteln meistens oder immer umgesetzt. Bio Lebensmittel werden sogar nur etwas weniger als der Hälfte der Personen, die dies als nachhaltig einstufen, meistens oder immer gekauft.

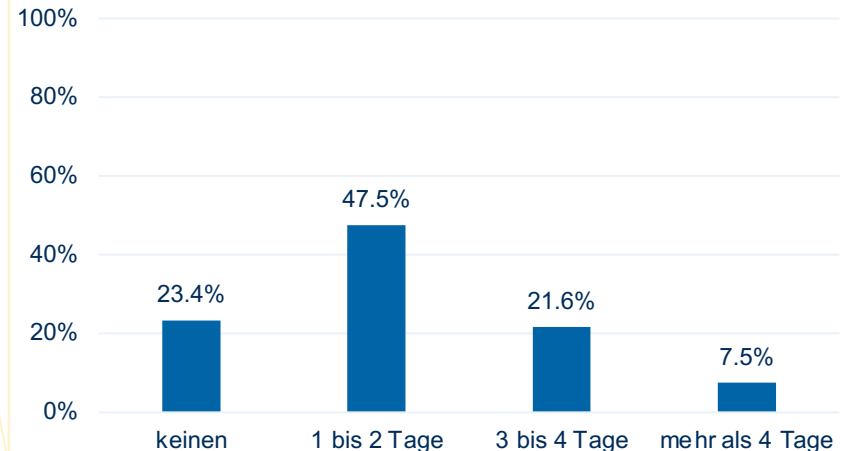
Fleisch ist in den meisten Haushalten zentraler Bestandteil der Mahlzeiten

Ernährungsform



N = 1'000

Anzahl vegetarische Tage pro Woche



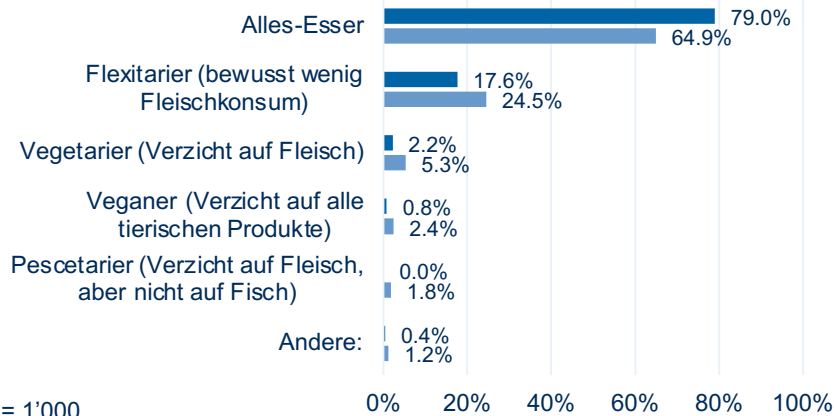
n = 929

- Mehr als zwei Drittel der Befragten identifizieren sich als «Alles-Esser». Vegetarier, Veganer und Pescetarier hingegen machen insgesamt nur rund 6% aus.
- Bei den unter 30 Jährigen liegt der Anteil an Alles-Esser etwas tiefer, bei 64%. Dafür gibt es in dieser Gruppe fast 9%, die sich vegetarisch ernähren.
- Von den Personen die angegeben haben Fleisch zu essen, legt knapp die Hälfte immerhin ein bis zwei vegetarische Tage pro Woche ein. Nur gut ein Viertel der Fleisch-Esser ernährt sich an 3 oder mehr Tagen pro Woche fleischlos.

Jüngere Personen und Frauen essen tendenziell weniger Fleisch.

