

K&A
Brand
Research



Der Schlüssel zu Mensch und Marke.



Kitchen
Innovation
Award

CONSUMERS' CHOICE



**Auszug der Trendstudie 2026:
20 Jahre Küchentransformation –
der große Generationenwechsel am Herd.**



Studiensteckbrief

Methode

Online-Befragung (Dezember 2025)

Stichprobengröße:

N = 1.500

Durchführungsorte:

Deutschland

Quotierung:

- **Interesse an Neuheiten** im Bereich Küche und Küchenausstattungen
- **(Mit-)Entscheider** beim Einkauf der Küchenausstattung
- **Ausschluss von reinen Käufern von No-Name-Produkten** im Bereich Küchenausstattung
- **Geschlecht:** 50% weiblich - 50% männlich
- **Alter:** 33% 1965-1979 Generation X
33% 1980-1993 Generation Y
33% 1994-2007 Generation Z



Generationen als Basis für Kaufentscheidungen.



Generation X

Jahrgang 1965 – 1979
2025: 46 – 60 Jahre alt



Generation Y

Jahrgang 1980 – 1993
2025: 32 – 45 Jahre alt



Generation Z

Jahrgang 1994 – 2007
2025: 18 – 31 Jahre alt



Gesellschaftliche Megatrends als Basis für Kücheninnovationen

- **Aging Society:** Bedürfnisse älterer Menschen (barrierefrei, einfache Bedienung)
- **Urbanisierung:** Urban LifeStyle, Multikulturalität, modernes Design und maximale Convenience
- **Kleinere Haushalte,** weniger Familien: Einfluss auf Küchenformate, Stauraum, modulare Systeme





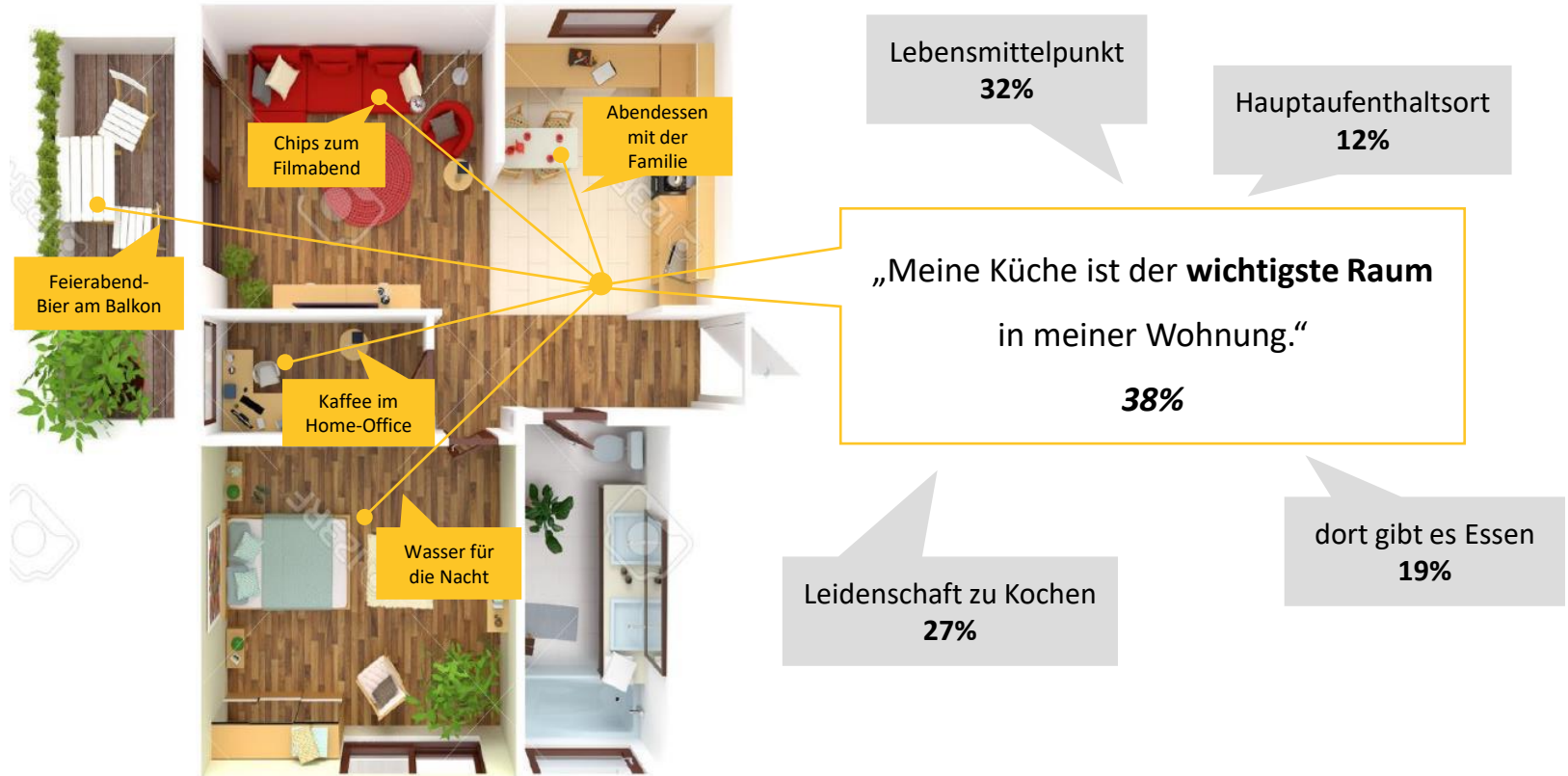
Gesellschaftliche Megatrends als Basis für Kücheninnovationen

