

Trendstudie: Küche & Haushalt nach Corona

“The New Normal” – Der Bedeutungswandel von Küche, Kochen und Haushalt seit dem Lockdown

**Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts
im Auftrag von Siemens Hausgeräte**

Inhalt

Inhalt	2
Intro: Stadtbewohner leiden mehr unter Corona	3
1. Corona hat den Stellenwert von Küche und Kochen erhöht	5
2. Smarte Hausgeräte erleichtern das Alltagsmanagement	7
3. Großstädter wollen Schnelligkeit und Wandelbarkeit – und ihre Ruhe	9
4. Städter haben hohe Ansprüche an Funktion und Design	11
5. Die Küche ist ein Anker in Krisenzeiten	14
6. Digital ist normal geworden	16
Fazit	19

Intro: Stadtbewohner leiden mehr unter Corona

In Städten leben die Trendsetter, die Early Adopter, die Pioniere neuer Konsum- und Lebensstile. Sie sind oft Vorreiter, die innovative Entwicklungen vorantreiben. Als Multiplikatoren üben sie nicht unerheblichen Einfluss auf ihr soziales Umfeld aus und prägen so den gesellschaftlichen Mainstream. Ihre Bedürfnisse zu verstehen – und bedienen zu können – ist daher entscheidend für die Zukunft von Unternehmen. Corona hat jedoch gerade jene urbanen Lebensstile nachhaltig umgekrempelt.

Die Stadt als Lebensraum hat sich durch Corona stärker verändert als das Leben auf dem Land. Der Alltag von Städtern war vorher von hoher Mobilität geprägt, die Lebensqualität ergab sich aus den zahlreichen Angeboten der Städte. Während Wohnraum in Städten heiß umkämpft und immer knapp ist, vibrieren die Orte des öffentlichen Lebens vor Aktivität. Auf dem Land dagegen herrscht Platz im Überfluss, dafür fehlt es an Bars, Cafés, Restaurants, Museen, Clubs, Kinos, Geschäften, Shoppingangeboten, Theatern und belebten öffentlichen Räumen. Die Covid-19-Pandemie hat die Vorteile des städtischen Lebens zumindest teilweise ins Gegenteil verkehrt. In Zeiten des Lockdowns wurde das Zuhause der wichtigste Lebensraum für Menschen, das öffentliche Leben kam zum Erliegen. Auch wenn Gastronomie und die Kulturlandschaften in Städten sich langsam wieder erholen, bleibt es ungewiss, wann das urbane Leben sich wieder voll entfalten kann.

Corona hat die Karten neu gemischt

Gerade urbane Lebensstile wurden durch die Pandemie also stark verändert. Vor allem die progressiven Städter, deren Lebensstil normalerweise durch Mobilität, Offenheit und eine aktive Freizeitgestaltung geprägt ist, mussten umdenken. Plötzlich war vieles, was diesen Lebensstil auszeichnet – Reisen, Restaurantbesuche, Messen, Theater – schlichtweg nicht mehr möglich. Sowohl Arbeit als auch Freizeit verlagerten sich in die eigenen vier Wände. In der vorliegenden Studie werfen wir deshalb erneut einen Blick auf diesen avantgardistischen Lebensstil. Die zentrale Frage der diesjährigen Studie lautet: *Wie haben sich die Bedürfnisse und Ansprüche der progressiven Städter an Küche, Haushalt und Hausgeräte durch und seit Corona verändert?* Zur Beantwortung dieser Frage hat das ZukunftsInstitut gemeinsam mit dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut YouGov eine Befragung durchgeführt. Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser Befragung vorgestellt.

Zur Methodik

Natürlich zählen nicht alle Bewohner großer Städte zur urbanen Avantgarde. Daher hat das ZukunftsInstitut in Zusammenarbeit mit YouGov auf Basis einer repräsentativen Umfrage urbane Trendsetter definiert und untersucht, wie sich das Leben dieser modernen, trendorientierten Städter durch Corona verändert hat. Angelehnt an die Trendstudie "Metropolitan Lifestyle" von 2019 wurde auch dieses Jahr der Vergleich der Gruppe der urbanen Trendsetter mit der Gesamtbevölkerung angestrebt. Dazu wurden all jene Personen aus einer Stichprobe von 2048 Personen ab 18 Jahren ausgewählt, die in Städten mit 500.000 oder mehr Einwohnern leben und sich zugleich durch bestimmte Einstellungsmerkmale und Wertepreferenzen auszeichnen:

- hohe Selbstverwirklichungs-, Freizeit- und Erlebnisorientierung,
- hohes Interesse an gesellschaftlichen Themen und kultureller Vielfalt,

- große Weltoffenheit und stark internationales Mindset,
- hohe Innovationsorientierung und digitale Vernetzung,
- Präferenz des Stadtlebens gegenüber dem Leben auf dem Land, weil diese Menschen das Stadtleben mit vielen Vorteilen verbinden, die ihnen das Leben auf dem Land bzw. in ländlichen Regionen laut eigenem Bekunden nicht bietet.

Das Ergebnis dieser umfassenden Auswahlkriterien – mindestens die Hälfte von insgesamt 18 Merkmalen mussten zusätzlich zur Wohnortgröße zutreffen – ist eine Subgruppe mit einer belastbaren Fallzahl von 241 Personen, die als urbane Trendsetter im engeren Sinne bezeichnet werden können.