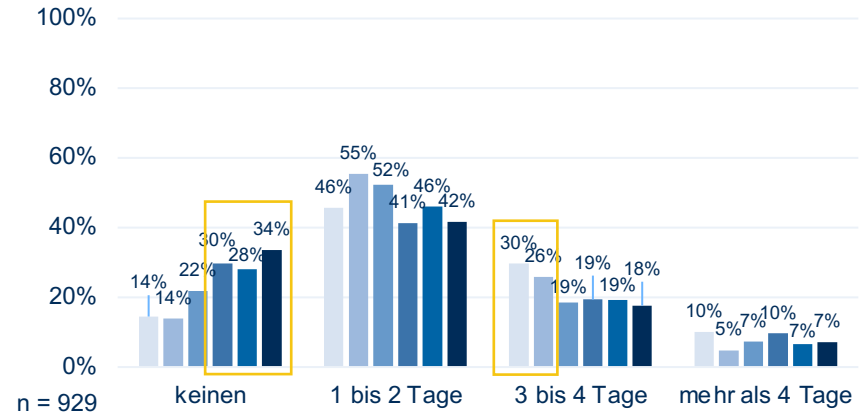
Ernährungsform nach Geschlecht

■ Männer ■ Frauen



Anzahl fleischlose Tage nach Altersgruppen

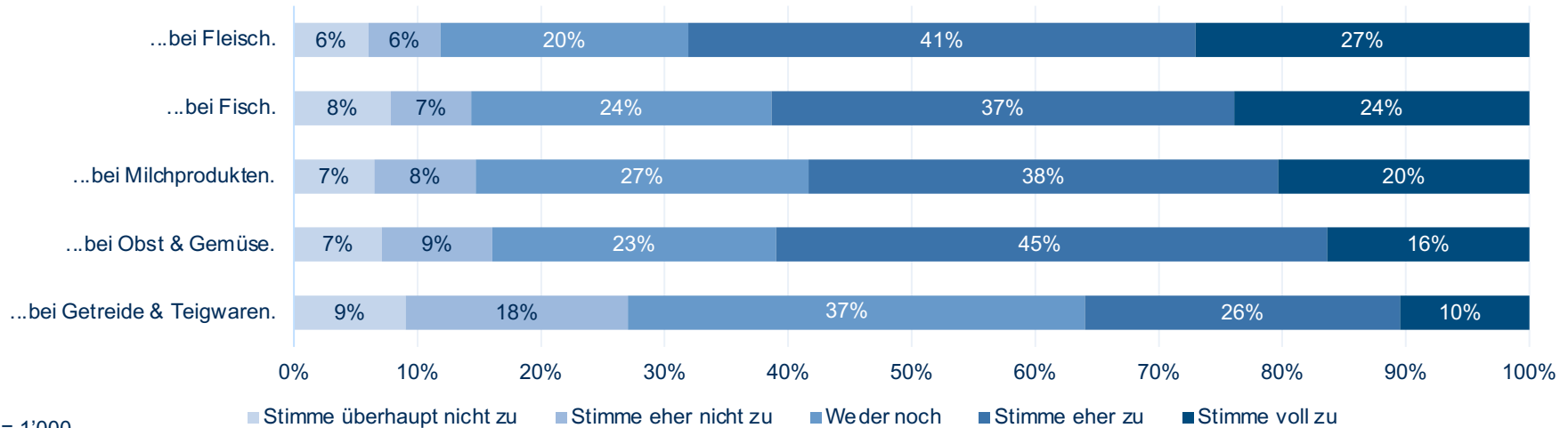
■ 18 bis 29 Jahre ■ 30 bis 39 Jahre ■ 40 bis 49 Jahre
 ■ 50 bis 59 Jahre ■ 60 bis 69 Jahre ■ 70 Jahre und älter



- Bei den Frauen ist der Anteil an «Alles-Esser» deutlich geringer als bei den Männern. Dafür stuft sich ein Viertel als Flexitarierin ein.
- Bei den unter 30 jährigen liegt der Anteil an «Alles-Esser» bei 64% (vgl. 72% über alle Altersgruppen). Dafür gibt es in dieser Gruppe rund 9%, die sich vegetarisch und rund 4%, die sich sogar vegan ernähren. Auch fleischlose Tage werden bei den jüngeren Gruppen öfters eingelegt.

Beim Kaufentscheid für Fleisch und Fisch haben Label eine grössere Rolle als bei Gemüse oder Getreide.

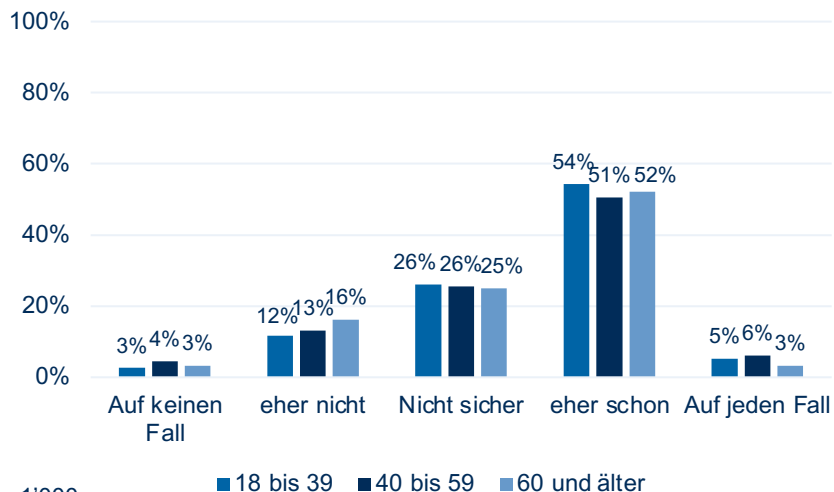
Nutzung von Label (Tierwohl, Regionalität, etc.) zur Orientierung für Kaufentscheide.



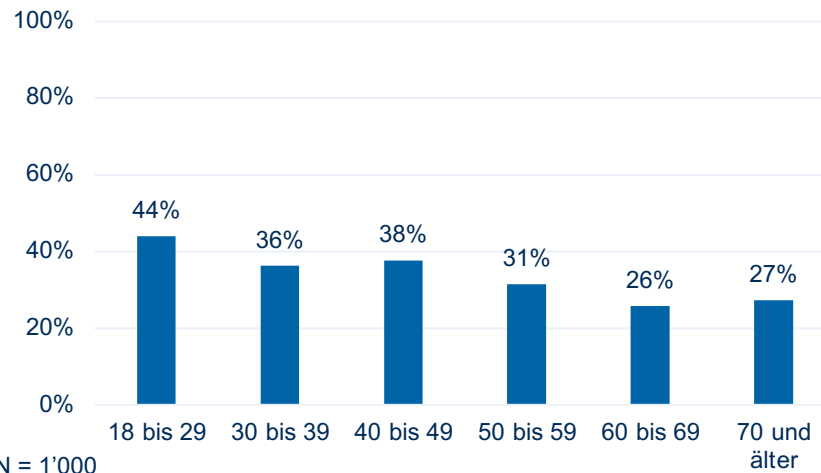
- Zwei Drittel der Befragten stimmen (eher) zu, dass Label bei Fleisch ein wichtiges Entscheidungskriterium darstellen. Bei Fisch sind es etwas weniger. Am wenigsten werden Label bei Getreide und Teigwaren beachtet.
- Bei allen Kategorien geben deutlich mehr Personen an, dass Label eine Rolle spielen (36% bis 68%), als dass Label keine Rolle spielen (12% bis 27%).
- Je wichtiger die Nachhaltigkeit beim Kochen, desto eher achten die Befragten auch auf Label beim Einkauf.

Das Vertrauen in Label ist im Allgemeinen hoch.