- **Gesundheitsbewusstsein & Ernährung:**
Einfluss auf Ausstattung (z. B. Dampfgarer, Slow-Cooker, Fermentierer)
- **Nachhaltigkeit & Klimabewusstsein:**
Wunsch nach nachhaltigen Materialien, energieeffizienten Geräten, Mülltrennungssystemen
- **Home-Office:** Küche als multifunktionaler Raum (Kochen, Arbeiten, Treffen)
- **Cocooning und Neo-Domestizität:** Die eigenen vier Wände als Burg, die Küche als Zentrum und Ort der Geborgenheit (insbesondere in Gen YZ)





Die Küche als zentraler Knotenpunkt der Wohnung: Wo Menschen zusammen finden, fühlt man sich geborgen.



Es wird wieder lieber selbst gekocht als außer Haus gegessen. V.a. Jüngere kochen regelmäßig! MealPrep ist bei experimentierfreudiger Gen Z hoch im Kurs.

Ernährungsoptionen im Verbraucheralltag (mind. mehrmals die Woche)

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X

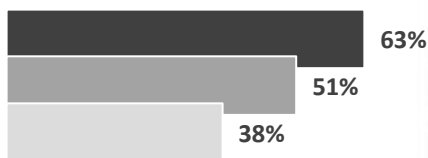
73 %

kochen regelmäßig
für sich selbst



51 %

bereiten
zu Hause Essen
für unterwegs
vor



55 %

improvisieren gern
beim Kochen



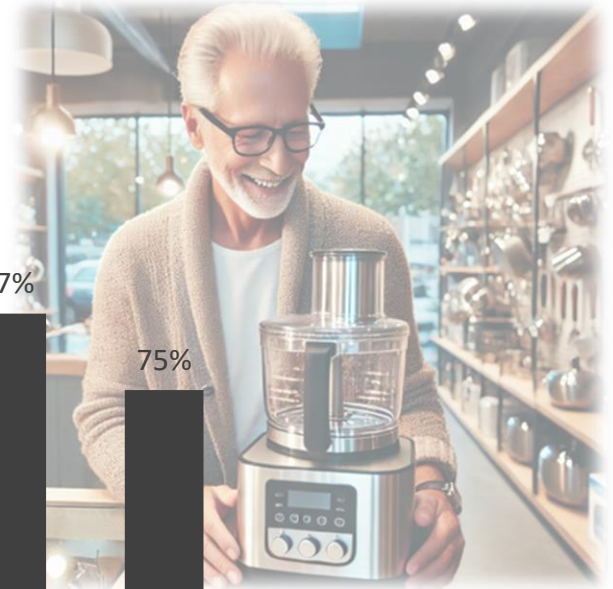
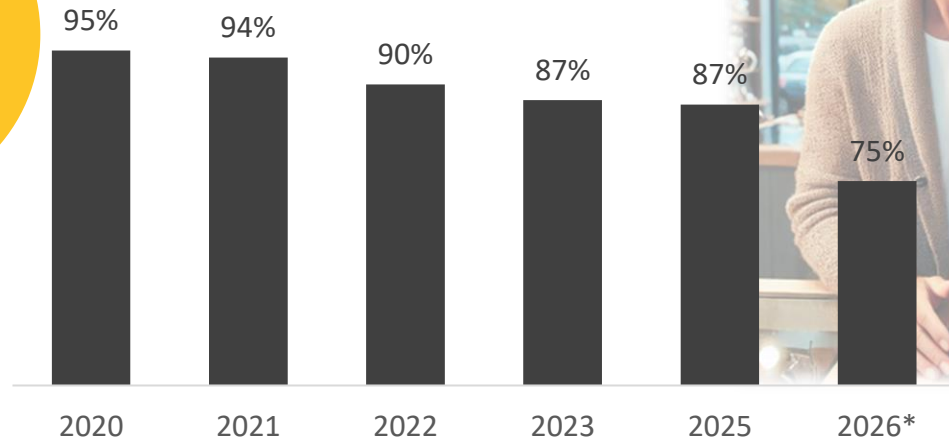
Q 10: Wenn es um Ihre Ernährung geht, wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten? (Top-Box (1-3): mehrmals pro Woche / täglich)

Langlebigkeit seit Jahren Top-Kriterium beim Kauf von Küchengeräten – mit leichten (inflationsbedingten) Rückgängen in der Bedeutung.



Kaufkriterien Küchengeräte

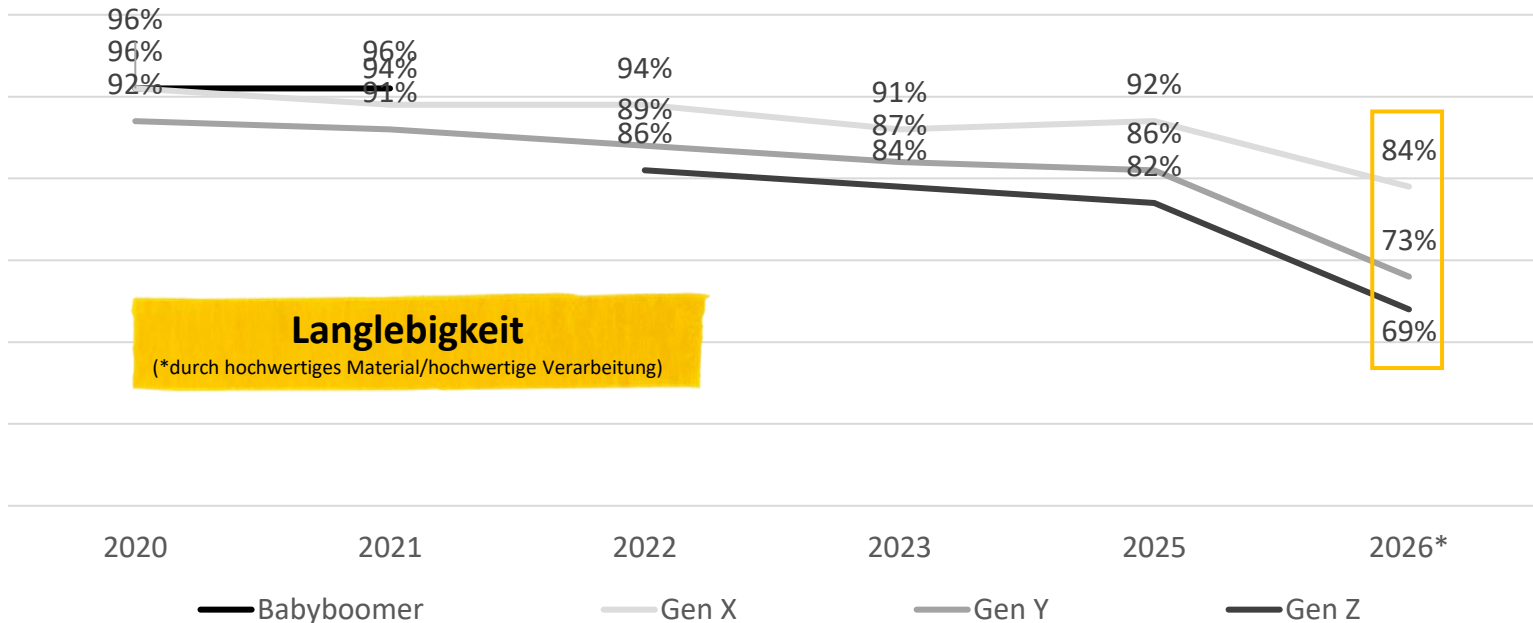
Langlebigkeit
(*durch hochwertiges Material/hochwertige Verarbeitung)