1. Corona hat den Stellenwert von Küche und Kochen erhöht

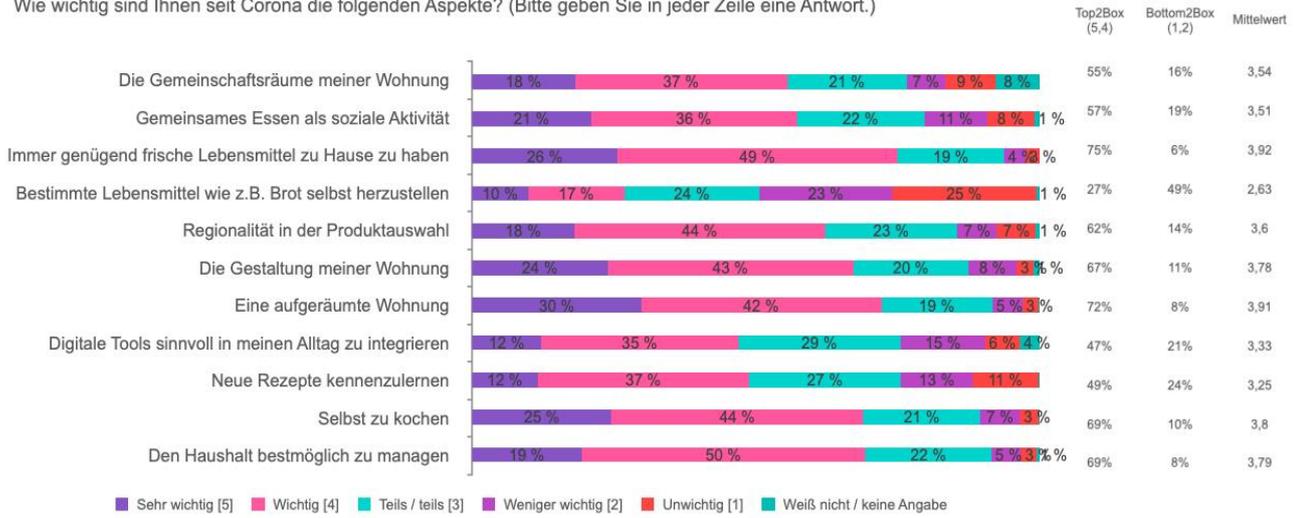
Der Shutdown hat die Bedeutung der eigenen vier Wände, der Küche und des Kochens gesteigert. Mehr Zeit zu Hause führt generell zu verstärkter Auseinandersetzung mit dem eigenen Wohn- und Lebensraum. Damit erhöhen sich gleichzeitig sowohl die Wertschätzung von als auch die Anforderungen an Hausgeräte. Insbesondere die Bedeutung der Küche wird durch dieses erzwungene Cocooning zentral. Kochen und Essen zu Hause werden plötzlich wieder zum Alltag und **die Küche wird (wieder) zum Mittelpunkt des sozialen Lebens** wie auch zum Wohlfühl- und Rückzugsort. Selbst kochen, aber auch das gemeinsame Essen als soziales Ereignis ist für über die Hälfte der Befragten seit Corona wichtiger geworden.

Gerade für Städter spielt das Kochen und alleine Essen eine größere Rolle als zuvor, da urbane Lebensräume die mit den meisten Einpersonenhaushalten sind. Wo **die Bedeutung von Küche und Kochen wächst**, steigen auch die Ansprüche an Design, Komfort und an smarte Technologie, die den Alltag zu Hause angenehmer und effizienter macht.

- Die Gestaltung der Wohnung gewinnt für urbane Trendsetter durch die Coronazeit insgesamt an Relevanz: 67 % finden sie wichtig oder sehr wichtig (vs. 51 % der Gesamtbevölkerung). Für mehr als jeden Fünften (21 %) ist sie sogar ein Statussymbol (vs. 15 %).
- Corona hat die Bedeutung des Kochens verändert: 69 % sagen, dass es ihnen wichtiger geworden ist, selbst zu kochen (vs. 62 %); 36 % sagen: „Seit Corona koche ich häufiger als zuvor“ (vs. 23 %), 26 % stimmen der Aussage zu: „Seit Corona strukturieren Mahlzeiten wieder vermehrt meinen Alltag“ (vs. 19 %).
- 47 % sagen: „Die Küche ist ein wichtiger Ort für zwischenmenschliche Begegnungen“ (vs. 40 %). → Dieser Trend zum Comeback der Küche hat sich schon vor Corona abgezeichnet. Der Bedeutungswandel der Küche hin zum Ort sozialer Begegnung und Lebensqualität ist bereits seit Jahren zu beobachten, wie auch der Vergleich mit vergangenen Trendstudien zeigt.
- 75 % sagen, dass es ihnen wichtiger geworden ist, immer genügend frische Lebensmittel zu Hause zu haben (vs. 66 %). → Die Lagerung von Lebensmitteln im eigenen Haushalt war vor Corona für viele ein Nice-to-have. Der Shutdown, Hamsterkäufe und eine neue Freude am Kochen (aber auch eine gestiegene Notwendigkeit zum Kochen) geben Lebensmitteln nun einen neuen Stellenwert.
- Kochen wird sowohl als Handwerk als auch als Hobby, und sogar als Kunst, wiederentdeckt. Kochen gewinnt eine neue Rolle im Alltag, ist nicht nur lästige Pflicht, sondern bietet eine gute Zeit: Über die Hälfte der befragten Städter (55 %) sagt: „Beim Kochen geht es mir (seit Corona) vor allem darum, dass ich Freude daran habe“ (vs. 49 %).

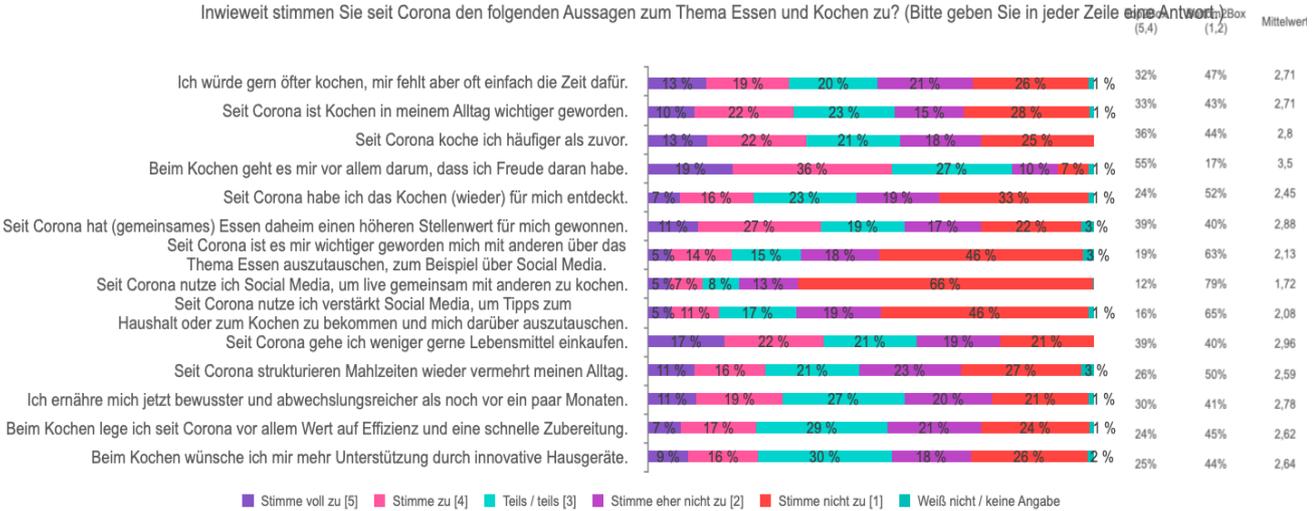
Ergebnisse der Umfrage

Wie wichtig sind Ihnen seit Corona die folgenden Aspekte? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.)



Basis Netto (241)

Inwieweit stimmen Sie seit Corona den folgenden Aussagen zum Thema Essen und Kochen zu? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.)