Vertrauen in Label (nach Alter)



Bio Lebensmittel als Kriterium für „nachhaltiges Kochen“



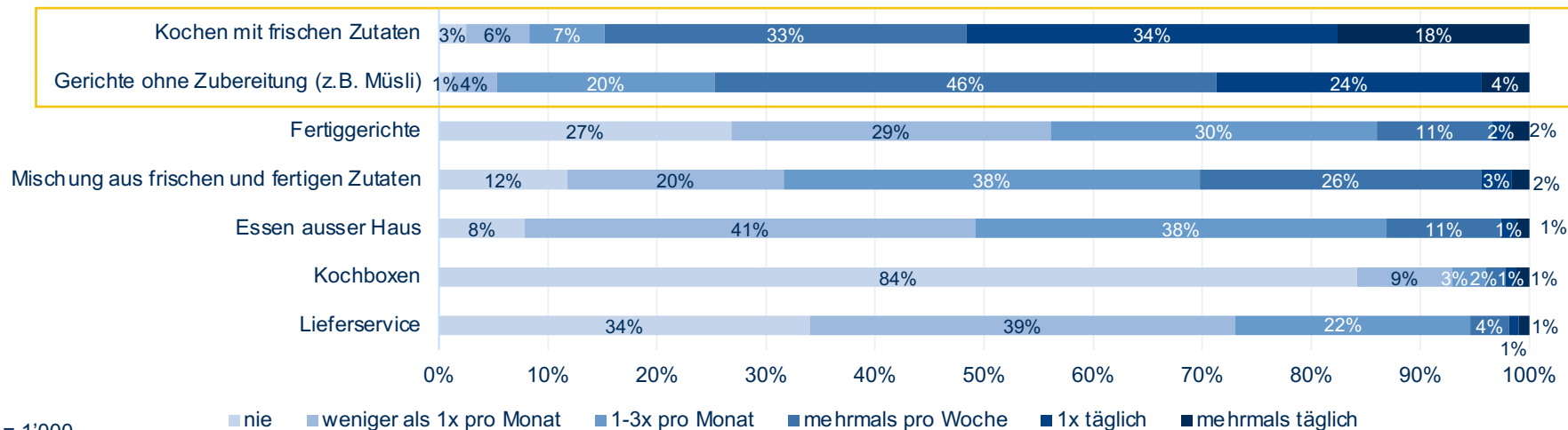
- Über die Hälfte der Befragten gibt an, Label bei Lebensmitteln (eher) zu vertrauen. Lediglich 3.5% vertraut Labeln auf keinen Fall.
- Je älter die Befragten, desto weniger stark ist das Vertrauen in Label. Hingegen vertrauen Personen, denen Nachhaltigkeit beim Kochen wichtig ist, tendenziell eher in Label.

Kochen und Planen



Am häufigsten wird mit frischen Zutaten gekocht oder Gerichte ohne Zubereitung gegessen.

Häufigkeit der genutzten Möglichkeiten zur Essenszubereitung



N = 1'000

- Gut drei Viertel aller Befragten essen mehrmals pro Woche oder sogar täglich Gerichte, die keine Zubereitung benötigen und über 80% kochen mindestens mehrmals pro Woche mit frischen Zutaten. Über die Hälfte kocht sogar täglich frisch.
- Ein Gemisch aus frischen und fertigen Zutaten kommt bei den meisten Schweizer:innen (69%) mehrmals pro Monat auf den Tisch.

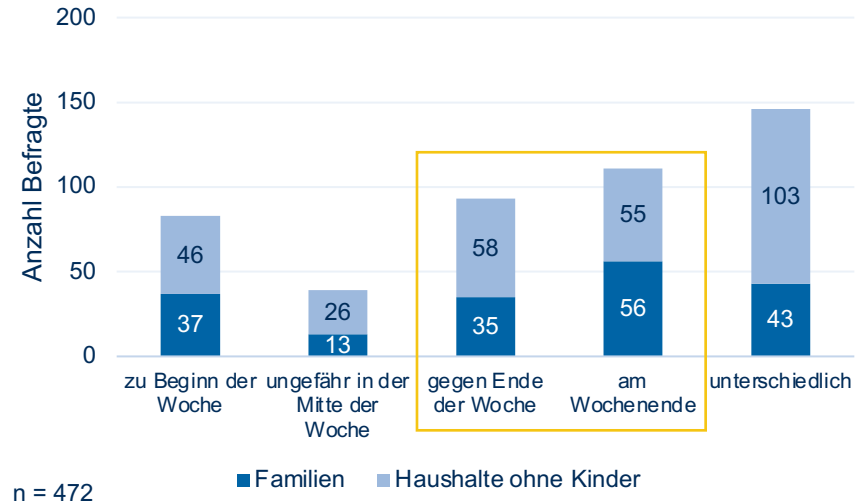
Viele machen sich einen groben Plan – kaum jemand kauft nach Rezept ein.