Besonders Ältere legen großen Wert auf langlebige Küchenausstattung, Gen Z ist noch auf „Sparkurs“.

Kaufkriterien Küchengeräte



Q 14: Wenn Sie Geräte / Ausstattung für Ihre Küche kaufen, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Kauf von Küchengeräten? (Top Box 4+5 = sehr wichtig)

Im Kontext Küche legt Gen Z Wert auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung.

Nachhaltigkeit in der Küche für Gen Z

44 %

achten auf nachhaltige Herstellung

48 %

achten künftig mehr auf nachhaltige Herstellung und Materialien

45 %

achten auf klimaneutrale Produktion

53 %

ist die Verwendung innovativer, ressourcenschonender Materialien wichtig

48 %

wird Ressourcenschonung in der Küche wichtiger



Q 14: Wenn Sie Geräte / Ausstattung für Ihre Küche kaufen, wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien beim Kauf von Küchengeräten? (Top Box 4+5 = sehr wichtig)

Q 24: Wenn Sie einmal die letzten 10 Jahre im Kontext Küche zurückblicken, was hat sich für Sie geändert? Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. (Top Box 4+5 = trifft voll und ganz zu)

Neben Ressourcenschonung wünschen jüngere Verbraucher offene Raumgestaltung, integrierte Lösungen und conveniente KI / Robotic-Anwendungen.

Traumküche der Zukunft für Gen Z

„Meine Traumküche besteht aus **ressourcensparenden Materialien und Technologien.**“ **58%**

„Es gibt **integrierte Bestellsysteme** in Kühlgeräten oder Vorratsbehältern.“ **41%**

„Meine Geräte helfen mir mit **KI-Unterstützung**, Strom und Wasser zu sparen.“ **45%**

„Die **Küche ist offen**, aber abgetrennt zum Wohnraum z.B. mit einer Theke.“ **53%**

„Es gibt **integrierte Anbaumöglichkeiten** von eigenem Gemüse/Kräutern.“ **50%**

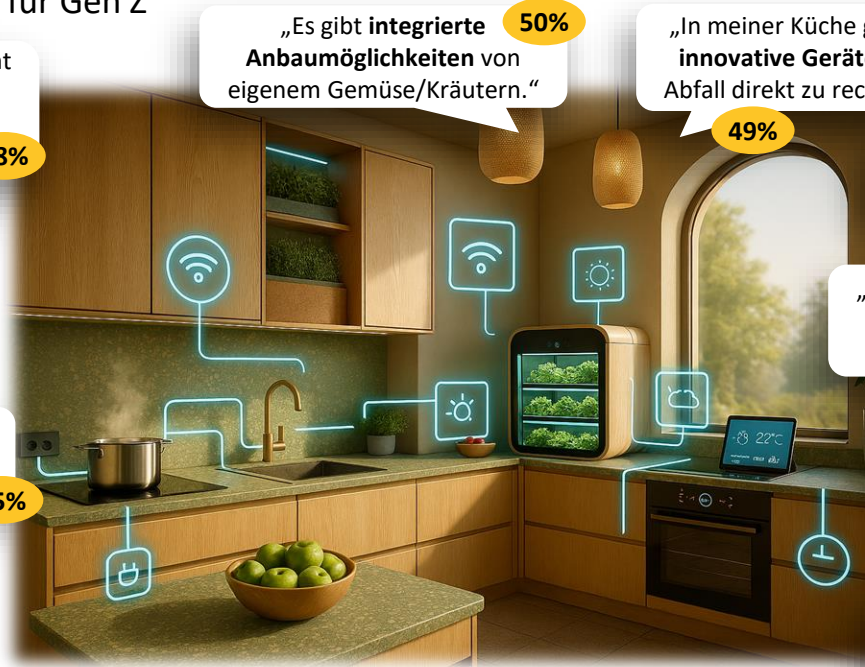
„In meiner Küche gibt es **innovative Geräte**, um Abfall direkt zu recyceln.“ **49%**