Basis Netto (241)

2. Smarte Hausgeräte erleichtern das Alltagsmanagement

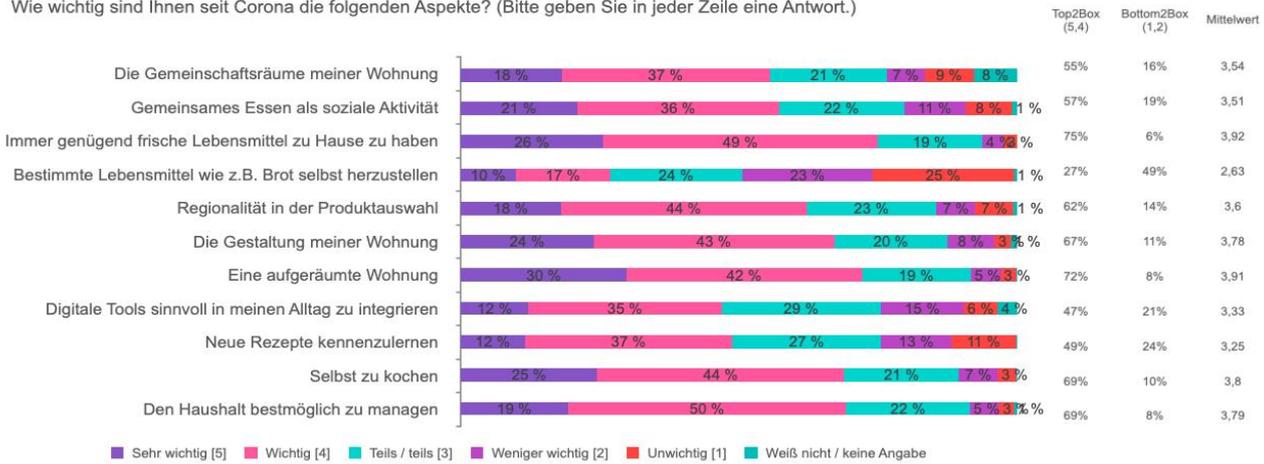
Der Alltag insbesondere von Städtern ist von steigender digitaler Vernetzung und zunehmenden privaten wie beruflichen Anforderungen geprägt. Corona hat zu einer zusätzlichen Verunsicherung in der Lebens- und Alltagsplanung geführt und die Vorteile des Lebens in der Stadt zunächst ins Gegenteil verkehrt: **Der Stress steigt**. Nicht zuletzt hat Corona den Wandel der Arbeitswelt enorm vorangetrieben: Die einst klar trennbaren **Sphären von Privatleben und Beruf sind noch weiter verschmolzen**. Homeoffice und zeitweise Homeschooling haben das Alltagsmanagement jedoch auch verkompliziert. Der Haushalt wird heute nicht selten zwischen Zoom-Meetings, Hausaufgabenbetreuung und Kunden-Calls erledigt.

Das neue **Work-Life-Blending** erfordert mehr Flexibilität, Entscheidungs- und Anpassungsfähigkeit, permanente Aufmerksamkeit und Erreichbarkeit als je zuvor. Gerade Großstädter brauchen daher ein **effektives Alltagsmanagement**. Hausgeräte mit innovativer Technologie, klugem Design, sinnvollen digitalen Services und mehr Effizienz tragen künftig essenziell dazu bei, dass zum Beispiel unangenehme tägliche Routinen abnehmen und Haushalt und Kochen mehr Spaß und Stressausgleich bewirken, statt bloß lästige Pflicht zu sein.

- Fast die Hälfte (47 %) der urbanen Trendsetter wollen „digitale Tools sinnvoll in den Alltag integrieren“ (vs. 30 % der Gesamtbevölkerung).
- 25 % wünschen sich „beim Kochen mehr Unterstützung durch innovative Hausgeräte“ (vs. 17 %).
- 72 % finden eine aufgeräumte Wohnung wichtig (vs. 66 %). → Wer viel Zeit zu Hause verbringt und möglicherweise sogar dort arbeitet, braucht Ordnung. Hier sind Hausgeräte hilfreich, die platzsparend sind, sich nach Bedarf ein- und ausfahren lassen oder sogar „unsichtbar sind“.
- Fast jeder Fünfte stimmt der Aussage zu: „Seit Corona nutze ich die Küche gern als Homeoffice“ (17 % vs. 8 %). → Für alle, die im Homeoffice in der Küche arbeiten müssen oder wollen, sind leise Geräte sehr wichtig. Auch gute Luft, zum Beispiel durch einen effektiven Dunstabzug, spielt bei der Arbeit (gerade am Bildschirm) eine wichtige Rolle.
- Wenn Video-Conferencing Alltag ist, werden eine vorzeigbare Küche und ein aufgeräumtes Zuhause zum Muss. Hier gewinnen Geräte, die Platz sparen. Die ganz große Mehrheit sagt: „Ich wünsche mir Hausgeräte, die nicht viel Platz brauchen“ (78 % vs. 70 %).
- Weit über die Hälfte der befragten Städter will außerdem Hausgeräte, die sich von selbst reinigen (59 % vs. 50 %). → Das ist genau die Art von effektivem Alltagsmanagement, die Städter sich wünschen.

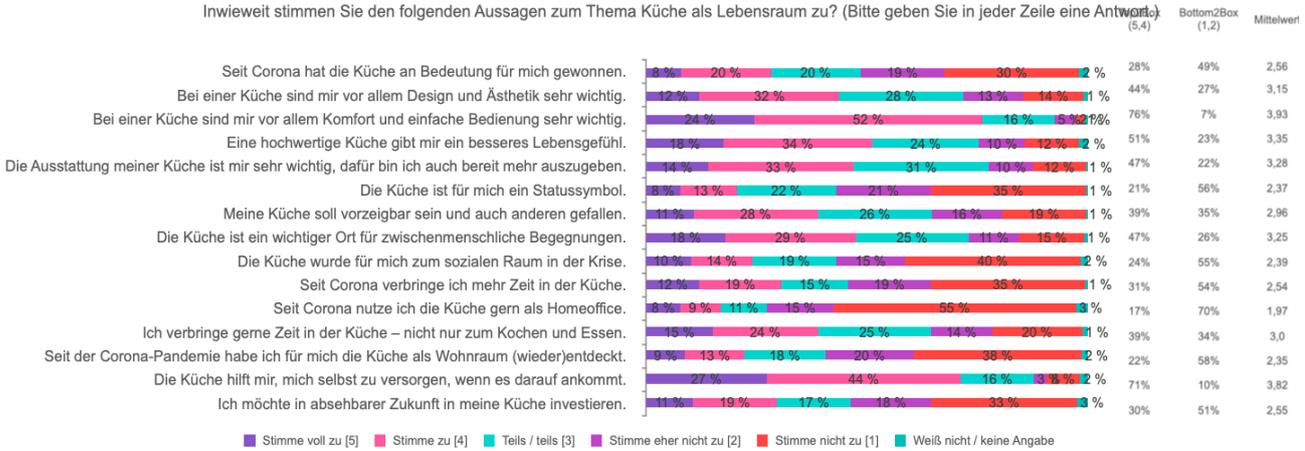
Ergebnisse der Umfrage

Wie wichtig sind Ihnen seit Corona die folgenden Aspekte? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.)



