



Vösendorf, 2.3.2026

Gender Cooking Gap 2026:

IKEA Österreich macht auf ungleiche Belastungen bei Essens- und Küchenarbeit aufmerksam

Gleichberechtigung wird häufig im Kontext von Karriere, Einkommen oder Führungspositionen diskutiert. Doch auch im Alltag zeigen sich weiterhin strukturelle Unterschiede, insbesondere bei unbezahlter Care-Arbeit. Wer plant, wer organisiert, wer übernimmt Verantwortung im täglichen Miteinander? In diesem Geschäftsjahr dreht sich bei IKEA alles um mehr Freude am Kochen und Essen und auch in diesem Bereich hat IKEA genauer hingesehen. Mit dem Begriff Gender Cooking Gap macht IKEA Österreich auf eine weitere Dimension ungleich verteilter Alltagsarbeit aufmerksam: die Rollenverteilung rund ums Kochen und Essen im Haushalt.

Bereits im vergangenen Jahr machte IKEA Österreich mit dem Thema Gender Sleep Gap darauf aufmerksam, dass ungleich verteilte Alltagsbelastungen Einfluss auf Erholung und Lebensqualität haben. Nun rückt das Unternehmen einen weiteren Bereich in den Fokus, der das Leben zu Hause maßgeblich prägt. Im Rahmen einer aktuellen, repräsentativen YouGov-Studie im Auftrag von IKEA wurde unter anderem die Rollenverteilung rund ums Kochen und Essen in österreichischen Haushalten untersucht. Das Ergebnis: Trotz zunehmender Gleichberechtigung tragen Frauen in österreichischen Haushalten weiterhin deutlich mehr Verantwortung für Planung, Einkauf, Zubereitung und Nachbereitung von Mahlzeiten als Männer.

1

Deutliche Unterschiede bei Planung und Verantwortung

- **Kochen und Zubereiten:** 69,7 % der Frauen geben an, hauptsächlich dafür verantwortlich zu sein – bei Männern sind es 38,5 %.
- **Planung der Mahlzeiten:** 64,0 % der Frauen übernehmen diese Aufgabe, gegenüber 36,3 % der Männer.
- **Entscheidung, was eingekauft wird:** 63,9 % der Frauen versus 37,5 % der Männer.
- **Einkauf von Lebensmitteln:** 63,8 % der Frauen sehen sich hier in der Hauptverantwortung, bei Männern sind es 44,1 %.

Pressekontakt

IKEA Austria GmbH | **Christina Strauss** | PR-Leader Österreich | Mobil: +43 676 3058477 | E-Mail: christina.strauss@ingka.ikea.com | facebook: <http://www.facebook.com/ikeaaustria> | Instagram: <http://instagram.com/ikeaaustria> | Twitter: http://twitter.com/IKEA_Austria | Website: <https://ikea.com/at/de> | Südring, 2334 Vösendorf | Firmenbuch Nr. 235629 p Landesgericht Wiener Neustadt | UID Nr. ATU57230302 | **Agentur-Kontakt:** currycom communication partners GmbH | E-Mail: ikea@currycom.com | Tel.: +43 1 599 50

Auffällig ist zudem ein Unterschied in der Wahrnehmung: Männer geben häufiger an, Aufgaben würden gleichmäßig geteilt. Gleichzeitig zeigen die Daten, dass Frauen in allen Bereichen signifikant häufiger die Hauptverantwortung übernehmen – besonders bei Planung und Organisation.

Darüber hinaus zeigen sich auch Unterschiede in der persönlichen Einordnung des Kochens. 54 % der Frauen beschreiben Kochen als Teil ihrer täglichen Routine, während dies nur 34 % der Männer angeben. Männer geben hingegen häufiger an, dass ihnen die Zeit zum Kochen fehle, 18 % nennen Zeitmangel als Grund. 22 % sagen zudem, ein anderes Familienmitglied sei für diese Aufgabe zuständig, was sie selbst davon abhalte, hier die Initiative zu ergreifen. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass Kochen im Alltag nicht nur als freiwillige Tätigkeit wahrgenommen wird, sondern vielfach als strukturgebundene Verantwortung.