Planungs-Typen



N = 1'000

Zeitpunkt der Planung

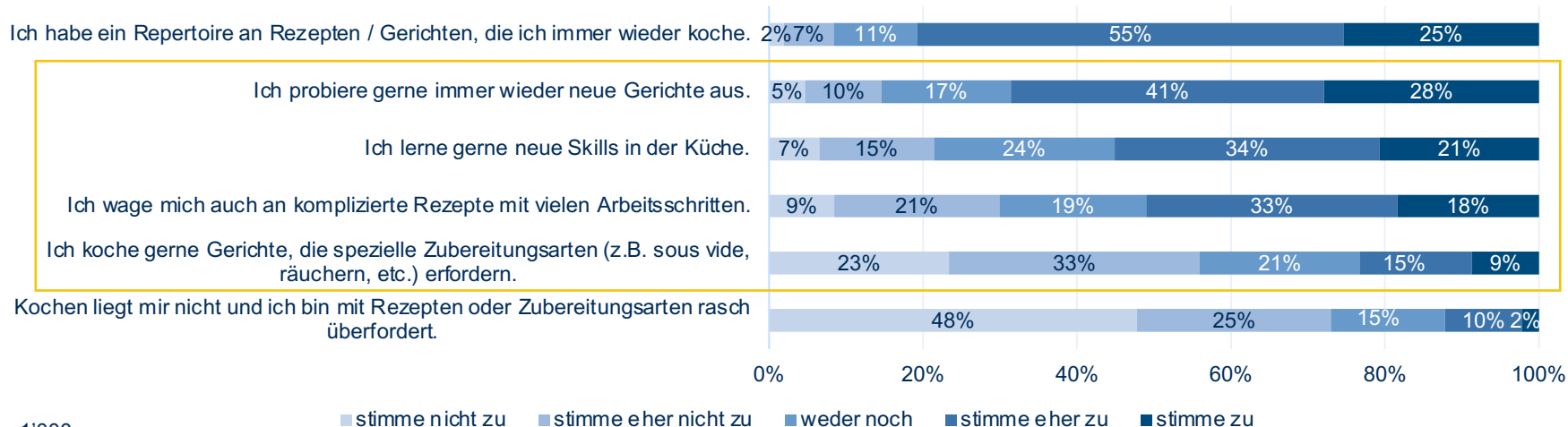


n = 472

- Etwas mehr als ein Drittel der Befragten plant ungefähr, was gekocht werden soll. Lediglich 10% halten sich an einen strikten Wochenplan. Ebenfalls ein grosser Teil (31%) kocht spontan mit den Zutaten ein, die bereits zu Hause sind.
- Der Zeitpunkt der Planung ist in den verschiedenen Haushalten sehr unterschiedlich. In der Tendenz wird eher am und ums Wochenende geplant.

Es wird ein Mix aus dem eigenen Repertoire und neuen Rezepten gekocht.

Kochlevel, Skills und Routinen

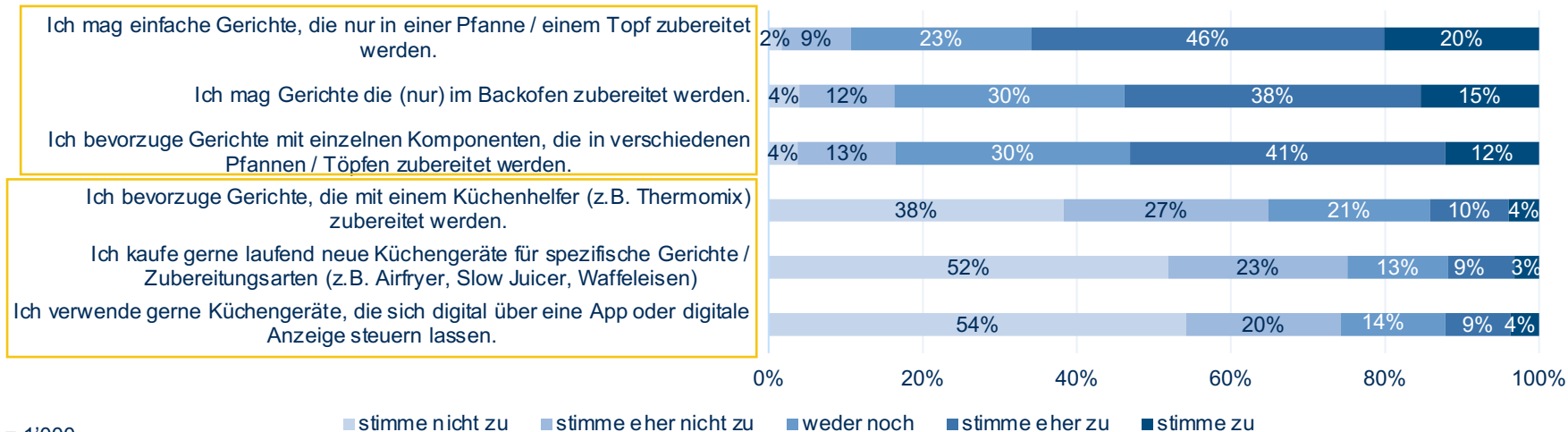


N = 1'000

- 80% der Befragten stimmen der Aussage (eher) zu, ein Repertoire an Gerichten zu haben, die immer wieder gekocht werden. Dennoch Geben auch jeweils deutlich über die Hälfte der Befragten an (eher) gerne neue Gerichte zu probieren oder neue Skills zu lernen.
- Den Statements zu «neues Ausprobieren», «neue Skills lernen», «komplizierte Rezepte» und «komplizierte Zubereitungsarten» wird weniger zugestimmt, je älter die Befragten sind. Ausserdem stimmen Männer signifikant häufiger zu, mit Rezepten oder Zubereitungsarten überfordert zu sein.

Was die Kochutensilien angeht, mögen es Schweizer:innen traditionell.