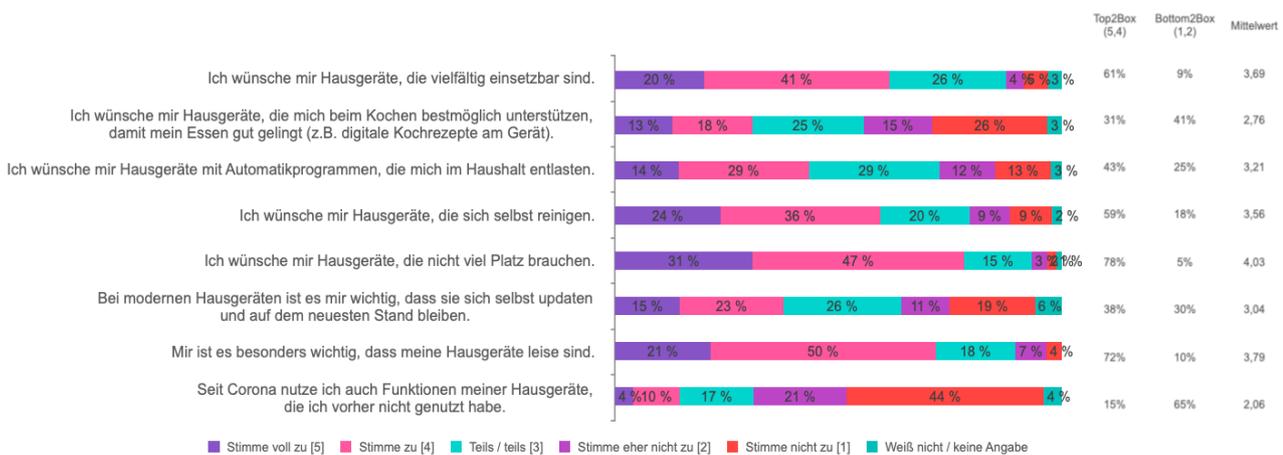
Basis Netto (241)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Küche als Lebensraum zu? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.)



Basis Netto (241)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Haushalt und Hausgeräte zu? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.) (continued 2)



Basis Netto (241)

3. Großstädter wollen Schnelligkeit und Wandelbarkeit – und ihre Ruhe

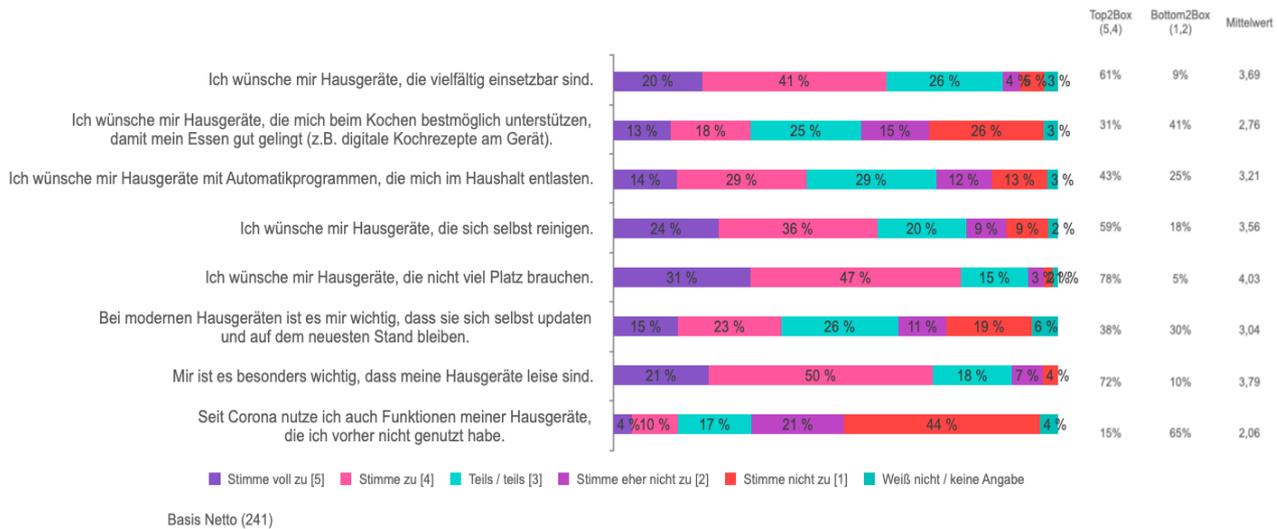
Hierzulande wie in vielen anderen Teilen der Erde wird im Jahr 2050 der Anteil der urbanen Bevölkerung bei über 80 Prozent liegen. Vor allem von den großen Metropolen geht eine enorme Faszination aus. Sie sind Schmelztiegel verschiedener Kulturen, Heimat der Kreativen und aller erdenklichen Subkulturen. Menschen mit unterschiedlicher Herkunft, verschiedenen Lebensstilen, aus jeder Alters- und Berufsgruppe treffen hier **tagtäglich auf engstem Raum** aufeinander.

Städte erzeugen dabei eine hohe Dynamik, die immer wieder neue Trends hervorbringt. Sie bieten Experimentierfelder, sind Impulsgeber für Innovationen und Bühne für einen **modernen, globalisierten Lifestyle**. Städte sind aufregende Lebensräume am Puls der Zeit. Allerdings bringen sie auch Herausforderungen mit sich – gerade in Zeiten der Pandemie: **Städte sind laut, Wohnraum ist stets knapp bemessen und der städtische Alltag ist hektisch**. Kein Wunder also, dass Hausgeräte für Städter vor allen Dingen da punkten können, wo sie diese Nachteile des Stadtlebens ausgleichen können: **Leise, schnell und vielfältig bzw. wandelbar** müssen Hausgeräte in urbanen Lebensräumen sein.

