



Längere Mittagspausen & frisch gekocht: Studie zeigt, wie Corona und der Trend zum Homeoffice unsere Essgewohnheiten verändert haben

31.08.2021 | Kunde: Olav | Ressort: Österreich / Chronik / Karriere / Wohnen / Kulinarik | Presseaussendung

Eine Umfrage des nachhaltigen E-Commerce-Startup Olav belegt, wie sich durch Homeoffice & Co. das Essverhalten im DACH-Raum verändert hat. Ergebnis: Die Hobbyköche werden mehr, sie sind aber auch länger auf Mittagspause. Und Frauen gehen doppelt so häufig zum Kühlschrank wie Männer...

Honorarfreies Bildmaterial unter [Mediendatenbank](#)

Wien, 31. August 2021. Die Pandemie und das damit verbundene Betretungsverbot in der Gastronomie bescherte nicht nur den Essenslieferanten eine Hochblüte, manch (ehemaliger) Bürohengst entdeckte im Homeoffice auch seine Liebe fürs Kochen. In einer Umfrage untersuchte der deutsch-österreichische E-Commerce-Startup Olav, wie sich die Pandemie auf unsere Essengewohnheiten auswirkt. Am augenscheinlichsten ist der Trend zur frischen Küche. Knapp 60% der Befragten gaben an, jetzt öfter Frisches zu Mittag zu servieren. 45% kochen jeden Tag frisch und abwechslungsreich. Wer nicht die Zeit dafür findet, wärmt sich gerne etwas Gekochtes vom Vortag auf (15%). Muss es einmal wirklich schnell gehen, dann greifen 12% gerne zu einem Salat oder Smoothie.

Hobbyköche auf dem Vormarsch

Katharina Ladstätter, von Olav und Leiterin der Studie: „Deftige Hausmannskost wie Schnitzel und Rouladen stößt mittlerweile in der Mittagspause auf Ablehnung. Die Betriebskantine scheint an Beliebtheit zu verlieren und immer mehr Personen entdecken im Homeoffice wieder ihren innerlichen Hobbykoch.“ Im Detail zeigt die Analyse, dass 42% der Personen zwischen 30 und 39 Jahren, die in einem Haushalt mit Kindern leben, jeden Tag frisch zu Mittag kochen, seit sie nicht mehr im Büro arbeiten. Bei Personen zwischen 50 und 59 Jahren kochen 35% öfter frisch. Was auffällt: Je jünger die Befragten sind, umso unterschiedlicher sind die Ergebnisse. So geben nur 10% der 25-29-jährigen an, frisch zu kochen.

Längere, aber auch unregelmäßige Mittagspausen im Homeoffice

Vor der Pandemie saß jeder Zweite im Büro pünktlich zwischen 11:00 und 13:00 Uhr am Mittagstisch. Das hat sich im Homeoffice deutlich verändert: 38% essen im Homeoffice immer zu unterschiedlichen Zeiten und verzichten auf geregelte Mittagspausen. Statt wie früher eine Mittagspause von 30 bis 60 Minuten einzulegen, geht jetzt jeder Zehnte in die Verlängerung und macht täglich bis zu 90 Minuten Pause. „Das Bewusstsein für gesunde, selbstgekochte Gerichte ist gewachsen. Viele schätzen, dass sie täglich gesund kochen können und so auch in der Küche bei ihren Gerichten und Rezepten mehr experimentieren. Sie empfinden eine bessere Work-Life Balance und freuen sich über ihre verbesserte Gesundheit. Menschen nehmen sich gerne bewusst mehr Zeit, um mittags frisch

zu kochen. Durch die flexible Zeiteinteilung im Homeoffice ist es möglich, sich auch eine längere Pause von seinem Arbeitsalltag zu nehmen“, erklärt Ladstätter.

Frauen gehen doppelt so häufig zum Kühlschrank wie Männer

Auch wenn der Trend zu frisch Gekochtem begrüßenswert ist, so hat die Sache einen Haken: Die Nähe zum Kühlschrank! Jeder Zweite empfindet dies als Nachteil, verleite es doch dazu, sich den einen oder anderen Happen zwischendurch zu gönnen. Knapp ein Fünftel lenkt sich mit Snacks von der Arbeit ab. Das trifft besonders auf Personen ab 30 Jahren (81%) zu. Frauen erliegen im Homeoffice wesentlich öfter dieser Versuchung. Außerdem essen doppelt so viele Frauen (67%) wie Männer (33%) im Homeoffice mehr, um sich von Stress und Müdigkeit abzulenken.

Bei Paaren steht die Gesundheit beim Mittagessen im Fokus

Ein gesundes Mittagessen ist für 40% der Teilnehmer sehr wichtig. Besonders an einem gesunden Lebensstil interessiert sind hier Paare. Knapp die Hälfte der Antworten wurde durch Personen, die in einem gemeinsamen Haushalt wohnen, erzielt. „Viele nehmen sich gerne bewusst Zeit, um gemeinsam zu kochen. Wir erkennen klar den Trend zu mehr Freude am Kochen, weil mehr verfügbare Zeit im Alltag vorhanden ist. Gemeinsames Kochen und Essen nimmt einen immer größer werdenden Stellwert ein“, so Ladstätter.

Die Umfrage

Für die Daten hat Olav 661 Teilnehmer ab 18 Jahren befragt. Die Online-Erhebung fand im Juli 2021 statt.

Über Olav

Kochen neu denken, den Menschen hinter dem Gericht in den Vordergrund stellen und wieder langlebige Produkte entwickeln – das war die Vision der Wienerin Christina Neworal und des Bonners Till von Buttlar im Jahr 2018, als sie das E-Commerce Unternehmen Olav gründeten. Mehr als 1,5 Jahre sind in die Entwicklung der Olav Pfanne geflossen.

Umgesetzt wurde die Vision mit dem ersten Produkt, der Olav Kupferkernpfanne: absolute Luxusqualität, fair produziert und zu leistbaren Preisen. Dank des Wiederbeschichtungsservices ist die Olav Pfanne für ein ganzes Leben konzipiert. Seit Juli 2019 ist das kleine Start-up mit der Olav Kupferkernpfanne gestartet, 2020 wurde die Olav Pfanne mit dem German Design Award ausgezeichnet. Neu im Sortiment sind das Olav Chefmesser & Olav Kupferkerntöpfe, ein Wok und vieles mehr