Küchenhelfer & Kochaufwand

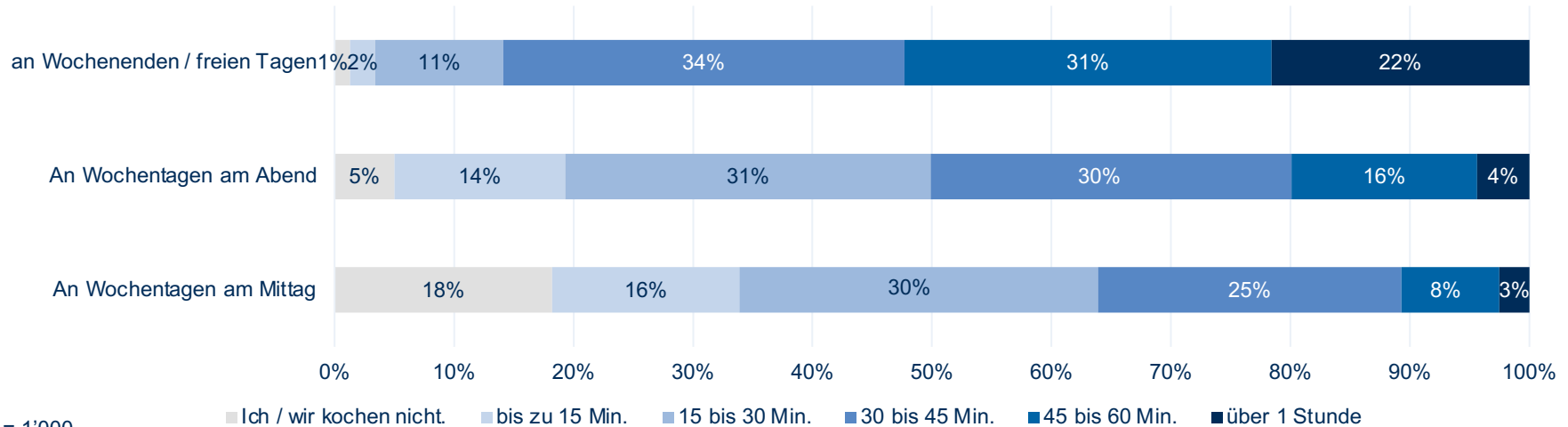


N = 1'000

- Zwei Drittel der Befragten mögen (eher) einfache «One Pot» Gerichte. Aber auch die traditionelle Küche mit mehreren Komponenten wird von über der Hälfte der Befragten (eher) bevorzugt, insbesondere je älter die Personen sind.
- Spezielle Küchengeräte oder Küchenhelfer und deren digitale Steuerung sind weniger beliebt. Wenn überhaupt, sind diese für jüngere TN relevant.

Das Wochenende wird für die Zubereitung aufwändigerer Gerichte genutzt.

Zeitaufwand fürs Kochen



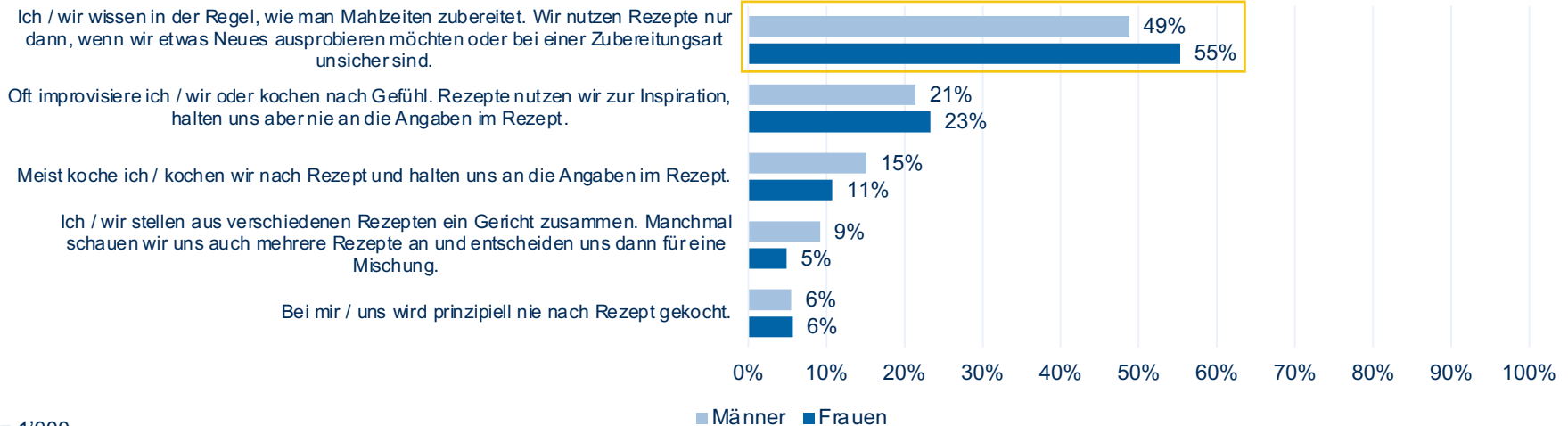
- An den Wochentagen muss es in den meisten Schweizer Haushalten schnell gehen in der Küche. Sowohl am Mittag als auch am Abend wendet beinahe die Hälfte der Befragten maximal 30 Minuten fürs Kochen auf. Über 45 Minuten sogar nur 11% resp. 20%.
- An den Wochenenden hingegen nimmt das Kochen bei mehr als der Hälfte mehr als 45 Minuten in Anspruch.

Rezepte & Kochinspiration



In den meisten Haushalten werden Rezepte verwendet um neues auszuprobieren oder dienen lediglich der Inspiration.