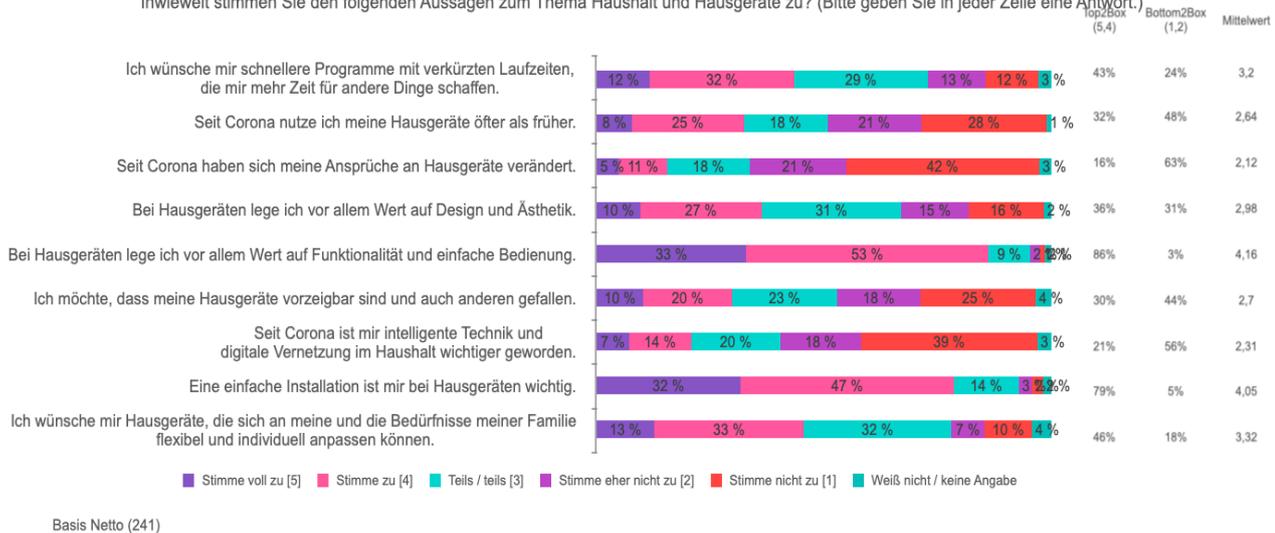
- 72 % der Befragten sagen: „Mir ist es besonders wichtig, dass meine Hausgeräte leise sind“ (vs. 58 % der Gesamtbevölkerung).
- 61 % wünschen sich Hausgeräte, die „vielfältig einsetzbar“ sind (vs. 55 %).
- 43 % sagen: „Ich wünsche mir schnellere Programme mit verkürzten Laufzeiten, die mir mehr Zeit für andere Dinge schaffen“ (vs. 32 %).
- 40 % wollen Hausgeräte, die sich bei Bedarf ein- und ausfahren lassen, um Platz zu sparen (vs. 36 %).
- Immerhin 24 % der Befragten sagen: „Beim Kochen lege ich seit Corona vor allem Wert auf Effizienz und eine schnelle Zubereitung“ (vs. 17 %).

Ergebnisse der Umfrage

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Haushalt und Hausgeräte zu? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.) (continued 2)



Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Haushalt und Hausgeräte zu? (Bitte geben Sie in jeder Zeile eine Antwort.)



4. Städter haben hohe Ansprüche an Funktion und Design

Der **Verbindung von Design und Innovation** kommt in Zukunft eine immer wichtigere Rolle zu. Urbane Trendsetter zeichnet aus, dass sie ein höheres Designbewusstsein als der Durchschnitt haben. Design heißt aber weit **mehr als gut aussehen**. Gestaltung wird wieder stärker mit Funktionalität und Usability zusammengedacht und muss den gleichen Anspruch erfüllen wie digitale Schnittstellen: intuitive Bedienbarkeit im Sinne von gutem UX-Design.

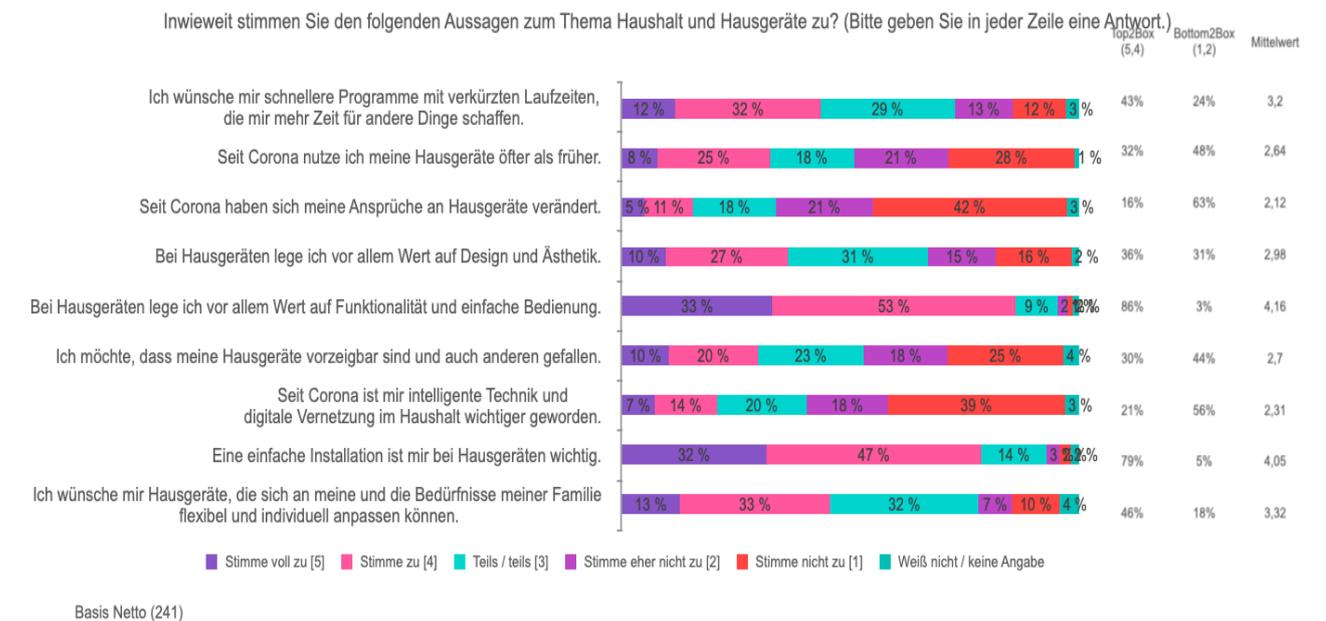
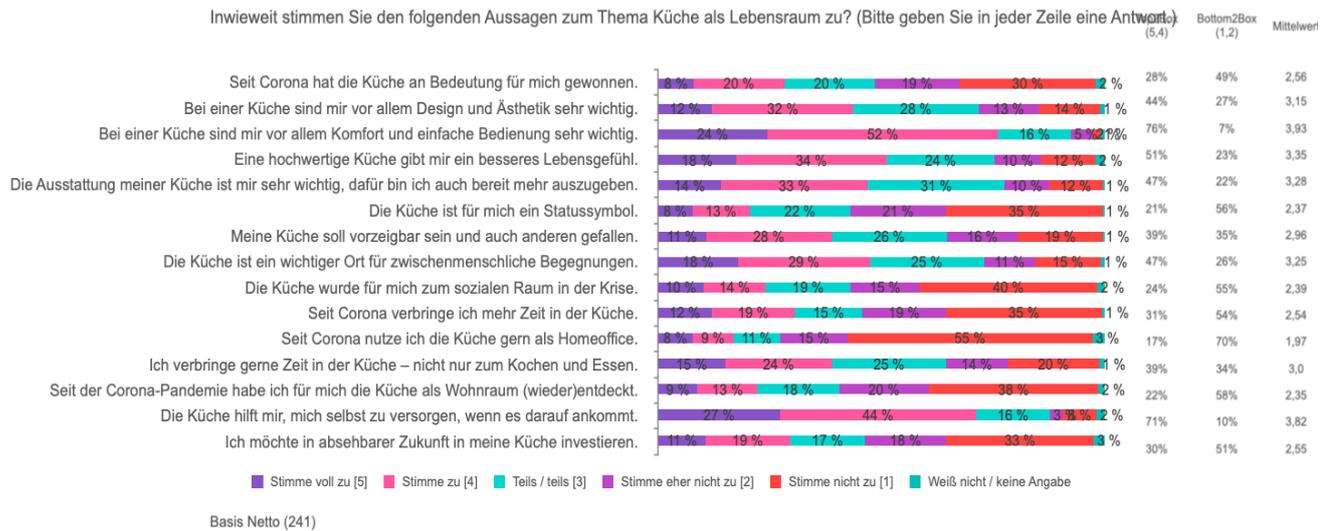
Hier zeigt sich der immense Bedeutungswandel, den Küche und Hausgeräte in den letzten Jahrzehnten vollzogen haben. Zu Zeiten klassischer Familienstrukturen und Geschlechterrollen, als vor allem die Hausfrau in der Küche hantierte, lag der Fokus weniger auf Repräsentativität als auf Funktionalität und Entlastung. Dies veränderte sich allmählich, als Kochen mehr und mehr zu einem Hobby avancierte, für das immer weniger Menschen im Alltag Zeit fanden. Essen und Kochen wurden zum Ausdruck des eigenen Lebensstils und Küchen zu Räumen, in denen ganz verschiedene Menschen gerne ihre Freizeit verbringen. Gleichzeitig wuchs die Bedeutung der Küche als Vorzeigeobjekt, in dem Profi-Technologie und Design den Charakter von Statussymbolen erlangten. Im „New Normal“ ist die Küche nun erstmals seit langem wieder in ihrer Versorgerrolle ebenso zentral wie als Vorzeigeobjekt. Als Ort des Wohlfühlens ist sie ebenso wichtig wie als Schaltzentrale des Alltagsmanagements. Damit befindet sich die Wertschätzung von Küche und Häuslichkeit auf einem Allzeithoch. Gleichzeitig sind die Ansprüche, die an diesen Wohnraum gestellt werden, größer denn je.