„Die Küche ist ein vollständig vernetzter **High-Tech Bereich.**“ **36%**

„Meine Küche schlägt mir auf Basis meines **Gesundheitszustands** Rezepte vor.“ **43%**

„Meine Küche ist **flexibel** mit unterschiedlich nutzbaren Möbeln.“ **41%**

„Es gibt **Küchenroboter**, die mich bei der Arbeit unterstützen.“ **36%**



Q 25: Und wenn wir jetzt einen Blick in die Zukunft werfen: Wie würde Ihre Traumküche in 20 Jahren aussehen? Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. (Top Box 4+5 = trifft voll und ganz zu)



Die Küche wird zum Wohlfühlort, insbesondere Jüngere halten sich gerne dort auf.

Veränderung des Küchenerlebens in den letzten 10 Jahren

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X

„Mir macht kochen in meiner Küche mehr **Spaß**.“



„Kochen und Küche haben für mich einen **höheren Stellenwert** bekommen.“



„Ich halte mich heute **lieber** in meiner Küche auf.“



„Die Küche ist für mich **mehr** geworden als nur ein Ort zum Kochen.“



„Meine Küche ist häufiger auch Ort für **Entspannung** geworden.“

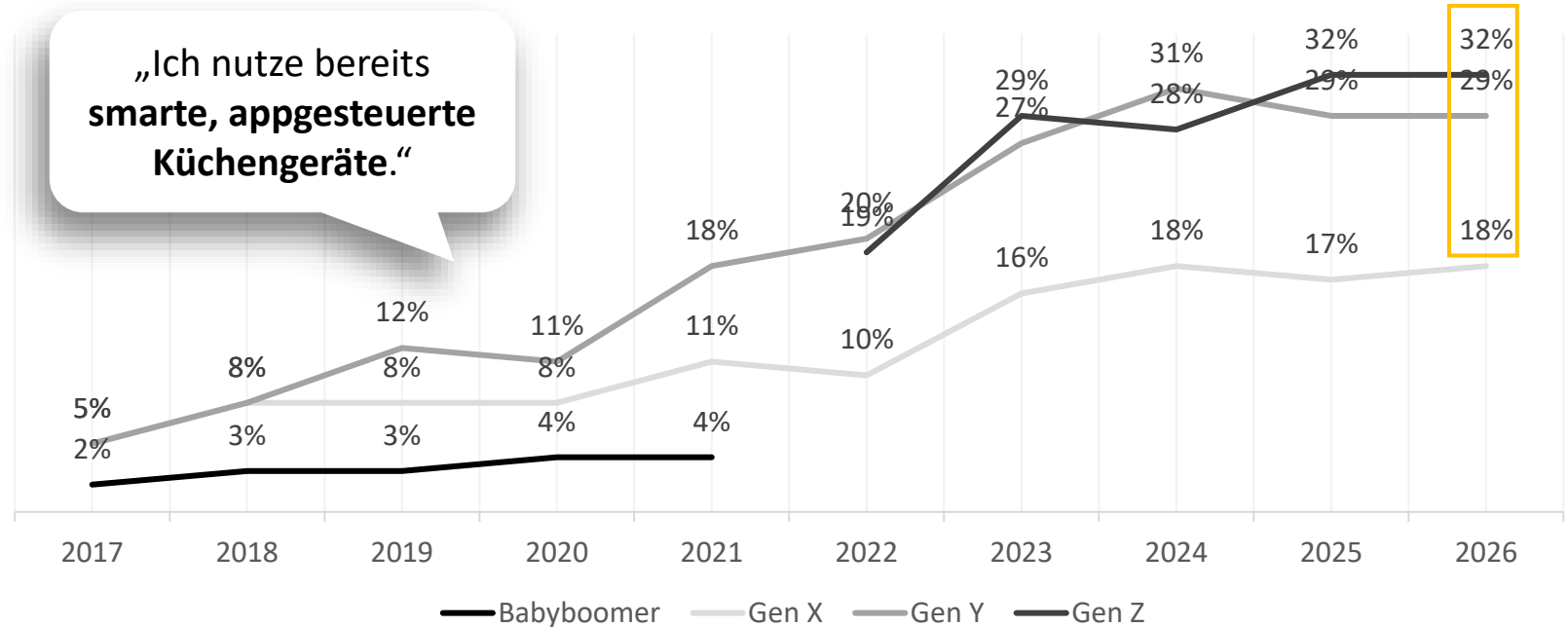


Q 24: Wenn Sie einmal die letzten 10 Jahre im Kontext Küche zurückblicken, was hat sich für Sie geändert?
Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen. (Top Box 4+5 = trifft voll und ganz zu)

Besonders für die jüngeren Generationen werden App-gesteuerte Küchengeräte immer attraktiver.

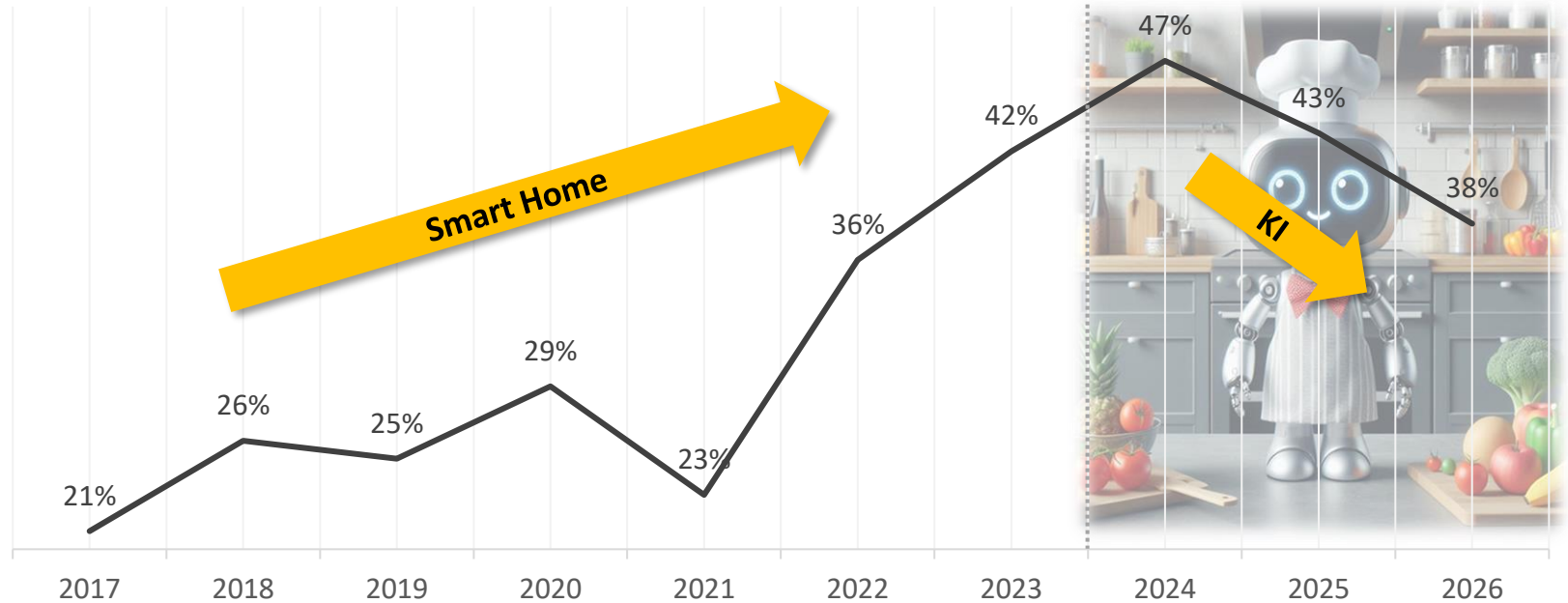


Nutzung smarter, appgesteuerter Küchengeräte



Interesse an smarten Geräten wächst bis 2024, (noch) deutliche Zurückhaltung bei KI