Nutzung von Rezepten beim Kochen

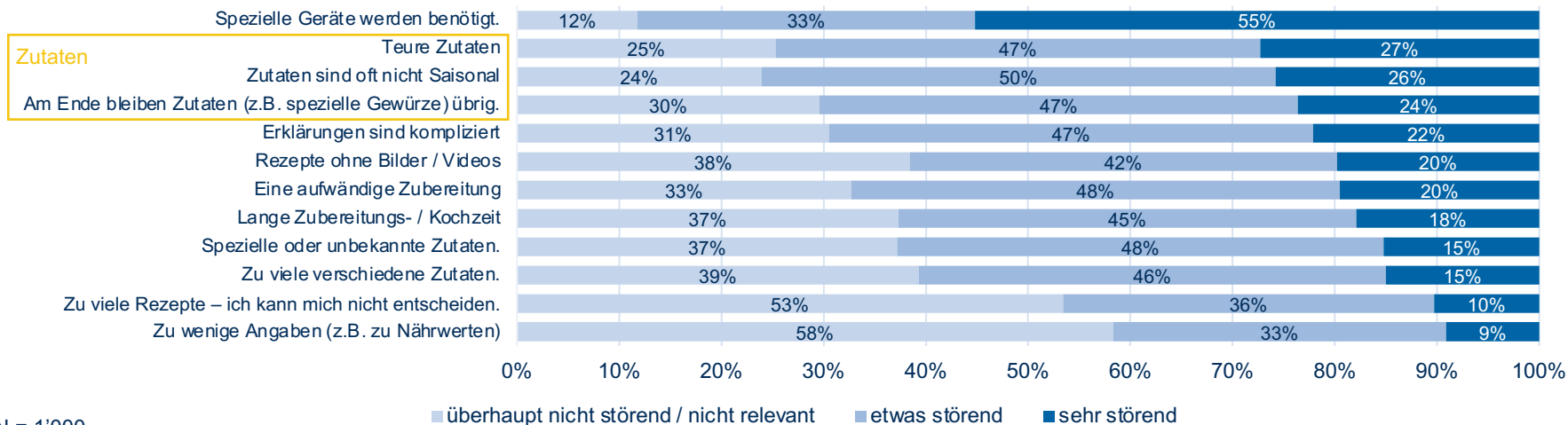


N = 1'000

- Mehr als die Hälfte der befragten kocht ohne Rezept, ausser es handelt sich um etwas neues, unbekanntes. Lediglich 13% aller Befragten hält sich an die Angaben in den Rezepten, bei den Männern sind es mehr als bei den Frauen.
- Nur 6% der Befragten geben an nie nach Rezept zu kochen.

Rezepte sollten im Idealfall ohne spezielle Geräte und mit preiswerten, saisonalen Zutaten auskommen.

Störende Faktoren bei Rezepten

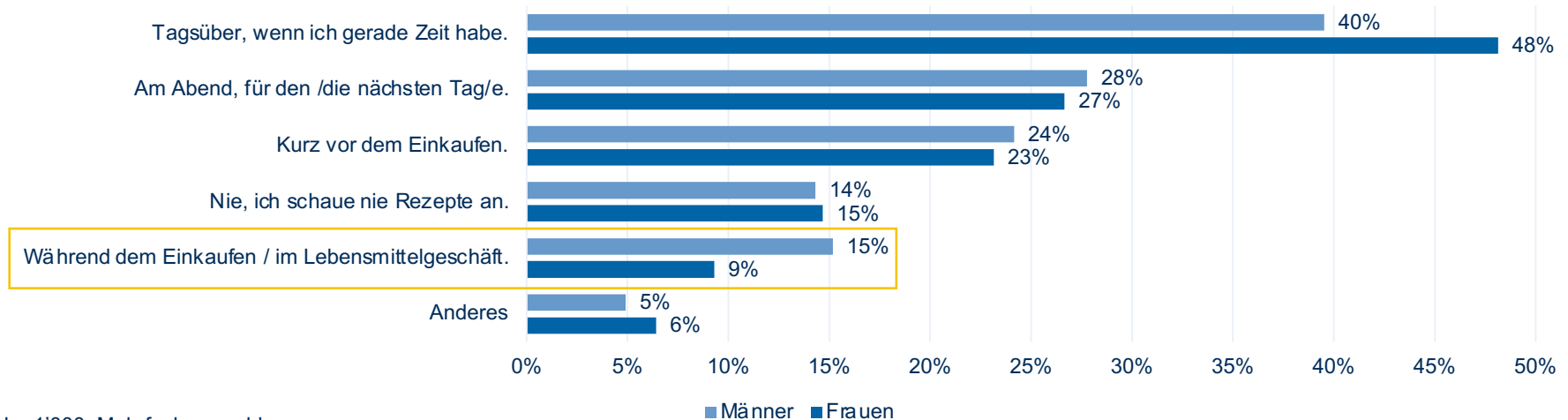


N = 1'000

- Über die Hälfte der Befragten empfindet es als sehr störend, wenn spezielle Geräte benötigt werden. Eine aufwändige Zubereitung oder lange Zubereitungs- und Kochzeiten empfinden jeweils gut ein Drittel überhaupt nicht störend und nur rund 20% sehr störend.
- Trotz der vielen Rezeptplattformen und Koch-Apps empfinden das grosse Angebot an Rezepten nur gerade knapp die Hälfte etwas oder sehr störend.

Die Rezeptsuche passiert bei den meisten zwischendurch, wenn gerade Zeit dazu ist.

Zeitpunkt der Rezeptsuche

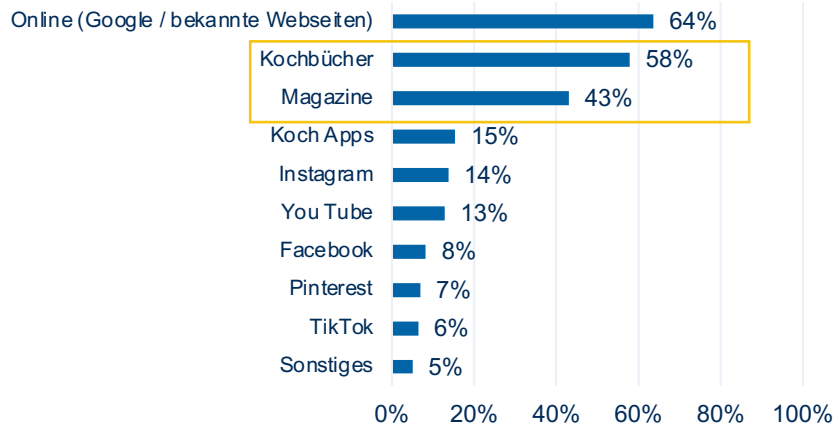


N = 1'000, Mehrfachauswahl

- Rund zwei Drittel der Befragten sucht Rezepte eher vorausschauend, tagsüber oder abends, wenn gerade Zeit dafür ist. Eher spontan, kurz vor oder während dem Einkaufen, sucht sich ihre Rezepte ein Drittel der Befragten.
- Während sich Frauen Rezepte eher über den Tag verteilt anschauen, nutzen deutlich mehr Männer Rezepte während dem Einkaufen.