Wenn Hausgeräte in ihrem Design Funktionalität und Gestaltung vereinen, werden sie zu echten Komfort- und Stilikonen – zum Beispiel, wenn sie geschmackvolle, ansprechende, intuitive und zugleich pragmatische Lösungen bieten und sich an individuelle Bedürfnisse anpassen können.

- 36 % sagen: „Bei Hausgeräten lege ich vor allem Wert auf Design und Ästhetik“ (vs. 20 % der Gesamtbevölkerung).
- Funktionalität und einfache Bedienung sind allerdings absolutes Muss: 86 % stimmen der Aussage zu: „Bei Hausgeräten lege ich vor allem Wert auf Funktionalität und einfache Bedienung“ (vs. 77 %).
- „Seit Corona ist mir intelligente Technik und digitale Vernetzung im Haushalt wichtiger geworden“, sagen 21 % der befragten Städter (vs. 13%).
- „Eine einfache Installation“ ist 89 % der Befragten wichtig (vs. 69 %).
- 46 % wünschen sich „Hausgeräte, die sich an meine und die Bedürfnisse meiner Familie flexibel und individuell anpassen können“ (vs. 38 %).
- Komfort ist in Kombination mit einfacher Bedienung unerlässlich, nicht nur für Städter: 76 % (vs. 77 %) sagen: „Bei einer Küche sind mir vor allem Komfort und einfache Bedienung sehr wichtig“, nur 7 % stimmen dieser Aussage nicht zu (vs. 9 %).
- „Bei einer Küche sind mir vor allem Design und Ästhetik sehr wichtig“, sagen 44 % der Befragten (vs. 27 %).

- 47 % der Städter stimmen der Aussage zu: „Die Ausstattung meiner Küche ist mir sehr wichtig, dafür bin ich auch bereit mehr auszugeben“ (vs. 22 %). Letztes Jahr stimmten der Aussage 43 % der Städter zu, die Ausgabebereitschaft ist also ungebrochen, während der Coronakrise sogar etwas gestiegen.

Ergebnisse der Umfrage



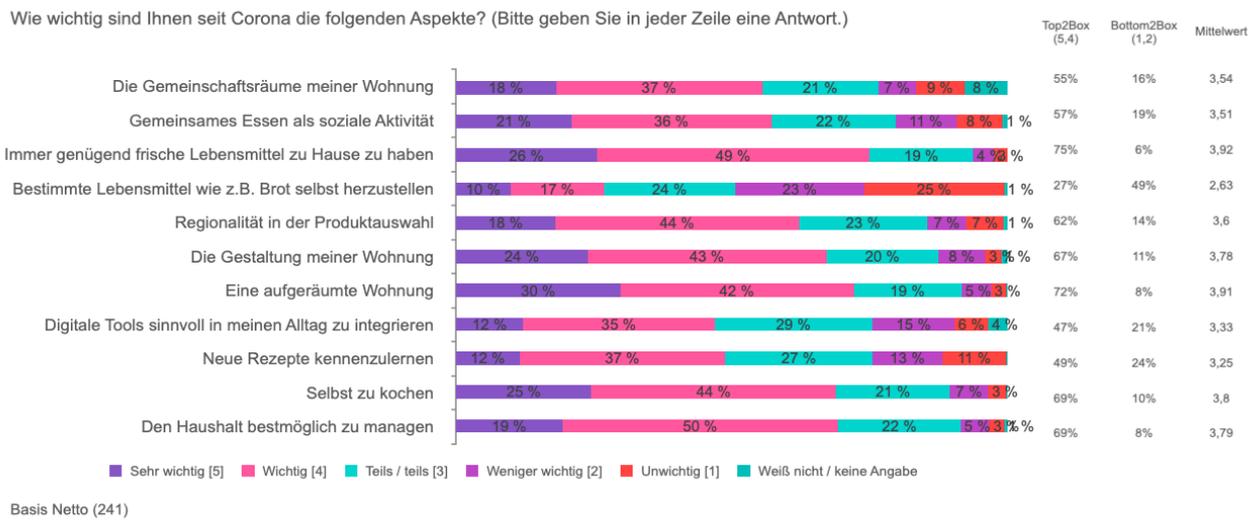
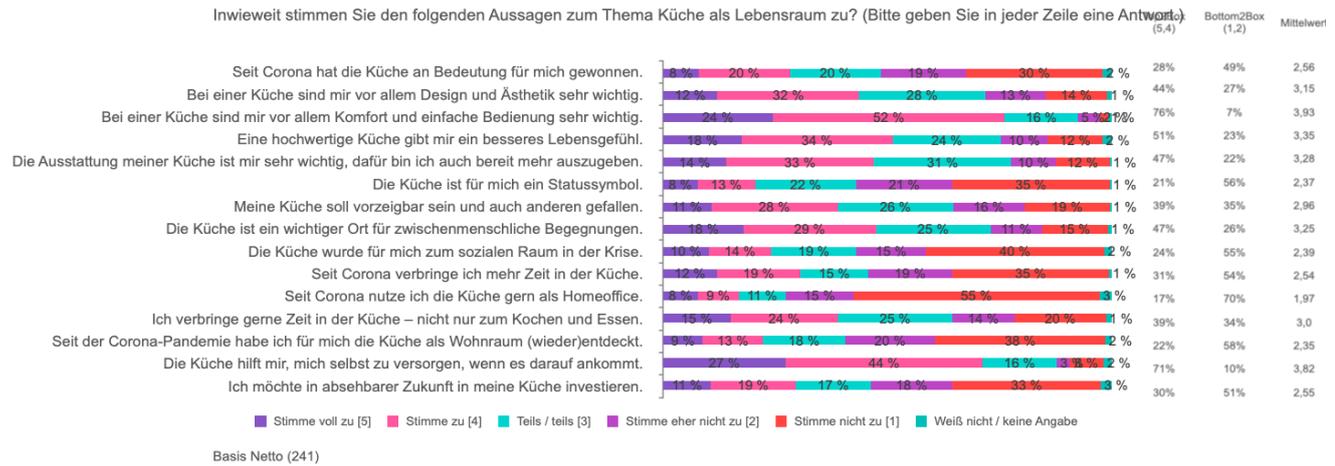
5. Die Küche ist ein Anker in Krisenzeiten