Zwischen Routine, Verantwortung und Miteinander

Kochen bedeutet im Alltag nicht nur das Zubereiten von Speisen. Es umfasst Planung, Einkauf, Organisation, Zeitmanagement und Nachbereitung – Aufgaben, die regelmäßig anfallen und oft unsichtbar bleiben. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass Essen zu Hause selten allein dieser Tätigkeit gewidmet ist. Wenn gemeinsam gegessen wird, nutzen fast die Hälfte der Befragten die Zeit, um mit anderen Familienmitgliedern über den Tag oder die aktuell relevanten Themen zu sprechen. 19 % der Frauen – und 28 % der Männer sagen, dass, auch wenn gemeinsam mit anderen Familienmitgliedern gegessen wird, gleichzeitig der Fernseher läuft. Wird allein gegessen, schauen sowohl Männer als auch Frauen am ehesten fern, lesen Nachrichten oder Zeitungen oder scrollen auf Social Media. *„Wenn wir über Gleichberechtigung sprechen, geht es nicht nur um bezahlte Arbeit und Karriere. Ich denke zuerst an Partnerschaft und Teamwork. Es geht darum, ein Umfeld zu schaffen, in dem Entscheidungen über Leben und Beruf – einschließlich der Organisation der alltäglichen Aufgaben zu Hause – gemeinsam getroffen werden und sich beide Partner ermutigt fühlen, mutige Schritte zu gehen. Gleichberechtigung bedeutet für mich, dass alle ihre Ziele und Wünsche verfolgen und nach Glück streben können, im Wissen, dass sie Rückhalt haben,“* sagt FangFang Li, Chief Executive Officer und Chief Sustainability Officer bei IKEA Österreich.

Leben zu Hause verstehen

Pressekontakt

IKEA Austria GmbH | **Christina Strauss** | PR-Leader Österreich | Mobil: +43 676 3058477 | E-Mail: christina.strauss@ingka.ikea.com | facebook: <http://www.facebook.com/ikeaaustria> | Instagram: <http://instagram.com/ikeaaustria> | Twitter: http://twitter.com/IKEA_Austria | Website: <https://ikea.com/at/de> | Südring, 2334 Vösendorf | Firmenbuch Nr. 235629 p Landesgericht Wiener Neustadt | UID Nr. ATU57230302 | **Agentur-Kontakt:** currycom communication partners GmbH | E-Mail: ikea@currycom.com | Tel.: +43 1 599 50



IKEA beschäftigt sich seit Jahrzehnten mit dem Leben zu Hause – und mit den Strukturen, die dieses Leben prägen. Die Cooking & Eating Studie ist Teil einer internationalen Erhebung in 31 Ländern mit insgesamt über 31.000 Befragten und liefert eine datenbasierte Grundlage für gesellschaftliche Diskussionen rund um Alltag, Zeitverteilung und Verantwortung. Denn Gleichberechtigung endet nicht am Arbeitsplatz. Sie zeigt sich auch dort, wo das tägliche Leben organisiert wird.

Studienhinweis

Die Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen Online-Umfrage von YouGov im Auftrag von IKEA (Sommer/Herbst 2025). In Österreich wurden 1.002 Personen ab 18 Jahren befragt. Die Erhebung ist Teil einer internationalen Studie in 31 Ländern.

Die globalen Ergebnisse finden Sie hier: [Globale Studienergebnisse](#)

Weitere Informationen und druckfähiges Bildmaterial zum Download:

<https://www.ikea.com/at/de/newsroom>

Über IKEA Österreich

Seit 45 Jahren ist das schwedische Möbelunternehmen IKEA mittlerweile auch in Österreich vertreten: In 8 Einrichtungshäusern, 7 Planungsstudios, 2 Logistikzentren, 11 Abholstationen und diversen Services, wie z. B. Click & Collect, sorgen rund 3.250 IKEA Mitarbeiter:innen für Inspiration am laufenden Band.

IKEA hat die Vision, einen besseren Alltag für die vielen Menschen zu schaffen, indem wir formschöne, funktionsgerechte, erschwingliche und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände anbieten, die mit Rücksicht auf Menschen und Umwelt produziert wurden. Mit jedem unserer Produkte versuchen wir das Zuhause zu einem noch besseren Platz zu machen.

Dazu gehören auch gesunde und nachhaltige Lebensmittel, die IKEA seinen Kund:innen und Mitarbeiter:innen in den IKEA Restaurants, IKEA Bistros und dem Schwedenshop anbietet. Von nachhaltig beschafften Zutaten bis hin zu fleischlosen Optionen und lokal angebauten Produkten, die gut schmecken und auch besser für den Planeten sind. Mehr zu IKEA gibt's [hier](#).

Pressekontakt

IKEA Austria GmbH | **Christina Strauss** | PR-Leader Österreich | Mobil: +43 676 3058477 | E-Mail: christina.strauss@ingka.ikea.com | facebook: <http://www.facebook.com/ikeaaustria> | Instagram: <http://instagram.com/ikeaaustria> | Twitter: http://twitter.com/IKEA_Austria | Website: <https://ikea.com/at/de> | Südring, 2334 Vösendorf | Firmenbuch Nr. 235629 p Landesgericht Wiener Neustadt | UID Nr. ATU57230302 | **Agentur-Kontakt:** currycom communication partners GmbH | E-Mail: ikea@currycom.com | Tel.: +43 1 599 50