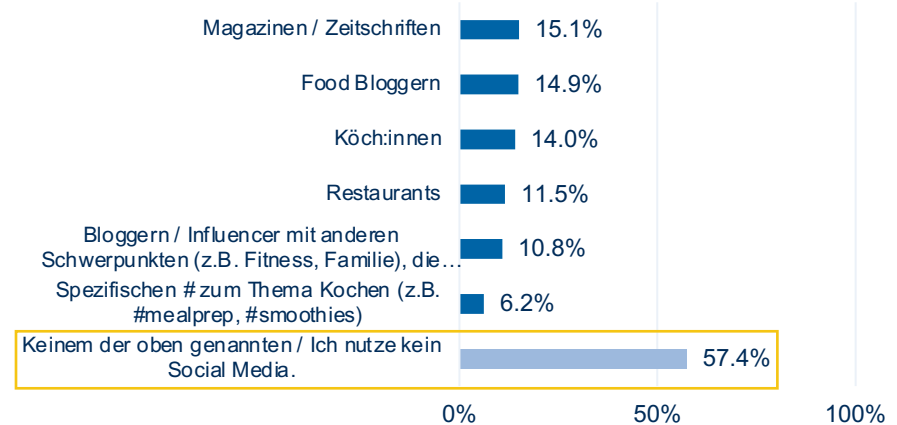
Das Internet steht an erster Stelle, wenn es um die Suche nach passenden Rezepten geht.

Wo finden Sie Ihre Rezepte / Kochinspiration in der Regel?



N = 1'000, Mehrfachauswahl möglich

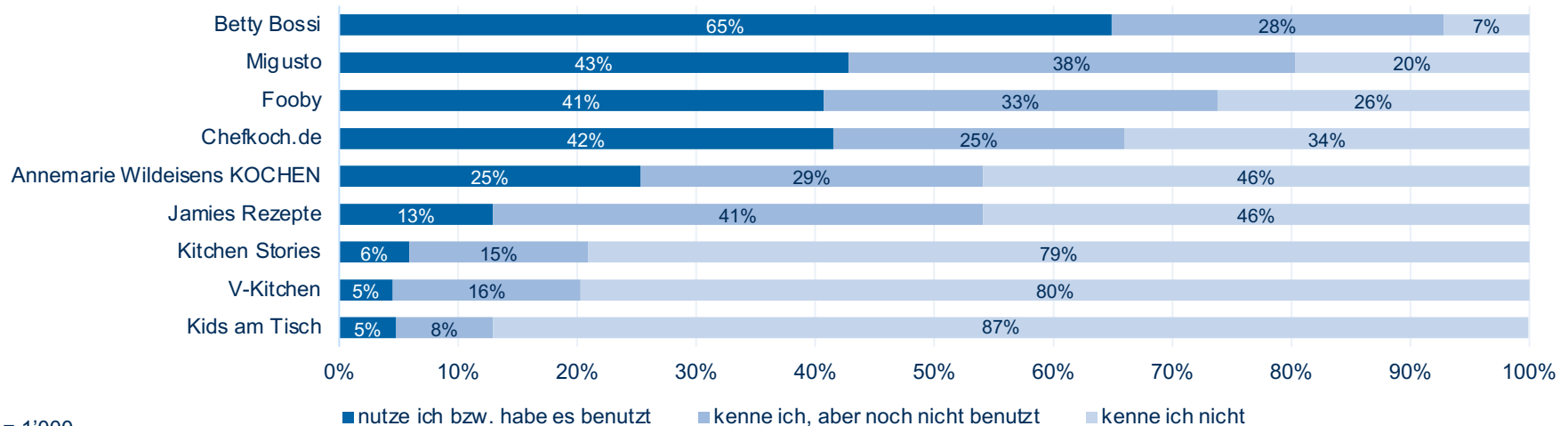
Wem / was folgen Sie auf Social Media zum Thema Kochen?



- Analoge Medien wie Kochbücher und Magazine scheinen nach wie vor sehr beliebt zu sein zu Kochinspiration oder für das Suchen von Rezepten – dies sowohl off- als auch online.
- Nur rund 40% der Befragten nutzen Social Media als Inspiration fürs Kochen. Dabei sind Instagram und YouTube am meisten genutzt.

Die grossen Marken im Koch-Bereich setzen sich gegenüber der kleinen Nischen-Plattformen deutlich durch.