Do It Yourself (DIY) und Achtsamkeit sind große Trends innerhalb der städtischen Bevölkerung. Urban Gardening und Urban Manufacturing sind ganz oben auf der Liste der Hobbys gestresster Städter. Die Pandemie und der darauffolgende Shutdown haben die gesamte **DIY-Bewegung** noch verstärkt – und auch stärker **nach drinnen verlagert**.

Gerade der Lebensmittelherstellung und dem Kochen kommen hier große Rollen zu. Der Gedanke, sich selbst versorgen zu müssen, wenn es darauf ankommt, hat zunächst zu Hamsterkäufen und dann zur Wiederentdeckung alter Methoden der Lebensmittelherstellung geführt, wie beispielsweise dem Ansetzen von Sauerteigbrot, als die Hefe in Supermärkten ausverkauft war. Viele haben die Freude am **Kochen im Kontext von Achtsamkeit und Entschleunigung** wiederentdeckt, gerade in turbulenten Zeiten. Das führt auch dazu, dass man wieder eher ins eigene Heim investiert als in eine Abenteuerreise oder ein Auto. In die Küche zu investieren heißt für viele, in die eigene Lebensqualität zu investieren.

- Bei der Lebensqualität geht es auch um das Gefühl, sich im Zweifel selbst versorgen zu können, wenn zum Beispiel wieder einmal bestimmte Lebensmittel ausverkauft sind. Vor Corona war der Selbstversorger-Gedanke für viele Städter völlig irrelevant, denn Essen war ja immer und überall verfügbar. Jetzt steigt die Relevanz, sich in den eigenen vier Wänden gut versorgen zu können.
 - 71 % sagen: „Die Küche hilft mir, mich selbst zu versorgen, wenn es darauf ankommt“ (vs. 65 % der Gesamtbevölkerung).
 - 75 % sagen, dass es ihnen wichtiger geworden ist, immer genügend frische Lebensmittel zu Hause zu haben (vs. 66 %).
 - 27 % sagen, seit Corona sei es ihnen wichtig oder sogar sehr wichtig, Brot selbst zu backen (vs. 24 %).
- Die Küche wird insbesondere für Städter entscheidend für das Lebensgefühl: Über die Hälfte sagt: „Eine hochwertige Küche gibt mir ein besseres Lebensgefühl“ (51 % vs. 36 %).
- Fast jeder Dritte möchte daher auch in absehbarer Zukunft in seine Küche investieren (30 % vs. 21 %).

Ergebnisse der Umfrage



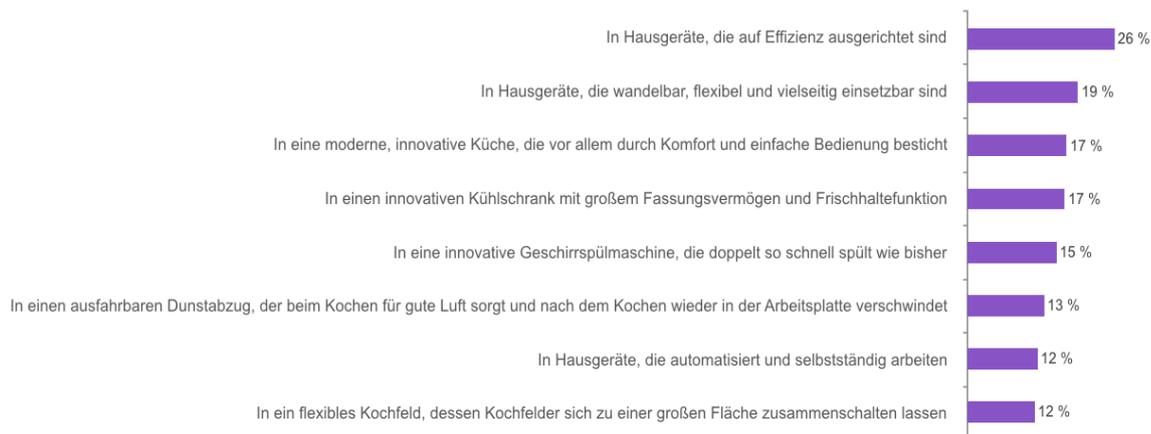
6. Digital ist normal geworden

Urbane Trendsetter haben eine erhöhte Affinität zu innovativen Technologien. Im Vergleich zu 2019 hat sich diese Affinität noch einmal stark verstärkt. **Technologie ist endgültig im Mindset progressiver Großstädter angekommen.** „Technisch immer auf dem neuesten Stand zu sein“ ist dieses Jahr fast der Hälfte der Befragten (44 %) wichtig, im Vergleich zu 26 % der Gesamtbevölkerung. Dieses Bedürfnis ist stark gewachsen: 2019 waren es auch bei den Städtern nur 29 %.