Interesse an Smart Home-Küchen und KI-basierten Küchengeräten

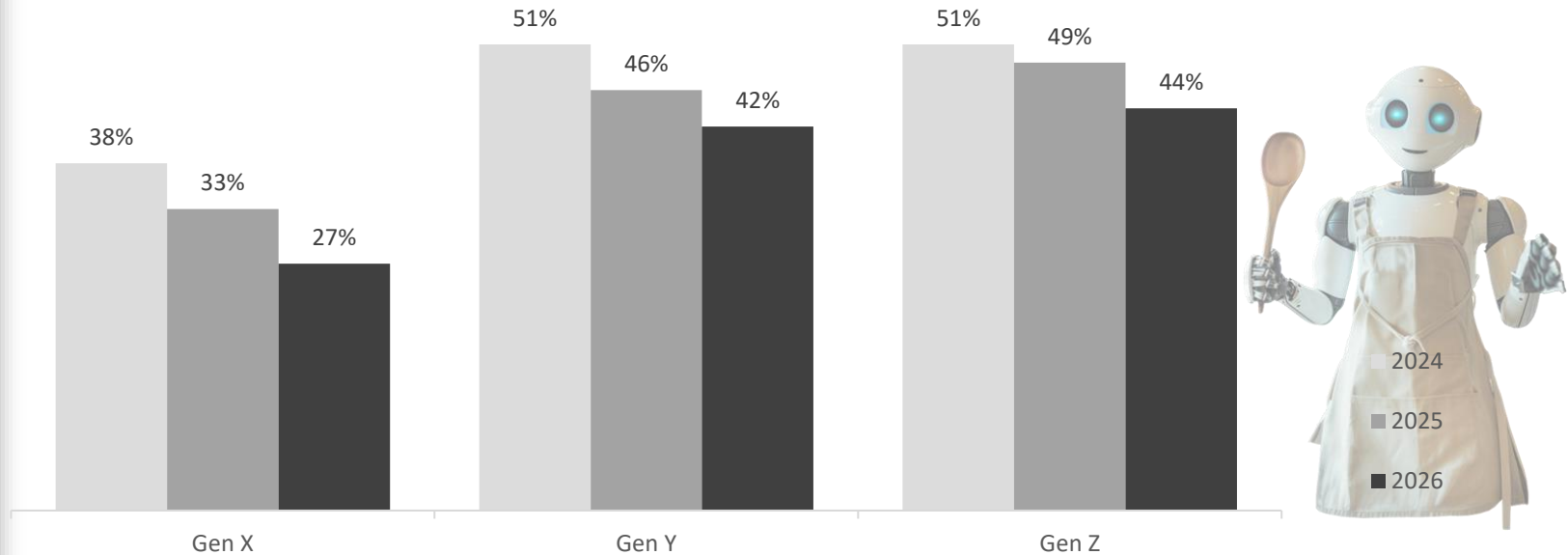


Q 14: Wie interessant sind für Sie Küchengeräte, die sich per App steuern lassen? (2017-2023)

Q 26: Wie interessant finden Sie generell die Idee, dass Sie in der Küche von KI (Künstliche Intelligenz) unterstützt werden? (2024-2026)

In allen Generationen flacht die anfängliche Neugier für KI in Küchen derzeit etwas ab.

Interesse KI



Q 26: Wie interessant finden Sie generell die Idee, dass Sie in der Küche von KI (Künstliche Intelligenz) unterstützt werden?

K&A
Brand
Research



Der Schlüssel zu Mensch und Marke.



Kitchen
Innovation
Award

CONSUMERS' CHOICE

Fragen? – Gerne!

Ansprechpartner: Susanne Nick, Projektleitung Kitchen Innovation Award

Kontakt: susanne.nick@kitcheninnovationaward.de