Bekanntheit von Koch-Plattformen



N = 1'000

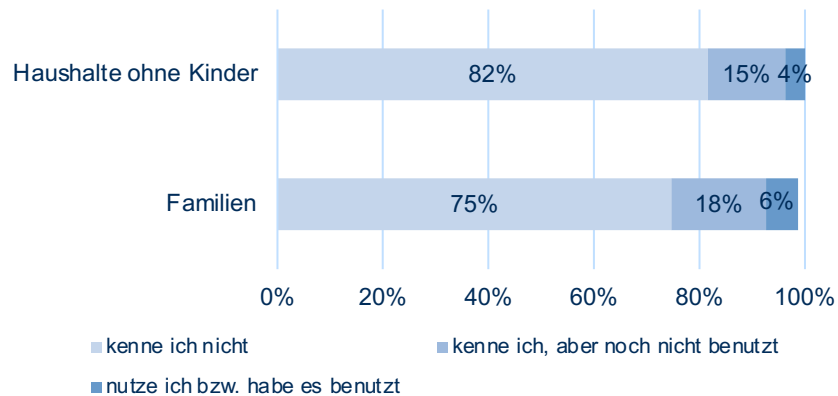
- Die mit Abstand meist genutzte Plattform / App ist Betty Bossi. Über 90% der Befragten geben an, diese mindestens zu kennen.
- Auch die beiden Plattformen der grossen Detailhändler Migros und Coop haben eine hohe Markenbekanntheit von 75% bis 80%.

V-Kitchen

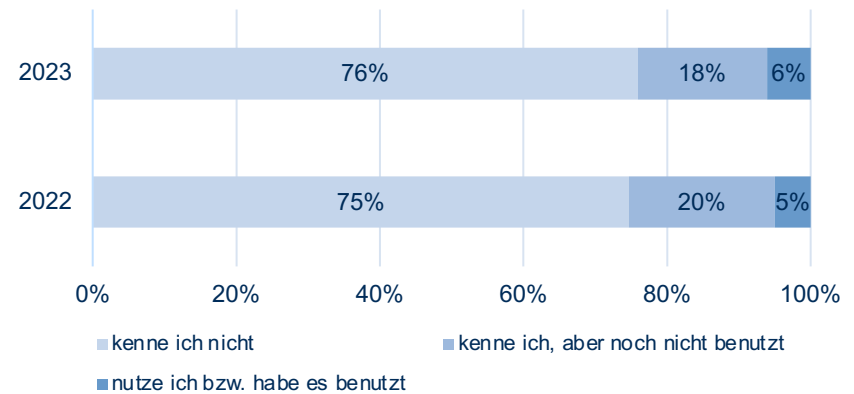


Die Bekanntheit der V-Kitchen App hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert.

Bekanntheit V-Kitchen bei Personen mit und ohne Kinder



Bekanntheit V-Kitchen bei Familien im Vergleich zum Vorjahr



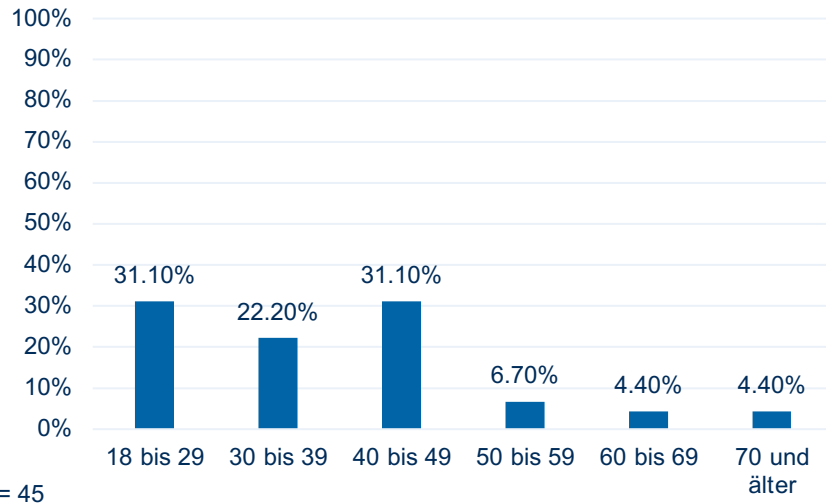
N = 1'000

n₂₀₂₂ = 277, n₂₀₂₃ = 328

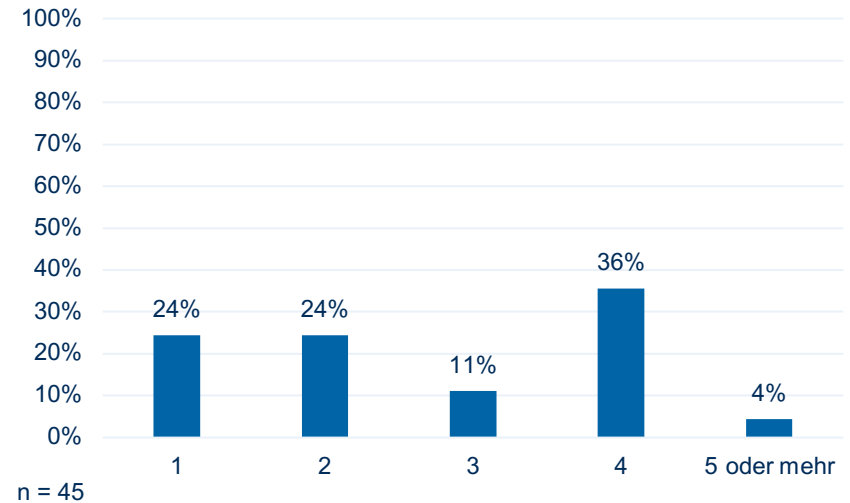
- Bei Familien ist die App bekannter, als bei Haushalten ohne Kinder.
- Im Vergleich zum Vorjahr wird V-Kitchen von leicht mehr Personen genutzt (+1%).

Die V-Kitchen App wird eher von jüngeren Personen mit oder ohne Familie genutzt.

Altersverteilung V-Kitchen Nutzer:innen



Haushaltsgrösse V-Kitchen Nutzer:innen



- Von den Befragten, die angegeben haben V-Kitchen zu nutzen sind 40% Frauen und 60% Männer.
- V-Kitchen wird von ungefähr gleich vielen Ein- und Zweipersonenhaushalten genutzt, wie von Mehrpersonenhaushalten.



Q&A