Corona hat die Normalisierung digitaler Technologien beschleunigt. Digitalität hat endgültig Einzug in den Alltag gehalten, Hemmschwellen sind abgebaut, die Scheu vor digitaler Technologie auch im Haushalt ist verblasst. **Convenience durch smarte Geräte konnte sich in Krisenzeiten beweisen,** wie zum Beispiel ein Herd mit Anbrennschutz. Vernetzte Angebote werden zunehmend akzeptiert. Das heißt aber auch: Heute ist etwas nicht automatisch erstrebenswert, nur weil es digital oder smart ist. Digitalität braucht echte Mehrwerte im Detail. Von innovativer Technologie wird mehr erwartet: Das perfekte Zusammenspiel von Funktionalität und Design sowie pragmatische Vorteile im Haushalt wie Zeitersparnis oder beispielsweise ein sichtbar besseres Spülergebnis. Die urbanen Trendsetter investieren ihr Geld am ehesten in technische Innovationen, die die folgenden drei Prinzipien erfüllen: **Effizienz, Vielseitigkeit und komfortable Bedienung.**

Ergebnisse der Umfrage

In welche Bereiche möchten Sie in den nächsten Jahren gerne investieren? (Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.)



Fragt man konkret danach, welche **Wünsche bezüglich technischer Innovationen** im Haushalt bestehen, zeigen sich folgende drei Gewinner:

1. Ein intelligentes Kochfeld, das die Temperatur selbstständig reguliert – wodurch nichts anbrennen oder überlaufen kann (52 % vs. 43 % der Gesamtbevölkerung).
2. Eine Geschirrspülmaschine, die das Geschirr perfekt trocknet – ohne Wasserflecken auf den Gläsern (50 % vs. 46 %).

3. Eine Geschirrspülmaschine, die über ein spezielles Schnellprogramm verfügt, mit dem sich deutlich mehr als die Hälfte der normalen Spülzeit einsparen lässt – bei gleichbleibendem Ergebnis (46 % vs. 41 %).

Ergebnisse der Umfrage

Welche der folgenden technischen Innovationen würden Sie gern nutzen? (Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.)



Basis Netto (241)

Praktische Vorteile (wie „keine Wasserflecken“ oder „Temperaturregulierung“) und Schnelligkeit werden von den Befragten als deutlich erstrebenswerter angesehen als Vernetzung nur um der Vernetzung willen. Wandelbarkeit und Effizienz gewinnen eindeutig vor Remote Control vom Smartphone aus oder vor Voice Interfaces. Digitalität wird erwartet, muss aber einen hohen funktionalen Nutzen haben. Auch wandelbare Geräte sind beliebt: Ihr Vorteil ist, dass sie nicht für immer in ihren Programmen festgelegt sind, sondern sich durch Upgrade-Funktionen verändern können, wenn sich über die Jahre die Bedürfnisse der Besitzer ändern. Außerdem wird Flexibilität geschätzt: zum Beispiel einfahrbare Geräte oder nach Bedarf kürzere Programm-Laufzeiten.

Digitalität muss jetzt ganz klar an Mehrwerte geknüpft sein und konkrete Vorteile bringen, wie bessere Ergebnisse und vor allem Effizienz. **Digitale Vernetzung an sich ist zur Normalität geworden** und nichts Besonderes mehr. So sind Remote Control, Voice Interfaces oder die Vernetzung von Hausgeräten mit Lieferdiensten deutlich weniger populär als die oben genannten Innovationen. Im Vergleich zum letzten Jahr jedoch ist auch die

Popularität dieser Funktionen gestiegen. Es zeigt sich, dass der Wunsch nach smarterer Technologie im eigenen Zuhause weiterhin wächst.

Fazit

Corona hat insbesondere Menschen in Städten zugesetzt. Der plötzliche Wegfall von Reise- und Freizeitmöglichkeiten hat die Lebensweise der urbanen Trendsetter stärker eingeschränkt als andere. Im Lockdown begannen viele, sich wieder mehr für die eigenen vier Wände zu interessieren. Die Küche, die meist sowieso schon der Mittelpunkt des häuslichen Lebens war, wurde für viele endgültig zum wichtigsten Raum.

In der Küche wird heute nicht nur gekocht und gebacken. Sie ist auch Ort der zwischenmenschlichen Begegnung, des Arbeitens, des Ausprobierens und der Entspannung. Da die Küche so entscheidend für die Lebensqualität geworden ist, überrascht es nicht, dass auch der ästhetische Anspruch an sie steigt. Dabei geht es nicht nur um das Aussehen: Gutes Design wird künftig zunehmend mit Funktionalität und intuitiver Bedienbarkeit zusammengedacht. Corona hat den Einzug digitaler Technologie nicht nur im Arbeitsleben beschleunigt und normalisiert. Digitalität ist endgültig im Alltag der Menschen angekommen. So steigt auch bei Küche und Hausgeräten der Wunsch nach smarter Technologie mit echtem Mehrwert. Dabei bevorzugen Städter aber praktische Vorteile, die mehr Effizienz oder Sicherheit versprechen, statt technischer Spielereien.

Die Pandemie befeuerte den schon vorhandenen Trend zu mehr Häuslichkeit, Achtsamkeit und DIY. Gerade Kochen und Backen erfreuen sich an noch mehr Beliebtheit – nicht nur aus der Notwendigkeit, sich selbst zu versorgen, sondern immer häufiger auch als Hobby, als Achtsamkeitsübung, als Ausgleich zum stressigen Alltag oder einfach aus der Freude am Kochen an sich. Das ist den urbanen Trendsettern so wichtig, dass sie für Hausgeräte auch gerne mehr Geld ausgeben, wenn sich dadurch ihre Lebensqualität erhöht.

Das Alltagsmanagement ist seit und durch Corona für viele noch stressiger geworden, Privates und Berufliches wurde noch schwerer zu trennen. Homeoffice und Homeschooling haben die Ansprüche an Hausgeräte erhöht: Sie müssen leiser, schneller, integrativer und leichter zu handhaben sein. Außerdem hat die Krise gezeigt, dass sich Bedürfnislagen schnell verändern können. Wandelbare Geräte, die sich updaten lassen und über eine gewisse Individualisierbarkeit verfügen, sind daher besonders attraktiv.

Seit der Pandemie ist klar geworden, wie schnell die so selbstverständlich erscheinende Infrastruktur in Städten voller kultureller, gastronomischer und anderer Freizeitangebote zum Erliegen kommen kann. Ein gemütliches und gut ausgestattetes Zuhause wird dadurch essenziell und die Bereitschaft, darin zu investieren, erhöht sich. Denn wenn unsicher ist, ob und wann es das „Old Normal“ in Städten wieder geben wird, richten sich Städter lieber schön, gemütlich und effizient im „New Normal“ ein, in dem Küche und Kochen eine neue Wertschätzung erfahren.